

Gabriel Mendes Camerlengo

Projeto de Produto
Artefato Residencial para Consumidores
do Programa Minha Casa Minha Vida do Governo Federal

Projeto de Conclusão de Curso
submetido ao Curso de Design da
Universidade Federal de Santa
Catarina para a obtenção do Grau
de Bacharel em Design.
Orientador: Prof. Cristiano
Alves, Dr.

Florianópolis
2019

Ficha de identificacao da obra elaborada pelo autor atraves do Programa de Geracao Automatica da Biblioteca Universitária da UFSC.

A ficha de identificacao e elaborada pelo proprio autor Maiores informacoes em:
<http://portalbu.ufsc.br/ficha>

<http://portal.bu.ufsc.br/servicos/ficha-de-identificacao-da-obra/>

Gabriel Mendes Camerlengo

**Projeto de Produto - Artefato Residencial para Consumidores
do Programa Minha Casa Minha Vida do Governo Federal**

Este Projeto de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel em Design, e aprovado em sua forma final pelo Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 12 de Julho de 2019.

Professora Marília Matos Gonçalves, Dr^a.
Coordenadora do Curso

Banca Examinadora:

Orientador Prof. Cristiano Alves, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.^a Cristina Colombo Nunes, Dr^a.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Ivan Luiz de Medeiros,
Universidade Federal de Santa Catarina



Prof. Cristiano Alves, Dr.
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina

*Dedico este trabalho aos meus pais, família
amigos, namorada e professores.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a meus pais por ter tido a oportunidade de estudar em uma universidade como a UFSC. A eles e minha família que sempre apoiou os meus estudos na carreira que escolhi para mim.

Agradeço a todos os amigos que fiz aqui e também os que fiz ao longo da vida, pude ver, no pior momento, que fiz muitos bons amigos, que são como irmãos, parte da minha família, e isso é um privilégio.

Agradecer aos ensinamentos passados por todos os professores ao longo desses bons anos de estudos.

Ter tido a oportunidade de fazer estágios e conhecer mais sobre as ferramentas e aplicação do que foi-nos passado em sala de aula, que, com certeza, foram determinantes para adquirir mais conhecimento.

Agradecer também por todas as experiências passadas com os amigos que me trouxeram sempre muito conhecimento.

Agradecer minha namorada pelo apoio nessa loucura chamada PCC.

*“Um cego procurando a luz
Na imensidão do paraíso”*

Paulo Sérgio, Cláudio Noam, César Augusto

Devido o grande deficit habitacional brasileiro, o Governo Federal visa diminuí-lo através do Programa Minha Casa Minha Vida, que atende principalmente as Classes sociais C e D, que juntas são mais de 50% da população do país. Afim de preencher as casas do público enquadrado neste programa governamental, através do design de produto, ou seja, pesquisa, análise de dados, conceituação do público alvo desenvolveu-se uma proposta de aparelho de jantar de baixo custo mas com alto valor agregado. O resultado foi um aparelho de jantar composto por sousplat, prato raso e prato de sobremesa com forma não convencional feito de argamassa.

Palavras-chave: design de produtos, prato, argamassa, design, minha casa minha vida, aparelho de jantar.

ABSTRACT

Due to the large Brazilian housing deficit, the Federal Government aims to reduce it through the Minha Casa Minha Vida Program, which mainly serves Social Classes C and D, which together account for more than 50% of the population of the country. Of the public included in this governmental program, through product design, that is, research, data analysis, conceptualization of the target public, a proposal was developed for a low-cost but high value-added dining appliance. Of dinner consisting of sousplat, shallow dish and dessert plate with unconventional form made of mortar.

Keywords: product design, dish, mortar, design, My House My Life, dinner appliance.

LISTA DE FIGURAS E TABELAS

Figura 1: Favela no Rio de Janeiro, RJ.....	21
Figura 2: Divisão da População Rural e Urbana em 1960 e 1970.....	23
Figura 3: Pessoas em zonas urbanas em 1960 e 2000.....	23
Figura 4: Crescimento Urbano Mundial por Hora.....	24
Figura 5: "Conjunto Residencial Prefeito Mendes de Moraes, conhecido como Pedregulho, de São Cristóvão, no Rio de Janeiro".....	27
Figura 6: Intervalo de Renda em Reais por Faixa do PMCV.....	29
Figura 7: Tempo de Financiamento e Financiamento por Faixas.....	30
Figura 8: Valores Máximos dos Imóveis para Financiamento por Localidade.....	30
Figura 9: Moradias contratadas e entregues PMCMV.....	31
Figura 10: Moradias da Fase 3, Divisão por Faixa de Renda.....	32
Figura 11: Conjunto Habitacional Higienópolis do escritório Biselli Katchorian Arquitetos Associados.....	33
Figura 12: Réplica da Cadeira Encontrada na Tumba de Tutankhamon, Faraó do Egito entre 1.341a.C. - 1.323a.C.....	35
Figura 13: Interior do Palácio de Versailles.....	37
Figura 14: Tapetes Statement.....	38
Figura 15: Jogo de Mesa Wabi-Sabi.....	38
Figura 16: Jardim Privado, Globe.....	39
Figura 17: Brilho Iridescente, Géraldine Gonzalez, Ours.....	39
Figura 18: Trama Humana, Marijke Van Nunen and Interiors.....	39
Figura 19: Millennial Pink, bananas.....	39
Figura 20: Almofadas Texturizadas, Nomess Copnhagen, Optical Cushion.....	39
Figura 21: Veludo, Fritz Hansen, Series 7.....	39
Figura 22: Wabi-Sabi, Kintsugi Bowl.....	41
Figura 23: Wabi-Sabi, Pratos em Cobre.....	42
Figura 24: Sousplat de Rattan.....	47
Figura 25: Porcelana Chinesa Kraak.....	48
Figura 26: Porcelana Francesa, com Pintura à Óleo Feita à Mão, Retratando Nobres do Século XVII.....	47
Figura 27: Faiança Portuguesa, Século XVIII.....	49
Figura 28: Prato com Tampa de Prata.....	49
Figura 29: Ignêz PétaLa.....	50
Figura 30: L'Oro Di Ginori.....	51
Figura 31: Arda Pérola (2015), turco.....	52
Figura 32: Iris Esmeralda.....	53
Figura 33: Destemida Iara.....	55
Figura 34: Montagens e Texturas.....	56
Figura 35: Prato Raso Luna.....	57
Figura 36: Prato Sobremesa Livro em Louças.....	59
Figura 37: Prato Raso Livro em Louças.....	59
Figura 38: Prato Fundo Livro em Louças.....	59
Figura 39: Prato Raso Luni.....	59
Figura 40: Prato Raso Luni Vermelho.....	59
Figura 41: Tigela Luni.....	59
Figura 42: Prato Raso Telurica.....	60

Figura 43: Prato Sobremesa Telurica.....	60	Figura 92: Sketches da proposta 4, TELHA.....	100
Figura 44: Linha Oxford Serena White.....	60	Figura 93: Sketches da proposta 5, RUÍNAS.....	101
Figura 45: Linha Oxford Coup Serene.....	61	Figura 94: Sketches da proposta 6, LATA.....	102
Figura 46: Linha Oxford Floreal Hana.....	61	Figura 95: Sketches da proposta 7, TIJOLO.....	103
Figura 47: Linha Oxford Ryo Ink.....	62	Figura 96: Sketches da proposta 8 e 10, BOWLS.....	104
Figura 48: Linha Wine and Cheese.....	63	Figura 97: Sketches da proposta 9, TRADICIONAL NOVO.....	105
Figura 49: Linha Zodiac.....	63	Figura 98: Sketches da proposta 11, ESCULPIDO.....	106
Figura 50: Linha Wood.....	64	Figura 99: Sketches do Sousplat, Ruínas.....	112
Figura 51: Prato Raso Marinex Astral.....	65	Figura 100: Render do Sousplat, Ruínas.....	112
Figura 52: Prato Raso Duralex.....	65	Figura 101: Sketches do Prato de Sobremesa, Ruínas.....	114
Figura 53: Prato Raso Duralex Vidro Azul.....	65	Figura 102: Render do Prato de Sobremesa, Ruínas.....	114
Figura 54: Vaso Florescer.....	66	Figura 103: Sketches do Prato de Raso, Ruínas.....	116
Figura 55: Ladrilhos.....	66	Figura 104: Render do Prato de Raso, Ruínas.....	116
Figura 56: Luminária Cubo.....	66	Figura 105: Sousplat Render.....	118
Figura 57: Peças.....	66	Figura 106: Prato Raso Render.....	119
Figura 58: Apoio Flor Seca.....	67	Figura 107: Prato Sobremesa Render.....	118
Figura 59: Vaso One.....	67	Figura 108: Prato Raso Origem.....	120
Figura 60: Escadinha.....	67	Figura 109: Prato Raso Xadrez.....	122
Figura 61: Mobiliário Linha Lito.....	67	Figura 110: Prato Raso Perspectiva.....	123
Figura 62: Cacto.....	67	Figura 111: Prato Raso Vista Lateral.....	124
Figura 63: Porta Incenso.....	67	Figura 112: Prato Raso Derramado.....	125
Figura 64: Movimentação de dinheiro e tamanho das classes C e D em 2014.....	71	Figura 113: Prato Feito.....	126
Figura 65: Perfil da Classe C.....	72	Figura 114: Prato Feito 2.....	128
Figura 66: A Busca da Classe C nos Novos Produtos e Serviços.....	72	Figura 115: Prato Raso Luz Alta.....	129
Figura 67: Influência das Marcas nos Setores de Mercado.....	72	Figura 116: Prato Raso Chique.....	130
Figura 68: Dados de Consumo Classe C.....	73	Figura 117: Prato Raso Close.....	131
Figura 69: Faixa Etária dos Entrevistados da Pesquisa de Campo.....	74	Figura 118: Prato Raso Jantar.....	132
Figura 70: Renda em Casa dos Entrevistados da Pesquisa de Campo.....	75	Figura 119: Prato Raso Superior.....	134
Figura 71: Importância do Material para Pratos.....	75	Figura 120: Azeite Detalhe.....	135
Figura 72: Atributos para um Novo Prato.....	76	Tabela 1: Análise Sincrônica.....	69
Figura 73: Materiais Preferidos pelos Entrevistados em Pratos.....	76	Tabela 2: Pannel de Requite.....	89
Figura 74: Persona Luíza.....	79	Tabela 3: Pannel de Minimalismo.....	90
Figura 75: Mapa de Empatia de Luíza.....	80	Tabela 4: Pannel de Vida Saudável.....	91
Figura 76: Banco de imagens do estilo de vida de Luíza.....	81	Tabela 5: Pannel de Leveza.....	92
Figura 77: Persona Júlia.....	82	Tabela 6: Pannel de Usabilidade.....	93
Figura 78: Mapa de Empatia de Júlia.....	83	Tabela 7: Requisitos de Projeto.....	94
Figura 79: Banco de imagens do estilo de vida de Júlia.....	84	Tabela 8: Matriz de Decisão.....	109
Figura 80: Persona Paulo.....	85		
Figura 81: Mapa de Empatia de Paulo.....	86		
Figura 82: Banco de imagens do estilo de vida de Paulo.....	87		
Figura 83: Banco de imagens do conceito Requite.....	89		
Figura 84: Banco de imagens do conceito Minimalismo.....	90		
Figura 85: Banco de imagens do conceito Vida Saudável.....	91		
Figura 86: Banco de imagens do conceito Leveza.....	92		
Figura 87: Banco de imagens do conceito Usabilidade.....	93		
Figura 88: Banco de imagens do estilo de vida de Luíza.....	97		
Figura 89: Sketches da proposta 1, TEXTURA.....	98		
Figura 90: Sketches da proposta 2, ELEVATION.....	99		
Figura 91: Sketches da proposta 1, MELTED.....	100		

SUMÁRIO

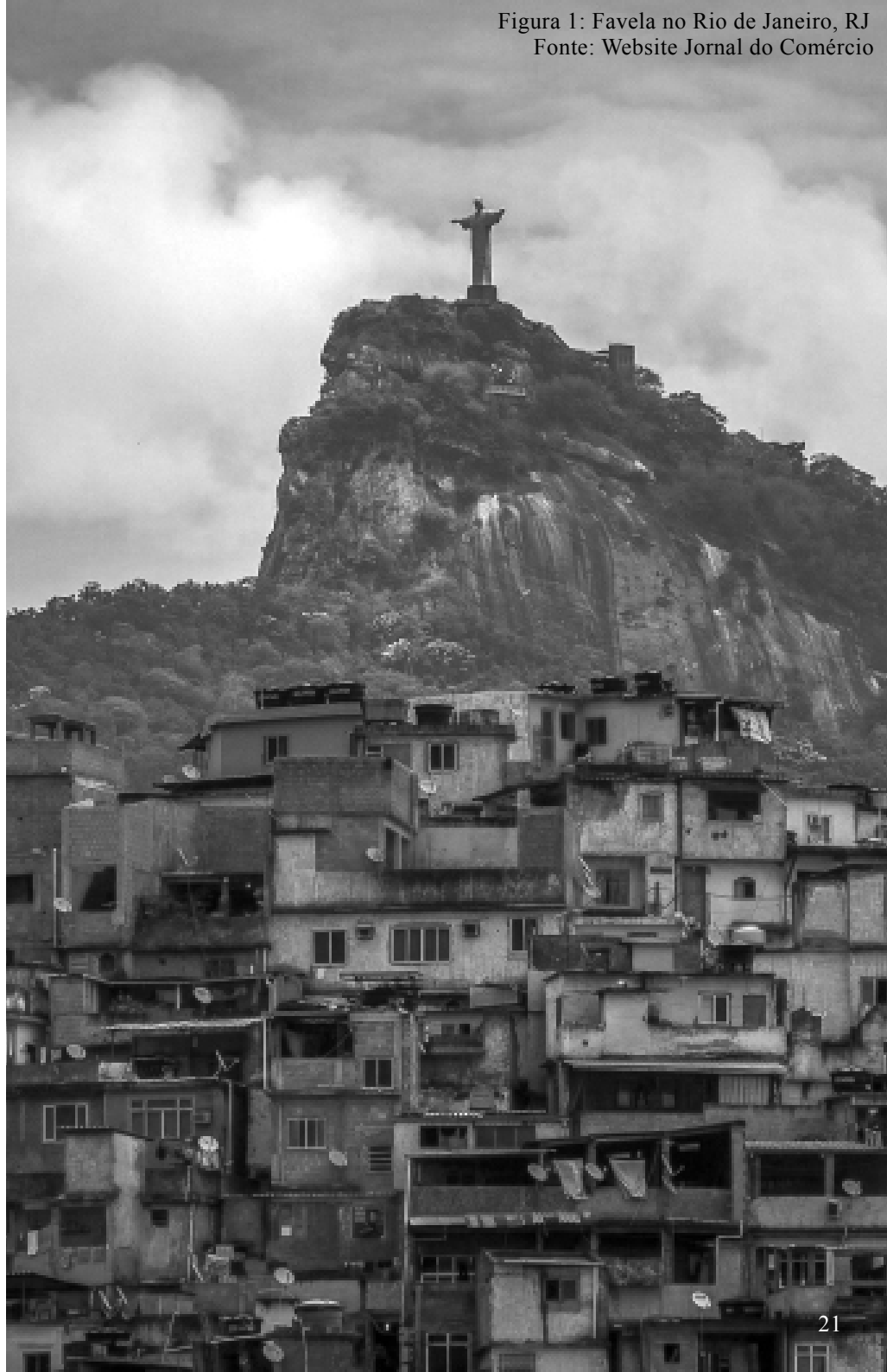
1. PROBLEMATIZAÇÃO.....	21
1.1 Déficit Habitacional no Brasil.....	21
1.2 Programas Governamentais.....	26
1.2.1 SFH (Sistema Financeiro da Habitação) e BNH (Banco Nacional da Habitação).....	26
1.2.2 Caixa Econômica Federal: Programa Minha Casa Minha Vida (PMCMV).....	28
2. ARTEFATOS RESIDENCIAIS.....	34
3. OBJETIVOS GERAIS.....	40
3.1 Objetivo Geral.....	40
3.2 Objetivos Específicos.....	42
4. DESIGN DE PRODUTO: ARTEFATO PRATO	44
4.1 Análise Diacrônica.....	49
4.2 Análise Sincrônica.....	58
5. PÚBLICO ALVO.....	70
5.1 Personas.....	78
5.2 Paineis de Conceito.....	88
6. REQUISITOS DE PROJETO.....	94
7. PROPOSTA DE PRATO.....	96
7.1 Sketches.....	96
7.2 Matriz de Decisão.....	107
7.3 Proposta Escolhida: Ruínas.....	110
7.4 Prototipação.....	118
8. CONCLUSÃO.....	136
9. BIBLIOGRAFIA.....	138

1. PROBLEMATIZAÇÃO

1.1 Déficit Habitacional no Brasil

Segundo Ferreira (2011), denomina-se déficit habitacional quando, em uma determinada região há indivíduos sem moradia adequada. Estas podem ser identificadas por serem construídas com materiais não duráveis, coabitação, quantidade de pessoas excessivas ou mesmo quando não foi planejada e construída para habitação. Além dos tipos de construção pode-se somar problemas urbanos como violência, poluição, trânsito e deficiência nos serviços das cidades para caracterizar habitações como inadequadas. Ainda segundo Ferreira (2011), o déficit habitacional teve início na Inglaterra, causa da primeira Revolução Industrial, onde os problemas com moradia seriam resolvidos aos poucos, e apenas na segunda Revolução esse déficit iria diminuir. Já no Brasil, surgiu quando os camponeses começaram a ir para a cidade e também com a libertação dos escravos dos latifúndios que, sem ter para onde ir, encontraram nos morros e cortiços oportunidades atraentes de moradia. Gerando assim grande desigualdade social e distanciando o cidadão comum do direito a uma moradia adequada.

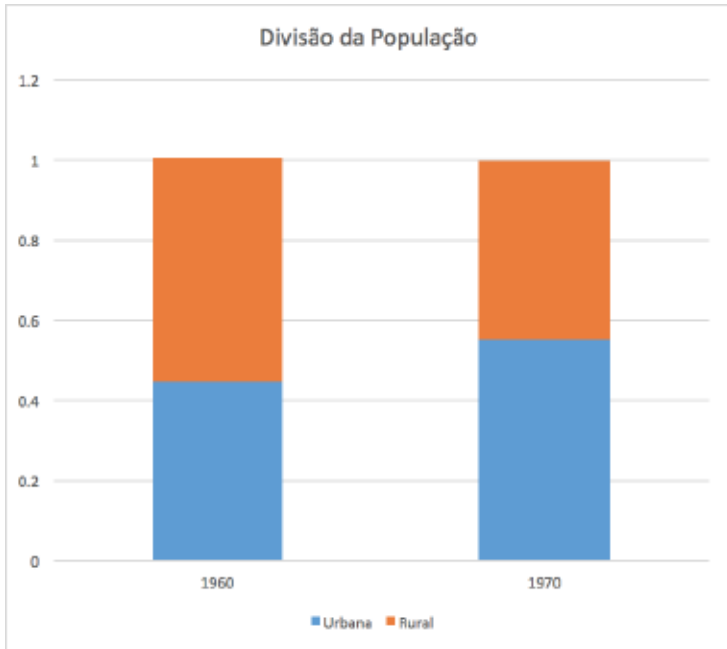
Para entender o porquê e proporção deste problema no Brasil, precisa-se traçar ao longo dos anos passados até o presente momento e não apenas nos motivos iniciais. Nota-se um crescente adensamento nos centros de comércio regionais (Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre, Recife e Belo Horizonte) por conta do crescente fluxo migratório de ex-escravos e migrantes em resultado do aumento da produção das fazendas de propriedade da oligarquia nacional (café, cacau, açúcar, etc.) e da progressiva precariedade nos serviços públicos (sistema viário, infra-estrutural, equipamentos de educação, saúde e habitação). (NASCIMENTO, BRAGA, 2009).



Segundo Albuquerque (2006), no início, em causa da industrialização e urbanização, surgiu uma grande pobreza urbana junto de doenças e epidemias que até então não eram problemas das cidades. Com isso, a virada do século XX foi marcada por movimentos sociais que, além de formas de auxílio mútuo, reivindicava maior proteção social por parte do estado, caracterizando assim, ideias socialistas. Buscava-se maneiras de diminuir a desigualdade nas cidades e dar melhores condições àqueles que antes estavam presos aos seus senhores que lhes fornecia abrigo e comida, ainda que em condições ruins. Resultado do adensamento populacional nas cidades, os alojamentos - construções provisórias em áreas ainda não ocupadas, de propriedade privada ou pública - em comum eram considerados “verdadeiros focos de insalubridade e de corrupção FÍSICA e moral” (“As casas de villa”, Revista A Casa, 1928 apud NASCIMENTO, BRAGA, 2009). Com isso, aconteceram de um lado, ações de limpeza física (demolição de casas coletivas, saneamento de portos, imunização de massas) e do outro, ações de limpeza social (afastamento dos pobres para as marginais, campanhas educativas sobre novos costumes sociais, fiscalização sanitária e isolamento de doentes). Transformando as comunidades em lugares para “os desprovidos da sorte, os párias, os infelizes que não dispõem de recursos para desfructar vida melhor”, conforme o artigo “As favellas vão desaparecer”, ao abrigarem o fluxo migratório (Revista A Casa, 1927 apud NASCIMENTO, BRAGA, 2009)

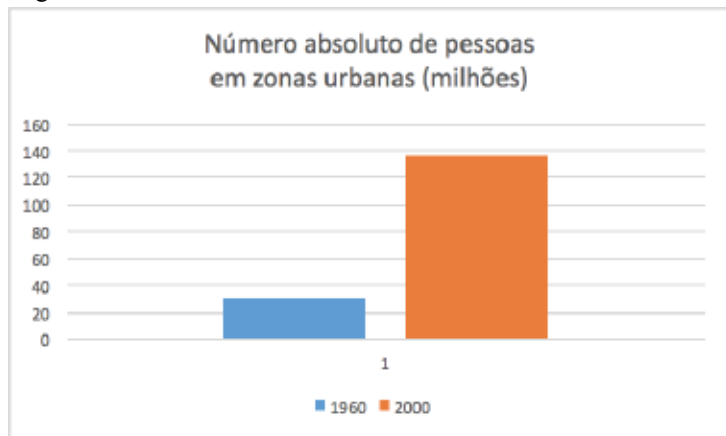
Para analisar o crescente deficit habitacional das cidades, é preciso olhar para a relação entre o aumento populacional e a expansão econômica das cidades. Segundo Nascimento, Braga (2009) durante o primeiro governo de Vargas (1930-1945), deu-se os primeiros passos para uma mudança na economia do país. Ainda durante a “segunda República”, era Vargas, acentuou-se a urbanização e a industrialização. Fortemente controlada pelo estado, a organização sindical, gerou termos chamados de “cidadania regulada” pois os direitos, sociais e trabalhistas, eram reconhecidos para apenas uma parcela muito pequena dos trabalhadores. Com benefícios do surgimento de Institutos para assistência médica e projetos habitacionais para este pequeno grupo. Isso fez com que a imensa maioria dos trabalhadores, informais, urbanos e rurais, permanece-se sempre as margens dos direitos e garantias e a mercê das políticas repressoras (ALBUQUERQUE, 2006). A urbanização pela qual passou a sociedade brasileira, que se deu de maneira imensa e rápida, foi uma das principais questões do país no século XX. Na figura 2, vemos a distribuição populacional entre a área urbana e rural nas décadas de 1960 e 1970 onde 1 é o total da população, já na figura 3, temos, em números absolutos, as pessoas que moravam em zonas urbanas no Brasil em 1960 e 2000, mostrando também o crescimento populacional enorme pelo qual passou o país. (CYMBALISTA, MOREIRA, 2006)

Figura 2: Divisão da População Rural e Urbana em 1960 e 1970



Fonte: o autor

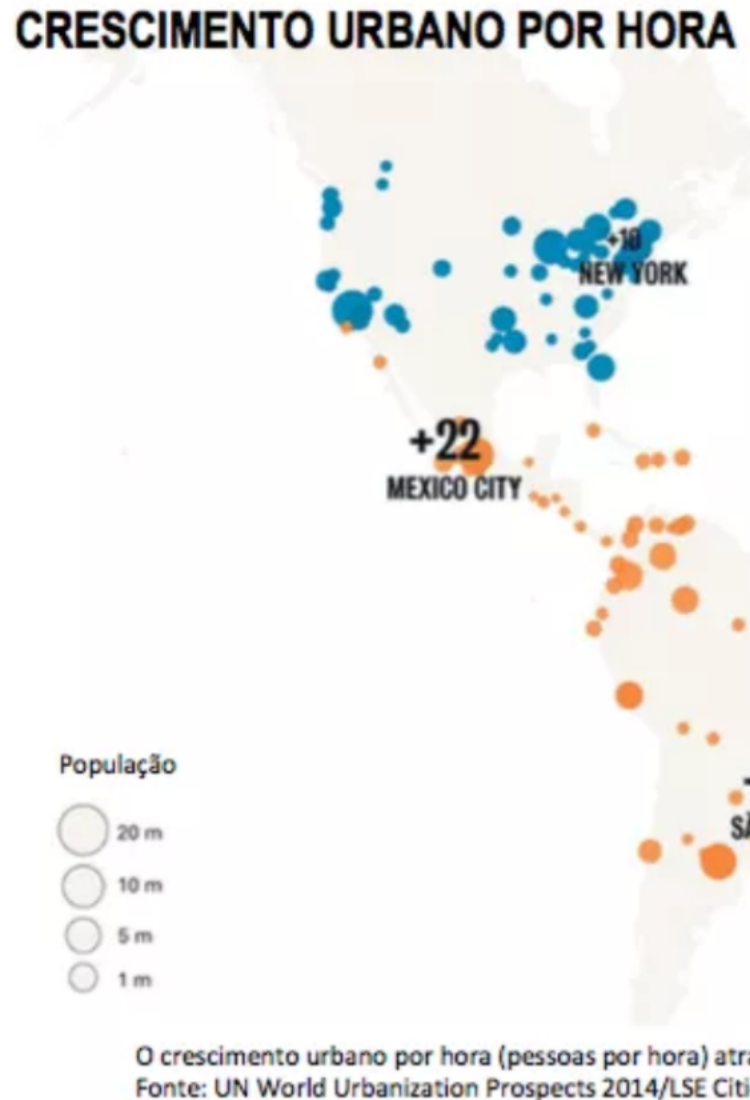
Figura 3: Pessoas em zonas urbanas em 1960 e 2000



Fonte: o autor

"Nos anos 1960, o déficit habitacional foi mensurado em 1,2 milhão ("Idéias e programas em favor da habitação econômica", *Habitat*, 1956), passando por 3 milhões de casas ("III Congresso Interamericano da Indústria de Construção", *Arquitetura e Engenharia*, 1962, n.64, p.41-42), 5 milhões de unidades ("Habitação popular", *Arquitetura IAB*, 1963, n.13, p.42-44), chegando até 6 ou 7 milhões ("Ainda a re-

Figura 4: Crescimento Urbano Mundial por Hora, fonte na imagem.



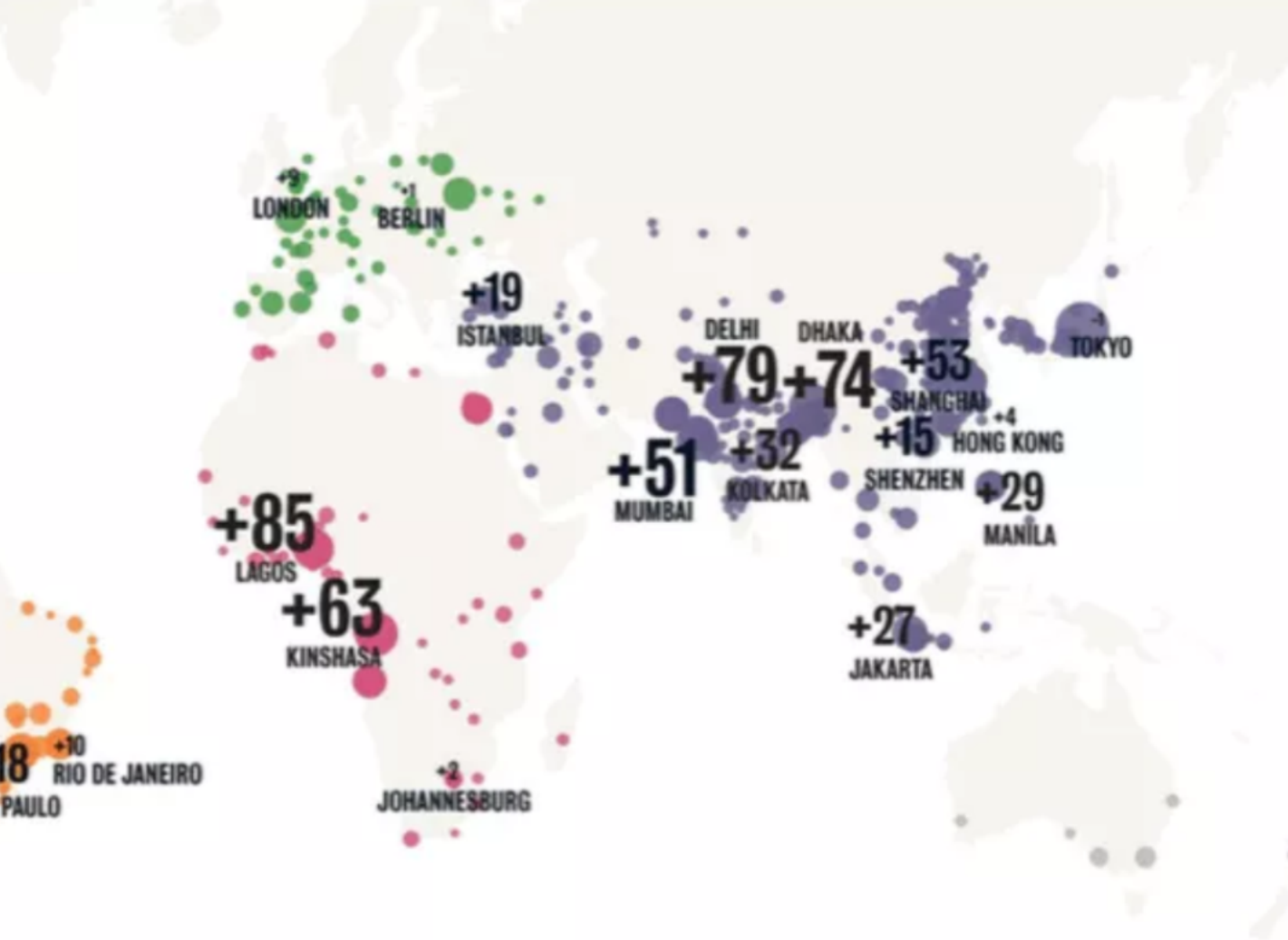
forma habitacional”, *Arquitetura IAB, 1964, n.23, p.2*.)” Ao ver estes números, percebe-se que, metodologicamente, as estatísticas não são precisas, bem como, completas. Pode-se dizer que, as primeiras tentativas de mensurar a população atingida pela crise de moradias apresentavam grande dificuldade para expressar um número real de quantidade e também como se espalhava pelo território brasileiro. (NASCIMENTO, BRAGA, 2009, p. 6).

Coincidindo com o término de uma expansão acelerada da economia brasileira, a urbanização frenética, mostrou um significado diferente nos territórios das cidades. Nos maiores centros urbanos, caracterizaram-se com as maiores extensões e densidades, a exemplo dos super-adensados cortiços nos centros além de urbanizações mais afastadas de loteamentos irregulares e proibidos, sem infra-estrutura e serviços públicos (CYMBALISTA, MOREIRA, 2006). A solução encontrada pelo incorporador imobiliário dos empreendimentos para venda foram os espaços mínimos (kitnetes) somados aos espaços compartilhados de serviços, de lazer e de comércio. Isso alinhado aos preceitos de que seriam seriadas, rápidas, econômicas e articuladas com outras funções além de ‘morar’. Evidencia-se que, para os investidores e projetistas, o foco era, não outro além de lucro. (ROSSETTO, 2002, p.41). (NASCIMENTO, BRAGA, 2009, p. 6).

Mostrou-se assim que o objetivo das iniciativas públicas não foi atender à demanda habitacional, e sim “criar uma perspectiva de superação da problemática habitacional para contrapor às reivindicações trabalhistas [...] e contribuir para a expansão do setor de construção habitacional” (FARAH apud NOGUEIRA, 2005) e geração de lucro. Foi alertado então, pelo IAB (Instituto dos Arquitetos Brasileiros), que a demanda habitacional, não poderia exclusivamente depender da iniciativa privada, e sim deveria ter participação estatal, pois estes, agiam a base do lucro. (“O problema da habitação no Brasil”, *Arquitetura IAB, 1963, n.10, p.10-12*). (NASCIMENTO, BRAGA, 2009, p. 6).

Vale lembrar que o problema de déficit habitacional não é um problema brasileiro, mas sim global. De acordo com o World Resource Institute Ross Center for Sustainable Cities (Instituto Mundial de Recursos Ross Center para Cidades Sustentáveis) (2017) 1,2 bilhão de pessoas no mundo não tem acesso a moradias seguras e acessíveis. Número que, segundo a previsão do Instituto, pode crescer para 1,6 bilhão até 2025 caso não sejam tomadas medidas imediatas para evitar essa situação. Estima-se também, que, até 2050, terá mais 2,5 bilhão de pessoas morando em áreas urbanas pelo mundo, sendo a maior parte na Ásia e África.

O crescimento desenfreado em todo mundo, gera diversos problemas além do déficit habitacional. Principalmente quando falamos de longos prazos, onde, os insumos e recursos naturais essenciais não serão suficientes para todas as pessoas. Hoje, já encontramos exemplos de políticas públicas para controle do crescimento, como restrição do número de filhos por casal, na China, e especificamente em Xangai e Pequim, o governo chinês decretou o limite de 25 e 23 milhões de moradores nas cidades, respectivamente, o que, segundo o Diário de Notícias (2017), levou a diversas expulsões e fechamentos de negócios. Outros países que



ões de uma combinação do crescimento natural interno com migração em selecionadas cidades do mundo.

também vem sofrendo com o alto adensamento populacional são a Índia, Japão, Coreia do Sul e Singapura.

Estudos mostram que a crise não afeta apenas as cidades grandes e ricas do mundo avançado. Seu pior é demonstrado nas cidades com rápida urbanização do mundo em desenvolvimento, onde há muito mais pessoas em moradias precárias. Nesse contexto, do crescimento de demanda habitacional e do deficit apresentado pelo setor, o estado inicia uma série de programas a fim de minimizar e/ou mesmo mitigar tal problema nacional.

O crescimento desenfreado em todo mundo, gera diversos problemas além do deficit habitacional. Principalmente quando falamos de longos prazos, onde, os insumos e recursos naturais essenciais não serão suficientes para todas as pessoas. Hoje, já encontramos exemplos de políticas públicas para controle do crescimento, como restrição do número de filhos por casal, na China, e especificamente em Xangai e Pequim, o governo chinês decretou o limite de 25 e 23 milhões de moradores nas cidades, respectivamente, o que, segundo o Diário de Notícias, levou a diversas expulsões e fechamentos de negócios. Outros países que

também vem sofrendo com o alto adensamento populacional são a Índia, Japão, Coreia do Sul e Singapura (InBS, 2017).

Estudos mostram que a crise não afeta apenas as cidades grandes e ricas do mundo avançado. Seu pior é demonstrado nas cidades com rápida urbanização do mundo em desenvolvimento, onde há muito mais pessoas em moradias precárias. Nesse contexto, do crescimento de demanda habitacional e do déficit apresentado pelo setor, o estado inicia uma série de programas a fim de minimizar e/ou mesmo mitigar tal problema nacional (InBS, 2017).

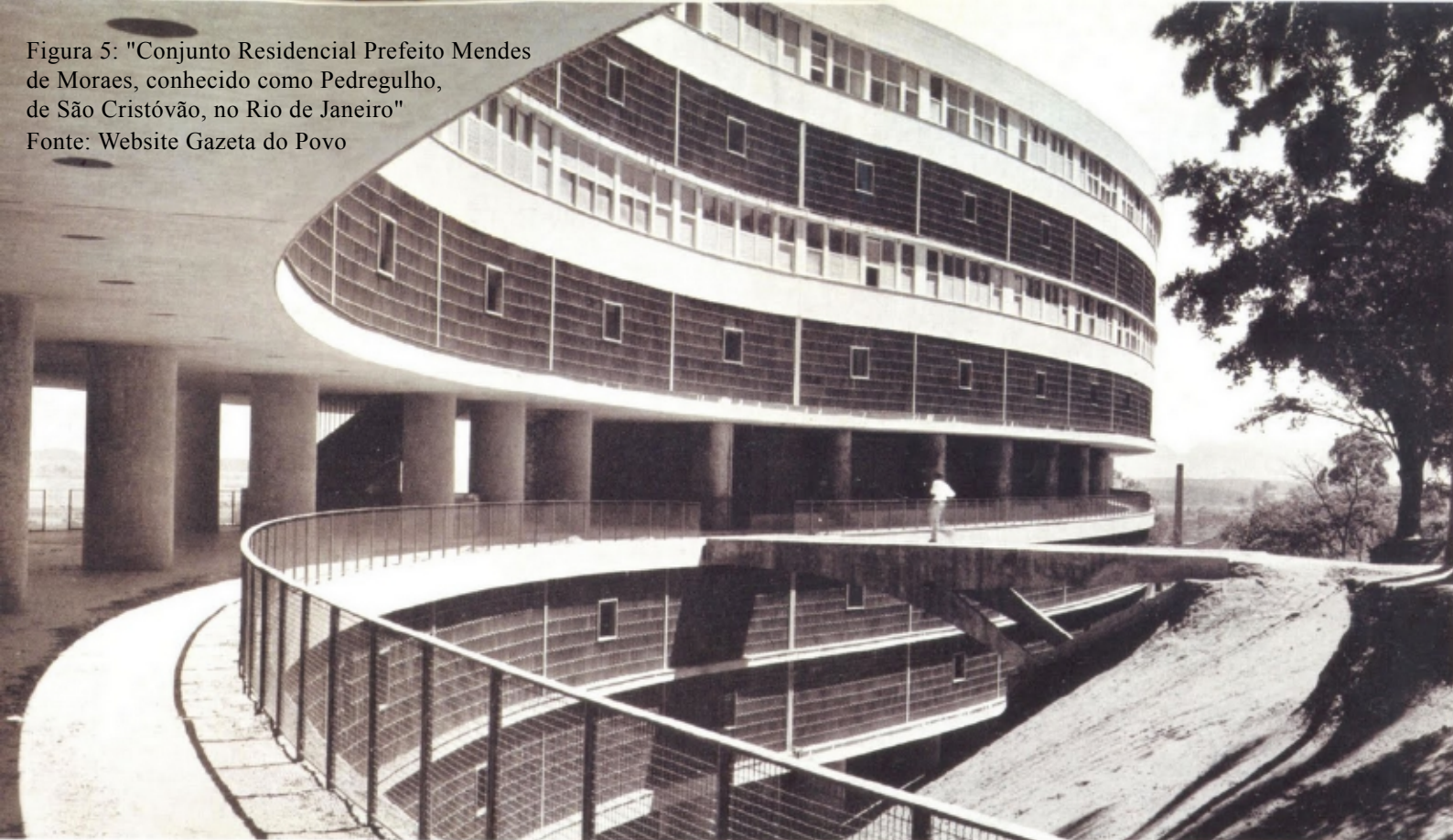
1.2 Programas Governamentais

1.2.1 SFH (Sistema Financeiro da Habitação) e BNH (Banco Nacional da Habitação)

Em 1964, Com O intuito de reduzir o déficit habitacional no Brasil, foi criado o Sistema Financeiro de Habitação (SFH), onde, em sua primeira fase, Criou-se o BNH (Banco Nacional da Habitação), com sede em Brasília-DF. (OLIVEIRA, Caminhos da Geografia, v. 15, n. 50, p.36-50, 2014). Este programa, tinha como objetivo, uso da arrecadação do Sistema Brasileiro de Poupança e Empréstimos (SBPE), que era o conjunto da captação das letras imobiliárias e cadernetas de poupança; e a partir de 1967, o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) (OLIVEIRA, Caminhos da Geografia, v. 15, n. 50, p.36-50, 2014). A principal característica e diferença para as até então políticas implantadas era pela articulação entre setor público, principal financiador, e o setor privado, executor da política habitacional. Era essa sua inovação “introdução do sistema de correção monetária nos financiamentos habitacionais, como mecanismo de compensação inflacionária” (VALLADARES, 1983, p.39) (OLIVEIRA, Caminhos da Geografia, v. 15, n. 50, p.36-50, 2014)

Figura 5: "Conjunto Residencial Prefeito Mendes de Moraes, conhecido como Pedregulho, de São Cristóvão, no Rio de Janeiro"

Fonte: Website Gazeta do Povo



O BNH, buscou atender a população de tal maneira que, pelas COHABs (companhias de habitação EM nível municipal E/ou estadual) seria atendido o segmento popular (renda até 3 salários mínimos, posteriormente até 5 salários), pelas cooperativas habitacionais (associações sem fins lucrativos que se formam a partir de categorias profissionais e são intermediárias entre os mutuários e o BNH) o segmento econômico (renda familiar de 3 a 6 salários mínimos, posteriormente ampliada. Já o segmento médio (renda acima de 6 salários mínimos) seria atendido principalmente pelos "agentes privados (Sociedades de Crédito Imobiliário, Associações de Poupança e Empréstimo) que formam o Sistema Brasileiro de Poupança e Empréstimo e atendem à chamada classe média e também seus setores de construção de luxo, que formariam o segmento superior" (VÉRAS, BONDUKI, 1986) (OLIVEIRA, Caminhos da Geografia, v. 15, n. 50, p.36-50, 2014).

No período correspondente a 1967-1971, denominada a segunda fase, o BNH começou a atuar como um banco de primeira linha - de grande

porte, como Itaú, Banco do Brasil, Santander, etc. nos dias atuais - ampliando suas funções e privilegiando os financiamentos voltados para maiores rendas (VALLADARES, 1983, p.41), teve seus recursos ampliados, virou o gestor do FGTS (Fundo de Garantia do Tempo de Serviço) e também começou a desempenhar novas funções como cuidar do desenvolvimento urbano e dos projetos de saneamento (VÉRAS, BONDUKI, 1986, p.50) (OLIVEIRA, Caminhos da Geografia, v. 15, n. 50, p.36-50, 2014)

A terceira fase, que segue até 1979, destaca-se o investimento no desenvolvimento urbano, ao invés de nas habitações e diferença em como seriam divididos os investimentos. Para o segmento popular, "lotes providos de água, luz, esgoto e uma unidade de tipo embrião (a ser concluída através da autoconstrução)" (VALLADARES, 1983, p.42), e nas unidades que já estavam prontas, foram privilegiadas "as famílias de alta renda através dos programas Recon e SBPE, que até 1974 reuniram 50,2% do total de unidades habitacionais financiadas pelo BNH" (idem) (OLIVEIRA, Caminhos da Geografia, v. 15, n. 50, p.36-50, 2014)

Segundo Bonduki, em 1982, acentuou-se e vem ao público a crise do SFH: com altos índices de desemprego, alta inadimplência”. Surgiu então, por parte da sociedade e quadro interno da instituição, uma reavaliação dessa política empregada pelo BNH. Com apenas 33,6% das unidades habitacionais destinadas aos setores populares, diz-se que o desempenho social do BNH foi muito fraco. Após feito o balanço da atuação do BNH viu-se que a população com ganhos de até três salários mínimos teve acesso a apenas 6% das unidades habitacionais totais. “Essa política teve um caráter ‘redistributivo às avessas’ (RIBEIRO & AZEVEDO, 1996, apud CYMBALISTA, MOREIRA, 2006).

1.2.2 Caixa Econômica Federal: Programa Minha Casa Minha Vida (PMCMV)

Com o fim do BNH, a Caixa Econômica Federal continuou com as políticas de habitação nos mesmos moldes previstos de 1964 até 1986. (FARIA, CASTRO, 1989, p.16)(NASCIMENTO, BRAGA, 2009,p. 106). Nos dias atuais, há diversos programas de habitação, financiamento e urbanização oferecidos pela Caixa. São eles CC FGTS - Operações Coletivas, Habitar Brasil/BID, Programa de Infra-estrutura e Serviços de Reforma Agrária, Pró-Moradia, Programa Morar Melhor, Urbanização e Regularização e Integração de Assentamentos Precários e, finalmente, o Programa Minha Casa, Minha Vida, atualmente em atividade no país. Todos esses programas são relacionados a melhora, financiamento e construção das moradias, infraestrutura dos bairros e ações para geração de renda (CAIXA ECONÔMICA FEDERAL, 2018).

O Programa Minha Casa Minha Vida, surgiu em 2009, em proposta de solução a uma pesquisa feita pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) em 2008. Esta foi a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), que apurou um déficit habitacional de 7,9 milhões de moradias, 21% da população brasileira da época (SOUZA, 2017).

Foi instaurado com o intuito de condicionar o acesso a moradia própria ao cidadão brasileiro tanto em áreas urbanas quanto em rurais., com condições especiais de financiamento (SOUZA, 2017) através da CEF (Caixa Econômica Federal) e do Banco do Brasil (BB).

Segundo o site Saiba Seus Direitos, para conseguir se manter durante os últimos 9 anos, o programa fez parcerias com entes federativos da união (Distrito Federal, Estados e Municípios), já citados, que estabeleceram termos próprios para adesão do programa. Por fim, temos o Ministério das Cidades, que desempenha o papel fundamental de avaliar a o resultado do programa, estabelecer as regras, diretrizes e condições e distribuição dos recursos para o Programa, e os Ministérios do Planejamento, Orçamento e Gestão e da Fazenda, que trabalham, ano a ano revisando as regras relativas e a renda dos beneficiários para o financiamento do programa.

O Programa passou por duas fases iniciais para chegar em sua estrutura atual. A primeira fase, correspondente ao início do programa em 2009, tinha como objetivo 1 milhão de habitações., Foram contempladas apenas 3 faixas de ganho inicialmente, com renda bruta mensal máxima de até 5 mil reais. Já a segunda fase, iniciada em 2011, teve como meta a construção de 2 milhões de moradias e apresentou as faixas de contemplados com a mesma renda bruta máxima, apenas com algumas atualizações de ganho nas 3 faixas. (SIENGE, 2017)

Segundo o site www.saibaseusdireitos.org, o público alvo do PMCMV está dividido em 4 faixas de ganho mensal em sua terceira e atual fase. e seu financiamento também muda de acordo com os ganhos das famílias, como pode ser observado na figura 6.

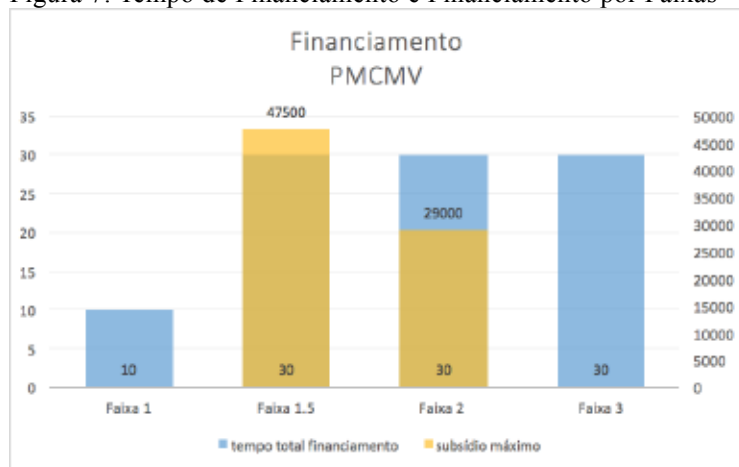
Figura 6: Intervalo de Renda em Reais por Faixa do PMCV



Fonte: o autor

Cada faixa do PMCMV, possui condições diferentes para os financiamentos, podendo ou não ter algum tipo de subsídio como pode ser observado na figura 7. Assim como há diferentes condições de financiamento para cada faixa, os valores máximos que podem ser financiados variam de acordo com a faixa e a localidade, e podem ser observados na figura 8. Além disso, os juros podem variar entre 5,5% e 9,16% dependendo do ganho mensal da família.

Figura 7: Tempo de Financiamento e Financiamento por Faixas



Fonte: o autor

Figura 8: Valores Máximos dos Imóveis para Financiamento por Localidade

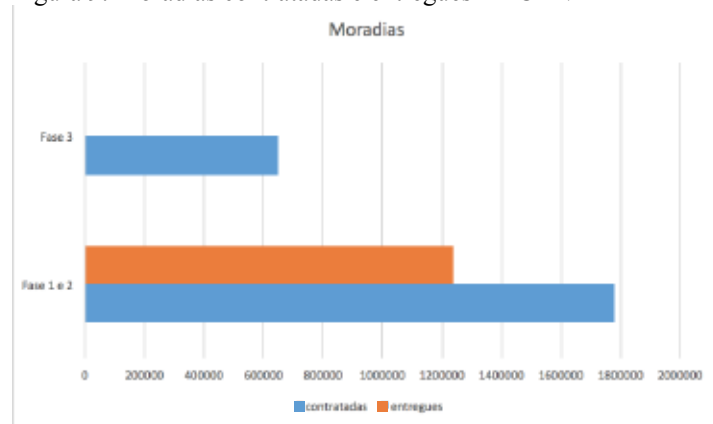
	DF, RJ E SP	SUL, ES E MG	CENTRO- OESTE	NORTE E NORDESTE
Capitais classificadas pelo IBGE como metrópoles	225.000	200.000	180.000	180.000
Demais capitais estaduais, municípios de regiões metropolitanas* a partir de 100 mil habitantes, capitais regionais, classificadas pelo IBGE, com população a partir de 250 mil habitantes	215.000	180.000	170.000	170.000
Municípios com população igual ou maior que 250 mil habitantes e municípios de regiões metropolitanas* até 100 mil moradores e capitais regionais com menos de 250 mil habitantes	170.000	160.000	155.000	150.000
Municípios com população maior ou igual a 50 mil habitantes e menor que 250 mil habitantes	135.000	130.000	125.000	120.000
Municípios com população entre 20 e 50 mil habitantes	105.000	100.000	100.000	95.000
Demais municípios	90.000	90.000	90.000	90.000

Fonte: SIENGE, 2017

Os imóveis contemplados pelo programa são divididos em 3 tipos, casas populares, apartamento e kitnetes. São imóveis unifamiliares, sujeitas a matrícula no INSS e com até 70 metros quadrados para casas, unidades habitacionais plurifamiliares, que podem ser edifícios ou conjuntos habitacionais, mais comuns em grandes cidades, para apartamentos e apartamentos de três cômodos - sala/quarto, cozinha/área-de-serviço e banheiro - considerada boa alternativa para jovens e mais baratos de manter que apartamentos para kitnetes. Além do financiamento e construção de imóveis na zona urbana, é possível obter o benefício sendo um ruralista, o PNRH, Programa Nacional de Habitação Rural. É destinado para famílias que tem seu rendimento anual entre quinze mil e sessenta mil reais, como pescadores artesanais, extrativistas, aquicultores, maricultores, piscicultores, comunidades quilombolas e povos indígenas, que também são considerados agricultores. Contudo, tal habitação rural não é o foco da análise deste projeto (SIENGE, 2017). Segundo o site Saiba Seus Direitos (2019), para conseguir se manter durante os últimos 9 anos, o programa fez parcerias com entes federativos da união (Distrito Federal, Estados e Municípios), já citados, que estabeleceram termos próprios para adesão do programa. Por fim, temos o Ministério das Cidades, que desempenha o papel fundamental de avaliar a o resultado do programa, estabelecer as regras, diretrizes e condições e distribuição dos recursos para o Programa, e os Ministérios do Planejamento, Orçamento e Gestão e da Fazenda,

que trabalham, ano a ano revisando as regras relativas e a renda dos beneficiários para o financiamento do programa. Na imagem 9, podemos observar a demanda de moradias criada pelo governo bem como as entregas ao longo do Programa. Para as novas contratações, da sua terceira fase, o divisão se dá como na imagem 10.

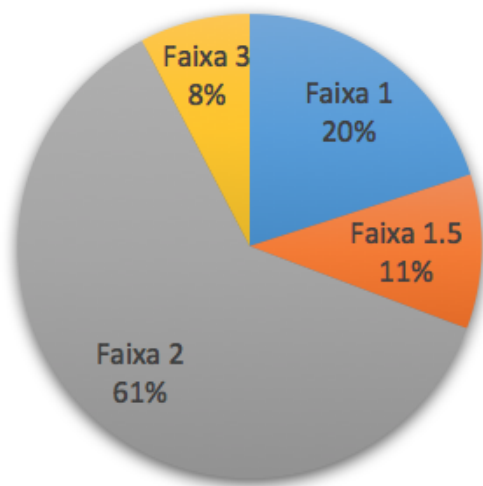
Figura 9: Moradias contratadas e entregues PMCMV



Fonte: o autor

Figura 10: Moradias da Fase 3, Divisão por Faixa de Renda

Divisão de Moradias da Fase 3

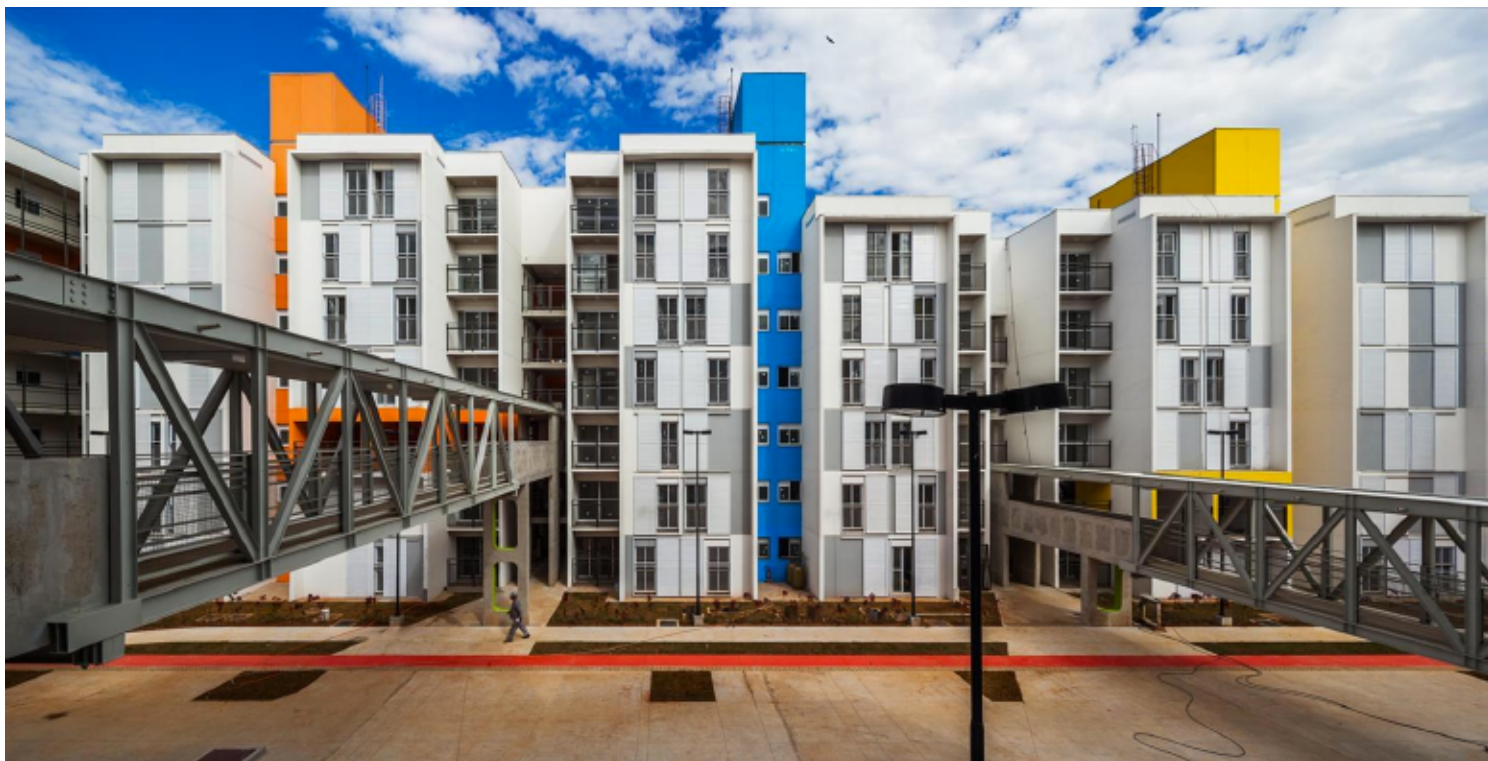


■ Faixa 1 ■ Faixa 1.5 ■ Faixa 2 ■ Faixa 3

Fonte: o autor

Com um total de 600 mil moradias, divididas de acordo com o gráfico 10, as faixas 1, 1.5 e 2 serão as maiores beneficiadas na 3 e atual fase do Programa Minha Casa Minha Vida (SENADO NOTÍCIAS, 2018). Tendo isso em mente, o público alvo escolhido para o desenvolvimento deste projeto são as famílias que têm sua renda bruta mensal de até R\$4.000,00, e terão necessidade em quantidade de preencher essas residências com artefatos, mobiliários, eletrônicos etc.

Figura 11: Conjunto Habitacional Higienópolis do escritório Biselli Katchborian Arquitetos Associados



Fonte: Website Galeria da Arquitetura, foto Nelson Kon

*“Enquanto uma janela abre para a direita, a outra abre para esquerda;
elas se movimentam de tal forma que nunca ficam iguais, abertas ou fechadas,
criando a cada dia ou noite uma nova fachada”*

Mario Biselli

2. ARTEFATOS RESIDENCIAIS

Artefatos, objetos, peças, utensílios, instrumentos, produtos, artes, esculturas. Todos estes representam um universo que une cultura, design, arte, experiências e outras situações que podem ser vistas dentro dos espaços públicos e privados. Mas, onde surgiu a necessidade de alocar objetos pelo espaço? Qual a importância em decorar, e por que o design e o desenvolvimento de produtos pode ajudar na experiência das pessoas nos ambientes? Para entender mais sobre o assunto, precisa-se fazer uma breve análise histórica sobre o assunto.

Em termos históricos, começa-se ter uma preocupação com objetos decorativos ou essenciais apenas quando começam surgir as casas, templos, palácios ou qualquer outro tipo de edificação. Pode-se desconsiderar os povos nômades, dos quais descendemos, justamente por não viver em um ambiente fixo, não tendo a preocupação de guardar ou confeccionar objetos.

Segundo Moraes (1998), a primeira, e mais conhecida acepção, decorar significa embelezar. O que pode, muito bem, ser observado na cadeira e escabelo descoberta na tumba de Tutankhamun, figura 12. A grande preocupação em ornamentar objetos, muitas vezes relatando grandes feitos ou tragédias da humanidade. O que nestes casos, tem papel fundamental para entendimento da história humana.

Figura 12: Réplica da Cadeira
Encontrada na
Tumba de Tutankhamon,
Faraó do Egito
entre 1.341a.C. - 1.323a.C.



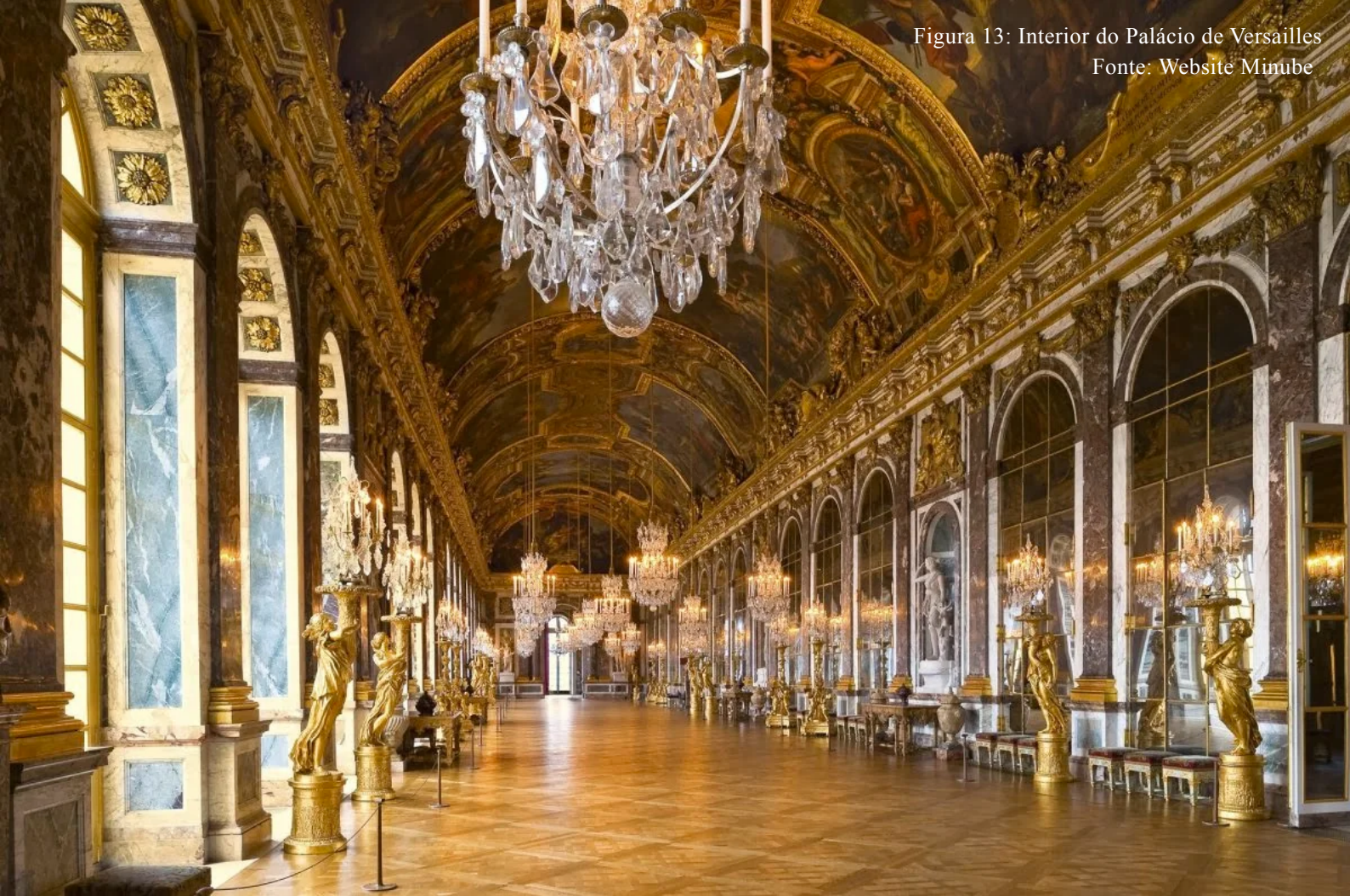
Ainda segundo Moraes (1998), avançando um pouco na história, após o Renascimento, com os Reis Luíses da França XIV, XV e XVI, mas principalmente com o Rei Luís XIV, construtor do Palácio de Versailles, figura 13. Onde, graças aos esforços deles, o significado de decorar alterava-se para tentar equilibrar e harmonizar um conjunto de peças, cores, objetos, obras de arte, etc., com formas e texturas diversas, concebidas quase sempre em diferentes contextos históricos dentro de um determinado espaço, enfim no caso da decoração de interiores, tendo por finalidade dar conforto e prazer a quem utiliza o ambiente. Algo muito difícil, dadas as rápidas mudanças no mundo. Posteriormente, no século XIX, vê-se a necessidade de tornar os objetos algo para as classes menos favorecidas. Mas apenas no século XX, conseguiu-se que a decoração se tornasse algo em massa, uma verdadeira necessidade. Por assim dizer, a decoração, se viu uma necessidade ao longo dos anos, aumentando cada vez mais os produtos ofertados em acordo o que o mundo precisava. Conforme avançamos, surgem novas tecnologias e materiais para confecção de novos produtos, que por sua vez, tem de acompanhar as tendências de mercado (MORAES, 1998). No Brasil, há registro da decoração das casas das famílias mais abastadas passarem a ser algo com alguma inovação apenas no século XIX, após o período colonial. Os interiores sóbrios e simples foram substituídos por "tendências de grande valorização decorativa", como naquela época, papeis de paredes. Os cômodos, agora, visavam algum conforto e ordenação formal, algo impensável e incomum até então.

A busca era reproduzir as residências e estilos europeus, tanto dentro, quanto fora das residências (REIS FILHO, 2002 apud ARAÚJO, 2017, p.32).

Após o crescente investimento em infraestrutura como ferrovias no eixo Centro-Sul brasileiro, possibilitou-se, após 1870, a implantação de novas técnicas construtivas e tecnológicas nas residências. As casas agora eram de tijolos, aparentes ou revestidos, que possibilitavam uma construção mais precisa, sistemas de água e esgoto nas cidades e iluminação a gás. Esta, trouxe um grande aneio em incorporar as luminárias nos projetos arquitetônicos com arandelas e abajures por toda parte, "globos, mangas de cristal ou vidros coloridos tornaram-se um traço contante na arquitetura de interiores" (REIS FILHO, 2002 apud ARAÚJO, 2017, p.32).

Para os seres humanos, a decoração traz conforto físico e psíquico, para que se aproveite os espaços de forma muito mais abrangente. Quando projetado de maneira coerente, ou seja, adequando-se ao máximo aos moradores, o desempenho e os benefícios do espaço são totalmente outros. Dessa maneira, através do bem estar e dos valores estéticos conquistados com a decoração melhoram muito o cotidiano dos indivíduos. (Casa Vogue, 2018)

A ligação entre as pessoas e os produtos dá-se de maneira variada. Por motivos históricos e conexões familiares, viagens, tecnologias, necessidade e muitos outros. A medida em que o tempo passa, surge um novo ciclo de produção, entre tendência, produto e mercado, que



são estimulados pela compra e desejo da população. Esta por sua vez, na era do capitalismo, estimulada sempre a comprar e possuir o que há de mais novo mercado, de acordo com sua renda, gosto e necessidade.

Atualmente, com os preços dos metros quadrados elevados, sobretudo nos grandes centros urbanos, os tamanhos das residências vêm diminuindo cada vez mais, ressaltando a importância da decoração em cada projeto. Antes, quando pensava-se em decoração, imaginava-se objetos supérfluos, sem motivo real além de gosto de se estar alocado dentro dos lares, hoje, há a necessidade de se escolher com inteligência quais e onde os objetos devem estar presentes, para geração de maior qualidade de vida além de melhorar a funcionalidade e aproveitamento de cada espaço (Viva Decora, 2016).

A decoração dos ambientes leva em conta os detalhes. São vários os fatores que podem influenciar em um determinado espaço como cores, texturas, móveis e sua disposição, os artefatos e outros. Quando o ambiente é bem planejado pode transmitir maior conforto, e, realmente ser um lugar calmo e seguro da desordem do mundo urbano, que para muitos é algo importante, além de buscar, muitas vezes, externar a personalidade dos moradores (Gramália Gonzalez Arquitetura, 2017).

Quando bem planejado, desde os objetos até a iluminação, o ambiente torna-se um verdadeiro refúgio para quem vive. Os elementos funcionam de forma harmoniosa, poupando tempo e evitando desgastes dentro de casa. Uma das principais dicas do blog é sempre preferir a qualidade em vez da quantidade, para se ter objetos mais

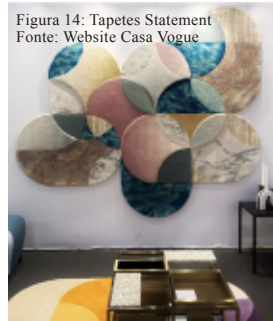


Figura 14: Tapetes Statement
Fonte: Website Casa Vogue



Figura 15: Jogo de Mesa Wabi-Sabi
Fonte: Website Designboom

duráveis, práticos e úteis e que carreguem consigo alguma função além de um design bonito, principalmente quando forem objetos menores para compor espaços (Gramália Gonzalez Arquitetura, 2017). As formas dos objetos presentes nas casas podem ser as mais variadas, dependendo da região e as tendências do ano em que foi desenvolvida, o público alvo, sua função, além de muitas outras variáveis. Segundo a Casa Vogue (2028), as tendências de 2018 foram almofadas texturizadas com altos relevos (figura 20), objetos com brilho iridescente (figura 17), que são as pinturas com várias cores, dando um efeito sereia, jardins particulares (figura 16), levando o verde das plantas para dentro de casa, o millennial pink (figura 19), usar o rosa como cor integrante das paletas das coleções de produtos, pratos e bandejas preciosos (figura 15), detalhados, que trazem elementos inesperados pro dia a dia para melhora-lo, com formas, materiais e estampas diferentes, tapetes statement (figura 14), com texturas em relevo, cores, materiais diferentes que extrapolam o visual oferecendo experiências táteis também, tramas humanas (figura 18), artesanais, naturais, high-techs e por fim veludo (figura 21).

As tendências para o design não são regras, e sim, inspirações e observações das maiores feiras e exposições mundiais do segmento. Boa parte das referências da Casa Vogue (2018), foram as tendências que apareceram no Maison & Object Paris, que é a autoridade internacional para decoração, design de interiores, arquitetura e lifestyle cultural, além de reger algumas tendências em shows, eventos e

plataformas digitais. Em 2019, a Maison & Object Paris irá ocorrer em Setembro.

É difícil dizer quais os produtos mais vendidos devido a grande variedade ofertada nas milhares de lojas físicas e online de cada segmento. Busca-se, apontar as tendências e em cima disso, quais os tipos de produtos serão os mais atuais e também buscarão ser desenvolvidos em determinado ano ou período. Para que o mercado possa continuar vendendo, tem de estar sempre se renovando e gerando novos tipos de desejo, necessidade e soluções e assim iniciando ou tornando obsoletos novos ciclos de vendas ou de produtos.

São milhares de lojas, físicas e online, do segmento de artefatos de decoração e utilidades domésticas. O desenvolvimento dos produtos encontrados nestas lojas é regido pelas tendências apresentadas nas grandes feiras, e como resultado temos novos ciclos de consumo, se renovando, se reciclando ou se mantendo no mercado. Outros fatos que influenciam nestes produtos são o desejo da população, obtido através de pesquisas, e a necessidade, obtidos, muitas vezes, através da observação.



Figura 18: Trama Humana, Marijke Van Nunen and Interiors
Fonte: Website Casa Vogue



Figura 16: Jardim Privado, Globe
Fonte: Website Richard Clarkson Studio



Figura 17: Brilho Iridescente, Géraldine Gonzalez, Ours
Fonte: Website Casa Vogue



Figura 19: Millennial Pink, bananas
Fonte: Website Houstonia Mag



Figura 21: Veludo, Fritz Hansen, Series 7
Fonte: Website FritzHansen

Figura 20: Almofadas Texturizadas, Nomes Copenhagen, Optical Cushion
Fonte: Website Monoqi



3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo Geral

Visto o alto deficit habitacional brasileiro e os investimentos governamentais que visam minimizar tal problema, potencializando a demanda crescente do programa Minha Casa Minha Vida de preencher esses novos espaços residenciais, este projeto objetiva desenvolver, por meio do design de produtos, artefatos domésticos, do tipo prato, confeccionado em argamassa.



Figura 22: Wabi-Sabi, Kintsugi Bowl

Fonte: Website HGTV

3.2 *Objetivos Específicos*

- Mapear público alvo e definir perfil;
- Desenvolver análises para definição de conceitos a serem representados nos pratos;
- Definir os requisitos do projeto;
- Desenvolver propostas de pratos;
- Confeção do modelo escolhido prioritariamente em argamassa.
- Pedido de Patente de Design para o aparelho de jantar desenvolvido

Figura 23: Wabi-Sabi, Pratos em Cobalto
Fonte: Website Design Fera





4. DESIGN DE PRODUTO: ARTEFATO PRATO

Um dos problemas encontrados na hora de projetar um condomínio para o PMCMV, é a simplicidade física que o projeto exige, para que sejam atendidas as famílias e que as construtoras também obtenham lucro. Pensando nisso, buscou-se desenvolver artefatos que melhorassem o bem estar das famílias, tornando o espaço útil da residência mais bem planejado e fácil no dia a dia.

Utilizando-se de métodos de design, visa-se com este projeto, a obtenção de um produto com custo baixo de produção e venda para que mesmo com menor renda mensal, as famílias tenham acesso a estes produtos. O projeto, está sendo desenvolvido junto a BQMIL, empresa interessada no resultado proposto para agregar valor aos condomínios do PMCMV que vem construindo no Nordeste brasileiro.

A BQMIL, empresa potiguar do ramo de construção, vem buscando novas maneiras para, através do design, agregar valor a sua marca. O produto carro chefe desenvolvido pela empresa é a argamassa, protagonista na construção dos seus condomínios destinados ao Programa Minha Casa Minha Vida e também nas vendas para o público em geral.

Junto do Núcleo LOGO UFSC (Laboratório de Orientação da Gênese Organizacional) enxergou-se a oportunidade de oferecer soluções de mobílias, externas e internas, e artefatos residenciais

destinados às moradias de baixo custo a partir do produto carro chefe da empresa. Por conta do contato que a empresa já tem com o material, seria de fácil produção, além de ser mais uma maneira de mostrar a qualidade do produto vendido e da tecnologia que a empresa tem disponível para o mercado.

A argamassa é um material muito utilizado no ramo da construção civil para assentamento de azulejos e tijolos, impermeabilização e regularização de superfícies e para acabamentos. Este material é uma mistura homogênea de agregados miúdos, que geralmente são areia, aglomerantes inorgânicos e água com ou sem aditivos, com propriedades de aderência e endurecimento que podem variar de acordo com a necessidade. (Escola Engenharia, 2019)

"A palavra "design" se origina do latim. O verbo "designare" é traduzido literalmente como determinar, mas significa mais ou menos: demonstrar de cima. O que é determinado está fixo. Design transforma o vago em determinado por meio da diferenciação progressiva. Design (designatio) é compreendido de forma geral e abstrata. Determinação por meio da apresentação. A ciência do design corresponde a ciência da determinação" (Holger Van Den Boom, 1994, apud Bürdek, História, Teoria e Prática do Design de Produto, 2010).

Historicamente falando, considera-se, de bom grado, como o primeiro designer de produtos, Leonardo da Vinci. Além dos seus

estudos em anatomia, ótica e mecânica, é dado, ao editar o "Manual de Elementos de Máquinas", como o precursor do conhecimento de máquinas. E foi em 1588, segundo o Dicionário Oxford, que o termo "Design" foi mencionado e descrito pela primeira vez como: "- Um plano desenvolvido pelo homem ou um esquema que possa ser realizado" (Bürdek, História, Teoria e Prática do Design de Produto, 2010).

Mas foi século XVIII, na Grã-Bretanha, onde se iniciou a industrialização, que ficou conhecida como terra mãe do design. Foi depois da invenção de uma máquina a vapor, por James Watt, em 1765, que começou a era da Revolução Industrial. As máquinas a vapor dominaram tanto os meios de transporte quanto a força motriz das indústrias têxteis, que representavam grande parte deste setor econômico por lá nessa época, e sucessivamente outros setores da indústria como a produção de papel, porcelana, metal, vidro e outros materiais (Bürdek, História, Teoria e Prática do Design de Produto, 2010).

No Brasil, há traços do design ainda no século XIX, porém sem estrutura regular de ensino, e sem ser considerado distinto da arquitetura, artes e da indústria de objetos utilitários. Foi apenas em 1963, por Ruben Martins, Geraldo de Barros e Walter Macedo e Alexandre Wollner que se deu início a profissionalização do design, com a fundação da ESDI, Escola Superior de Desenho Industrial, no Rio de Janeiro (Wikipedia, 2019).

A primeira entidade de classe surgiu apenas 1987, a Associação dos Profissionais em Design no Rio Grande do Sul. Desde esta época surgi-

ram outras entidades ligadas, como a ADP, Associação dos Designers de Produtos em 2003 e, desde os 80, tenta-se levar a frente o projeto de lei que regulamenta a profissão no país (Wikipedia, 2019).

O design de produtos ou design industrial, meio que será utilizado para o desenvolvimento do projeto, é uma carreira destinada a conceber bens de consumo. Estes vão desde as embalagens que vemos nos mercados até carros, aviões, interiores, aparelhos eletrônicos, artefatos e mobiliários residenciais, entre muitos outros. É uma carreira diretamente ligada a resolução de problemas, ou seja, transformar as tecnologias e materiais disponíveis em objetos práticos e funcionais que auxiliem na resolução de alguma atividade ou problema.

Quando vai desenvolver algum projeto, deve passar por inúmeras etapas até obter em mãos o seu projeto finalizado em escala e função reais. Há diversos momentos de pesquisa, desenvolvimento em si como sketches, rendering, etc, prototipagem de mockups e protótipos para que, ao final de todo o processo, obtenha a melhor forma e funcionalidade daquilo que buscou-se desenvolver.

Aparência, paleta de cores ou uma boa ilustração não são as únicas coisas que englobam um bom design. Design é função, não forma, como dizia Steve Jobs, o que traz uma premissa muito importante para a criação de um novo produto. Um bom design está pautado na resolução de problemas ou contextos através da criatividade, pesqui-

sa e planejamento para atingir melhores resultados (Redação Impacta, 2017).

A tecnologia e o design caminham juntos, e isso não é novidade, porém essa associação, muitas vezes, está ligada a produtos mais complexos, como eletrônicos, meios de locomoção, etc. Porém, considera-se qualquer ferramenta, máquina, material, processo, método, etc. que ajudem na resolução de problemas uma tecnologia. Isso abre um leque muito grande quando consideramos os avanços tecnológicos, e por isso, à medida que o tempo passa, surgem novas resoluções diferentes para diversas situações buscando sempre a maior eficiência na confecção e garantias de que as soluções sejam mais sustentáveis (Redação Impacta, 2017) (Meu Positivo, 2018).

"Para cada produto existe uma forma mais adequada a sua função e é nesta busca da forma pela função que o designer trabalha" (Bruno Munari apud Mota, do Blog We Do Logos, 2016). É uma arte flexível e adaptável de acordo com a época, e não uma, verdade absoluta, buscando reflexão de como realmente deveriam ou não ser e funcionar cada coisa (Mota, do Blog We Do Logos, 2016).

Devido o foco do projeto ser o público da Classe D e parte da Classe C, buscou-se desenvolver pratos. Este, está presente, se não em todas, na grande maioria das casas brasileiras além da necessidade de se ter este utensílio em casa. Este, tem o objetivo principal de acomodar alimentos e normalmente possui forma circular e côncava,

além de poder ser fabricado em diversos materiais como vidro, barro, porcelana, plástico, papel, madeira, pedra e outros (Wikipédia, 2018).

Além do material, e da forma que ocasionalmente variam, seu tamanho pode variar de acordo com sua função, podendo ser menor, cerca de 12 cm, para acompanhar as xícaras ou 30 centímetros por exemplo em um sousplat (Figura 24), pratos que servem de apoio para os pratos principais ou para demarcação dos convidados na mesa (Meu Bistrô, 2017).

Há pratos diferentes e também uma maneira de posicioná-los à mesa de acordo com a ocasião em que serão utilizados, a exemplo do sousplat. Outros tipos de pratos são o prato fundo, ideal para sopas, caldos e massas com molhos, pois além de seu formato também preserva a temperatura por mais tempo, o prato de pão, pequeno mas com tamanho suficiente para servir pãezinhos e que deve ser colocado à esquerda do prato principal. Além destes há os pratos rasos, muito utilizados no dia a dia, no almoço ou no jantar, diferenciando-se apenas pelo tamanho, onde, na refeição da noite deve ser maior, o prato de salada, não tão comum, visto mais em jantares maiores, pouco maiores que os pratos de pães e servem para além de salada outros acompanhamentos como queijos e aperitivos e por fim os pratos de sobremesas, que se assemelham aos de salada e servem para doces com ou sem caldas, tortas e bolos (Meu Bistrô, 2017).

Figura 24: Sousplat de Rattan
Fonte: Website Tua Casa



*“O sousplat é parte essencial na decoração de uma mesa formal.”
Moreno, Mariana*



Figura 25: Porcelana Chinesa Kraak

Fonte: Website Aronson

Estas porcelanas são datadas de 1a.C. e pode-se considerar a primeira vez que um utensílio semelhante a um prato apareceu na história.



Figura 26: Porcelana Francesa, com Pintura à Óleo Feita à Mão, Retratando Nobres do Século XVII

Fonte: Website Empório São José

Foi no século XVI que o termo “prato” surgiu pela primeira vez.



Figura 27: Faiança Portuguesa, Século XVIII

Fonte: Website Onze Dinheiros

Foi no século XVIII que os pratos popularizaram, deixando de ser um artigo de luxo

Figura 28: Prato com Tampa de Prata

Fonte: Website Georgia Casa Comigo

Após a popularização dos pratos, surgiram as tampas em forma de sino para diferenciar o luxo do popular.



4.1 Análise Diacrônica

Historicamente falando, tem-se relatos que, a primeira vez que se designou "prato" como vasilha individual foi no Século XVI (Figura 26). Diz-se que o Cardeal Mazerine, em 1653, introduziu na França o prato individual, apelidando-o em sua homenagem de mazerine, substituindo as tábuas e travessas redondas usadas para cortar os alimentos. No início eram vistos como objeto de luxo, sendo observados apenas nas mesas mais abastadas, e, somente no Século XVIII popularizou-se (figura 27), dando origem também aos pratos com tampas em formatos de sinos (figura 28), escondendo os pratos, dando um novo toque de refinamento e que podem ser vistos até hoje (Estiva Refratários, 2017).

Outros relatos históricos relacionados aos pratos, datados do Século Id.C, são retratados sobre a porcelana chinesa, que, no Século XIV chegaram à Europa (Figura 25). Dois Séculos depois a China começava a produzir especialmente pro Ocidente após acordos feitos com Portugal. As porcelanas Kraak, pratos azuis e brancos, que ficaram famosas como Companhia das Índias devido à empresa que as transportava. No Brasil, a porcelana era importada até a época do Império, e hoje, há uma coleção com mais de 100 pratos borrão, denominados assim por conta de erros na pintura dos pratos decorativos chineses, erros de vazamento de tinta e portanto, má definição nos desenhos (O Estado de S. Paulo, 2009).

Figura 29: Ignêz Pétala
Fonte: Website Casa Vogue

Porcelana esmaltada
pintada à mão,
26,5 cm de diâm.,
design Maurício Arruda,
da Tok&Stok,
R\$64,90



Seja à mesa ou à parede, hoje os pratos dão um toque mais especial ainda nas casas. Vistos como objetos também de decoração, o design de pratos ganhou muito espaço. Novas formas e estampas dão um charme especial tanto na decoração quanto na hora de servir. Há diversas técnicas principalmente para estampar os pratos, que vão desde pintura à mão, recortes e colagens, mesclagem de vidros pintados, aplicação de decalques, e pinturas mecanizadas além de preços variados (Casa Vogue, 2015).

Figura 30: L'Oro Di Ginori

Fonte: Website Casa Vogue

Porcelana
pintada à mão,
26 cm de diâm.,
design Richard Ginori,
da 6F Decorações,
R\$949,00



Figura 31: Arda Pérola (2015), turco

Fonte: Website Casa Vogue

Vidro pintado,
45 cm de diâm.,
da Bgarte,
R\$268,00



Figura 32: Iris Esmeralda
Fonte: Website Casa Vogue

Porcelana com decalque
aplicado à mão,
30 cm de diâm.,
do Studio Cris Azevedo,
R\$260,00



Comer com os olhos, é uma expressão que, comumente, significa comer além da conta ou ver algo que não pode comer, e vem da Roma antiga, onde os rituais fúnebres eram contemplados com grandes banquetes porém não era permitido comê-los. Hoje, cada vez mais, a gastronomia tem ganho espaço na vida das pessoas, seja por mais opções de restaurantes ou mesmo a presença de programas de televisão ou seriados de plataformas digitais. Sinônimo de uma boa experiência gastronômica, a criatividade na hora de montar os pratos, desperta interesse e vontade de comer, quando harmoniosa (Flarys, do G1, 2014).

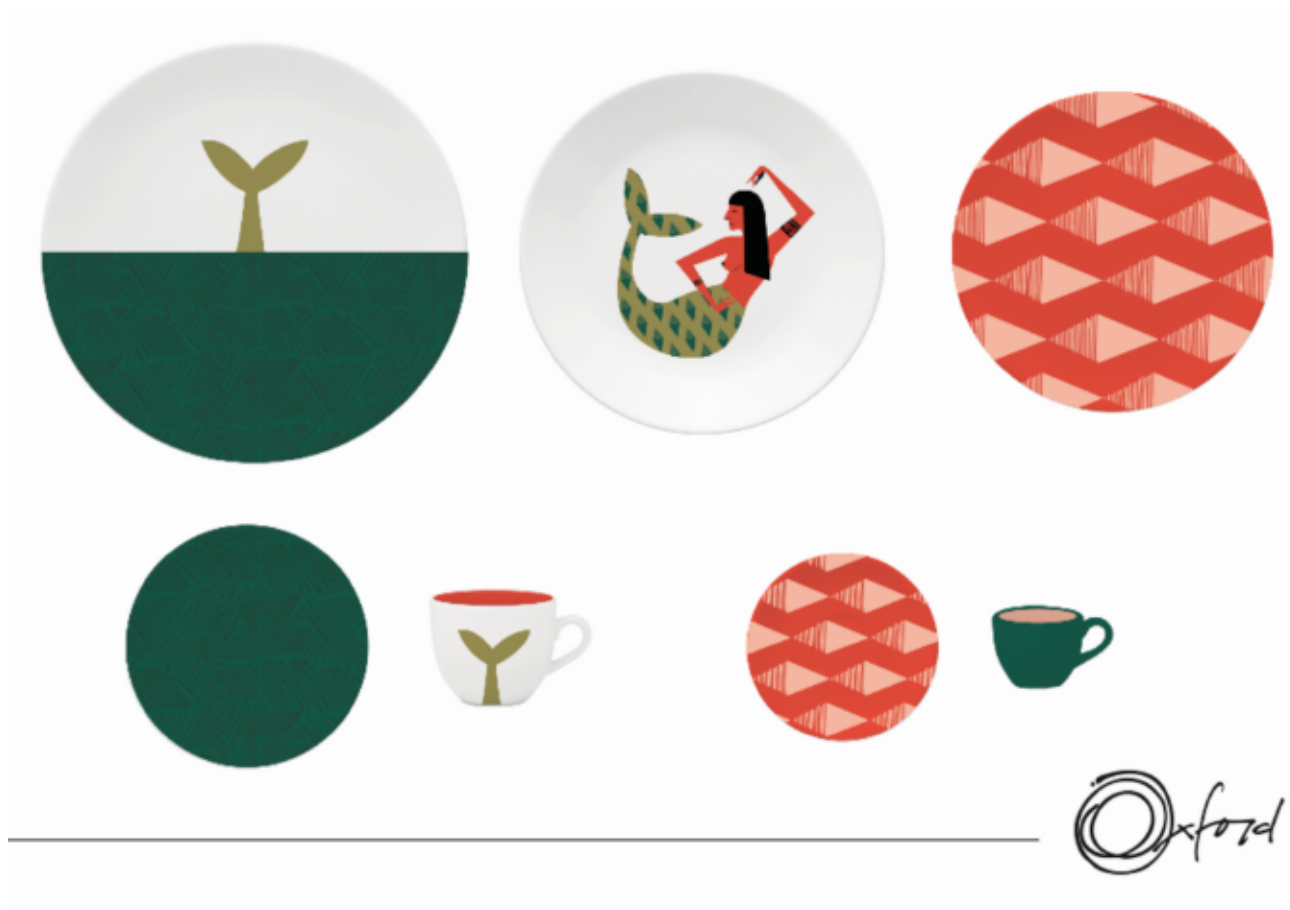
O prato, em si, é uma tela para os chefs, que criam obras de arte para seus clientes. Nessa busca por uma experiência mais interessante, pratos com formas, desenhos e materiais diferentes pode transformar a sensação e ser mais do que apenas um tela para os chefs, pode ser parte integrante e decisiva da composição. Engana-se quem pensa que apenas na alta gastronomia, com pratos a preços mais acessíveis, há a possibilidade de todos terem jogos de pratos mais interessantes em casa, do que simples pratos de vidros, para o dia-a-dia e ocasiões especiais.

Sendo uma área em constante crescimento, chega à sua 4 edição, o Prêmio Oxford de Design. Com 3 fábricas em Santa Catarina e 1 no Espírito Santo, a Oxford é a maior fabricante de cerâmicas e porcelanas de mesa das Américas. Possuindo cinco marcas de produtos, Oxford Cookware, Oxford Porcelanas, Oxford Daily, Oxford Crystal e Biona,

produz utensílios de jantar, chá, café, complementos, canecas, panelas, refratários, taças e copos de cristal. Com o seu Prêmio, estimulam novos e velhos designers a mostrar sua criatividade que, ao final, na última edição, a ganhadora foi contemplada com R\$7 mil e uma edição limitada produzida do seu design. Em sua última edição, o prêmio trouxe como tema o Folclore pelo Mundo. A ganhadora, Jéssica Paiva de Andrade Santos, de Recife, retratou "Destemida Iara" (figura 33) (Prêmio Oxford de Design, 2018).

As montagens dos pratos seguem as premissas básicas estudadas no design como um todo, linhas, formas, espaços, cores e texturas, criando o estético ambiente gourmet. De acordo com Barichella, um dos mais renomados food designers, há um desejo de partilha no ato de comer, tornando este momento algo social além dos valores nutricionais e de prazeres, e, as maneiras com que são feitos e apresentados, tem valor significativo nesse quadro (Design Culture, 2015).

Figura 33: Destemida Iara
Fonte: Prêmio Oxford de Design



"Aquele que mora na água, a sereia que dança, a destemida Iara, índia corajosa que leva consigo a força das águas. Aqui, foi retratada num equilíbrio entre traços minimalistas e elementos rústicos típicos dos povos indígenas.

Mulher guerreira que merece ver sua história reverberada"

Fonte, Prêmio Oxford de Design

Figura 34: Montagens e texturas
Fonte: Website Design Culture





Na figura 34, podemos observar a importância das texturas no ambiente gastronômico. No prato em destaque, o utensílio tem papel fundamental na sua construção, sendo um dos principais elementos da composição. Traz uma textura rústica mesclando com a sofisticação do prato, com cor neutra contrastando com a paleta verde dos alimentos e do caldo servidos. São inúmeras as possibilidades que se pode executar com pratos com formatos diferentes, podendo trazer um toque de diferenciação nas refeições servidas. Através do design, pode-se desenvolver algo com grande valor estético para a experiência sensorial de quem irá comer, sem elevar o custo de produção e venda, de maneira a atender o menor poder aquisitivo dos consumidores de Minha Casa Minha Vida.



4.2 Análise Sincrônica

Para análise dos concorrentes presentes no mercado, foi necessário buscar os produtos aos quais nos espelhamos e também os quais serão de fato os concorrentes nas gôndolas. Objetiva-se levar, por um preço baixo, pratos de qualidade, com design contemporâneo e de aparência concorrente aos produtos de preço mais elevado, com conceito diferente, que preencha de maneira singular as mesas das famílias enquadradas pelo Programa Minha Casa Minha Vida.

Buscou-se também, além de pratos, objetos decorativos feitos em argamassa, produto carro chefe da empresa parceira BQMIL, além de artefatos que possam ser usados como decoração de mesas e paredes, locais onde comumente se encontram pratos. Outros utensílios residenciais também são concorrentes, pois serão opções nas gôndolas às famílias quando decidirem levar um produto que atende as funções decorativas ou de uso na hora da alimentação ou apenas uma destas funções.

Na Tok & Stok, a maior parte dos pratos são vendidos como peças separadas, e, para essa análise, buscou-se por ordem de relevância, quais os modelos mais queridos pelos público. Ao comprar, o cliente tem a opção de receber em casa ou retirar na loja. Alguns dos 301 resultados para pratos serão mostrados a seguir.



Figura 35: Prato Raso Luna
Fonte: Website Tok&Stok

A figura 35 representa um prato raso, da modelo Luna, na cor branco brilhante. É uma peça simples que pode ser uma coringa para os lares. Por ser de cor branca, pode ser combinado com jogos de toalhas de mesas de qualquer modelo, e portanto, poderia ser muito bem empregado no dia-a-dia ou também em jantares especiais com decorações que não o prato, levando, segundo a loja, charme e delicadeza às mesas. É produzido de vidro temperado, tem 2 cm (centímetros) de altura e 27 cm de diâmetro e é vendido por R\$12,90 (Tok&Stok, 2019).



Figura 36: Prato Sobremesa Livro em Louças
Fonte: Website Tok&Stok



Figura 37: Prato Raso Livro em Louças
Fonte: Website Tok&Stok

Figura 38: Prato Fundo Livro em Louças
Fonte: Website Tok&Stok

O próximo modelo a ser apresentado, demonstrado logo acima em suas versões de sobremesa, raso e fundo, pertencem à uma linha também da Tok&Stok (2019) em parceria com a designer Mana Bernardes, "Livro em Louças". Mana, que também é poeta e artista, expôs versos que vão do sutil ao invasivo nestes pratos, buscando nos significados dos versos meio de definir os conceitos de suas criações. Em sua versão de sobremesa, tem 2,5 cm de altura e 19 cm de diâmetro e possui o verso "Cafuné", no raso, a mesma altura porém 26 cm de diâmetro e com o verso "Olhar", já no fundo, a única medida disponível é os seus 21 centímetros de diâmetro e com o verso "Sonhar". Todos são feitos de porcelana e podem ser adquiridos por R\$19,90 o de sobremesa, R\$25,90 o fundo, e, por último R\$29,90 o raso.

São pratos com grafismos simples, que podem ser utilizados no dia-a-dia com visual diferenciado e delicado. São modelos que despertam a curiosidade de quem está usando e, com os poemas de Mana, podem trazer outras sensações além do universo gastronômico. Pela tipografia conforme foram escritos, tem ar mais descontraído, caindo muito bem à momentos com amigos que não exijam formalidades.



Figura 39: Prato Raso Luni
Fonte: Website Tok&Stok



Figura 40: Prato Raso Luni Vermelho
Fonte: Website Tok&Stok



Figura 41: Tigela Luni
Fonte: Website Tok&Stok

A terceira linha a ser apresentada é a "Luni". Na imagem, nas pontas em azul, o prato raso e a tigela, e no meio em vermelho, o prato de sobremesa. É uma linha de cerâmica faiança portuguesa, cerâmica branca que necessita de tratamento em vitrificação, com pintura, tanto em azul quanto em vermelho. São peças que se destacam e harmonizam apenas com algumas cores de comidas, por conta de seu tingimento, e segundo a empresa, busca ser a "estrela" da mesa. Podem ser adquiridos a partir de R\$35,90 o prato de sobremesa. Tem dimensões de 3 cm de altura e 27 de de diâmetro no prato raso, 2,5 cm de altura e 22 de diâmetro para sobremesa e 5 cm de altura com 16,5 cm de diâmetro para a tigela.



Figura 42: Prato Raso Telurica
Fonte: Website Tok&Stok



Figura 43: Prato Sobremesa Telurica
Fonte: Website Tok&Stok

A última linha analisada da Tok&Stok (2019), foi feita em parceria com a designer e ilustradora Joana Lira, "Telurica" (figuras x e x). Estampas coloridas e alegres são a principal característica da criação de Joana, que se inspira na brasilidade e em elementos que vem da terra. Feitos de porcelana com aplicação de estampas e decalques, tem medidas de 3,5 cm de altura e 27,5 cm de diâmetro no prato raso, amarelo, e 2,5 cm de altura por 19 de diâmetro no prato de sobremesa azul. Seus preços são de 39,90 reais para o maior e de 29,90 para o menor. São peças que podem trazer divertimento para as pessoas, podendo ser usadas tanto como decoração ou mesmo para comer. No caso do prato raso, pode ser usado como sousplat para pratos mais monocromáticos e comidas coloridas.

Para continuar a análise com outras opções de mercado, buscou-se a Oxford Porcelanas (2019) por conta de sua notória influência no ramo de aparelhos de jantar. Analisou-se as quatro linhas mais vendidas de acordo com o buscador online no site da empresa. As linhas encontradas foram Serena White, Coup Serene, Floreal Hana e Ryo Ink, e serão apresentadas nos parágrafos seguintes.



Figura 44: Linha Oxford
Serena White
Fonte: Website Oxford Porcelanas

A linha mais vendida, Serena White (figura X), aposta no design clássico, em branco mas com detalhes em relevo nas bordas. Segundo a empresa, a inspiração dos relevos vem das mandalas, muito comuns na cultura hinduísta e budista. Por terem um design mais neutro, podem, assim como a linha Luna da Tok&Stok ser um coringa nas residências, com versatilidade no uso. O preço do jogo com 20 peças de jantar e chá é de R\$274,00.



Figura 45: Linha Oxford Coup Serene
Fonte: Website Oxford Porcelanas

A segunda linha, na figura X, Coup Serene, também aposta em mandalas, porém sem relevo e com grafismos. Usando cores neutras e azul claro, traz um sentimento mais relaxante, podendo ser usado a favor em momentos mais íntimos e diários para diminuir o estresse do dia-a-dia. Nesta linha, a Oxford buscou trazer um diferencial no prato fundo que são as estampas frente e verso. Um jogo destes, sai a partir de R\$334,79 dependendo da modalidade do pagamento.



Figura 46: Linha Oxford Floreal Hana
Fonte: Website Oxford Porcelanas

Floreal Hana (figura X), a terceira linha mais vendida segundo a seleção no buscador do site da Oxford, traz arabescos como seus gráficos principais. Junto traz um contraste de cores escuras e claras, que, de maneira harmoniosa, eleva, do próprio nome, arabesco, "à moda árabe". Traz beleza e vida às mesas, podendo muito bem como a linha anterior ser usada como decoração. A linha Floreal tem algumas outras opções dentro do site que vão desde cores sólidas bem como rendas, porém menos quistas que a linha apresentada aqui. Um jogo deste, com 20 peças, parte de 224,09 reais no débito.



Figura 47: Linha Oxford Ryo Ink
Fonte: Website Oxford Porcelanas

A última linha analisada da Oxford Porcelanas (2019) é a "Ryo Ink" (figura 47), que tem detalhes em preto nos pratos brancos. O conceito vem do Japão, a busca da beleza na imperfeição, que tornou-se um estilo de design, e o significado do nome, em japonês, é excelente. Para exaltar as imperfeições, as peças tem deformidades e a pintura traz traços mais artesanais. Pode ser adquirido a partir de R\$303,29, e como a foto, retirada do site evidencia, é gerado um contraste muito elegante com outras texturas e cores de materiais crus.

Com o crescimento da oferta de peças de aparelho de jantar para decoração, alguns sites como Storehouse Home Decor ganharam notoriedade. Dentro do site pode-se encontrar diversos itens de iluminação, decoração, banheiro, "para você", móveis e mesa e cozinha. Há diversas opções de pratos e o que mais chama atenção na maioria deles, é a possibilidade de utilizá-los como objetos decorativos, onde muitos parecem ter sido criados exclusivamente para essa finalidade.

Para analisar alguns dos modelos da Storehouse Home Decor, buscou-se pelos mais vendidos. Estes, serão apresentados nos parágrafos seguintes e foram escolhidos por suas características diferentes de um prato convencional, em seu formato ou gráficos não comuns de se ver.

Figura 48: Linha Wine and Cheese
Fonte: Website Storehouse Home Decor



Figura 49: Linha Zodiac
Fonte: Website Storehouse Home Decor



Os primeiros modelos analisados, mostrados nas imagens anteriores a este parágrafo, pertencem a duas linhas diferentes, o primeiro "Wine and Cheese", figura x, e o segundo "Zodiac", figura x. Em ambos você compra a peça separada de acordo com o interesse, mas formam coleções com um significado todo. Em um, compra de acordo com o vinho e a ilustração, além do vinho, vem um queijo que combina ao paladar, no outro, tem uma opção para cada signo, sendo uma opção diferente que acaba sendo individual para cada pessoa. São encontrados a partir de R\$34 a peça, e da primeira linha é feito de cerâmica e a outra em porcelana.

Figura 50: Linha Wood
Fonte: Website Storehouse Home Decor



Outro modelo diferenciado da Storehouse é o modelo Wood, da foto acima. O site recomenda usá-lo como sousplat ou mesmo para servir carnes em um churrasco. É um prato com textura e aparência apenas de madeira, material do qual é feito, que combinaria muito bem com as texturas dos alimentos. Como sai do convencional, pode abrir um leque de novas apresentações e usos ao usuário. Devido sua indisponibilidade até a data da pesquisa, o preço não foi fornecido no site.



Figura 51: Prato Raso Marinex Astral
Fonte: Website Casa de Louças



Figura 52: Prato Raso Duralex
Fonte: Website Corcrl



Figura 53: Prato Raso Duralex Vidro Azul
Fonte: Website Americanas

Ao falar de pratos, não se pode esquecer os pratos de vidro. Tem inúmeras variações como de cores, tamanho e texturas. Um dos tipos mais comuns de se encontrar nas casas brasileiras, tem um preço mais baixo que os modelos citados anteriormente e por isso podem ser substituídos facilmente e cumprem muito bem sua função. Por conta do material liso são fáceis de lavar e também não são dos mais pesados. Apesar de sua funcionalidade e custo benefício para o dia-a-dia, não são requintados nos modelos mais convencionais, o que pede, em muitos casos, que se tenham aparelhos de jantar secundários em casa. Segue algumas fotos de modelos de pratos de vidro.

Após a análise separada, nas páginas 68 e 69 deste relatório, analisou-se por meio de uma tabela os mesmos quesitos de todos os modelos aqui apresentados, com destaque para as linhas Wood, Telurica e Ryo Ink por saírem do padrão tradicional em algum dos quesitos analisados.

Figura 54: Vaso Florescer
Fonte: Instagram Lalou Design



Figura 55: Ladrilhos
Fonte: Instagram Co Cobalto



Figura 56: Luminária Cubo
Fonte: Instagram Blokk Concreto



Figura 57: Peças
Fonte: Instagram Estúdio Gris

O desenvolvimento, por conta da parceria com a empresa potiguar BQMIL, será feito em argamassa. Este material tem ganho bastante espaço no mercado de decoração. Há inúmeros produtos ofertados de diferentes faixas de preço, acabamento e utilidades. Com esse aumento da notoriedade destas peças, há até alguns produtores especializados nesse segmento. Alguns deles são Lalou Design, Gypso, Estúdio Plume, Blokk Concreto, Concretei, A Fabriqueta, Estúdio Gris, Cobalto, Duo Solo e Bento Ateliê. Todos fazem peças manualmente e variam de vasos a cinzeiros e alguns modelos podem ser vistos da figura 54 até a figura 63.

Figura 61: Mobiliário Linha Lito
Fonte: Instagram Estúdio Plume



Figura 60: Escadinha
Fonte: Instagram Concretei

Figura 62: Cacto
Fonte: Instagram Duo Solo



Figura 63: Porta Incenso
Fonte: Estudio Bento Atelie



Figura 58: Apoio Flor Seca
Fonte: Instagram Gypso.SP



Figura 59: Vaso One
Fonte: Instagram A Fabriqueta

Análise dos pratos rasos



Figura 35: Prato Raso Luna



Figura 37: Prato Raso Livro em Louças



Figura 39: Prato Raso Luni



Figura 42: Prato Raso Telurica



Figura 44: Linha Oxford Serena White

Preço	R\$12,90	R\$29,90	R\$39,90	R\$39,90	Jogo com 20 peças R\$274,99	Jo
Design	Circular Simples	Circular com grafismos de palavras	Circular colorido	Circulars com grafismos coloridos	Circular com texturas em relevo	
Material	Vidro Temperado	Porcelana	Cerâmica em faiança portuguesa	Porcelana	Porcelana	
Diâmetro	27 cm	26 cm	27 cm	27,5 cm	Não fornece	
Paleta de Cores						



Figura 45: Linha Oxford Coup Serenê



Figura 46: Linha Oxford Floreal Hana



Figura 47: Linha Oxford Ryo Ink



Figura 48: Linha Wine and Cheese



Figura 49: Linha Zodiac



Figura 50: Linha Wood

Jogo com 20 peças R\$334,99	Jogo com 20 peças R\$224,09	Jogo com 20 peças R\$303,29	R\$34,00	R\$34,00	Não fornece
Circular com grafismos geométricos	Circular com grafismos geométricos	Circular não uniforme com grafismos pretos	Circular com grafismos temáticos	Circular com grafismos temáticos	Circular com textura do material
Porcelana	Porcelana	Porcelana	Cerâmica	Porcelana	Madeira
Não fornece	Não fornece	Não fornece	Não fornece	Não fornece	Não fornece
					

Tabela 1: Análise Sincrônica
Fonte: o autor

5. PÚBLICO ALVO

Devido a maior parte das atuais contratações para construção de novas residências do Programa Minha Casa Minha Vida serem destinadas para as três primeiras faixas de renda mensal, figura 6, o público alvo ficou definido como as famílias com até R\$4 mil reais brutos mensais. Para projetar para um público alvo específico, deve-se conhecer mais sobre seus costumes e perfis de consumo. ASSIM, Para auxiliar nessas descobertas, utilizou-se como referência a seguinte classificação do IBGE, para as classes sociais que se enquadram nas faixas do PMCMV:

C- R\$ 3.748,01 a R\$ 9.370,00

D- R\$ 1.874,01 a R\$ 3.748,00.

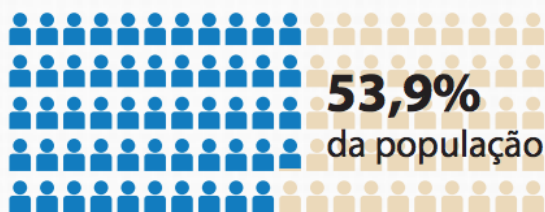
Nos últimos anos, muitos indivíduos da classe D e E migraram de classe, devido a melhora no cenário nacional e a mobilidade social. Mais de 35 milhões de pessoas com novo poder de consumo e escolha, investidos em novos produtos, escolaridade, moradia e transporte. De 1994 a 2014, houve uma mudança muito forte no Brasil, além da mobilidade social, tivemos o plano real e a internet chegou a casa de muitos brasileiros bem como muitas novas crianças passar a frequentar escolas (Raisa Covre, Consumidor Moderno, 2017). Ainda segundo a cobertura do Recover Money pela equipe do site Consumidor Moderno, muitas dessas mudanças serão para sempre, valores adquiridos com essa ascensão de vida bem como a exigência com os novos produtos. Mes-

mo com crises recentes no país, os costumes foram mantidos, tendo de se entender quais os comportamentos de consumo e como driblar os entraves burocráticos para atender essas massivas classe C, D e E. Além da oportunidade de surgir novos modelos de negócio, há a necessidade de se pensar em eficiência, para trabalhar com volume e escala, mesmo no Brasil, país da burocracia.

Segundo uma pesquisa de usos, hábitos e costumes do consumidor, da ABIT (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção) (2011), que visava entender os fatores decisivos para compra de produtos de moda, dentre os 1906 entrevistados, 64,3%, pertenciam às classes C e D. A pesquisa foi realizada em Belo Horizonte, Brasília, Curitiba, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo. Nesta pesquisa podemos obter alguns dados sobre a vida dessas pessoas além de seus hábitos de consumo. Dentre os pertencentes às classes C e D apenas 38 terminaram o ensino superior, 429, terminaram o ensino médio, 341 se formaram no ensino fundamental e 458 estudaram até a 4 série do ensino fundamental. Outro fato é que apenas 81 estão fazendo algum curso extra-curricular, ou seja, boa parte do grupo entrevistado, não teve interesse, acesso ou oportunidade de seguir com os estudos ou mesmo estudar alguma coisa fora das escolas e universidades.

Dentre os meios pelos quais se atualizam sobre moda, e possivelmente para outros assuntos, a televisão é massivamente o mais utilizado, com 49% das respostas, seguido de nenhum meio, 12%, revistas 3% e sites com 2,3%.

Classe C e D



Movimentam
R\$ 1,03
trilhão
por ano

Serão
responsáveis por
40% do PIB
em 2020



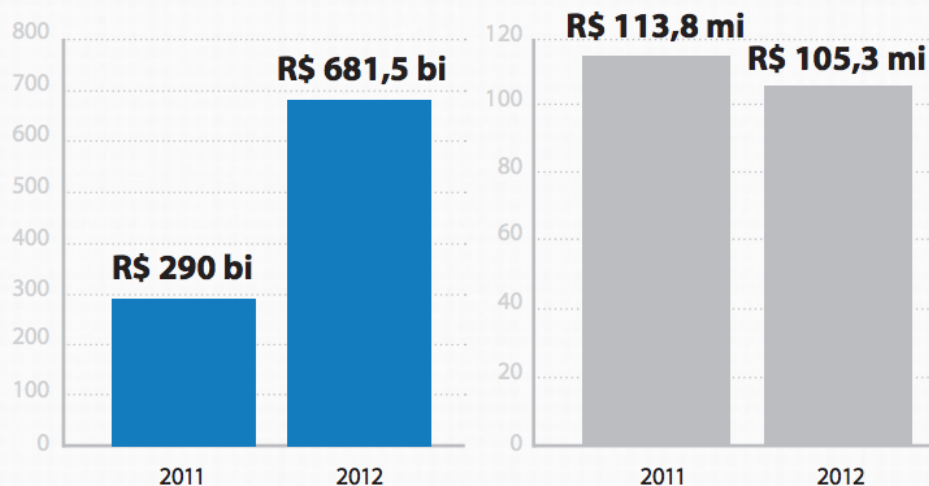
DATA POPULAR, 2010



Consumo

Classe C

Classe D



FONTE: IPCMAPS, 2012



Divisão das classes por estado, em %:

Cidades-sede	C	D
Amazonas	32	61
Bahia	23	73
Ceará	22	73
Distrito Federal	36	34
Mato Grosso	38	48
Minas Gerais	39	49
Paraná	46	15
Pernambuco	23	71
Porto Alegre	48	35
Rio Grande do Norte	26	67
Rio de Janeiro	49	32
São Paulo	49	30

FONTE: PORTAL EXAME

Figura 64: Movimentação de dinheiro e tamanho das classes C e D em 2014
Fonte: Boletim, Perfil do Consumo de Moda no Brasil das Classes C e D, Sebrae, 2014

Em 2014, ano da Copa do Mundo realizada no Brasil, surgiram novas possibilidades de fidelização de clientes focando nas classes C e D. Segundo o Sebrae Mercados, as estratégias devem ser ações concentradas desde a localização das lojas, valorização das marcas e design para que juntos possam criar um valor diferenciado para os clientes (Boletim, Perfil do Consumo de Moda no Brasil das Classes C e D, Sebrae, 2014). A representação das classes C e D no ano de 2014 está representada na figura 64.

Ainda segundo o Sebrae, 2014, o público da classe C valoriza o design e está disposto a pagar um pouco mais por produtos de qualidade mais elevada. Nas figuras 65 e 66 podemos ver como era seu perfil e quais as exigências na hora de comprar um produto novo no ano de publicação.



Figura 65: Perfil da Classe C
Fonte: Boletim, Perfil do Consumo de Moda no Brasil das Classes C e D, Sebrae, 2014

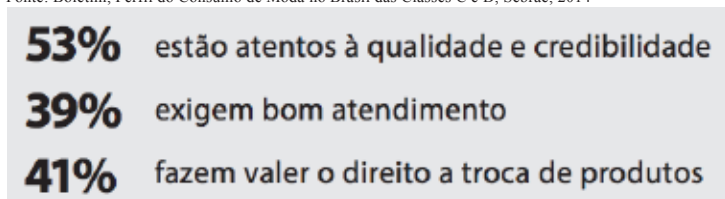


Figura 66: A Busca da Classe C nos Novos Produtos e Serviços
Fonte: Boletim, Perfil do Consumo de Moda no Brasil das Classes C e D, Sebrae, 2014

Geralmente, para estes consumidores, a recomendação da marca importa em mais de 50% na decisão de compra em alguns setores do mercado como mostrado na figura 67. Não necessariamente deve ser uma marca em específico, mas importa-se com a qualidade da marca a qual vai comprar. Porém em ambos os sexos, há a vontade de possuir produtos de marcas conhecidas por mais de 60% do público (Boletim, Perfil do Consumo de Moda no Brasil das Classes C e D, Sebrae, 2014).

Os consumidores das classes C e D consideram importante a recomendação de marca quando vão adquirir os seguintes itens:

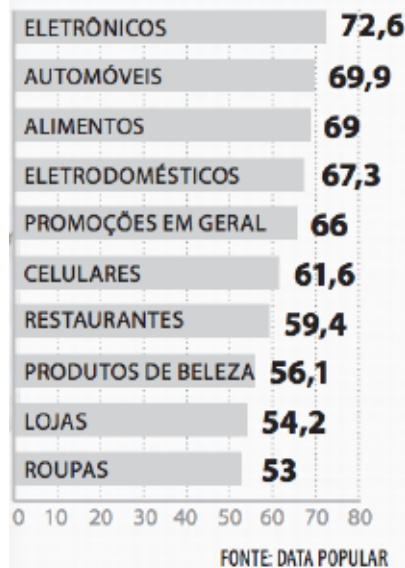
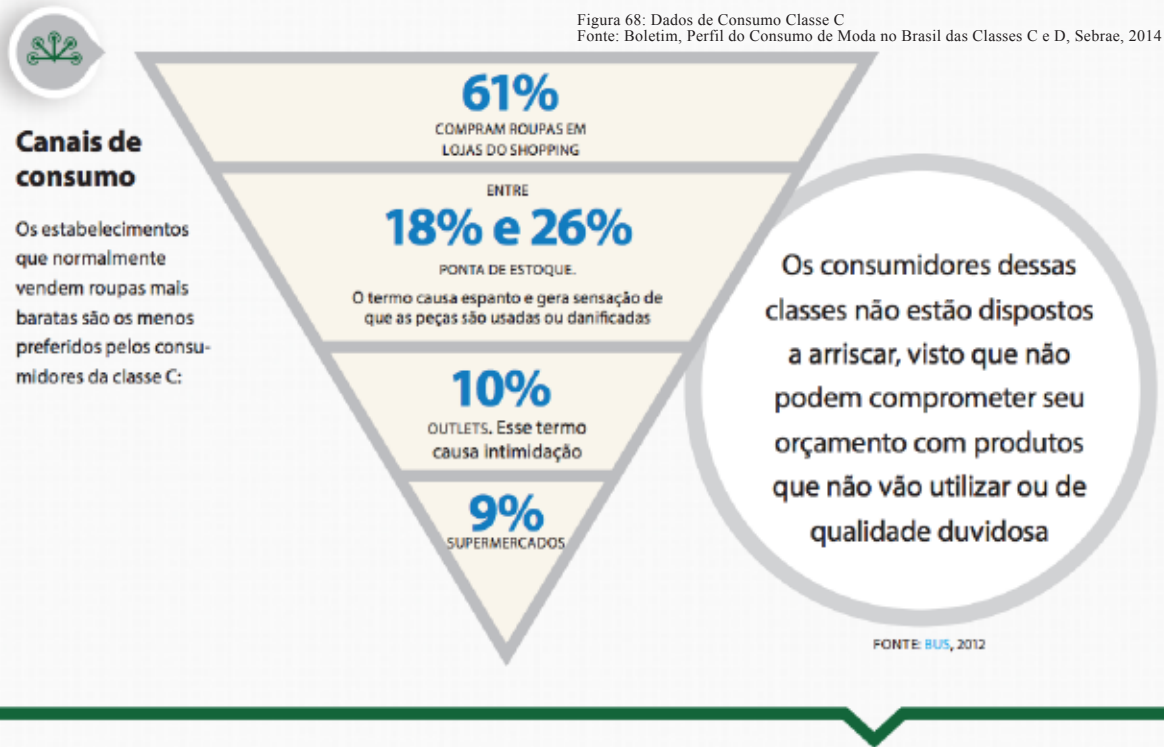


Figura 67: Influência das Marcas nos Setores de Mercado
Fonte: Boletim, Perfil do Consumo de Moda no Brasil das Classes C e D, Sebrae, 2014



BANCO

Formas de pagamento

51% possuem cartão de crédito

80% contam com algum serviço bancário, como conta corrente, crédito e investimentos

71% FOI UTILIZADO EM COMPRAS PELA INTERNET

Boa oportunidade para explorar comércio eletrônico, pelo computador e pelos dispositivos móveis.



Embalagem

As classes C e D valorizam embalagens simples, porém resistentes e com boa aparência. Produtos com embalagens reaproveitáveis são sempre bem vistos, desde que haja conformidade na relação custo x benefício (Fonte: *A nova classe média brasileira: ter para pertencer* – Lima, 2013).

Casos de sucesso de pequenos negócios que investem na classe C

Loja Canal do Surf: o empreendedor está confiante que focar o público masculino da classe C é rentável.

7 Bello: empresa combina preço x qualidade e investe na diferenciação da loja e está sempre na busca de novos fornecedores.

Ainda segundo ao Boletim do Sebrae de 2014, pode-se conferir, na figura 68 sobre canais de consumo, formas de pagamento e também sobre como as tendências de embalagens devem ser para que tanto a classe C quanto a D vejam os produtos com bons olhos.

Analisando as pesquisas com consumidores, tanto da ABIT quanto do Sebrae, podemos a importância que as classes C e D importam para o mercado. Além da grande movimentação financeira, vem buscando consumir melhores produtos, almejando sempre melhores marcas como um todo, ou seja, produtos de qualidade e com bom pós-venda por parte das assistências e também buscam por um bom atendimento.

Quando observa-se o Boletim do Sebrae, para os bens duráveis e de maior complexidade como eletroeletrônicos e automóveis, a indicação das marcas tem grande importância. Bem como o setor de alimentos, pois busca-se por maior credibilidade e qualidade acerca das marcas que serão levadas para dentro de casa. Quando os produtos são de menor valor agregado e possuem menor valor de mercado como roupas, a marca importa menos, pois há a possibilidade de comprar mais itens durante o ano, mesmo com uma renda por família menor. A exigência por qualidade e durabilidade é menor.

Embora a pesquisa realizada tenha sido pautada nas classes C e D no geral, o público alvo, esteve focado em jovens recém graduados que, ao entrar no mercado de trabalho, ganham até 4 mil reais. Este público enquadra-se no PMCMV e também na classe C, porém a renda é para sustento de apenas uma pessoa.

O gosto destas pessoas é mais refinado e estão dispostos a compra de produtos com conceitos diferentes e não tradicionais. Além disto, tem mais exigências quanto ao acabamento dos produtos.

Para validar o enquadramento deste público quanto sua idade, renda e gostos, foi realizada uma pesquisa de campo para entender seu comportamento quando o produto a ser comprado é um artefato prato.

Visto a caracterização de consumo desse público alvo, foi realizada uma pesquisa de campo com o objetivo de entender as decisões de compra para pratos, objeto desse projeto. Os resultados apontam que 86,2% dos participantes já comprou, e não apenas usou, pratos. Dentre os entrevistados, destacou-se o grande número de jovens, 54%, com menos de 30 anos que, por estarem no começo de suas carreiras e morarem muitas vezes sozinhos enquadram-se dentro da renda alvo do projeto. Estes dados etários podem ser vistos detalhadamente na figura 69.

Faixa etária

117 respostas

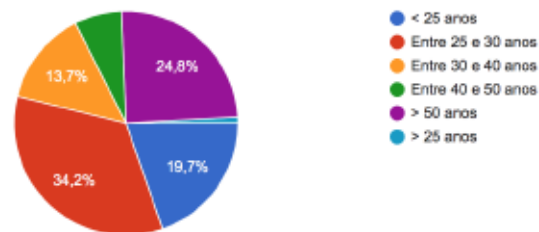


Figura 69: Faixa Etária dos Entrevistados da Pesquisa de Campo
Fonte: o autor

Ainda, a pesquisa apontou que mais de 40% tem renda inferior a R\$4.500,00, e podem ser considerados da classe C, outros 15% enquadram-se exatamente Classe C (figura 70), que segundo o IBGE tem renda mensal em casa de R\$ 3.748,01 a R\$ 9.370,00, dados de 2016, que também são potenciais compradores para produtos de baixo custo porém com maior valor agregado. Assim, mais da metade dos entrevistados enquadram-se no público definido para o projeto.

Renda (em casa)

118 respostas

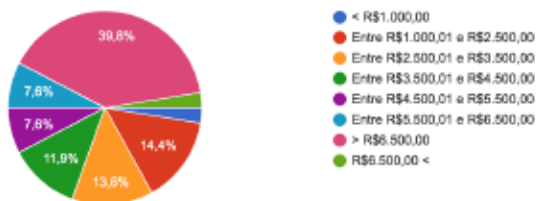


Figura 70: Renda em Casa dos Entrevistados da Pesquisa de Campo
Fonte: o autor

Neste contexto perguntou-se da importância que o tipo de material tinha neste utensílio, e, o resultado detalhado obtido pode ser observado no gráfico a seguir. Mais de 70%, julgaram, de importância média para alta, o material do prato (figura 71), isso nos mostra que, para a inserção de novos materiais no ramo de aparelhos de jantar, há a necessidade de ser bem trabalhado nos mínimos detalhes, bem finalizado, para ser comparado

aos produtos já encontrados no mercado em maiores escalas.

De 0 a 5, quão importante você julga o material neste tipo de produto? Onde: 0, nenhuma importância e 5, muita importância na decisão de compra

116 respostas

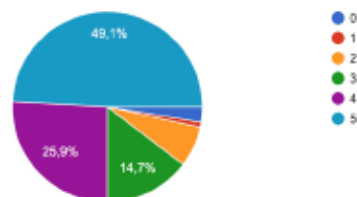


Figura 71: Importância do Material para Pratos
Fonte: o autor

A partir destas respostas, buscou-se então compreender a sensibilidade do público para outros materiais nas gôndolas das lojas de artigos para casa e detalhar quais seriam eles. De acordo com a pesquisa, cerca de 16% dos entrevistados gostariam de ver uma mudança dos materiais no que diz respeito ao design de pratos. O resultado total pode ser observado na figura 72, que vem a seguir. Dá para perceber nos resultados que, 40% dos entrevistados se interessam pela forma e material deste tipo de produtos, querendo ver uma mudança nos modelos hoje encontrados para venda.

Qual característica você gostaria de ver em um novo modelo de pratos?

118 respostas

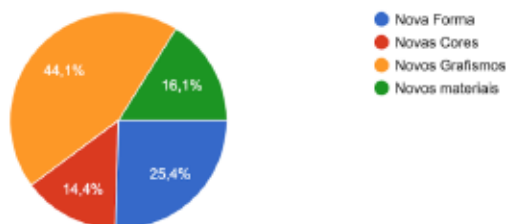


Figura 72: Atributos para um Novo Prato
Fonte: o autor

Observando o gráfico, podemos notar a divisão de como as pessoas gostariam de inovar neste ramo de mercado como mudança principal. Talvez pela grande oferta de gráficos diferentes nos aparelhos de jantar, essa seja a característica com maior preferência, o que não exclui as outras características, e pode abrir campo para inovar nas outras áreas e abrir caminho para novas propostas além da que será desenvolvida neste projeto.

Não há impedimentos na hora de uma nova projeção, o que pode, muito bem, mesclar características para atingir uma nova proposta. Pratos com novas formas e materiais, ou mesmo, gráficos com novas cores que ainda são difíceis de ver nos aparelhos de jantar.

Continuando a pesquisa, podemos observar na figura 73, quais os mate-

riais com maior preferência dos entrevistados. Secundariamente aos materiais tradicionais, vidro e porcelana, podemos observar o barro, que também é visto com certa frequência no mercado, a pedra e a argamassa. Esta pergunta é importante para saber qual a abertura do público a outros materiais, e, somados, os materiais não tradicionais somam 50 respostas das 220 obtidas. Resultado que comprova uma abertura para propostas diferentes da porcelana e vidro.

Dos materiais abaixo, assinale 2 que você prefere em um jogo de pratos;

115 respostas

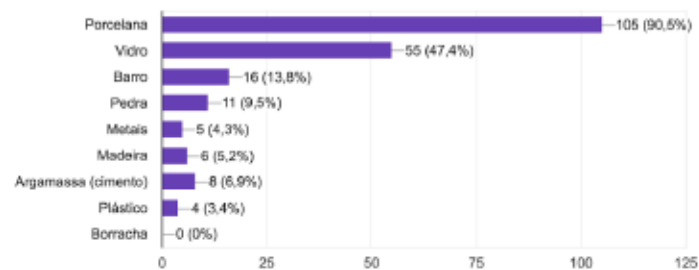


Figura 73: Materiais Preferidos pelos Entrevistados em Pratos
Fonte: o autor

Em pergunta aberta e não obrigatória, os entrevistados puderam dizer quais os outros quesitos, que não apareceram antes, e levam em consideração na hora de adquirir prato. De 75 respostas obtidas, algumas palavras chamam a atenção por aparecerem mais vezes, o que demons-

tra um padrão na busca de novos produtos. Preço, com sete aparições foi a característica mais lembrada, durabilidade, com cinco, sucede, e na sequência, com quatro citações, forma, beleza, acabamento, qualidade e tamanho.

Analisando a pesquisa realizada, a maior parte das pessoas ainda prefere materiais tradicionais, mas é suscetível a comprar produtos que alinhem estética, qualidade e custo benefício. O uso de novos materiais no mercado de aparelhos de jantar ainda é algo novo, portanto traz relutância antes da apresentação de um resultado final que convença a comprar. Através dessa pesquisa se pode observar alguns quesitos mais observados na hora de adquirir novas peças.

Ao projetar há a possibilidade de mesclar técnicas de criação de peças e a diversidade encontrada nesse universo, para confortar as pessoas na hora de comprar alguma peça de aparelho de jantar nova. Por ser uma parcela da população com orçamento mais reduzido, focam no que necessitam primeiro e depois buscam o supérfluo. Este comportamento evidencia a necessidade de gerar necessidade para que adquiram novas peças. Ao adquirir uma nova residência e quer renovar a casa, reposição de peças, novas peças para usos especiais, e, neste caso, o designer deve trabalhar de maneira que este segundo aparelho de jantar possa ser reutilizado várias vezes sem "enjoar", são algumas das maneiras a gerar necessidade.

Por ser uma classe com grande variedade de pessoas, visto que as Classes C e D juntas representam mais de 50% da população brasileira, bus-

cou-se projetar com foco em específico para uma parte de público, porém alguns dos requisitos poderá atender outras partes do total. Dito isto, os jovens, que estão em começo de carreira, recém graduados, e ainda não tem um salário alto e moram sozinhos e estão em busca da sua primeira casa própria, serão os principais alvos do desenvolvimento do projeto. Este público busca por produtos funcionais mas também busca se diferenciar dos demais, buscando por peças com mais design mas que também tenham um bom custo benefício.

Por estarem, com frequência na presença de amigos optam por peças e artefatos diferenciados que expressem sua personalidade, entregando o máximo de emoção pelo menor preço que puderem pagar, para isso estão sempre ligados em promoções.

5.1 Personas

Personas, a representação do cliente ideal. Com os dados obtidos nas pesquisas de comportamento e características demográficas, é possível a elaboração de personas, mostrando as suas histórias pessoais, motivações, objetivos, desafios e preocupações. É uma ferramenta muito utilizada para identificar de maneira rápida, as principais características do seu público alvo. Quanto melhor a definição, mais próximo do real cliente pode-se chegar, e com isso desenvolver um projeto melhor (Resultados Digitais, 2019).

As personas criadas para o projeto foram a Luiza (figura 74), a Júlia (figura 77) e o Paulo (figura 80). Buscou-se abranger os jovens que acabam de entrar no mercado de trabalho após graduar-se e também famílias, de 3 a 4 pessoas, que tem como renda total o valor de R\$4.000,00. Todos são potenciais consumidores do produto desenvolvido, porém o foco do desenvolvimento se baseou nos jovens.

Para se entender melhor as personas, também foi gerado, para cada uma, um mapa de empatia e um painel dos estilos de vida de cada persona. O mapa de empatia objetiva entender melhor como a persona pensa, o que ela vê e pratica, ouve e almeja para seu futuro e vê problemas do seu presente, para então, através do painel de costumes, poder gerar conceitos que guiarão o desenvolvimento do projeto.

Figura 74: Persona Luíza
Fonte: o autor / Website Geradordepersonas



Luíza

Analista numa empresa de fornecimento de energia solar

Empresa: A empresa onde ela trabalha é uma grande empresa no mercado de energia. Possui regras rígidas quanto a vestimenta e trabalho e oferece grande plano de carreira aos seus colaboradores

Idade: 25 anos

Genêro: Feminino

Educação: Ensino superior

Mídias: Ela está sempre conectada em todas as redes sociais, atualmente usa mais o Instagram. Gosta bastante de assistir séries e filmes nas plataformas de streaming através do celular, computador e televisão

Objetivos: Luíza, como qualquer outra recém formada, busca crescimento profissional. Com isso vem melhor poder aquisitivo, poderá fazer as viagens que sempre planejou mas não teve oportunidade. Além disso, poder ajudar a sua família que trabalhou muito para que ela tivesse a oportunidade de fazer uma faculdade federal.

Desafios: Seus desafios vem da alta oferta de profissionais novos no mercado. Conseguir driblar o desemprego por emendar o estágio obrigatório direto numa contratação. Formou-se em engenharia de energias e sabe do crescimento que essa área vem sofrendo, ocasionalmente aumentando a demanda, portanto, aumento do trabalho que deve desempenhar, e também do aumento na procura que esta área gera para novos trabalhadores.

Luíza, a primeira persona deste projeto, é recém formada e aos poucos vem tendo suas conquistas dentro da empresa e consequentemente sua vida financeira vem melhorando.

Por enquanto pertence a classe C, ganhando pouco menos de R\$4.000,00 para se sustentar, e como já pensa em morar sozinha, terá de fazer um planejamento de contas para arcar com os custos do apartamento ou casa, comprado ou alugado e também com o total ou parte da mobília, o que a torna uma potencial compradora do produto aqui desenvolvido.

A seguir, na figura 75 e 76, podemos observar mais de perto como vive através de seu mapa de empatia e painel do estilo de vida.

Nome: Luiza

Idade: 25

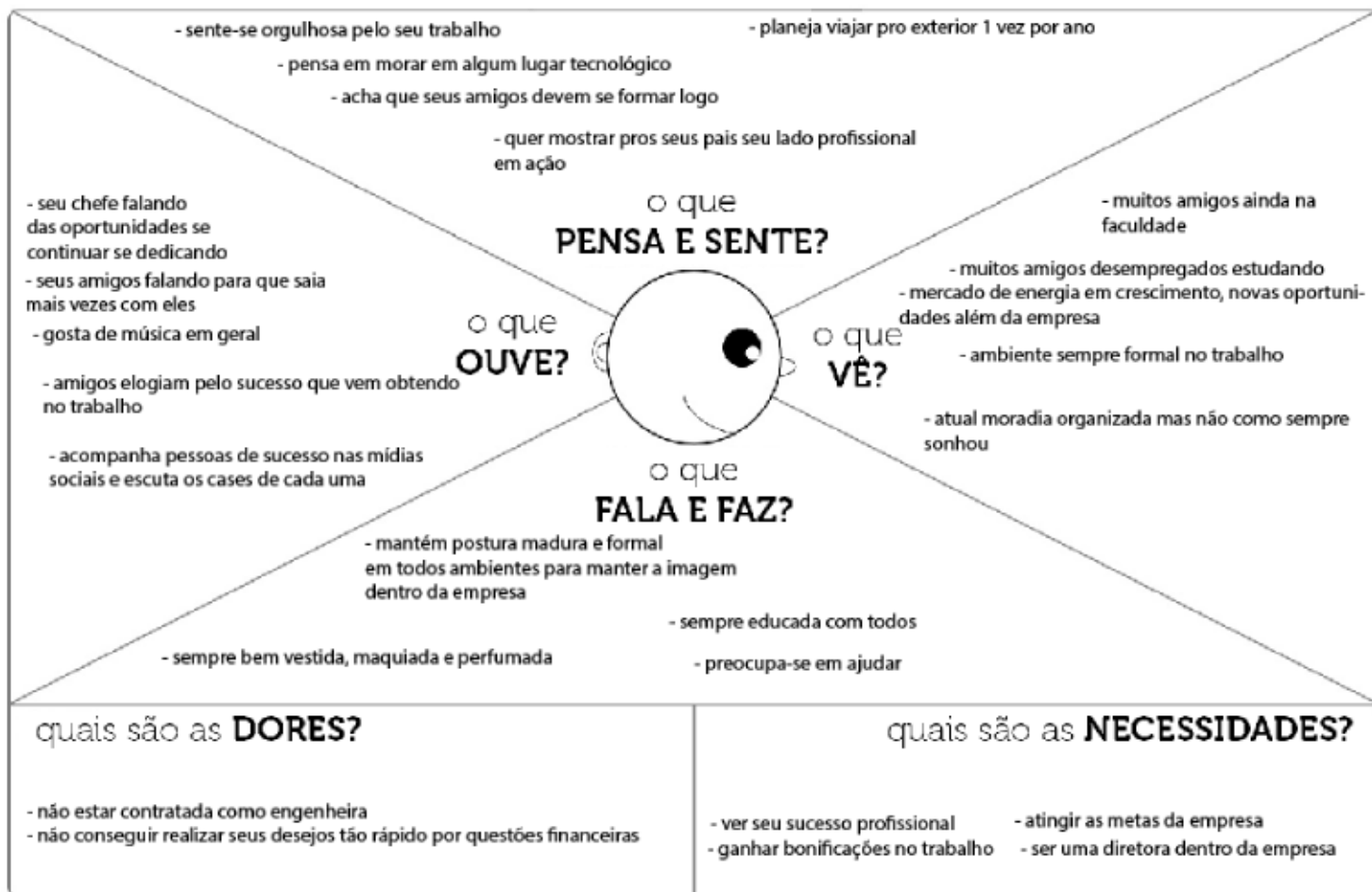


Figura 75: Mapa de Empatia de Luiza
Fonte: o autor

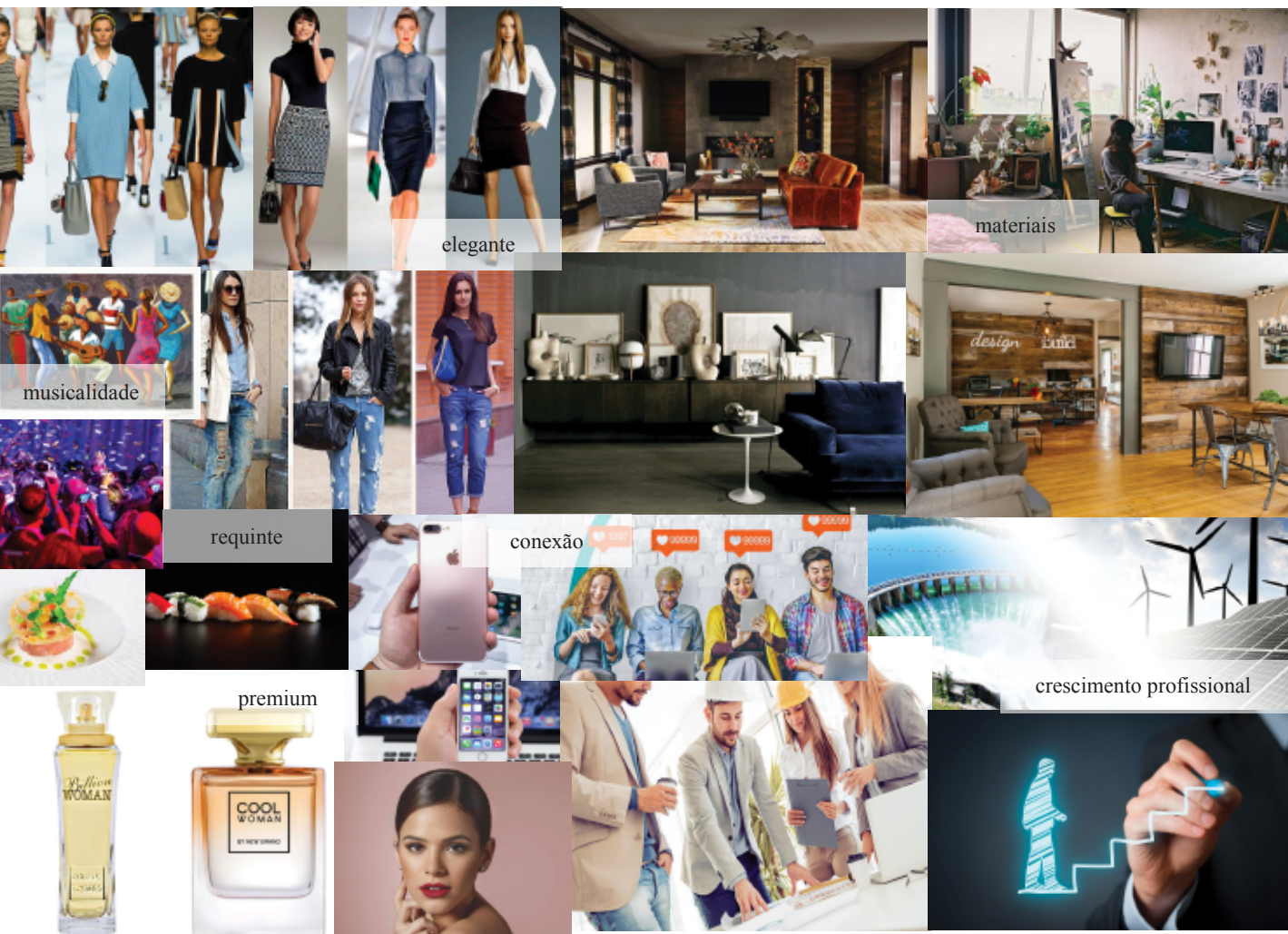


Figura 76: Banco de imagens do estilo de vida de Luiza
Fonte: o autor, imagens da internet

A partir da análise do estilo de vida das personas, pode-se extrair os conceitos aos quais serão regidos o projeto. Da Luiza, surgiram como conceitos o requinte e o minimalismo. Observados no seu dia-a-dia de como se veste e lugares que frequenta, bem como seus produtos tecnológicos com linhas limpas e de qualidade premium no mercado.

Figura 77: Persona Júlia
Fonte: o autor / Website Geradordepersonas



Júlia

Advogada num escritório

Empresa: O escritório onde Júlia advoga, é pequeno, trabalham ela, um estagiário e sua chefe. Tem uma demanda razoável de processos por mês e demanda até um pouco mais de 40h por mês.

Idade: 27 anos

Genêro: Feminino

Educação: Ensino superior

Mídias: Como trabalha bastante tempo, praticamente só se atualiza diariamente por meio de sites e quanto a redes sociais utiliza apenas Instagram e Whatsapp. Gosta bastante de ver séries mas só consegue durante os finais de semana e feriados. O tempo que tem, gosta mais de praticar atividades físicas e sair com os amigos ao ficar nas redes sociais.

Objetivos: Almeja passar num concurso do Ministério Público ou abrir seu próprio e renomado escritório de advocacia. É uma pessoa muito família e sai de vez em quando com os amigos. Está determinada a atingir seus próximos objetivos para aí então poder curtir a vida com mais estabilidade.

Desafios: Como está no começo da carreira, apesar de não ganhar muito, já conseguiu guardar um dinheiro e está pensando em sair da casa dos pais, que acabam se incomodando com o estilo de vida saudável, de estudos e trabalho da filha que ainda mora com eles. Como não tem tanto dinheiro tem olhado opções para conseguir isso, que é a maior dificuldade no dia-a-dia.

Júlia, a segunda persona gerada, figura 77, também em seus primeiros anos de formada, leva uma vida diferente, mais ligada aos esportes e natureza.

Ainda que um estilo de vida mais saudável, vive com os pais o que a frustra, e vem, por isso, buscando um espaço só seu, o que gera a mesma necessidade de Luíza - poupar para aluguel ou compra e mobília de sua nova casa - o que a transforma também em uma potencial compradora do prato gerado neste projeto.

Nome: Júlia

Idade: 27



Figura 78: Mapa de Empatia de Júlia
Fonte: o autor



Figura 79: Banco de imagens do estilo de vida de Júlia
 Fonte: o autor, imagens da internet

Ao observar o estilo de vida de Júlia, evidencia-se os conceitos de vida saudável e leveza. Conceitos que estão em alta no momento, onde muitas pessoas buscam por vidas melhores e mais saudáveis.

Figura 80: Persona Paulo
Fonte: o autor / Website Geradordepersonas



Paulo, o borracheiro

Dono de uma borracharia

Empresa: A borracharia de Paulo é uma borracharia humilde, que atende principalmente as pessoas de seu bairro, periférico da cidade de Natal/PE

Idade: 38 anos

Genêro: Masculino

Educação: Ensino médio

Mídias: Lê jornal uma vez ao mês e assiste televisão todos os dias, antes e após seu trabalho. É seu principal meio de obter informações, através dos jornais da manhã e da noite. Gosta de ver os filmes que passam na TV aberta, além de acompanhar assiduamente o futebol, e é torcedor do Bahia.

Objetivos: Objetiva ao máximo dar uma vida o mais confortável possível para sua família e busca que sua filha Camila, de 14 anos, curse o ensino superior e tenha uma vida melhor que a que pôde dar para ela.

Desafios: Não são todos os meses que pode comprar algum presente ou algo que não estava planejado no orçamento do mês, mesmo que sua borracharia tendo melhorado nas vendas.

Por fim, Paulo, borracheiro, mora com sua esposa e filha. Busca dar o máximo de conforto para sua família, apesar de levar uma vida mais humilde, sempre se planeja para que possa ter as coisas que querem. Mesmo que os produtos não sejam os melhores do mercado, eletrodomésticos, celulares e computadores, roupas, etc. quer sempre o melhor custo benefício.

Seu maior desejo é que sua filha continue estudando e possa um dia se graduar e ter uma vida melhor que a atual.

Com essa busca por melhores produtos e melhor qualidade de vida, busca produtos que melhorem o dia-a-dia da família dentro de casa, e é algo possível através de pratos diferentes, trazendo uma experiência diferente ao comer.

Nome: Paulo

Idade: 38

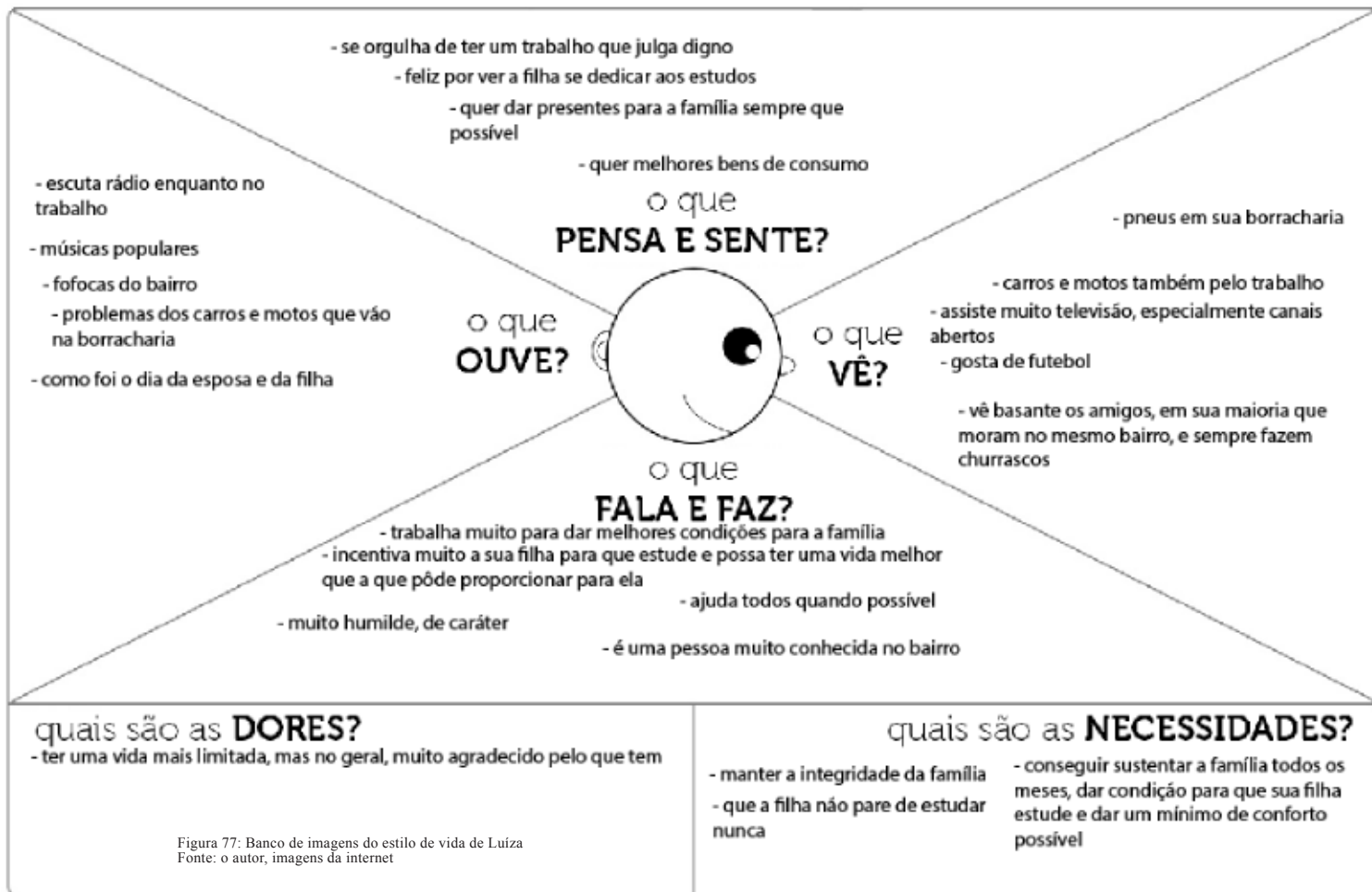


Figura 77: Banco de imagens do estilo de vida de Luiza
Fonte: o autor, imagens da internet

Figura 81: Mapa de Empatia de Paulo
Fonte: o autor



Figura 82: Banco de imagens do estilo de vida de Paulo
 Fonte: o autor, imagens da internet

Analisando o estilo de vida de Paulo, observamos como principal requisito a funcionalidade, que vem em primeiro lugar nas suas decisões a fim de facilitar o seu dia-a-dia. Outras situações de compra vem com planejamento de compra de novos produtos e também apenas quando é possível. Estes conceitos servirão para extrairmos os requisitos de projeto para desenvolvimento do prato. Definidos os conceitos que representam cada persona, foi desenvolvido painéis visuais desses conceitos, para que possa ser extraídos padrões estéticos e visuais que possam ser representados no produto final.

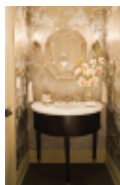
5.2 Painéis de Conceitos

Os conceitos para os painéis, foram extraídos do estilo de vida de cada uma das personas, buscando abranger em a maior quantidade do público-alvo sem abrir mão da qualidade. Os painéis de conceito, muito utilizado por designers, serve para agrupar as características de cada conceito e assim, fazer associações através destas e gerar novas ideias.

Requite



Figura 83: Banco de imagens do conceito Requite
Fonte: o autor, imagens da internet



Materiais	Nobres	Pedras preciosas	Metais
Detalhes	Todas as peças e ambientes muito detalhados	Aparência de único, esculpido à mão	
Linhas	Linhas curvadas		
Cores	Tons metálicos dourados, prateados e rosé	Tons escuros de diversas cores e materiais	

Tabela 2: Painel de Requite
Fonte: o autor



Figura S4: Banco de imagens do conceito minimalismo
Fonte: o autor, imagens da internet

Minimalismo



Materiais	Madeiras e metais	Concreto e Argamassa	Alimentos
Detalhes	Destaque para os materiais	Composição do todo e não de cada peça	Semelhança com galeria de arte
Linhas	Maioria retas	Busca pela simplicidade	
Cores	Branco	Cores dos próprios materiais	

Tabela 3: Painel de Minimalismo
Fonte: o autor

Vida Saudável



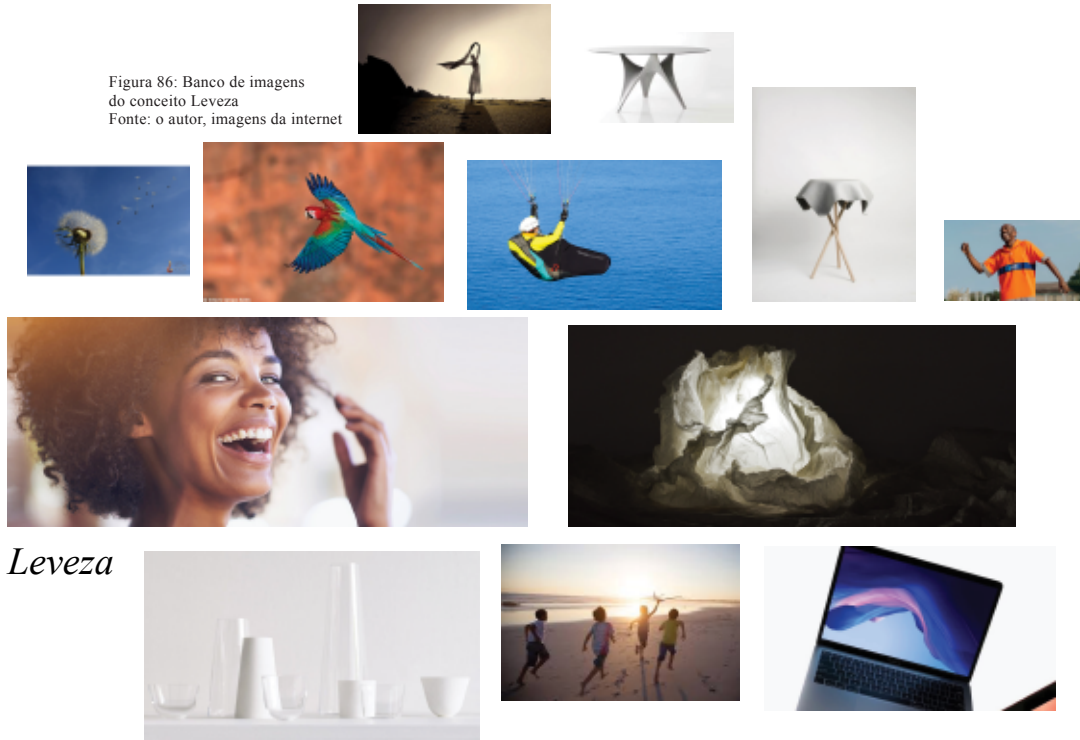
Figura 85: Banco de imagens do conceito Vida Saudável
Fonte: o autor, imagens da internet



Materiais	Sinteticos	Metais e madeira	Pedras e plantas
Detalhes	Tecnologia, novos materiais e sistemas	Performance	
Linhas	Linhas que expressem movimento	Linhas que se mostram robustas em alguns momentos	
Cores	Muitos tons e cores diferentes		

Tabela 4: Painel de Vida Saudável
Fonte: o autor

Figura 86: Banco de imagens do conceito Leveza
 Fonte: o autor, imagens da internet



Leveza

Materiais	Imitação da Natureza		
Detalhes	Delicados	Aparência de Leveza	Uso do Vazio
Linhas	Linhas que expressem movimento	Contínuas	
Cores	Imitação da Natureza		

Tabela 5: Painel de Leveza
 Fonte: o autor

Usabilidade

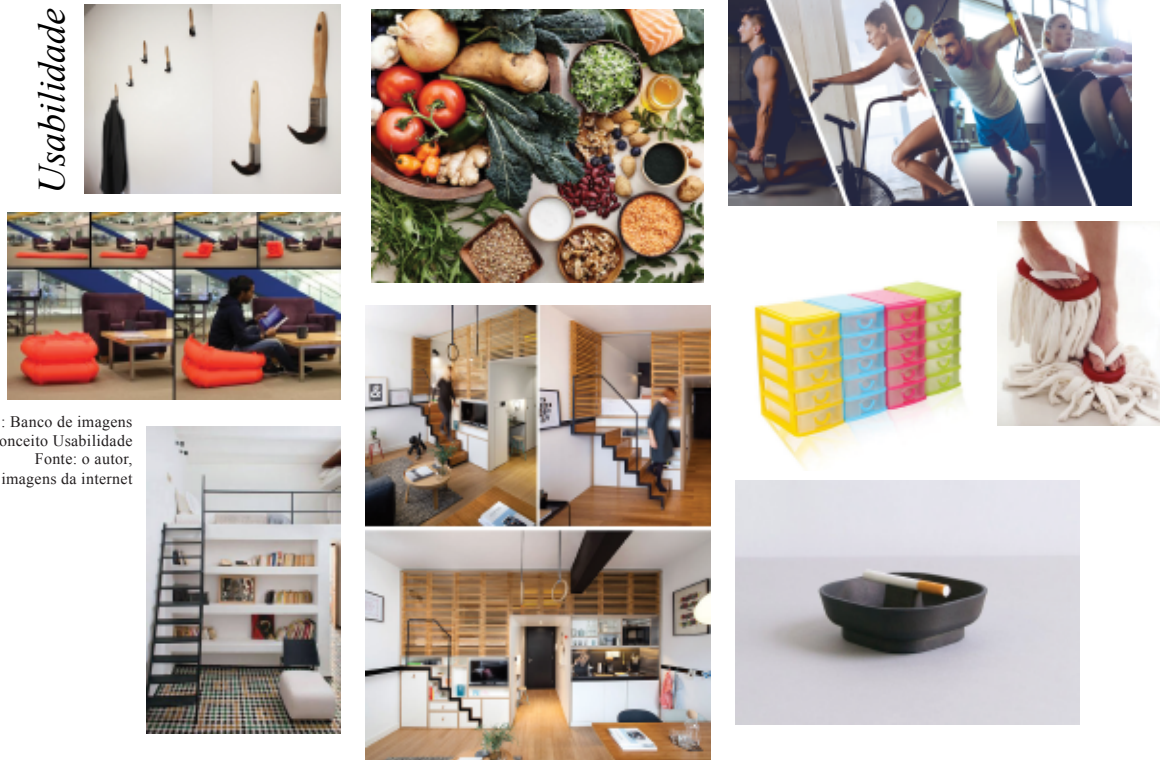


Figura 87: Banco de imagens do conceito Usabilidade
 Fonte: o autor, imagens da internet

Materiais	Plástico	MDF	
Detalhes	Busca pelo encaixe entre as formas	Reutilização de outros produtos	
Linhas	Linhas simples que se completam	Normalmente Retas	
Cores	Cores dos próprios materiais		

Tabela 6: Painel de Usabilidade
 Fonte: o autor

6. REQUISITOS DE PROJETO

Após todo o levantamento de dados, pode-se dizer quais serão os requisitos de projeto. Estes são necessários de duas maneiras, obrigatórios e desejáveis, que servem para de maneira clara, evidenciar quais os requisitos mais importantes e quais seriam bons de ter no produto mas que não fariam falta caso não tivesse. Os requisitos vem de todas outras etapas do desenvolvimento.

ETAPA

Design de Produtos:
Artefato Prato
Parceria com a BQMIL

Público Alvo/
Personas

Público Alvo

Persona Paulo

Público Alvo

REQUISITOS OBIIGATÓRIOS	ETAPA	REQUISITOS DESEJÁVEIS
Confeção em Argamassa	REQUISITOS DESEJÁVEIS	REQUISITOS DESEJÁVEIS
Forma Diferenciada	Persona Luíza Requite	Detalhe em tom dourado, prateado ou rosé
Bom Acabamento	Persona Júlia Vida Saudável	Linhas Robustas conivente com o Material
Bom tamanho	Persona Luíza Minimalismo	Detalhes Minimalistas e Organizados
Fácil Limpeza	Persona Júlia Leveza	Linhas Finas e Flúidas

Tabela 7: Requisitos de Projeto
Fonte: o autor

7. PROPOSTA DE PRATO

A partir de todo o levantamento de dados sobre o público alvo, definição de conceitos e requisitos de projeto, iniciou-se a projeção de um prato, e a partir dele, uma linha de outros artefatos que compunham uma linha completa de aparelho de jantar.

Esta projeção foi dividida em sketches, modelagem em software 3D e depois confecção de protótipo.

A proposta gerada, será mais uma maneira da BQMIL, empresa parceria agregar valor a sua marca e demonstrar a qualidade de seus produtos. Além da venda ao público em geral, há interesse da empresa e do LOGO que o aparelho de jantar aqui desenvolvido sirva de presente comemorativo aos melhores clientes da empresa. Para garantir a exclusividade deste produto no plantel da empresa, será pedido a patente de Design para a proposta.

7.1 Sketches

Os sketches foram feitos todos à mão com caneta BIC e nanquim, e serão explicados um a um conforme forem apresentados. Foram gerados 11 propostas para este projeto e, após o término deste desenvolvimento, através de uma matriz de decisão obteve-se o modelo base para uma linha e que também será confeccionado o protótipo.

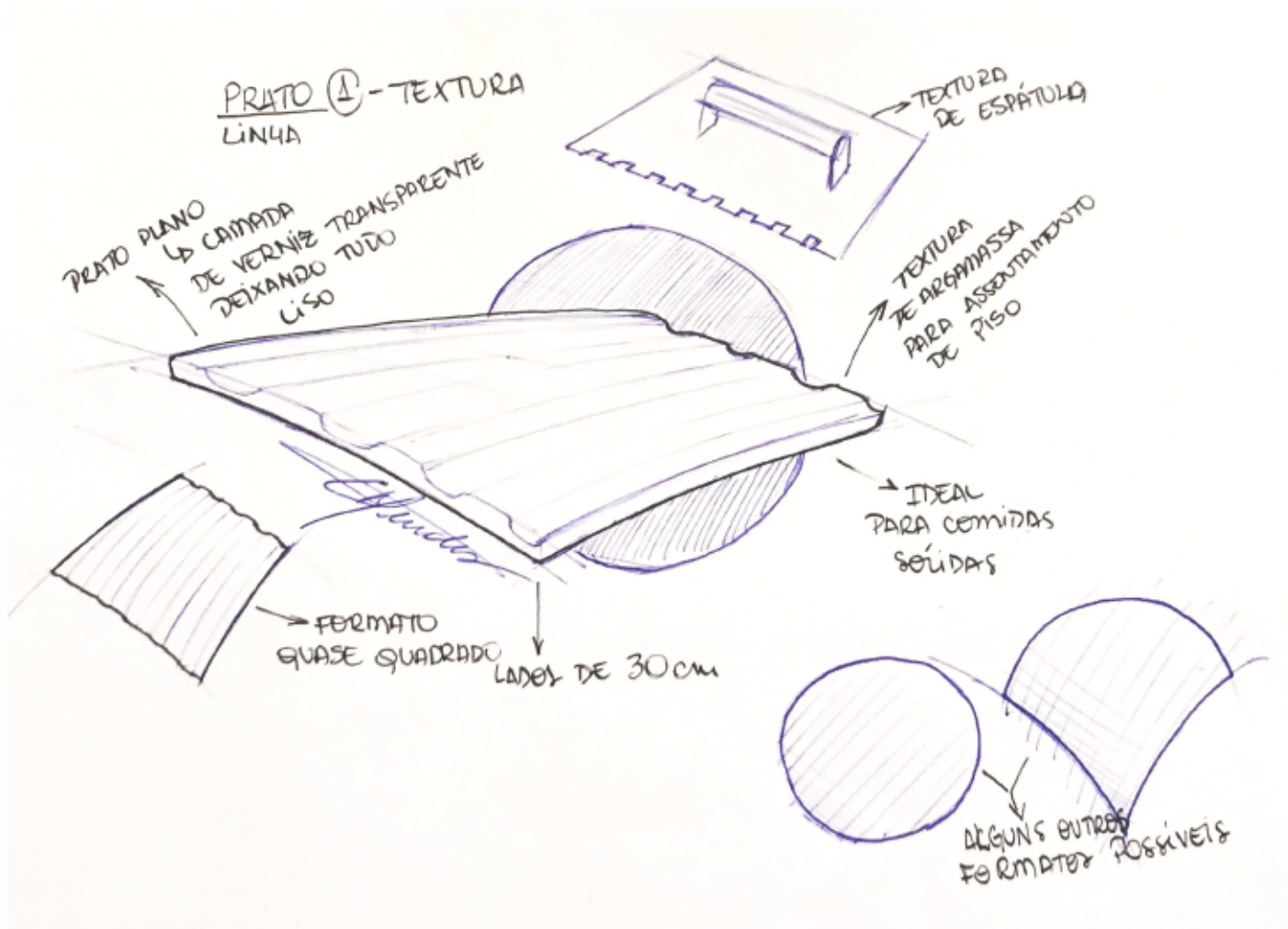


Figura 89: Sketches da proposta 1, TEXTURA
 Fonte: o autor

O primeiro modelo desenvolvido, nomeado de “Textura”, foi inspirado no momento de fixação de pisos ou revestimentos. A argamassa é passada e espalhada com espátulas resultando numa textura, a qual foi inspirada este primeiro modelo. Este prato seria liso, pois, após feita a textura, teria acabamento com verniz transparente, nivelando toda a superfície.

PRATO (2) - ELEVATION
LINHA

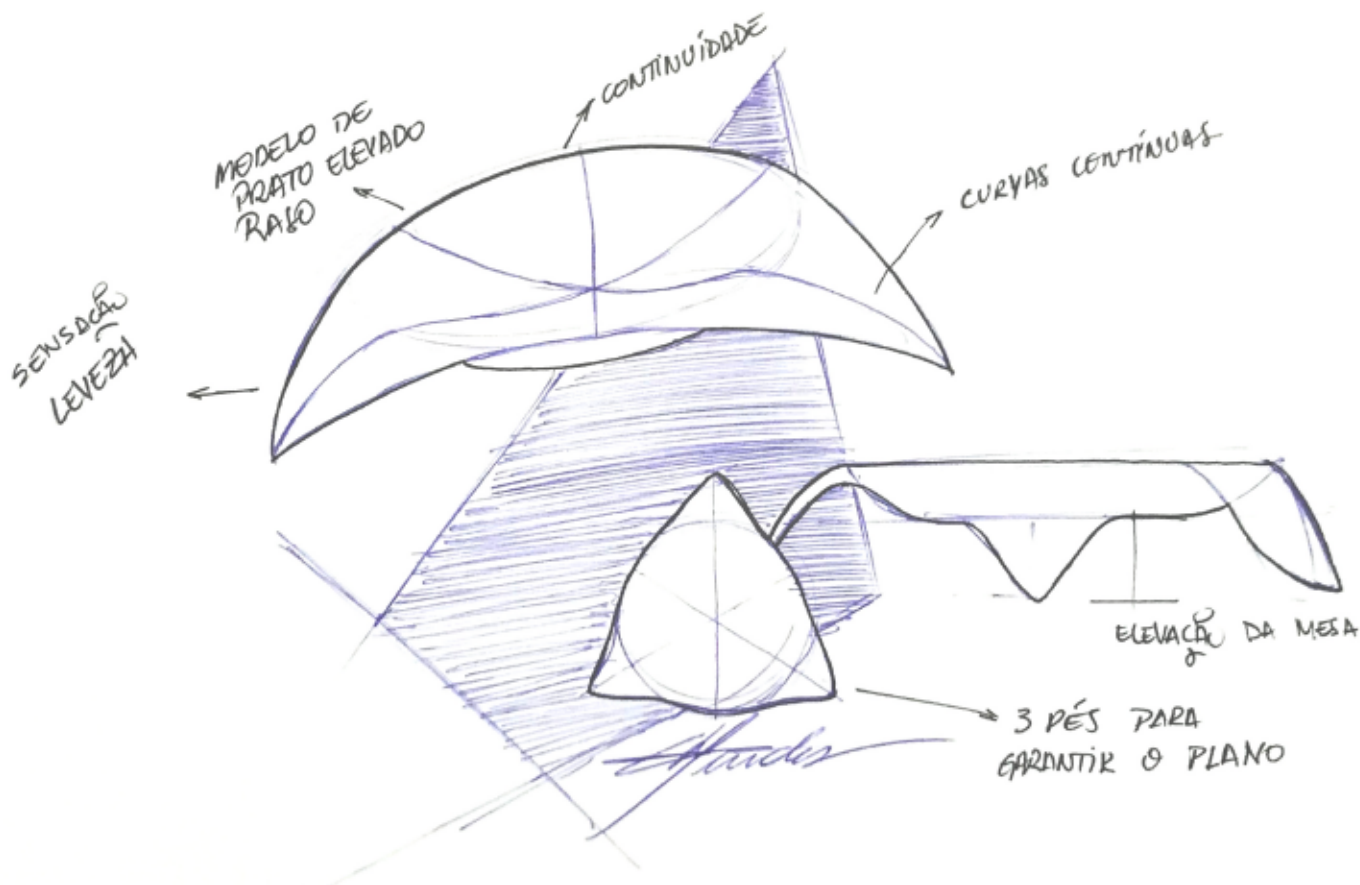


Figura 90: Sketches da proposta 2, ELEVATION
Fonte: o autor

O segundo modelo desenvolvido, “Elevation”, para transmitir a sensação de leveza a fundo, seria elevado em relação a superfície onde estaria apoiado. O objetivo era mostrar, que, mesmo com um material mais grosseiro, a argamassa, há a possibilidade de passar uma imagem mais delicada. Além de leveza, objetivou-se passar uma ideia de continuidade com linhas mais mais suaves.

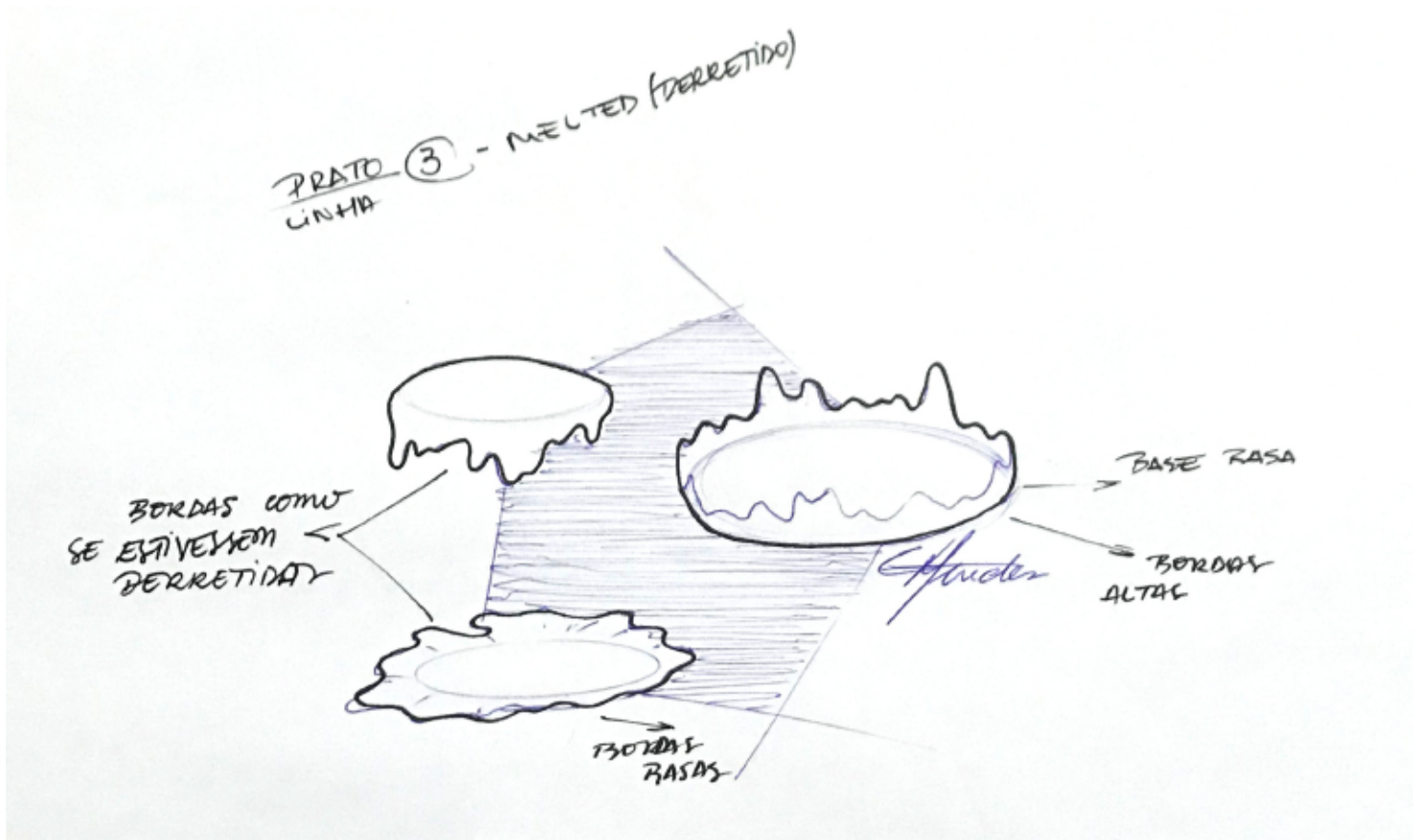


Figura 91: Sketches da proposta 3, MELTED
Fonte: o autor

Como terceira proposta, desenvolveu-se “Melted” (derretido). Com aparência de ter sido derretido, traz a sensação de leveza e também uma nova forma. Com busca dos cantos arredondados, mostra certa complexidade para entender o modelo como todo. Alterando-se como as bordas ficariam elevadas poderiam ser desenvolvidos os outros modelos de uma linha completa de aparelho de jantar.

PRATO 4 - TELHA
LINHA

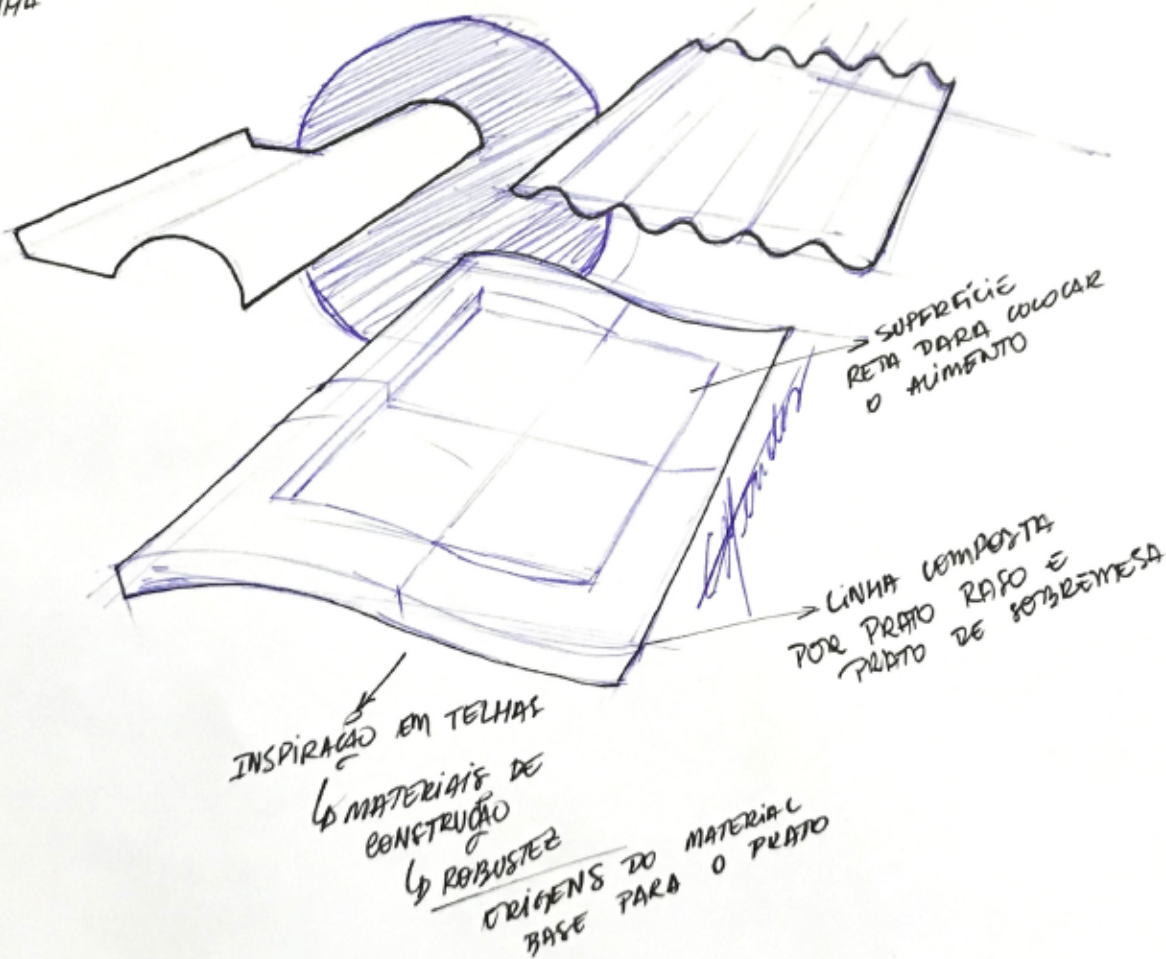


Figura 92: Sketches da proposta 4, TELHA
Fonte: o autor

A proposta quatro, busca, assim como a proposta um, inspiração nas construções, momento de grande uso da argamassa. Inspirado em telhas, traz, robustez mas com linhas suaves para demonstrar também a leveza. As curvas dariam forma ao utensílio porém teria uma parte plana ao centro para que se colocassem os alimentos.

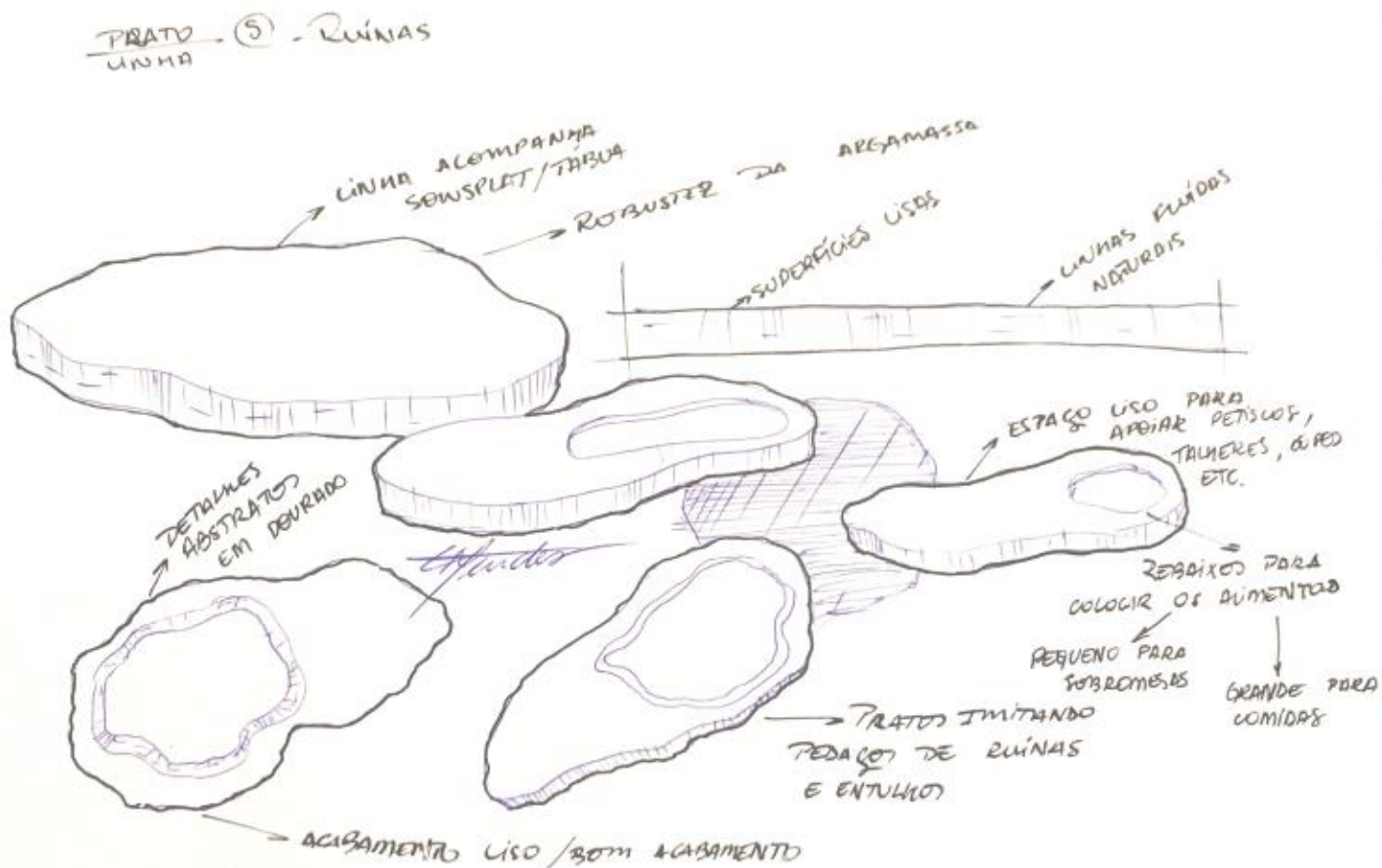


Figura 93: Sketches da proposta 5, RUÍNAS
 Fonte: o autor

A quinta proposta, que também busca inspiração na origem do material, descobre em sua forma mais bruta um toque de requinte. Com acabamento envernizado e com detalhes em dourado, traz linhas flúidas e contínuas explorando o que há de mais robusto. Ruínas e entulhos trazem grande oportunidade de valorizar o material, trazendo uma riqueza de conceitos em algo visto como um descarte.

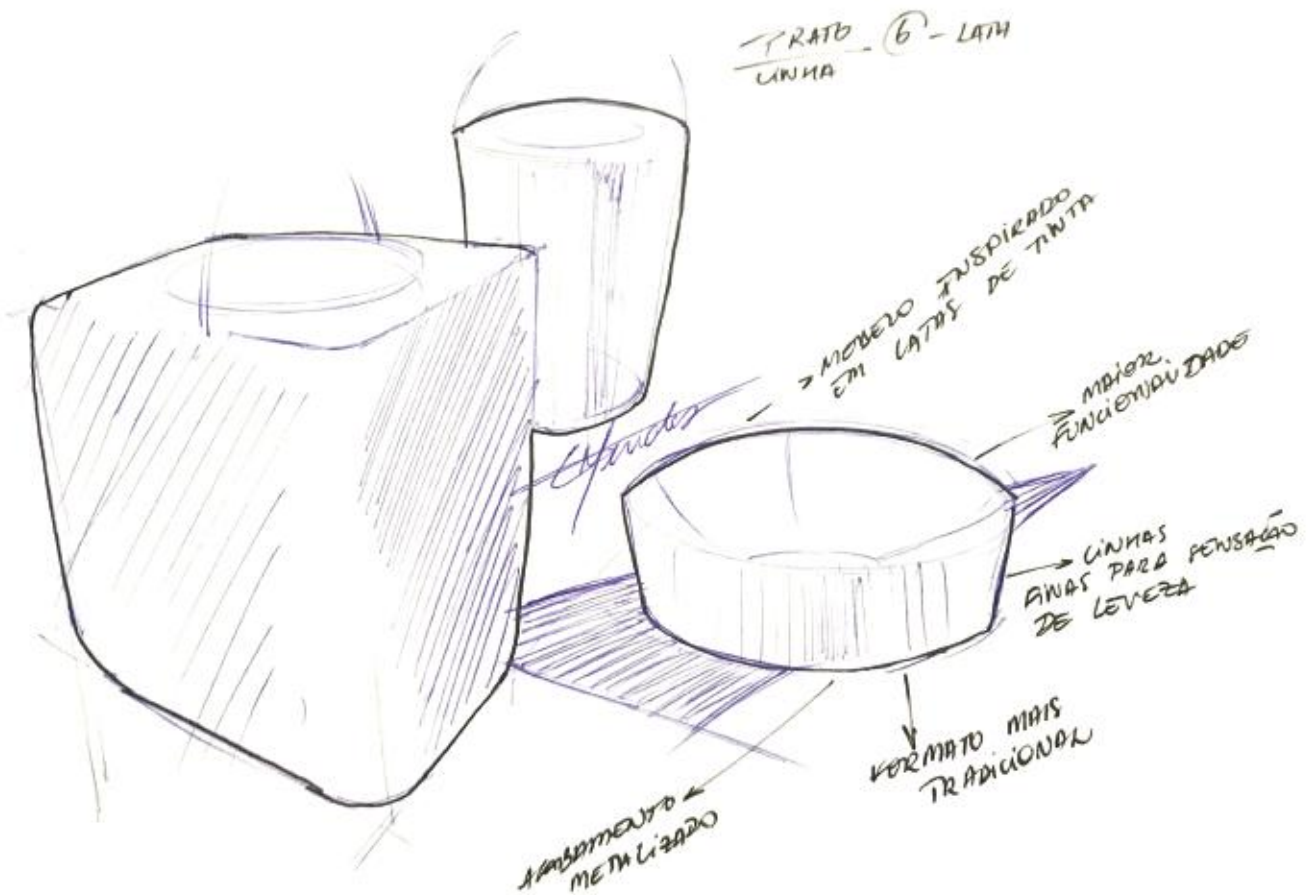


Figura 94: Sketches da proposta 6, LATA
Fonte: o autor

Na sexta proposta, buscou-se, acima de tudo, trazer a funcionalidade à tona. Para estruturar-se, buscou-se nas latas, embalagens muito presentes no ramo da construção sua forma.

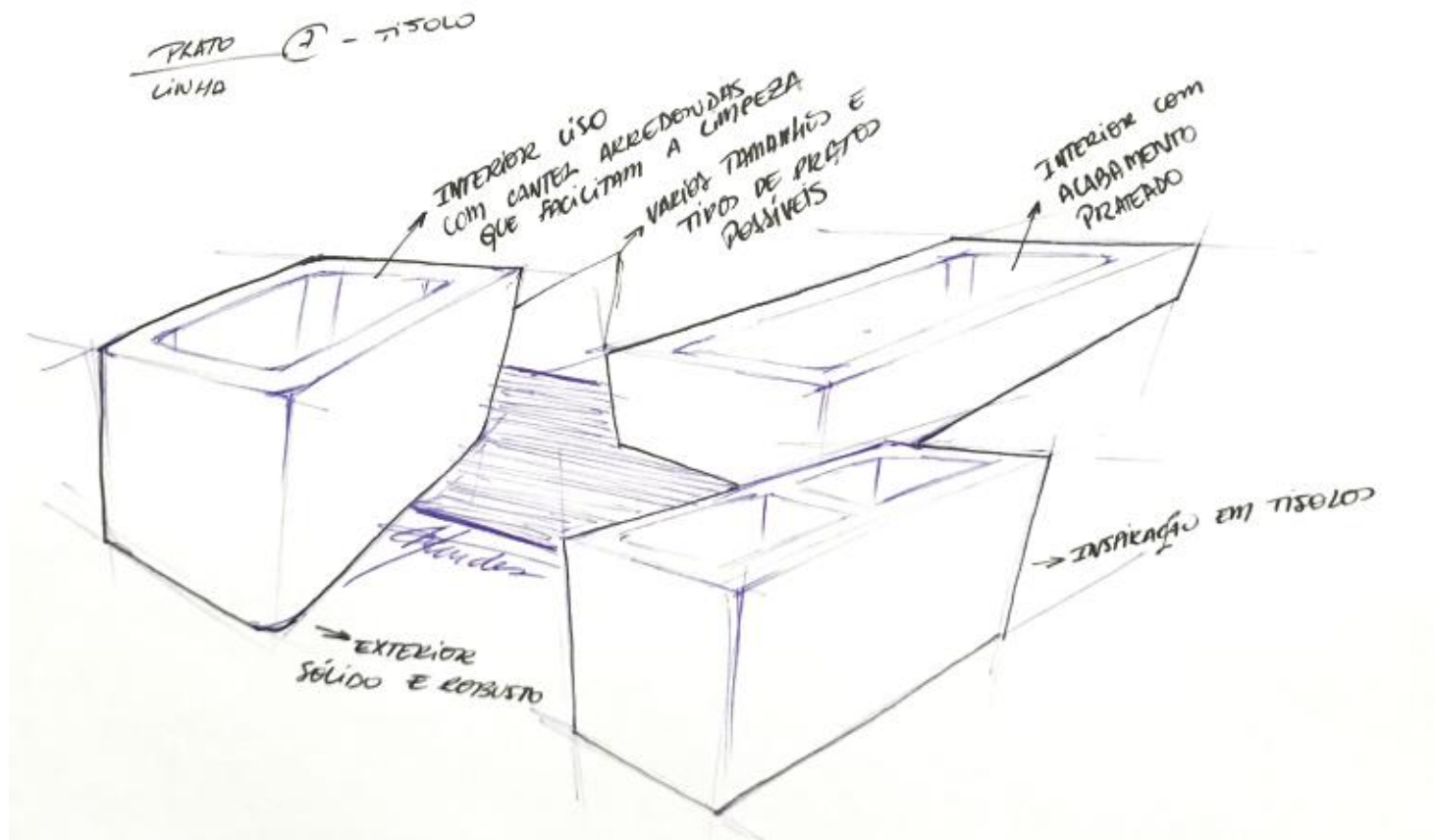


Figura 95: Sketches da proposta 7, TIJOLO
Fonte: o autor

Outro material muito associado a argamassa são os tijolos. A partir de sua forma rústica e bruta, desenvolveu-se opções para uma completa de aparelhos de jantar, com prato raso e fundo, podendo desenvolver um sousplat e um prato de sobremesa apenas alterando sua forma base, altura, comprimento e largura.

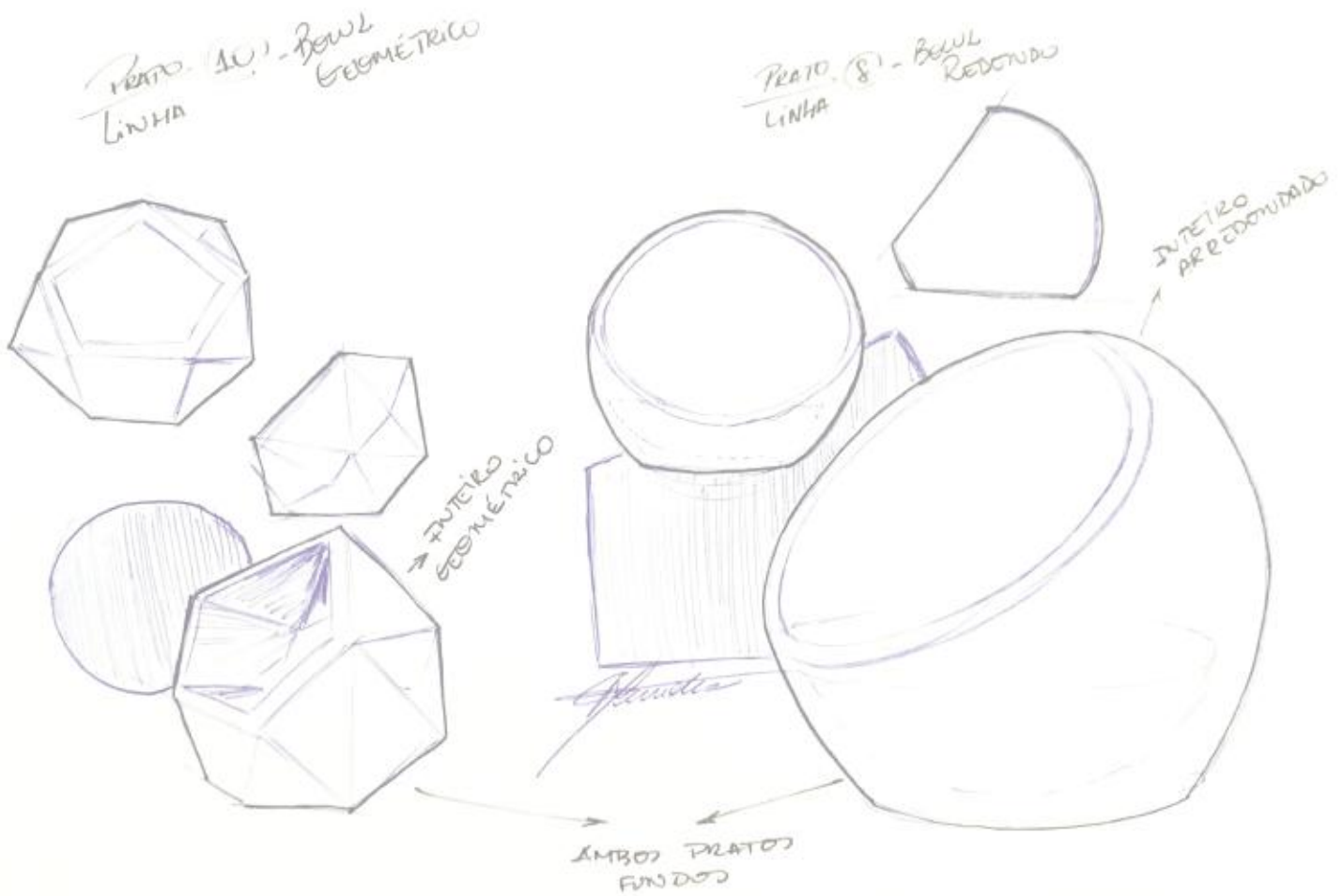


Figura 96: Sketches da proposta 8 e 10, BOWLS
Fonte: o autor

As linhas 8 e 10, tratam como estrela, os pratos fundos de suas respectivas linhas. Ambas com a mesma ideia de uma forma recortada formando um prato fundo em seu interior, porém cada uma interpretando isso de uma maneira. Nas duas situações, buscou-se com o minimalismo, abordar pratos fundos de maneiras diferentes, deixando o material e a forma sobressair dentre outras características.

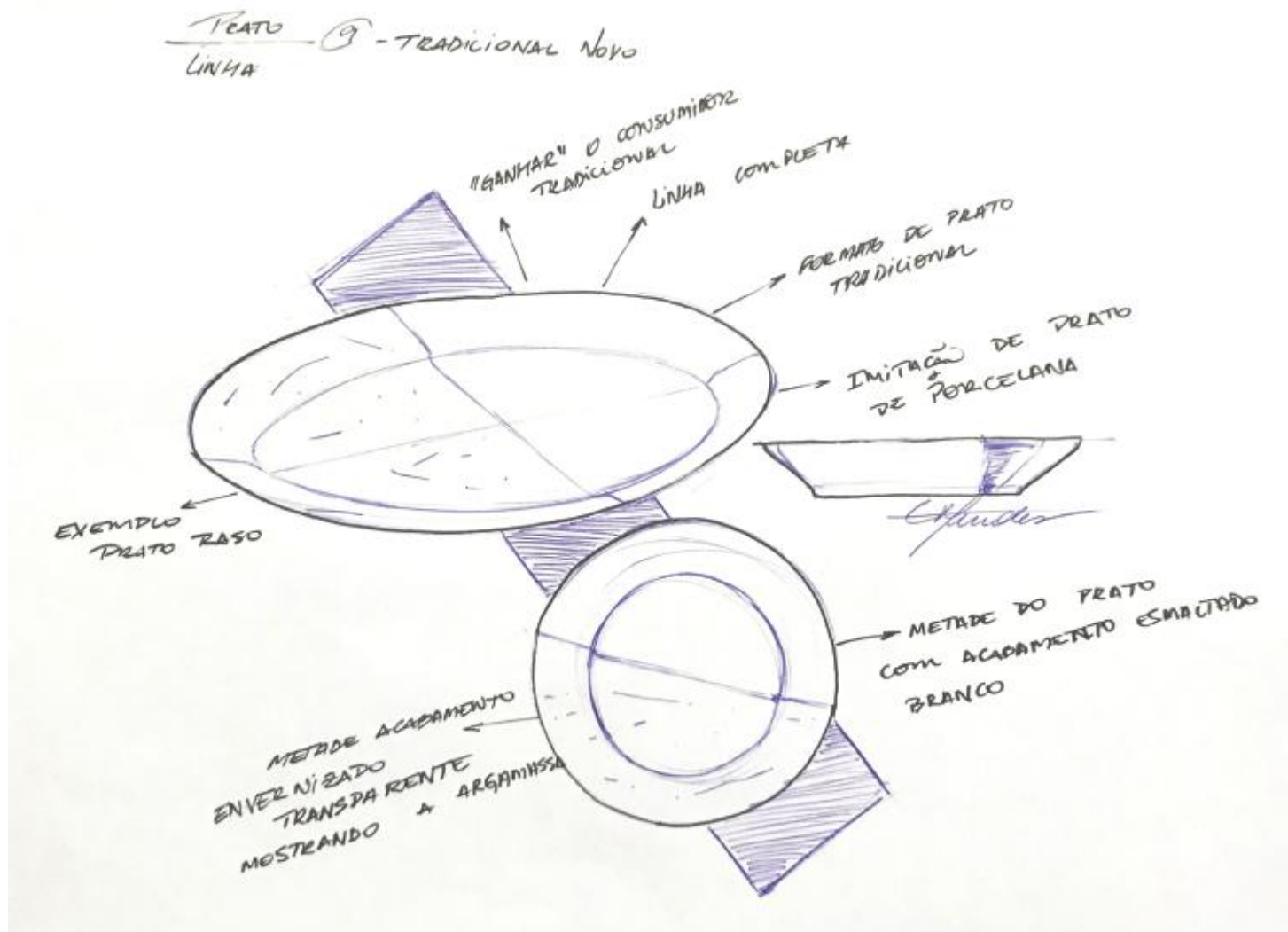


Figura 97: Sketches da proposta 9, TRADICIONAL NOVO
Fonte: o autor

Como as pesquisas apontaram que a maioria ainda prefere pratos tradicionais, na proposta 9 houve a intenção de pintar metade do prato fazendo com que aparentasse outro tipo de material, no caso porcelana, enquanto a outra metade mostra de fato a argamassa com acabamento em verniz. Mostrando como outros materiais podem sim, ser inseridos neste mercado.

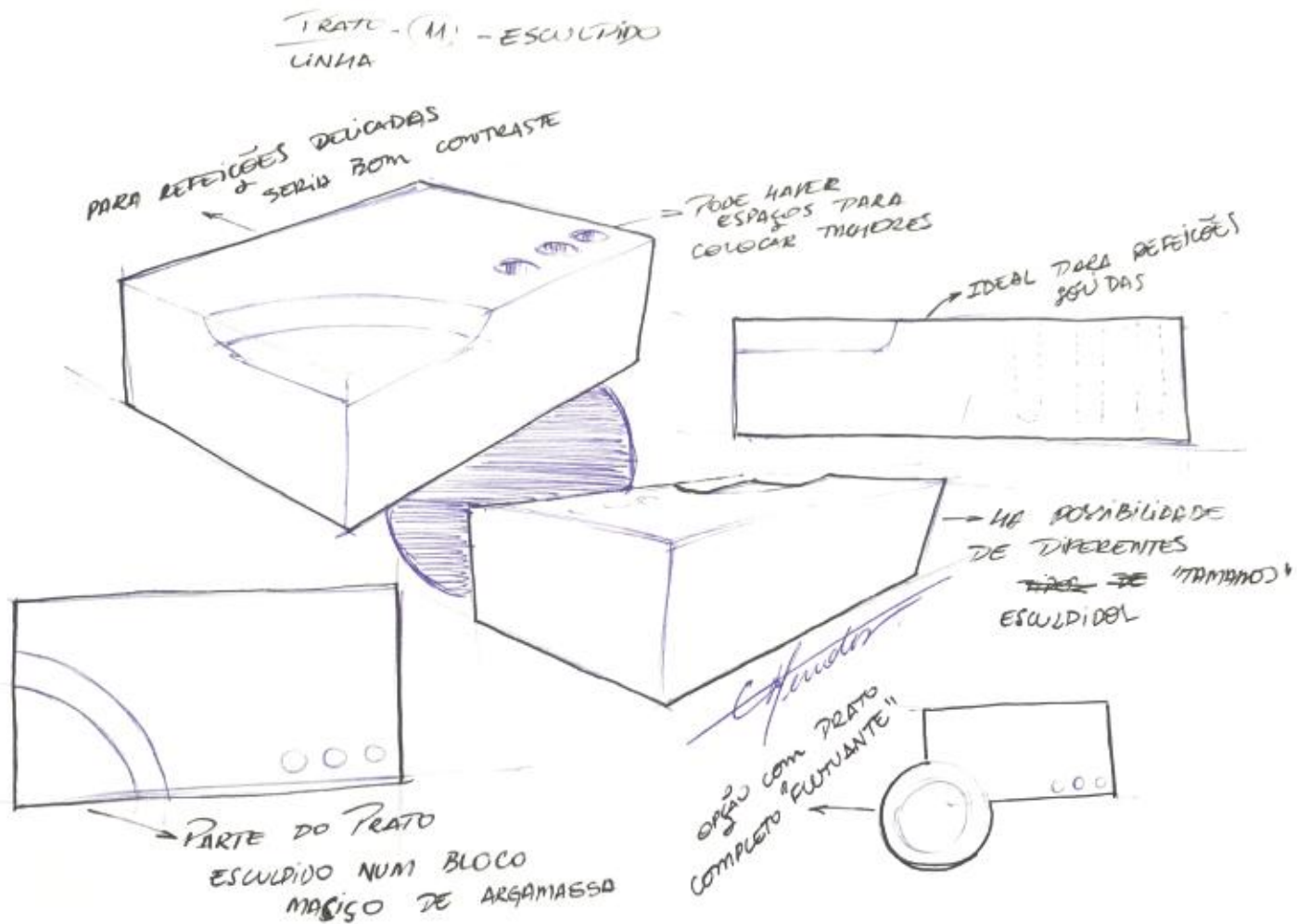


Figura 98: Sketches da proposta 11, ESCULPIDO
Fonte: o autor

Por fim, na décima primeira proposta, buscou-se retratar um método milenar para confecção de utensílios, a arte de esculpir. Esculpindo parte de um prato, podendo variar o tamanho da parte do prato de acordo com sua função, num bloco maciço de argamassa. Buscando demonstrar mais a arte de esculpir e evidenciando ao máximo a robustez do material, contrastando principalmente com referências delicadas.

7.2 Matriz de Decisão

Após a apresentação de todas as propostas, para decidir qual delas será desenvolvida de fato no projeto, utilizou-se uma matriz de decisão. Nesta, observou-se quais dos modelos atendiam aos requisitos obrigatórios e desejáveis. O resultado pode ser observado na tabela X.

propostas



		Textura proposta 1	Elevation proposta 2	Melted proposta 3	Telha proposta 4	Ruínas proposta 5
requisitos obrigatórios (x2)	feito de argamassa	2(4)	2(4)	2(4)	2(4)	2(4)
	forma diferente	1(2)	2(4)	2(4)	1(2)	2(4)
	bom acabamento	2(4)	2(4)	2(4)	2(4)	2(4)
	tamanho grande	2(4)	1(2)	2(4)	1(2)	1(2)
	fácil limpeza	2(4)	2(4)	0	2(4)	2(4)
requisitos desejáveis	detalhes dourados / pratas	2	0	0	2	2
	linhas robustas	0	1	0	0	2
	minimalista e organizado	1	1	0	1	0
	linhas finas e flúidas	2	1	1	1	1
total		21	23	17	20	23

legenda: 0 - não atende; 1 - atende parcialmente; 2 - atende.



Lata
proposta 6

Tijolo
proposta 7

Bowl Redondo
proposta 8

Tradicional Novo
proposta 9

Bowl Geométrico
proposta 10

Esculpido
proposta 11

2(4)	2(4)	2(4)	2(4)	2(4)	2(4)
0	1(2)	2(4)	0	2(4)	2(4)
2(4)	2(4)	2(4)	2(4)	2(4)	2(4)
2(4)	0	1(2)	2(4)	0	0
1(2)	2(4)	0	2(4)	0	2(4)
2	2	0	0	2	2
0	2	2	0	2	2
1	2	1	2	2	0
0	0	1	1	0	0
19	20	18	19	18	20

Tabela 8: Matriz de Decisão
Fonte: o autor

7.3 Proposta Escolhida: Ruínas

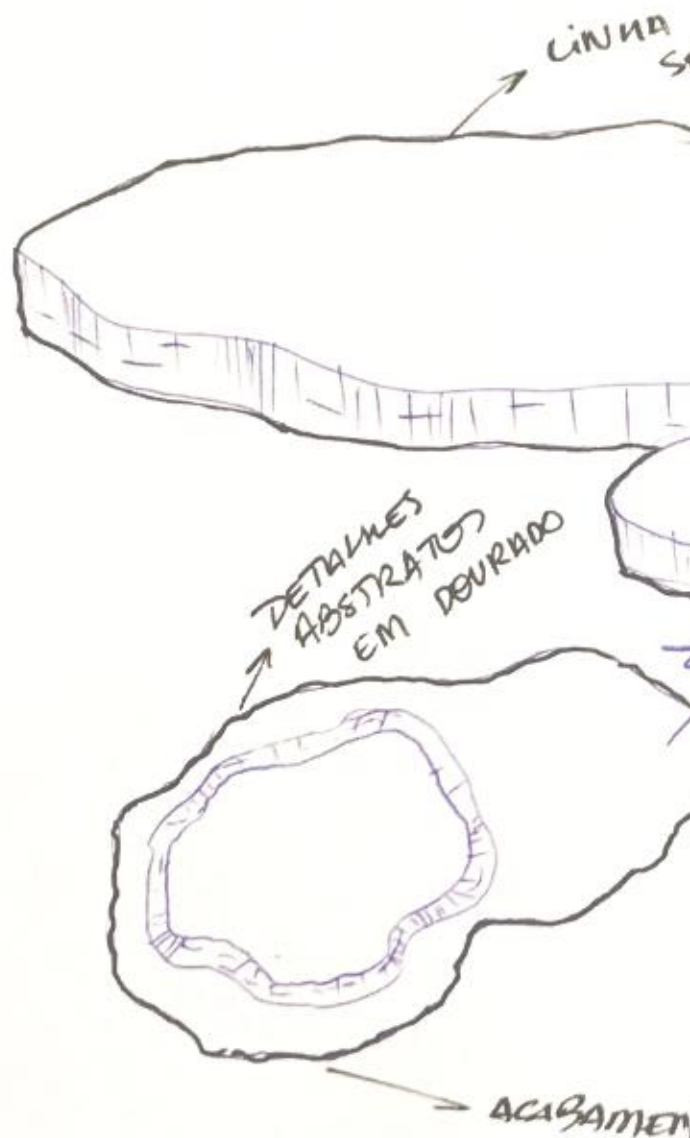
Após a escolha de qual seria a proposta de prato a ser desenvolvida através da matriz de decisão, desenvolveu-se os outros integrantes da linha.

A linha Ruínas foi escolhida em detrimento da linha Elevation por conta de ter formato com mais diferenciais aos encontrados nos modelos atualmente disponíveis nas prateleiras de diversas redes de lojas. Sendo assim um jeito novo de se expressar através do aparelho de jantar.

A linha Ruínas (figura 93), é composta por um sousplat, um prato raso e um prato de sobremesas. O desenvolvimento pode ser visto das figuras 99 até 104. Foram feitos sketches e renderings no Adobe Photoshop a fim de compreender o volume dos elementos.

A fim de representar a origem do material base, a argamassa, desenvolveu-se a linha ruínas, com ideias inspiradas nos canteiros de obras presentes por todo o mundo e também na filosofia wabi-sabi, de origem japonesa. A filosofia wabi-sabi diz respeito à uma visão abrangente do mundo, que, através da estética dos elementos trabalha a aceitação das imperfeições. É descrita muitas vezes como o belo que é “imperfeito, impermanente e incompleto” (Reviews Low Living, 2016).

Muito utilizada por Sen no Rikyu na cerimônia do chá, o despojamento é muito apreciado nesta estética. Além disso, através do wabi-sabi diz-se ser possível o “alcance do vazio da mente que traz tranquilidade”. Wabi significa “quietude” e sabi “simplicidade” e representam a busca e querença dos japoneses pela simplicidade e sutileza. (Wikipedia, 2018).



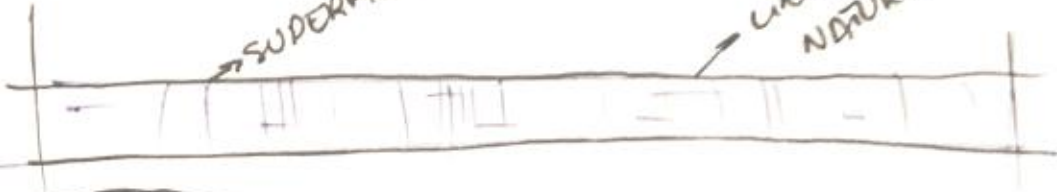
ACOMPANHAR
BOWSPLET/TÁBUA

ROBUSTEZ DA

ARGAMASSA

SUPERFÍCIES LISAS

LINHAS FINIDAS
NATURAIS



ESPAÇO LISO PARA
APOIAR PETISCOS,
TALHERES, CUPED
ETC.



REBAIXO PARA
COLOCAR OS ALIMENTOS

PEQUENO PARA
SOBREMESAS

GRANDE PARA
COMIDAS

~~Arredos~~

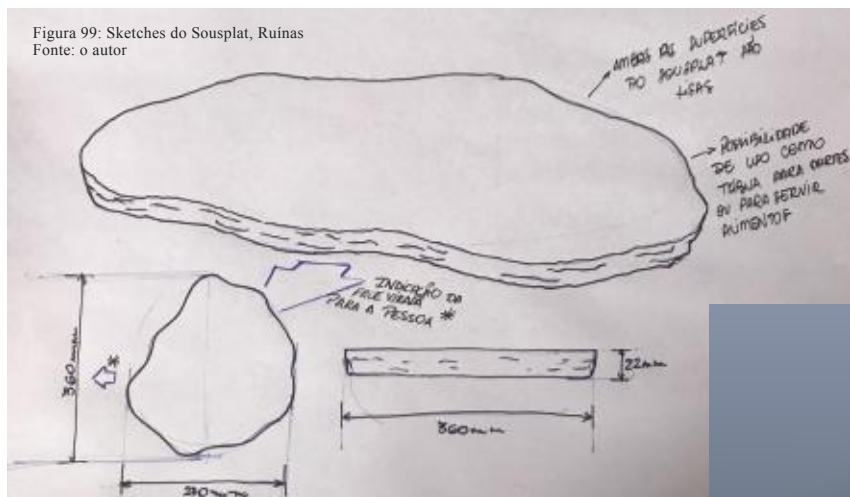


TRATOS IMITANDO
PEDAÇOS DE RUÍNAS
E ENTULHO

TRAZ LISO / BOM ACABAMENTO

Figura 93: Sketches da proposta 5, RUÍNAS
Fonte: o autor

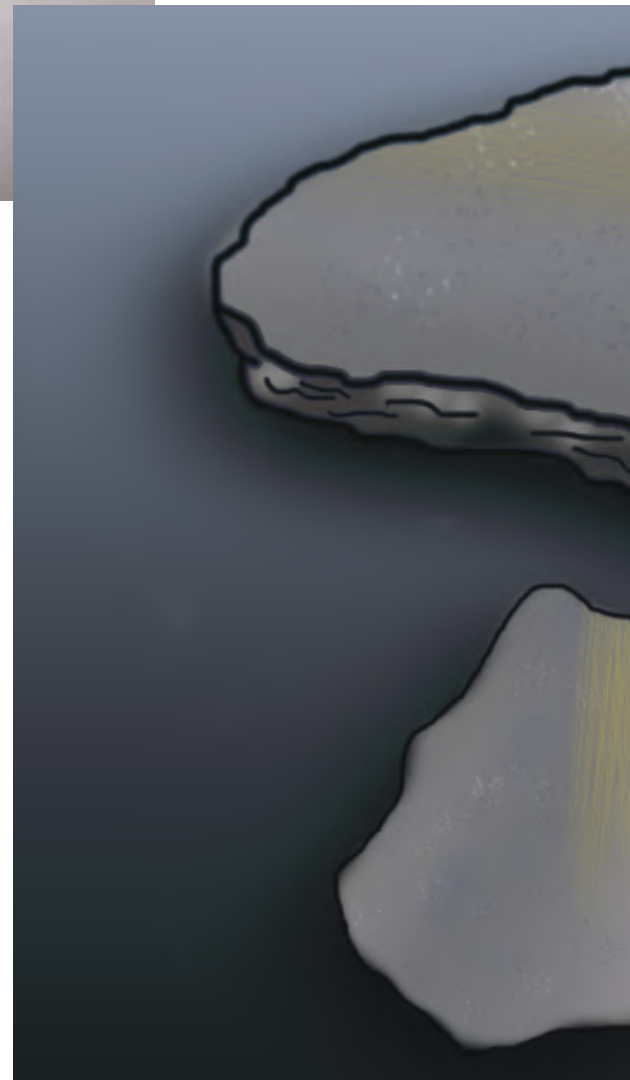
Figura 99: Sketches do Sousplat, Ruínas
Fonte: o autor



Nas figuras 99 e 100 pode-se observar como é o sousplat da linha ruínas.

Com as duas superfícies lisas, pode ser usado como sousplat ou mesmo uma tábua para servir carnes em churrascos ou *finger foods* (comidas de dedo, petiscos).

Com acabamento igual ao de toda a linha, tem superfície brilhante e lisa. Tem brilhos azulados e prateados realçando sua cor natural e uma pincelada dourada na superfície superior para trazer requinte e diferenciação.



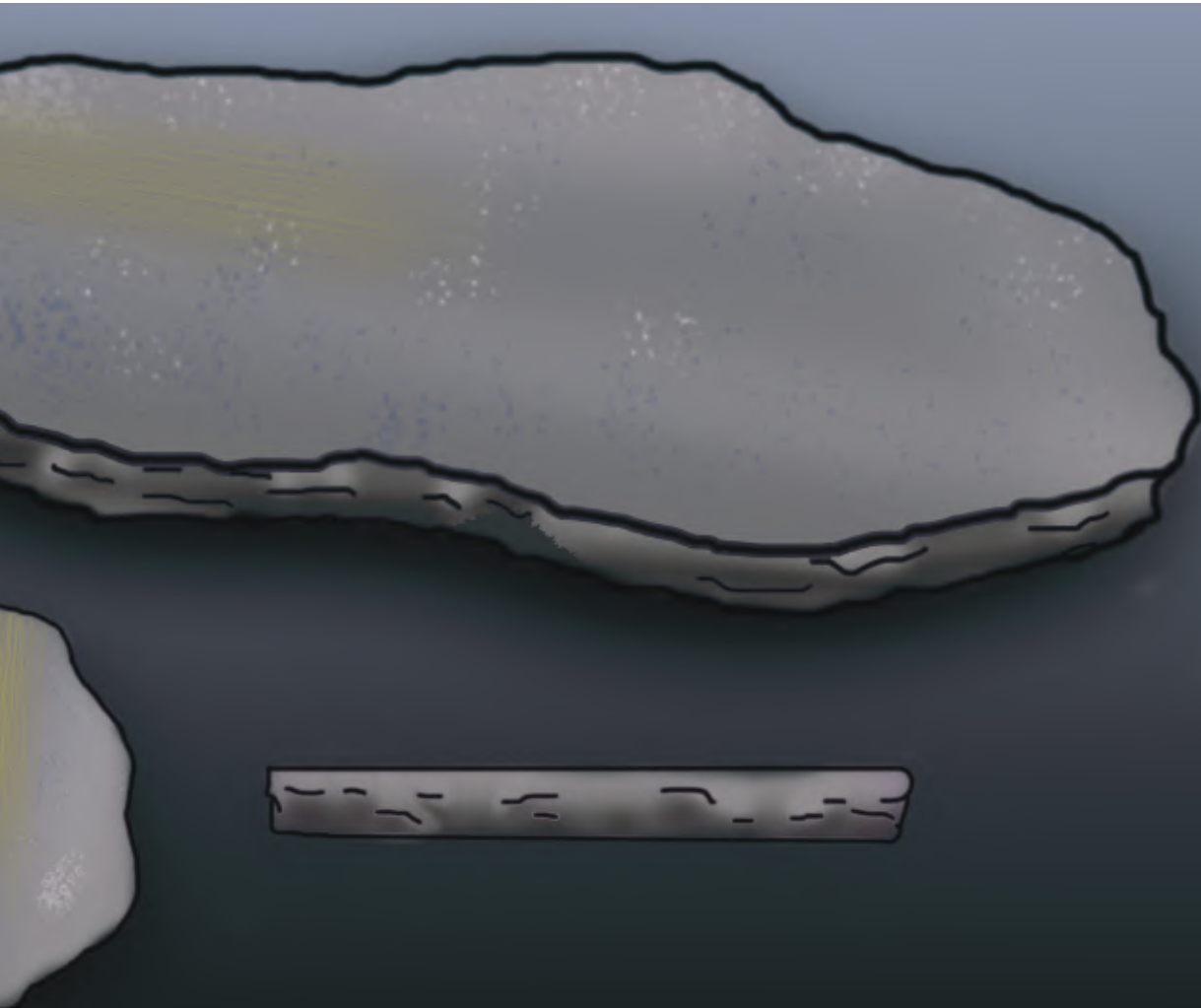
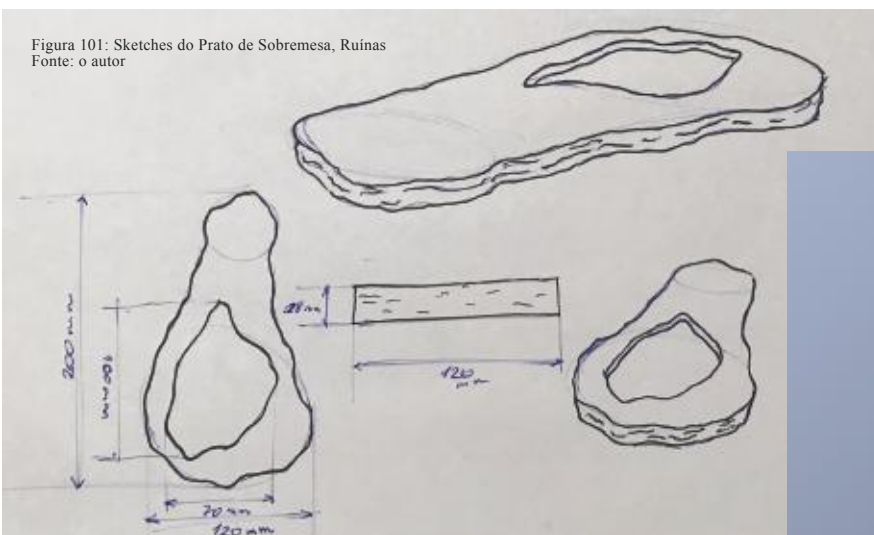
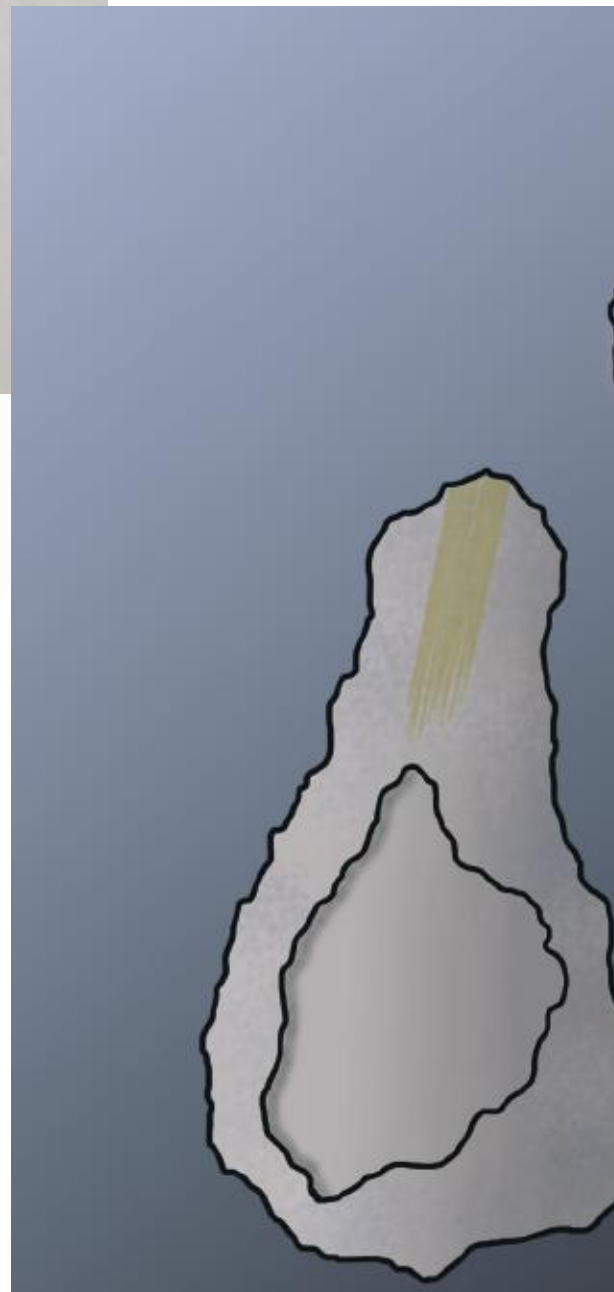


Figura 100: Render do Sousplat, Ruínas
Fonte: o autor

Figura 101: Sketches do Prato de Sobremesa, Ruínas
Fonte: o autor



Com acabamento igual aos outros integrantes da linha, o prato de sobremesa da linha, assemelha-se também em formato do prato raso, com diferença apenas nas dimensões e quantidade de rebaixos na área principal destinada à colocar comidas.



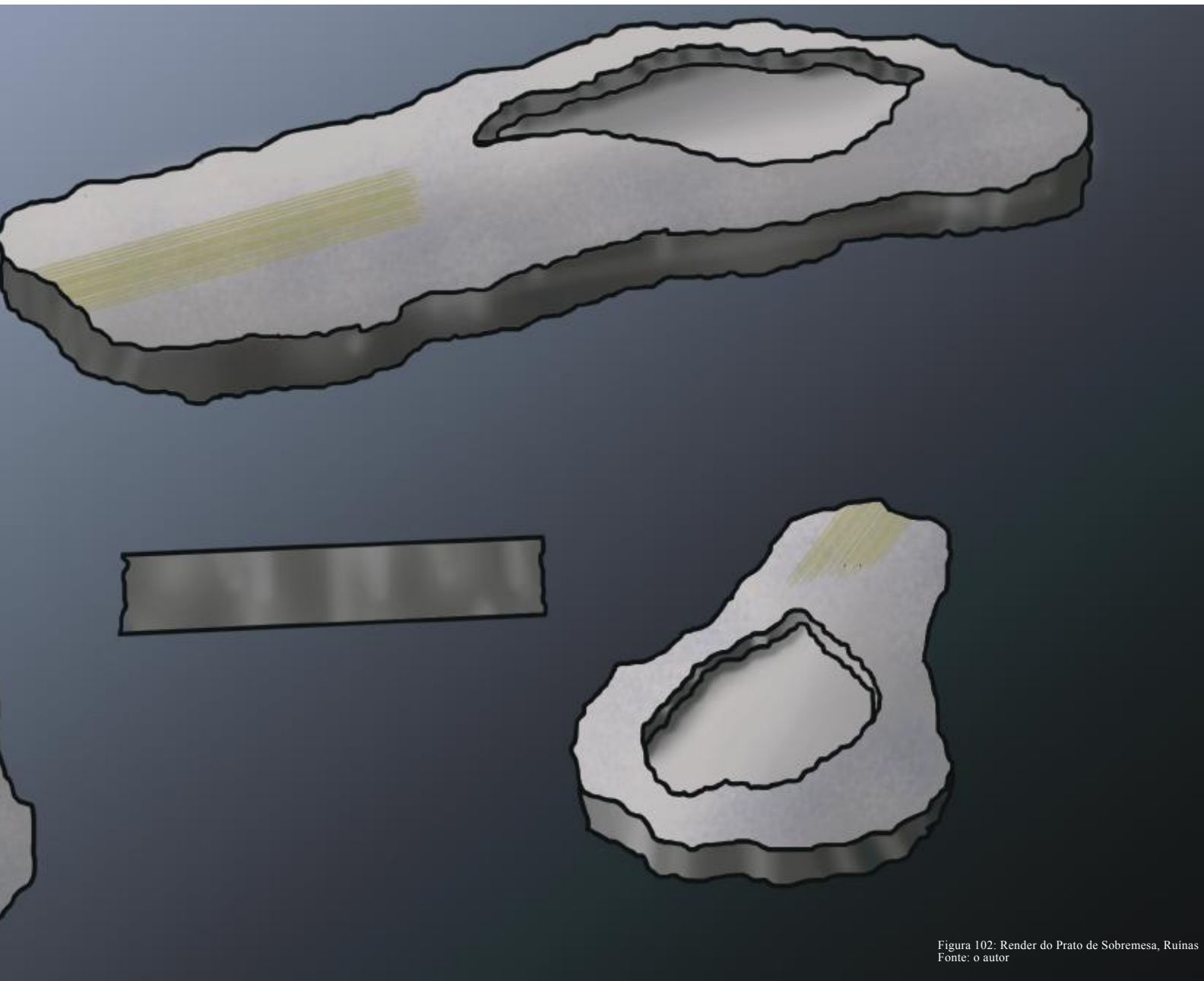


Figura 102: Render do Prato de Sobremesa, Ruínas
Fonte: o autor

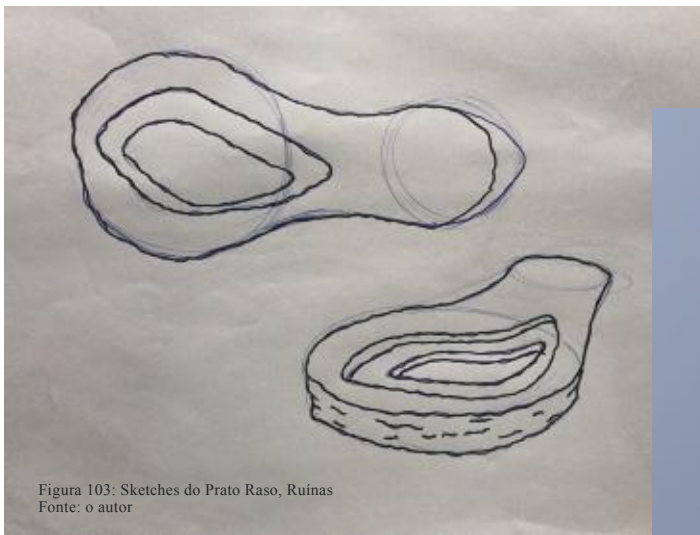
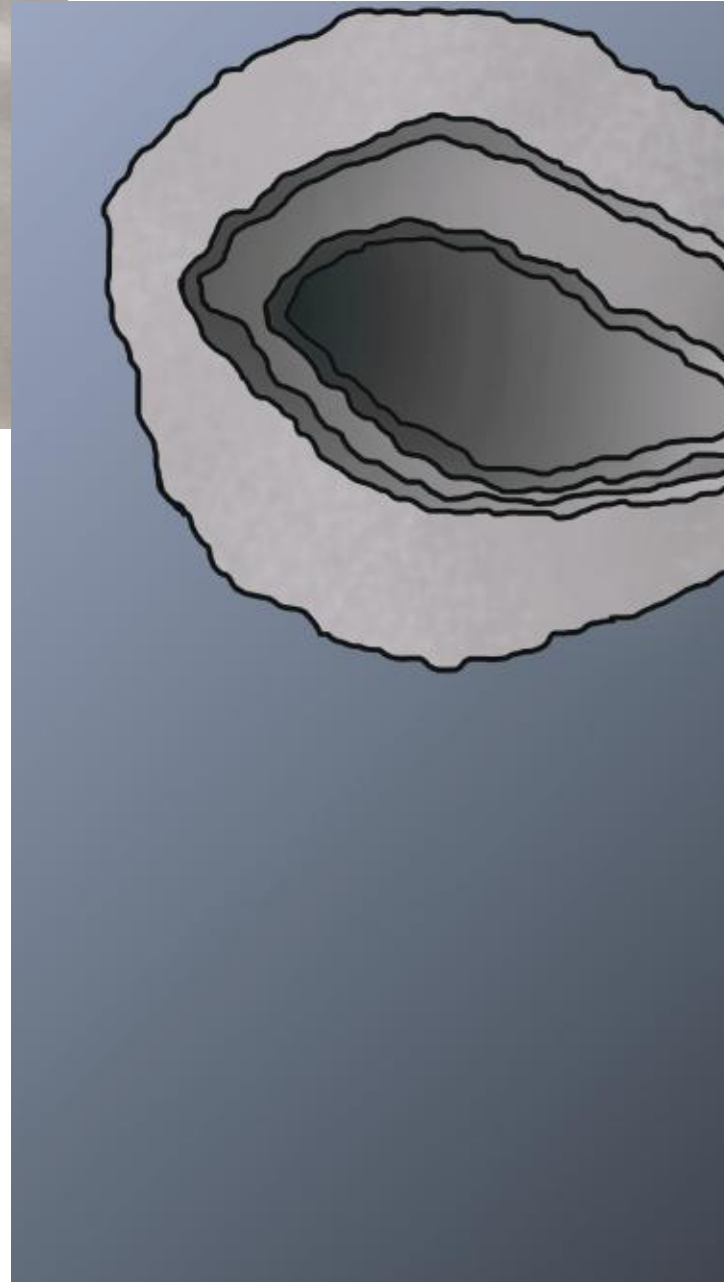


Figura 103: Sketches do Prato Raso, Ruínas
Fonte: o autor

O prato raso da linha ruínas, possui dois rebaixos na área destinada ao alimento como maior diferencial. Isso se deve por ter um tamanho maior e buscar então maior semelhança a realidade, de se caso fosse realmente uma ruína, poderia apresentar uma forma mais assimétrica e imperfeita.

O acabamento também tem detalhes prateados e azulados além de uma pincelada em dourado na superfície superior. Além disso, o prato raso foi prototipado em alta fidelidade e poderá ser visto tanto o processo bem como o resultado final nas próximas páginas.



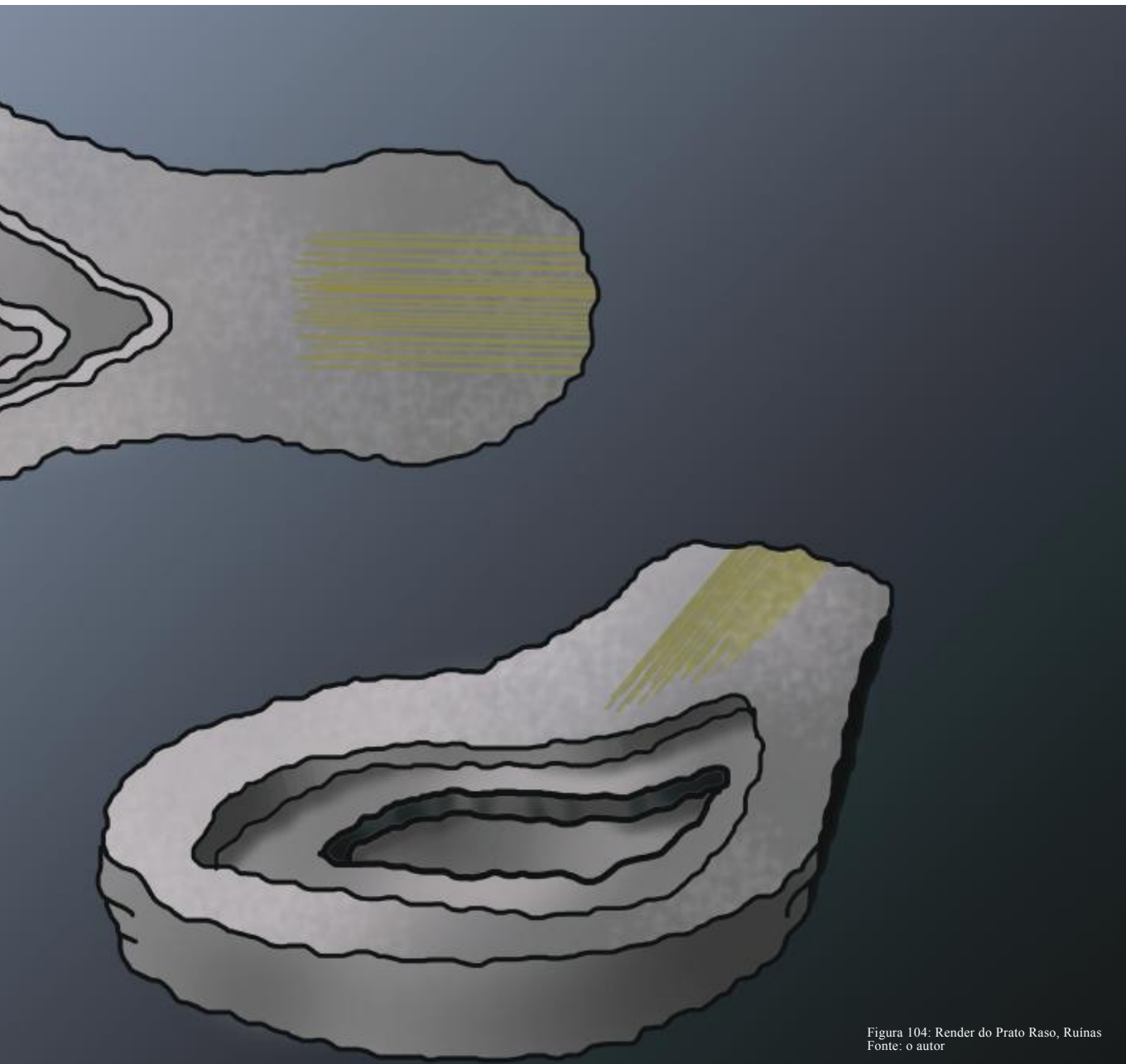


Figura 104: Render do Prato Raso, Ruínas
Fonte: o autor

Figura 105: Sousplat Render
Fonte: o autor



7.4 Prototipação

Para o modelo físico, buscou-se produzir um prato raso da linha ruínas de maneira semelhante como seria produzido em maior escala. A prototipação se deu por meio de um molde de mdf e isopor, e depois usando os mesmos materiais a serem usados na fabricação em maior escala feito o protótipo.

Para que pudesse ser visualizada toda a linha, renderizou-se através de software um modelo de cada - sousplat, prato de sobremesa e prato raso - e ambientou-se estes exemplares para entender como ficaria toda a linha. O resultado pode ser visto da figura 105 até 120.

Os pratos e sousplat da linha Ruínas são ideais, e foram feitos pensados como um segundo prato para se ter em casa, para usar em confraternizações com amigos ou familiares. Vão muito bem com petiscos, carnes mas também enquadram-se em pratos do cotidiano ou arranjos mais elaborados.

Da página 120 até 135, pode-se observar o protótipo pronto composições para ver sua origem, suas vistas bem como alguns arranjos montados. As fotos foram tiradas pelo fotógrafo Dan Pelliciani e os arranjos preparados e montados por Gustavo Mendes, ambos amigos do autor. As composições foram feitas pelo autor e fotógrafo.

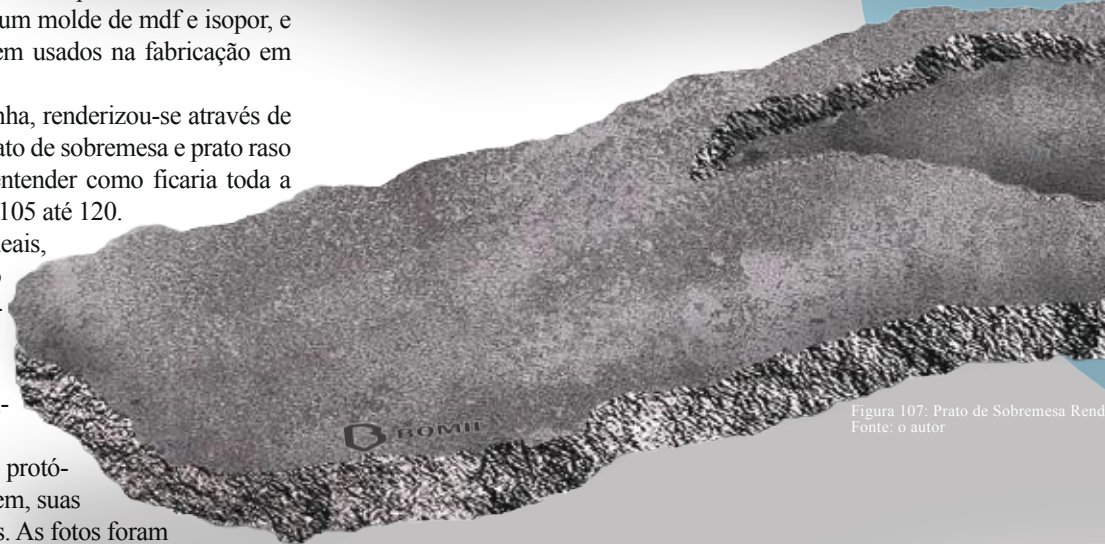


Figura 107: Prato de Sobremesa Render
Fonte: o autor

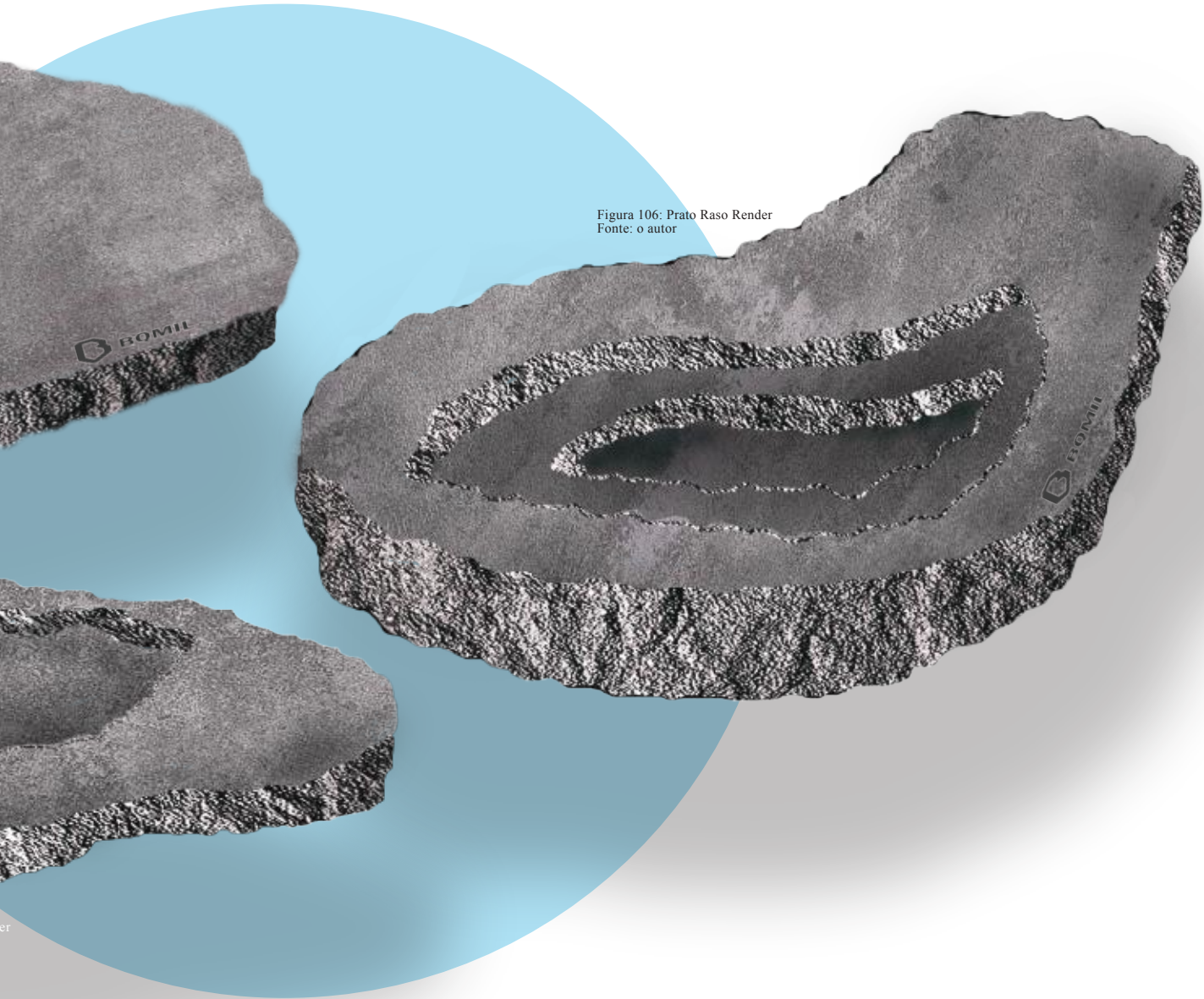


Figura 106: Prato Raso Render
Fonte: o autor





Figura 108: Prato Raso Origem
Foto: Dan Pellicciari



Figura 109: Prato Raso Xadrez
Foto: Dan Pellicciari



Figura 110: Prato Raso Perspectiva
Foto: Dan Pellicciari



Figura 111: Prato Raso Vista Lateral
Foto: Dan Pellicciari



Figura 112: Prato Raso Derramado
Foto: Dan Pellicciari

Figura 113: Prato Feito
Foto: Dan Pellicciari







Figura 114: Prato Feito 2
Foto: Dan Pellicciari



Figura 115: Prato Raso Luz Alta
Foto: Dan Pellicciari



Figura 116: Prato Raso Chique
Foto: Dan Pellicciari



Figura 117: Prato Raso Close
Foto: Dan Pellicciari

Figura 118: Prato Raso Jantar
Foto: Dan Pellicciari







Figura 119: Prato Raso Superior
Foto: Dan Pellicciari



Figura 120: Azeite Detalhe
Foto: Dan Pellicciari

8. CONCLUSÃO

Ao final deste Projeto de Conclusão de Curso pôde-se ver o grande mercado que as classes mais baixas representam e a grande oportunidade de projetar para este público. Além disto, observa-se como empresas podem se reinventar-se e agregar valor para suas marcas através de projetos com as universidades e diversas carreiras nelas ofertadas e muitas vezes utilizando os próprios produtos que já ofertam.

No projeto, foram abordadas diversas ferramentas para obter um produto em específico, buscando sempre agregar valor e melhorar o dia-a-dia dos consumidores através de um produto de baixo custo de produção, conseqüentemente que possa ser ofertado ao público final através de brindes ou venda com baixo valor. Durante este processo surgiram várias ideias que podem preencher esta lacuna de projeção com alto valor agregado mas para pessoas com uma renda menor porém com grande exigência quanto à qualidade do que consome.

Pôde-se perceber também este grande problema habitacional e discrepância na renda no Brasil, porém, vale ressaltar que houve melhora nas últimas décadas no quadro geral da qualidade de vida e aumento das oportunidades para esta parcela da população, mesmo que ainda haja grande janela para melhorar.

Neste projeto buscou-se agregar valor não só a marca BQMIL mas também mostrar a possibilidade de agregar valor a um produto como

argamassa, muitas vezes relacionado a base da cadeia de produtos na construção civil. Para isso buscou-se trabalhar com o conceito wabi-sabi, antes desconhecido ao autor, que busca trabalhar a beleza da imperfeição. Algo que será levado também ao dia-a-dia do autor e não apenas ficará no desenvolvimento deste projeto.

Como conclusão deste trabalho, tem-se um dos modelos pertencentes ao aparelho de jantar (prato raso da linha Ruínas) aqui desenvolvido prototipado em alta fidelidade, elevando o valor da BQMIL, abrindo o mercado para desenvolvimento de novos produtos pela empresa e também mostrando que, com o acabamento correto, mesmo os materiais mais imperfeitos, podem mostrar beleza e serem tão funcionais quanto os materiais mais tradicionais ofertados em cada meio.

A patente de design e o prosseguimento do projeto estão até a presente data em discussão com a empresa BQMIL que completa 25 anos em 2019, e almeja presentear seus melhores clientes com um kit da linha Ruínas aqui desenvolvido.

Foi de grande aprendizado tanto acerca das pesquisas realizadas mas também sobre projetar algo novo que de fato será produzido e também, quando pronto, se mostrou algo muito próximo a primeira visão - imaginária - do autor. Após o projeto o autor buscará um meio de projetar artefatos residenciais para o mesmo e também para o público universitário e para a empresa BQMIL caso haja o interes-

se das partes.

Foi de grande valia todo o conhecimento trazido de dentro e fora do curso e principalmente dos muitos meses de orientação do Professor Dr. Cristiano sobre diversos projetos que trabalharam juntos.

8. BIBLIOGRAFIA

10 Marcas de Pequenos Produtores Brasileiros que Criam Incríveis Objetos em Concreto - Disponível em: <<https://followthecolours.com.br/quero/objetos-em-concreto/>> Acesso em 2 de Abril de 2019.

8 tendências de decoração que estarão na sua casa em 2018 - Disponível em: <<https://casavogue-globo.com/Design/Feiras/noticia/2017/09/8-tendencias-de-decoracao-que-estarao-na-sua-casa-em-2018.html>> Acesso em 20 de Março de 2019.

A Fabriqueta - Disponível em: <<https://www.instagram.com/a.fabriqueta/>> Acesso em 20 de Maio de 2019.

A História do BNH. Banco Nacional da Habitação - Disponível em: <<https://www.resimob.com.br/a-historia-do-bnh-banco-nacional-de-habitacao/>> Acesso em 20 de Janeiro de 2019.

Almofada Rosa - Disponível em: <<https://monoqi.com/en/cushions/optical-cushion-pink/nomess/mq000135969-05/p286209.html>> Acesso em 10 de Junho de 2019.

Argamassa - Disponível em: <<https://www.escolaengenharia.com.br/argamassa/>> Acesso em 14 de Julho de 2019.

As novas possibilidades para o programa Minha Casa, Minha Vida - Disponível em: <<http://www.senado.leg.br/noticias/especiais/especial-cidadania/as-novas-possibilidades-para-o-programa-minha-casa-minha-vida>> Acesso em 30 de Fevereiro de 2019.

Bananas - Disponível em: <<https://www.houstoniamag.com/articles/2017/5/24/what-is-the-next-millennial-pink>> Acesso em 14 de Junho de 2019.

Bento Ateliê - Disponível em: <<https://www.instagram.com/bentoateliê/>> Acesso em 14 de Maio de 2019.

Boletim: Perfil do Consumo de Moda no Brasil das Classes C e D - Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/wp-content/uploads/2015/10/2013_12_19_BO_Moda_Outubro_ConsumoC-D_pdf.pdf> Acesso em 14 de Abril de 2019.

Blokk Concreto - Disponível em: <<https://www.instagram.com/blokk.concreto/>> Acesso em 14 de Abril de 2019.

BNH: Outras Perspectivas - Disponível em: <<http://www.cchla.ufrn.br/cnpp/pgs/anais/Artigos%20REVISADOS/BNH,%20outra%20perspectiva.pdf>> Acesso em 14 de Fevereiro de 2019.

Cadeira de Veludo - Disponível em: <<https://fritzhenzen.com/en/lala-berlin/>> Acesso em 04 de Junho de 2019.

Classe C: um perfil dos consumidores na era do Pós-Consumo - Disponível em: <<https://www.consumidormoderno.com.br/2017/05/09/classe-c-perfil-consumo/>> Acesso em 04 de Maio de 2019.

Cobalto - Disponível em: <<https://www.instagram.com/co.cobalto/>> Acesso em 14 de Maio de 2019.

Com a diminuição dos espaços, a importância da decoração está em evidência - Disponível em: <<https://www.vivadecora.com.br/pro/design-de-interiores/importancia-decoracao/>> Acesso em 04 de Março de 2019.

Comer com os olhos: criatividade na apresentação de pratos faz diferença - Disponível em: <<http://g1.globo.com/rj/regiao-serrana/noticia/2014/05/comer-com-os-olhos-criatividade-na-apresentacao-de-pratos-faz-diferenca.html>> Acesso em 14 de Março de 2019.

Como surgiram os pratos? Confira um pouco de sua história - Disponível em: <<http://estivarefratarios.com.br/como-surgiram-os-pratos/>> Acesso em 17 de Março de 2019.

Concretei - Disponível em: <<https://www.instagram.com/concretei/>> Acesso em 14 de Maio de 2019.

Confira: 19 pratos pra usar e decorar - Disponível em: <<https://casavogue.globo.com/Design/Objetos/noticia/2015/07/19-pratos-para-usar-e-decorar.html>> Acesso em 14 de Março de 2019.

Coup Serene - Disponível em: <<https://www.oxfordporcelanas.com.br/coup-serene/p/>> Acesso em 04 de Abril de 2019.

CYMBALISTA, Renato; MOREIRA, Tomás. : **Política Habitacional no Brasil: A História e os Atores de uma Narrativa Incompleta.** São Paulo: Participação Popular nas Políticas Públicas, Instituto Pólis, 2006.

Déficit Habitacional no Mundo - Disponível em: <<http://historiabruno.blogspot.com/2011/06/deficit-habitacional-historicamete.html>> Acesso em 30 de Fevereiro 2019.

Déficit Habitacional - Disponível em: <<https://alunosonline.uol.com.br/geografia/deficit-habitacional.html>> Acesso em 24 de Fevereiro de 2019.

DESIGN - História, Teoria e Prática do Design de Produtos - Disponível em: <https://issuu.com/editorablucher/docs/issuu_design_9788521205234> Acesso em 05 de Março de 2019.

Design no Brasil - Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Design_no_Brasil> Acesso em 15 de Março de 2019.

Duo Solo - Disponível em: <<https://www.instagram.com/duo.solo/>> Acesso em 15 de Maio de 2019.

Entenda a crescente relação entre tecnologia e design - Disponível em: <<https://www.impacta.com.br/blog/2017/03/15/entenda-a-crescente-relacao-entre-tecnologia-e-design/>> Acesso em 08 de Março de 2019.

Entenda o Programa Minha Casa Minha Vida - Disponível em: <<https://www.politize.com.br/minha-casa-minha-vida-entenda/>> Acesso em 08 de Fevereiro de 2019.

Entenda os benefícios da relação da tecnologia e design - Disponível em: <<https://www.meupositivo.com.br/panoramapositivo/tecnologia-e-design/>> Acesso em 08 de Março de 2019.

Especulação imobiliária é alvo de protestos no Brasil e no exterior - Disponível em: <<https://www.redebrasilatual.com.br/cidadania/2018/05/especulacao-imobiliaria-e-alvo-de-protestos-tanto-no-brasil-como-no-exterior/>> Acesso em 08 de Fevereiro de 2019.

Estúdio Gris - Disponível em: <<https://www.instagram.com/estudio.gris/>> Acesso em 08 de Maio de 2019.

Estúdio Plume - Disponível em: <<https://www.instagram.com/estudioplume/>> Acesso em 08 de Abril de 2019.

Faiança Portuguesa - Disponível em: <<http://www.onzedineiros.lel.br/peca.asp?ID=727256>> Acesso em 12 de Junho de 2019.

Faixas Salariais x Classe Social – Qual a sua classe social? - Disponível em: <<https://thiagorodrigo.com.br/artigo/faixas-salariais-classe-social-abep-ibge/>> Acesso em 12 de Abril de 2019.

Favela no Rio de Janeiro - RJ - Disponível em: <<https://www.jornaldocomercio.com/conteudo/economia/2018/10/652863-deficit-habitacional-aumentou-3-1-em-2017.html>> Acesso em 12 de Junho de 2019.

Globe por Richard Clarkson - Disponível em: <<https://www.rclarkson.com/products/globe>> Acesso em 08 de Junho de 2019.

Gypso SP - Disponível em: <<https://www.instagram.com/gypso.sp/>> Acesso em 08 de Abril de 2019.

Interiores da Casa Brasileira - Disponível em: <<http://tede.mackenzie.br/jspui/bitstream/tede/3262/5/Fanny%20Schroeder%20de%20Freitas%20Araujo.pdf>> Acesso em 08 de Março de 2019.

Kintsugi Bowl - Disponível em: <<https://www.hgtv.com/design/packages/shopping/shop-like-a-pro/10-wabi-sabi-accessories>> Acesso em 08 de Junho de 2019.

Kraak - Disponível em: <<https://www.aronson.com/chinese-kraak-porcelain-and-its-dutch-counterpart/>> Acesso em 08 de Junho de 2019.

Lalou Design - Disponível em: <<https://www.instagram.com/lalou.design/>> Acesso em 15 de Março de 2019.

Liberado: 1,2 bilhão de pessoas que vivem nas cidades não têm acesso a moradias acessíveis e seguras - Disponível em: <<https://translate.google.com.br/#view=home&op=translate&sl=en&tl=pt&text=release>> Acesso em 15 de Fevereiro de 2019.

Livro em Louças Cafuné Prato Sobremesa - Disponível em: <<https://www.tokstok.com.br/cafuné-prato-sobremesa-branco-preto-livro-em-loucas/p?idsku=353176>> Acesso em 04 de Abril de 2019.

Livro em Louças Olhar Prato Raso - Disponível em: <<https://www.tokstok.com.br/olhar-prato-raso-branco-preto-livro-em-loucas/p?idsku=353174>> Acesso em 04 de Abril de 2019.

Livro em Louças Sonhar Prato Fundo - Disponível em: <<https://www.tokstok.com.br/sonhar-prato-fundo-branco-preto-livro-em-loucas/p?idsku=353175>> Acesso em 04 de Abril de 2019.

Luni Prato Raso - Disponível em: <<https://www.tokstok.com.br/prato-raso-ultramarine-profundo-luni/p?idsku=349822>> Acesso em 04 de Abril de 2019.

Luna Prato Raso - Disponível em: <<https://www.tokstok.com.br/prato-raso-branco-brilhante-luna/p?idsku=328484>> Acesso em 04 de Abril de 2019.

Luni Prato Raso Vermelho - Disponível em: <<https://www.tokstok.com.br/prato-raso-garnet-luni/p>> Acesso em 04 de Abril de 2019.

Luni Tigela 16cm - Disponível em: <<https://www.tokstok.com.br/tigela-16-cm-ultramarine-profundo-luni/p?idsku=349832>> Acesso em 04 de Abril de 2019.

Mais de 63% dos domicílios têm acesso à internet, aponta IBGE - Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/mais-de-63-dos-domicilios-tem-acesso-a-internet-aponta-ibge.ghtml>> Acesso em 15 de Abril de 2019.

Maison & Object - Disponível em: <<https://www.maison-objet.com/en>> Acesso em 15 de Março de 2019.

Minha Casa Minha Vida - Disponível em: <<https://www.sienge.com.br/minha-casa-minha-vida/>> Acesso em 25 de Fevereiro de 2019.

Minha Casa Minha Vida atinge 3,857 milhões de moradias - Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/noticias/infraestrutura/2015/05/minha-casa-minha-vida-atinge-3-857-milhoes-de-moradias>> Acesso em 24 de Fevereiro de 2019.

Minha Casa Minha Vida Beneficiará mais de 25 Milhões até 2018 - Disponível em: <<http://www.uniso.org.br/minha-casa-minha-vida-beneficiara-mais-de-25-milhoes-ate-2018/>> Acesso em 24 de Fevereiro de 2019.

Minha Casa Minha Vida Guia Completo - Disponível em: <<https://www.saibasedireitos.org/minha-casa-minha-vida-guia-completo/>> Acesso em 24 de Fevereiro de 2019.

NASCIMENTO, Denise; BRAGA, Raquel. **Déficit Habitacional**: um problema a ser resolvido ou uma lição a ser aprendida? Minas Gerais: Revista de Pesquisa em Arquitetura e Urbanismo, 2009.

O Brasil na Era das Cidades-Condomínio - Disponível em: <<https://outraspalavras.net/cidadesemtransao-brasil-na-era-das-cidades-condominio/>> Acesso em 25 de Fevereiro de 2019.

O fantástico Gerador de Personas - Disponível em: <<https://geradordepersonas.com.br/>> Acesso em 25 de Abril de 2019.

O Perfil de Consumo da Classe C - Disponível em: <http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/ny8yHm71GXwYw0M_2013-4-30-12-21-39.pdf> Acesso em 10 de Março de 2019.

OLIVEIRA, Fernanda. **Do BNH ao Minha Casa Minha Vida**: Mudanças e Permanências na Política Habitacional. Presidente Prudente - SP: Caminhos de Geografia (v. 15 n. 50), 2014

OLIVEIRA, Hélio; FREITAS, Daniel; TONUCCI, João. **Belo Horizonte**: Os Impactos da Copa do Mundo de 2014. Minas Gerais: Metropolitização e Megaeventos, Del Rey, 2014.

O Que é Design de Produto? - Disponível em: <<https://blog.wedologos.com.br/design-grafico/embalagem/design-de-produto-o-que-e/>> Acesso em 15 de Março de 2019.

O Que é Especulação Imobiliária? - Disponível em: <<https://www.dicionariofinanceiro.com/especulacao-imobiliaria/>> Acesso em 27 de Fevereiro de 2019.

Os Melhores e Piores Mercados Imobiliários do Mundo - Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/06/150604_vert_cap_mercado_imobiliario_ml> Acesso em 24 de Fevereiro de 2019.

Os Perigos do Crescimento da População Mundial - Disponível em: <<https://www.inbs.com.br/perigos-crescimento-populacao-mundial/8>> Acesso em 24 de Fevereiro de 2019.

Oxford Porcelanas - Disponível em: <<https://www.oxfordporcelanas.com.br/>> Acesso em 24 de Março de 2019.

Palácio Versailles - Disponível em: <<https://www.minube.pt/sitio-preferido/palacio-de-versailles-a276>> Acesso em 10 de Junho de 2019.

Pedregulho - Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/haus/reacao-urbana/investir-em-projetos-de-habitacao-social-e-preciso/>> Acesso em 10 de Junho de 2019.

Persona: como e por que criar uma para sua empresa - Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/persona-o-que-e/>> Acesso em 10 de Abril de 2019.

Pesquisa de Usos, Hábitos e Costumes do Consumidor - Disponível em: <http://www.abit.org.br/habitosdeconsumos/Banco_Dadosrpt.asp#cht_Design> Acesso em 10 de Maio de 2019.

Por que decoramos? - Disponível em: <<https://casavogue.globo.com/Interiores/Ambientes/noticia/2018/01/por-que-decoramos.html>> Acesso em 10 de Março de 2019.

Por que decorar? (1998) - Disponível em: <<http://www.josino.net/decorar.html>> Acesso em 10 de Março de 2019.

Prato - Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Prato>> Acesso em 07 de Março de 2019.

Prato de Cobre - Disponível em: <<http://designfera.com.br/historia-do-design-wabi-sabi/>> Acesso em 08 de Junho de 2019.

Prato de Vidro Duralax Raso 4600 Azul - Disponível em: <<https://www.americanas.com.br/produto/30194943/prato-de-vidro-duralax-raso-4600-azul>> Acesso em 27 de Março de 2019.

Pratos Decorativos Atravessam os Séculos - Disponível em: <<https://revista.zapimoveis.com.br/pratos-decorativos-atravessam-os-seculos/>> Acesso em 24 de Março de 2019.

Prato Raso de Vidro TRansparente Marinex - Disponível em: <<https://www.casadeloucas.com.br/prato-raso-de-vidro-transparente-marinex-astral-p2343>> Acesso em 24 de Março de 2019.

Prato Raso Wood - Disponível em: <<https://www.storehousehomedecor.com.br/prato-raso-wood-612/p?cc=35>> Acesso em 04 de Abril de 2019.

Prato Século XVII - Disponível em: <<http://www.emporiosaojose.com/peca.asp?ID=2145003>> Acesso em 04 de Junho de 2019.

Pratos Wabi Sabi Collection - Disponível em: <<https://www.designboom.com/readers/wabi-sabi-by-louise-oliveres/>> Acesso em 04 de Junho de 2019.

Prato Wine and Cheese - Disponível em: <<https://www.storehousehomedecor.com.br/prato-wine-and-cheese-627/p?cc=35>> Acesso em 04 de Abril de 2019.

Prato Zodiac - Disponível em: <<https://www.storehousehomedecor.com.br/prato-zodiac-910/p?cc=35>> Acesso em 04 de Abril de 2019.

Programas de Habitação - Disponível em: <http://www1.caixa.gov.br/gov/gov_social/estadual/programas_habitacao/index.asp8> Acesso em 24 de Fevereiro de 2019.

Qual a importância da decoração na casa? Descubra! - Disponível em: <<https://blog-gramaglia.com.br/qual-a-importancia-da-decoracao-na-casa-descubra/>> Acesso em 04 de Março de 2019.

Quando a Comida e o Design se Encontram - Disponível em: <<https://designculture.com.br/quando-a-comida-e-o-design-se-encontram>> Acesso em 14 de Março de 2019.

Réplica da Cadeira Encontrada na Tumba de Tutankhamon - Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/383157880768328795/>> Acesso em 06 de Março de 2019.

Resultado Final 4º Prêmio Oxford de Design - Disponível em: <<https://www.premiooxforddedesign.com.br/resultado>> Acesso em 06 de Março de 2019.

Rio Ink - Disponível em: <<https://www.oxfordporcelanas.com.br/ryo-ink/p/>> Acesso em 06 de Abril de 2019.

Serene White - Disponível em: <<https://www.oxfordporcelanas.com.br/daily-serena-white/p/>> Acesso em 04 de Abril de 2019.

Sousplat Exemplo - Disponível em: <<https://www.tuacasa.com.br/sousplat/>> Acesso em 04 de Junho de 2019.

Tampa Sino - Disponível em: <<http://www.georgiacasacomigo.com.br/produto/prato-com-tampa-prata-549>> Acesso em 04 de Junho de 2019.

Telúrica Prato Raso - Disponível em: <<https://www.tokstok.com.br/prato-raso-multicolor-telurica/p?idsku=332492>> Acesso em 04 de Abril de 2019.

Telúrica Prato Sobremsa - Disponível em: <<https://www.tokstok.com.br/prato-sobremsa-multicolor-telurica/p?idsku=332493>> Acesso em 04 de Abril de 2019.

Vidro Linh Ambar: Prato Raso - Disponível em: <<http://www.corcil.com.br/produtos/todos/55/pratos/99/duralax>> Acesso em 24 de Março de 2019.

Vinte e Dois Anos de Política de Habitação Populas (1964-86): Criação, Trajetória e Extinção do BNH - Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/viewFile/9391/8458>> Acesso em 24 de Janeiro de 2019.

Xangai: só podem residir 25 milhões de habitantes - Disponível em: <<https://www.dn.pt/mundo/interior/xangai-fixa-limite-de-populacao-9009053.html>> Acesso em 24 de Janeiro de 2019.