



Universidade do Estado do Pará
Centro de Ciências Naturais e Tecnologia
Curso de Bacharelado em Design

ROBSON ARANHA REIS

Cadeira Parauara: mobiliário inspirado no contraste rio e rua.

Belém
2016

ROBSON ARANHA REIS

Cadeira Parauara: mobiliário inspirado no contraste rio e rua.

Trabalho de conclusão de Curso apresentado
como requisito para obtenção do grau de
Bacharelado em Design pela Universidade do
Estado do Pará.

Professora de TCC I: Ma. Ana Paula Freitas

Orientadora: Ma. Ninon Rose Jardim

Belém
2016

ROBSON ARANHA REIS

Cadeira Parauara: mobiliário inspirado no contraste rio e rua.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para a obtenção de grau de Bacharel em Design pela Universidade do Estado do Pará.

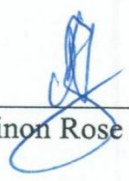
Orientador: Ma. Ninon Rose Tavares Jardim

Área de concentração: Design de Mobiliário

Aprovado em: 28/11/16

Nota: 9,0

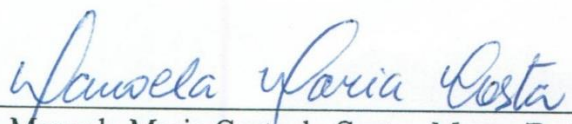
BANCA EXAMINADORA:



Prof. Ma. Ninon Rose Tavares Jardim - Universidade do Estado do Pará



Prof. Ma. Luciana Guimarães Teixeira - Universidade do Estado do Pará



Esp. Manoela Maria Costa da Costa - Museu Emílio Goeldi

AGRADECIMENTO

Agradeço primeiramente a Deus por todas as bênçãos alcançadas em na vida, e hoje estar concretizado mais este sonho e ver que este é o caminho certo por ter escolhido o curso que me apaixonei é uma emoção sem igual.

Aos queridos e amados pais que nunca mediram esforços para me dar uma boa educação e mostrar que as conquistas justas se alcançam com muito sacrifício e a recompensa sempre vem no tempo certo.

Uma pessoa muito especial que sempre me deu todos os suportes e incentivos para essa realização, minha querida Tia Ranilde.

As pessoas que ajudaram a desenvolver essa pesquisa, os ribeirinhos da ilha do Combu sempre atenciosos e acolhedores, e os moradores do bairro do Umarizal.

Aos amigos do curso de Design de Paragominas, onde iniciei o curso e sempre tive respeito e admiração pelas grandes pessoas que são. E a família de coração que ganhei nesse período morando na República “Faixa de Gaza” e “Casa Roxa”, onde vivi um dos melhores momentos da vida.

Todos os “Best’s” que ganhei nessa turma concluinte, a pessoa que ajudou a descrever o tema desta pesquisa, a “Best” Mariana. E um especial de coração aos integrantes do grupo do Whatsapp “The Best’s” onde cada um ajudou ao outro nessa caminhada e também outras ocasiões. E do grupo “Ciúmes só destrói”.

À minha família, em especial aos meus avós, a Dona Dede que cresci tomando o melhor caldo de feijão temperado com muito amor.

Um especial aos amigos da minha amada cidade de Terra-Alta que sempre me apoiaram nessa caminhada e desde sempre.

À professora Rosângela pelo grande aprendizado em outra área que aprendi a gostar que, é Joias. Ao seu Miguel, o Gepeto da UEPA que graças a ele conseguir dar vida a este produto.

A minha grande orientadora que bateu cabeça com esse “Sermaninho” e teve paciência até essa reta final. Muito obrigado por tudo.

A todos os professores que contribuíram nessa formação, desde Paragominas e também de Belém, e desde já quero agradecer pela participação na banca, Manoela e Professora Luciana que apesar do grande número de alunos para poucos professores aceitou participar deste trabalho.

RESUMO

Esta pesquisa parte do desenvolvimento de um mobiliário inspirado no contraste sociocultural presente na região belenense, particularmente, a relação entre os ribeirinhos e os moradores da cidade. A pesquisa baseia-se em autores como Lia Krucken, Rafael Cardoso, Lucy Nyemeyer, e outros. A importância da valorização cultural em produtos locais e a semiótica por meio das significações dos signos e comunicação do produto ao consumidor. A pesquisa se deu pela investigação no bairro do Umarizal e a ilha do Combu por meio de conversas e imagens fotográficas, locais destinados para este trabalho, analisando o cotidiano dos moradores, a particularidade de cada cenário. A relação deles é mostrada através do mobiliário proposto, o resultado envolve desde o contexto histórico de surgimento da sociedade paraense, a questão social, as manifestações culturais e sua diversidade, agregando o rústico ao contemporâneo. Criando principalmente uma relação de pertencimento e uma reflexão a respeito desse contraste existente na região belenense que compreende entre o rio e a rua.

Palavras chaves: Cultura. Contraste. Rio e rua. Mobiliário.

ABSTRACT

This research is based on the development of a furniture inspired by the sociocultural contrast present in the Belenian region, particularly the relationship between the riverside inhabitants and the residents of the city. The research is based on authors such as Lia Krucken, Rafael Cardoso, Lucy Niemeyer, and others. The importance of cultural valorization in local products and the semiotics through the meanings of the signs and communication of the product to the consumer. The research was done by the investigation in the district of Umarizal and the island of Combu by means of conversations and photographic images, places destined for this work, analyzing the daily life of the residents, the particularity of each scenario. Their relationship is shown through the proposed furniture, the result involves from the historical context of emergence of the Pará society, the social question, the cultural manifestations and their diversity, adding the rustic to the contemporary. Creating mainly a relation of belonging and a reflection on this contrast existing in the region belenense that comprises between the river and the street.

Keywords: Culture. Contrast. River and street. Furniture.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Brinquedos de miriti.....	22
Figura 2 - Feira do Ver-o-peso.....	23
Figura 3 - Estação das docas.....	24
Figura 4 - Móvel da antiguidade clássica I.....	34
Figura 5 - Móvel da antiguidade clássica II.....	34
Figura 6 - Móvel barroco.....	35
Figura 7 – Móvel rococó.....	35
Figura 8 - Móvel neoclássico.....	36
Figura 9 - Móvel do império I.....	37
Figura 10 - Móvel do império II.....	37
Figura 11 - Poltrona de auditório Par, Escriba.....	39
Figura 12 - Poltrona mole.....	40
Figura 13 - Cadeira vermelha.....	41
Figura 14 - Cadeira mole.....	41
Figura 15 – Móveis de um apartamento no Umarizal.....	43
Figura 16 – Móveis de uma residência no Combu.....	43
Figura 17 - Barcos que transportam moradores e visitantes na região.....	45
Figura 18 - Restaurante na ilha do Combu.....	46
Figura 19 - Estrutura de sustentação das moradias.....	47
Figura 20 - Moradias da ilha do Combu.....	47
Figura 21 - Edifícios do Umarizal.....	48
Figura 22 - Restaurante no Umarizal.....	49
Figura 23 - Proteção de grades e muros.....	50
Figura 24 - Belém através do rio.....	52
Figura 25 - Moradores da cidade passeando pelos rios.....	52
Figura 26 - Cadeira Sweetch18.....	55
Figura 27 - Poltrona Calypso.....	56
Figura 28 - Poltrona Grão Pará.....	57
Figura 29 – Poltrona Marajó.....	58
Figura 30 – Brainstorming.....	59
Figura 31 - Comunicação entre a ilha e a cidade.....	60
Figura 32 – Moradias do Combu sustentadas por madeiras.....	61

Figura 33 - Paneiro de açai.....	61
Figura 34 – Interior de uma residência ribeirinha.....	62
Figura 35 – Braços dos rios.....	62
Figura 36 – Esquinas da cidade.....	63
Figura 37 – Belém vista através do rio.....	63
Figura 38 - Plantas decorativas nas residências.....	64
Figura 39 – Principais formas das imagens analisadas.....	65
Figura 40 – Paleta de cores.....	65
Figura 41 – Esboços.....	66
Figura 42 – Primeira proposta da cadeira.....	67
Figura 43 – Cadeira I com o suporte para objetos.....	68
Figura 44 – Cadeira transformada em mesa de centro.....	68
Figura 45 – Esboços da segunda alternativa.....	69
Figura 46 – Segunda proposta da cadeira.....	70
Figura 47 – Cadeira com suporte para objetos.....	71
Figura 48 – Mesa de centro.....	71
Figura 49 – Perna da cadeira.....	73
Figura 50 – Lateral da cadeira.....	74
Figura 51 – Cadeira e sua estrutura.....	75
Figura 52 – Traçado da cadeira.....	75
Figura 53 – Cadeira e a base de sustentação de objeto.....	76
Figura 54 – Mesa de centro.....	77
Figura 55 – Cores do estofado.....	78
Figura 56 – Aplicação I.....	79
Figura 57 - Aplicação II.....	79
Figura 58 – Aplicação III.....	80
Figura 59 - Aplicação IV.....	80
Figura 60 – Madeira de Marupá.....	81
Figura 61 – Tubo de ferro galvanizado.....	82
Figura 62 – Espuma D28.....	82
Figura 63 – Napa corano.....	82
Figura 64 – Desenho técnico.....	83
Figura 65 – Moldes cortados na máquina de serrar.....	84
Figura 66 – Colagem na ferramenta Sargento.....	84

Figura 67 – Estrutura principal.....	85
Figura 68 – Montagem do assento e encosto.....	85
Figura 69 – Cadeira Parauara.....	86
Figura 70 – Cadeira Parauara com suporte.....	87
Figura 71 – Cadeira Parauara transformada em mesa.....	87

SUMÁRIO

1. ENTRE RIOS E RUAS.....	10
2. CULTURA COMO FATOR ESSENCIAL EM PRODUTOS LOCAIS.....	13
2.1. CULTURA E DESIGN.....	13
2.1.1. Produto e Cultura.....	14
2.1.1.1. Identidade Cultural e o Produto.....	15
2.1.1.2. Relação entre o Produto e o Consumidor.....	18
2.1.2. Cultura Paraense.....	20
2.2. DESIGN E MEMÓRIA.....	25
2.1.1. A imagem como sentido da emoção.....	28
2.3. DESIGN E SIGNIFICAÇÃO.....	30
2.4. MOBILIÁRIO.....	32
2.4.1. O setor moveleiro no estado.....	41
3. CONSTRUINDO UM MOBILIÁRIO ENTRE O RIO E A RUA.....	44
3.1. ANÁLISE DO PROBLEMA.....	44
3.1.1. Reconhecendo o cenário.....	44
3.1.2. Ativando as competências locais.....	50
3.1.3. Persona (Público-alvo).....	53
3.1.4. Análise da função.....	54
3.1.5. Análise de mercado.....	55
3.2. GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.....	58
3.2.1. Conceito.....	58
3.2.2. Encontrar uma voz visual.....	59
3.2.3. Esboços de ideias.....	66
3.3. AVALIAÇÃO DAS ALTERNATIVAS.....	67
3.3.1. O produto e sua análise temática.....	72
3.3.2. Aplicação em ambiente.....	79
3.4. REALIZAÇÃO DA SOLUÇÃO DO PROBLEMA.....	81
3.4.1. Materiais e processo produtivo.....	71
3.4.2. A cadeira Parauara.....	86
4. CONCLUSÃO.....	88
REFERÊNCIAS.....	89
APÊNDICE A.....	91

1. ENTRE RIOS E RUAS

O contraste marcante entre o rio e a cidade presente na região metropolitana de Belém é fonte de inspiração deste projeto. Pensamentos distintos que interagem na mesma região compartilhando dos costumes e histórias de uma rica e diversificada cultura, relatando o cotidiano dessa região para expressá-lo através do produto é uma forma de valorizar a cultura e os saberes da comunidade local, a natureza e toda sua exuberância contrastando com uma cidade em pleno desenvolvimento, faz refletir a cerca da questão sociocultural dessa população.

Esses “mundos” aparentemente opostos serão investigados na pesquisa, individualidades que se entrelaçam dando vida à fortes expressões paraense na região de Belém como a musicalidade, a culinária, assim como na cultura de modo geral, conhecida como a cultura “pai d’egua”, expressão usada na região para designar algo bom, que é gostoso, surpreendente, assim sendo, este trabalho é importante para refletir socioculturalmente e contextualizar essas duas realidades e ao mesmo tempo expressar contemporaneidade. Expor essas características em um produto é valorizar cada vez mais a cultura “pai d’egua”.

O intuito dessa pesquisa parte da vivência dos dois “mundos”, o urbano e o rural, onde seus modos e costumes são bem marcantes e distintos, mas que de certa forma podem se relacionar. Com isso, a pesquisa visa intencionar no meio social uma reflexão sobre o contexto histórico e cultural desses dois “mundos”, e assim, formalizar uma relação de pertencimento da sociedade no que se refere às características reconhecidas pelas pessoas do local de pesquisa, as quais são detentoras de uma grandiosa cultura. Portanto, esta pesquisa vem a somar também no âmbito acadêmico, visto que, as questões socioculturais ainda são pouco exploradas na região e levantar essa questão permite que outros trabalhos possam dar continuidade, agregando ainda mais o conhecimento para estudos futuros.

Esta pesquisa tem o objetivo de expor essa relação urbana e ribeirinha na região metropolitana de Belém através de um mobiliário. Para isso, será observado o cotidiano desses dois locais e fazer um levantamento de dados. O contraste que marca a relação dos belenenses que transitam entre o rio e a cidade tem sua origem na colonização, “da convivência entre colonizadores, negros e índios, a cidade foi ganhando forma e identidade própria” (PIRES, 2016). Para sustentar a pesquisa serão abordados alguns autores como Krucken (2009), no que diz respeito a

importância do design na valorização do produto local relacionando a cultura com os meios de produção; a importância da comunicação do produto em relação ao seu contexto e o repertório do usuário será discutido a partir de Cardoso (2013); Santos (2006), mostrará a cultura e sua transformação no decorrer da história e as características em cada sociedade; os conceitos de memória e seus níveis serão caracterizados por Candau (2012); para abordar um pouco sobre a história do mobiliário e as características em cada época Castelnou (2006) é fundamental; para falar de emoção e importância dos sentidos na construção deste produto, Silva e Martins (2013) são indispensáveis e Niemeyer (2010) trará os princípios da semiótica e dos signos. A metodologia de projeto se baseia em Lobach (2009), onde o mesmo apresenta algumas fases importantes para a construção de um produto inovador, sendo adaptado com algumas fases da metodologia de Niemeyer (2010) e Krucken (2009).

A representação do paraense através deste produto tende a criar uma reflexão sociocultural da realidade vivida, mostrando que além das diferenças, é um povo que tem suas relações, e que tem orgulho de ser um “caboclo” que preza pelas tradições, mas que absorve sem preconceito o novo, o “estranho”, e tudo que venha a somar de bom para a população.

O conjunto de atividades a serem percorridas para a elaboração desse trabalho será de acordo com a metodologia de pesquisa de Marconi e Laktos (2003), onde será feita uma abordagem de cunho crítico-dialético, delimitando os dois cenários de estudos no qual representem de forma bem explícita o contraste rio-cidade. A pesquisa será de caráter exploratório e descritivo, para assim, compreender os aspectos relevantes que caracterizam as particularidades dos locais, os dados serão coletados a partir de visitas, conversação e registros de imagens.

Para que essas relações sejam incorporadas ao produto, a pesquisa parte primeiramente no intuito de entender o que as pessoas sentem, observando de perto seus modos, seu cotidiano. Belém é cercada por diversas ilhas, mas para representação desta pesquisa será observada a ilha do Combu por ter um contato mais próximo, local de fácil acesso e também por ser referência no turismo e lazer na região. Assim como os moradores da cidade especificamente no bairro do Umarizal por ser um dos bairros mais valorizados da cidade, mostrando de maneira

clara esse contraste. Com isso detalhar os aspectos que os mesmos diferem e principalmente os relacionam.

Para estruturar a pesquisa será abordado no segundo capítulo a importância da cultura como meio de valorização de produtos local através do design, fatores emocionais como da memória como ponto influente na relação produto e consumidor, a semiótica e sua importância para o desenvolvimento de produtos através dos signos e, um breve diálogo sobre mobiliário. Já o terceiro capítulo parte da análise dos cenários para o desenvolvimento do projeto. Com isso, serão observadas as particularidades dos cenários de forma unitárias para depois expor suas relações e verificar de que maneira isso se encaixará no mobiliário proposto. Após toda a análise feita, o desenvolvimento das ideias se dará a partir de avaliação fotográficas do local, a partir dos resultados a proposta será analisada de forma a mostrar a relação com o contexto sociocultural belenense entre o rio e a cidade.

2. CULTURA COMO FATOR ESSENCIAL EM PRODUTOS LOCAIS

Neste capítulo serão abordadas questões como a importância da relação do design com a cultura local, como pode ser satisfatório para a economia oferecer produtos com a cara da região produzidos a partir de matéria-prima local e de boa qualidade, mostrando a importância da implementação de significados culturais no objeto para ter uma relação mais amigável com o consumidor e através desse discurso relatar as características marcantes da região belenense de forma detalhada sobre a importância social e cultural, a memória como fator importante a ser observado para desenvolver um produto que possibilite uma melhor interação com o usuário no contexto de inserção do produto.

2.1. CULTURA E DESIGN

A cultura está relacionada com as diferentes formas de manifestações de um povo e todo conhecimento de uma determinada sociedade como manifestações artísticas, música, educação, “cultura diz respeito a tudo aquilo que caracteriza a existência social de um povo ou nação ou então de grupos no interior de uma sociedade.” (SANTOS, 2006. p. 24).

Para abordar os fatores importantes da valorização do design na cultura de uma determinada região precisamos primeiro explicar um pouco sobre seu contexto histórico e sua inserção nos meios de produção.

Através da revolução industrial a sociedade consumidora passa por uma grande transformação, onde os meios de produção passam a ser mecanizados, porém ainda não distanciado totalmente do modo artesanal, que passa a ser empregado em grandes fábricas. Com isso, os produtos são produzidos em grande escala e os clientes adquiriam seus produtos de uma forma cada vez mais acelerada.

Nesse contexto, segundo Cardoso (2013), surgiram profissionais com a intenção de por fim a desordem da industrialização, e por qualidade aos produtos que não teriam tanto a oferecer aos consumidores cada vez mais exigentes. Dentre esses profissionais estavam os designers, que viriam a contribuir em inserir aos produtos uma melhoria estética impactando na percepção visual, passando assim aos clientes uma nova mentalidade, e com o tempo foram ocorrendo transformações e a forma de produzir.

2.1.1. Produto e Cultura

A produção de diversos tipos de produtos em sua maioria vem ganhando um grande apelo cultural, expressando-se por aspectos que caracterizam o modo de pensar e de agir de determinada região, portanto “essa riqueza constitui a base para o desenvolvimento de produtos fortemente ligados à origem e à comunidade local.” (KRUKEN, 2009, p.22). Daí a importância da valorização sociocultural agregada aos produtos na região paraense, já que é uma região que contém uma forte e influente manifestação cultural e um povo que abraça e se orgulha de ser além de tudo, acolhedor, povo que encanta e contagia passando boa energia aos turistas e visitantes. O produto local por si só já tem uma grande aceitação por parte dos turistas que aqui passam, e inserir cada vez mais essas peculiaridades locais em produtos tende a valorizar ainda mais a cultura do povo paraense.

Segundo Santos (2006), a cultura se tornou uma preocupação contemporânea no sentido de entender as diversificadas relações dos grupos, o desenvolvimento da sociedade é marcado por conflitos e diferentes organizações sociais. Portanto, entender o comportamento dos grupos humanos e a sua realidade é cada vez mais confuso e expressá-los em produtos acaba sendo um grande desafio.

A história registra com abundância as transformações por que passam as culturas, seja em consequência desses contatos e conflitos, mas frequentemente por ambos os motivos. Por isso, ao discutirmos sobre cultura temos sempre em mente a humanidade em toda a sua riqueza e multiplicidade de formas de existência. São complexas as realidades dos agrupamentos humanos e as características que os unem e diferenciam, e a cultura as expressa. (SANTOS, 2006, p. 7).

Dessa forma, a cultura se diferencia em cada grupo e para expor a realidade cultural da região belenense deve-se primeiro entender quais são os seus costumes e todas as transformações ocorridas no decorrer da história de um grupo e suas manifestações. A cultura está ligada ao contexto social, as formas de como as pessoas se vestem, aos modos de produzir, as relações interpessoais e também pode estar relacionada a alguma outra cultura devido ao contato com outros povos que podem influenciar nas transformações culturais.

O desenvolvimento dos grupos humanos se fez segundo ritmos diversos e modalidades variáveis, não obstante a constatação de certas tendências globais. Isso se aplica, por exemplo, às formas de utilização e transformação dos recursos naturais disponíveis. Não só esses recursos são heterogêneos ao longo das terras habitáveis, como ainda territórios semelhantes foram ocupados de modo diferente por populações diferentes. Apesar dessa variabilidade, são notórias algumas tendências dominantes. Assim, por exemplo, em vários lugares e épocas grupos humanos inicialmente nômades e dependentes de caça e da coleta para sua sobrevivência passaram a se sedentarizar, isto é, a viver em aldeias e vilas, acompanhando o desenvolvimento da agricultura e a domesticação de animais. (SANTOS, 2006, p. 10).

Assim também se observa essa transformação na sociedade paraense no seu contexto histórico devido a colonização, mas que ainda mantém costumes tradicionais da região preservados principalmente pelos povos ribeirinhos. “Cada cultura é o resultado de uma história particular, e isso inclui também suas relações com outras culturas, as quais podem ter características bem diferentes.” (SANTOS, 2006, p. 12).

2.1.1.1. Identidade Cultural e o Produto

Segundo Hall (2006), a identidade pode ser dividida entre três concepções, primeiramente o sujeito do iluminismo. Nesse sujeito, a concepção é centrada no indivíduo, nesse contexto, essa concepção é individualista onde o indivíduo é dotado da razão e ação, portando desde seu nascimento desenvolvendo-se durante sua vivência mesmo que se permaneça o mesmo. O sujeito sociológico parte da concepção do mundo moderno e sua complexidade, assim, o individualismo é deixado de lado e a relação com outros indivíduos da sociedade passa a ser mais importante através de valores culturais dos grupos.

De acordo com essa visão, que se tornou a concepção sociológica clássica da questão, a identidade é formada na “interação” entre o eu e a sociedade. O sujeito ainda tem o núcleo ou essência interior que é o “eu real”, mas este é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais “exteriores” e as identidades que esses mundos oferecem. (HALL, 2006, p. 11).

A terceira concepção de identidade segundo Hall (2006), seria do sujeito pós-moderno, nesse contexto a identidade já não é fixa ou permanente, se tornando movente em relação às transformações que rodeiam a sociedade e seu contato com novas formas de manifestações.

O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas. Correspondentemente, as identidades, que compunham as paisagens sociais “lá fora” e que asseguravam nossa conformidade subjetiva com as “necessidades” objetivas da cultura, estão entrando em colapso, como resultado de mudanças estruturais e institucionais. O próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático. (HALL, 2006, p. 12).

Assim, a forma de como a identidade cultural do indivíduo ou de um grupo é definida depende do contexto e sua ligação com o meio em que está inserido, pois a identidade pode sofrer transformações, se tornar mais complexa e fragmentada. Isso pode ser observado na sociedade paraense que através do contato de culturas diferentes foi criando sua própria identidade e, a cada tempo vai se transformando, mas com uma grande ligação com o passado de origem. A identidade do território representada através deste produto possibilitará ao usuário criar uma ligação com a comunidade local, carregando essa filosofia regional no objeto, a comunicação será de forma mais intensa de ambas as partes. “Contar essa ‘história’ significa comunicar elementos culturais e sociais correspondentes ao produto, possibilitando ao consumidor avaliá-lo e apreciá-lo devidamente e significa desenvolver uma imagem favorável do território em que se origina.” (KRUCKEN, 2009. p. 22). Os produtos comercializados na região são vistos e consumidos de uma maneira que os consumidores tenham certo conhecimento sobre a forma de produção e materiais agregados. Essa identidade, porém se torna um desafio quando o consumidor não conhece o contexto que representa o objeto.

Infelizmente ainda são poucos os produtos que carregam consigo aspectos socioculturais em sua essência. Isso cabe aos designers enxergar a oportunidade de implantar aos produtos regionais, suas características, mas também saber divulgar os trabalhos de forma que a comunidade crie um sentimento de pertencimento com os mesmos.

Um produto local acaba ganhando um maior valor quando o consumidor consegue absorver a mensagem que ele transmite, mas não deixando de lado a

qualidade. A satisfação do cliente se torna mais forte quando o produto for de qualidade.

Ao avaliar um produto, o consumidor procura informações que possam atuar como “garantias” ou “pistas”: a identificação dos produtores, os elementos da história do produto, os marcadores de identidade e os indicadores de qualidade socioambiental do processo de produção. (KRUCKEN, 2009, p. 29).

Portanto, a qualidade do produto para o consumidor corresponde ao processo de sua construção mental de onde ele vem e como é feito, até a sua representação para a comunidade em que ele foi confeccionado. Então, os produtos a serem desenvolvidos na região devem conter além das características que representem o cotidiano do local, devem transmitir ao consumidor uma satisfação de qualidade, visto que, a região amazônica possui uma grande gama de matéria-prima a ser explorada, que agregue valor tanto simbólico quanto cultural ao produto, possibilitando ao designer criar novas formas de desenvolver, junto à comunidade inserida, produtos que tenham a cara regional para que o cliente possa consumi-los cada vez mais.

Um produto que tenha toda uma história contada através de sua configuração formal demonstra que ele tem algo para comunicar ao consumidor, e isso é o que o diferencia dos demais, em razão de que atualmente os consumidores estão cada vez mais interessados na história incorporada àquele objeto, no que ele realmente representa.

O produto carrega expressões das instâncias de elaboração e de produção: cultura e tecnologia. Quando ele entra em circulação, além de portar essas expressões, passa a ser um elemento de comunicação – não só portando informações objetivas mas passando a ser suporte também de mensagens do usuário para si próprio e para outros. Ou seja, ele “diz” àquele que o usa, ao que o contempla – e também por meio dele os indivíduos se articulam. É o caso que se fala: “Diga-me o que usas que eu te direi quem és”. Assim, o produto, além das funções práticas, estética e de uso, tem a função significativa. O produto difunde valores e características culturais no âmbito que atinge. (NIEMEYER, 2010, p. 18).

Desta forma, mergulhar nos cenários entre o rio e a rua pode trazer referências dos modos de ser e viver destas realidades no que as distanciam e o que as aproximam. O design é de fundamental importância para a valorização desse pensar. Hoje o grande desafio para os designers não é apenas projetar algo

funcional, mas também algo que tenha vida, que tenha essência e mais, além disso, algo que possibilite um diálogo profundo com o consumidor. “A partir de então, não basta algo ser formalmente agradável, ser funcional, prover uma boa interface. É mister também o produto portar a mensagem adequada, ‘dizer’ o que se pretende para quem interessa.” (NIEMEYER, 2010, p. 18).

Cada vez mais, as pessoas percebem a importância do fio condutor que liga a qualidade do produto à qualidade do território e ao modo como foi fabricado e buscam informações para identificar a história por trás do produto. (KRUCKEN, 2009, p, 31).

2.1.1.2. Relação entre o Produto e o Consumidor

A região amazônica, em especial a metropolitana, especificamente onde se encontra a população ribeirinha, é uma região em potencial e que ainda é pouco representada quanto aos seus aspectos socioculturais. Com isso, cabe aos designers visualizarem as oportunidades onde poucas pessoas as veem e viabilizarem uma forma de uso consciente e que permita a comunidade usufruir em conjunto ao que lhe pertence. O modo simples como os ribeirinhos vivem em uma relação de harmonia com a natureza é algo que deve ser analisado com bastante interesse, já que ao lado cresce uma cidade verticalmente por extrapolar seus limites territoriais, com uma agitação diária e tomada pelas tecnologias. Tecnologia essa que aparece de forma menos intensa com os ribeirinhos da região. Com a chegada da eletricidade hoje as famílias já tem uma TV, ou eletrodomésticos em sua residência, coisa que antes seria inviável. Mas que apesar da mudança ainda presam pelas tradições.

A busca por agregar valor a produtos, fortalecendo e estimulando a identidade local, é um forte impulsionador do investimento em design. Especialmente para economias emergentes, que anseiam posicionar-se de forma competitiva, o design apresenta um catalisador da inovação e da criação de uma imagem positiva ligada ao território, a seus produtos e serviços. (KRUCKEN, 2009, p, 43).

O Design como pesquisa e agente de comunicação com a comunidade entorno do processo produtivo, visa não só procurar meios de relacionar o objeto ao consumidor, mas também relacioná-lo com o meio ambiente, ao meio de onde ele foi

explorado, ou seja, tornar o processo produtivo e o meio ambiente em harmonia. A preocupação ambiental proporcionou ao consumidor um olhar mais crítico em relação aos meios de extração da matéria-prima, produção e descartes dos produtos. Com isso, hoje em dia se destaca no mercado não somente quem tem produtos de qualidade, mas quem saiba produzir com qualidade e que tenham preocupação com o ciclo de vida do produto.

Inserir o consumidor no contexto socioambiental do objeto torna-o cada vez mais familiar ao que se refere à confiabilidade e interação com o produto, interligá-los por meio de uma interface que possibilite essa inter-relação com o território local. Por isso os produtos regionais devem ser divulgados de modo a ampliar seu mercado e também absorver a clientela local, já que muitas pessoas da própria região não tem o conhecimento de algumas produções locais, então, os produtos devem ser difundidos na própria comunidade e mostrar como os materiais são aproveitados sem que haja uma exploração mal feita desses recursos.

2.1.2. Cultura Paraense

A diversidade cultural paraense é abrangente e fonte de inspiração para diversos tipos de produtos, formado de grupos que cultivam e mantem tradições agregando valor no decorrer do tempo, mostra que o paraense é um povo que cativa pelas tradições, mas que ao mesmo tempo absorve coisas novas deixando-as com uma cara bem paraense. Essa diversidade pode ser observada nos ritmos dançantes, e nas festas, é por isso também que o paraense é considerado um povo festeiro. Os produtos paraenses vêm ganhando cada vez mais aceitação, muito por conta dos turistas que visitam o estado, a musica que por tempos era marginalizada pela própria comunidade local ganha uma grande expressão nacional e assistida por todo o mundo na abertura das Olimpíadas 2016 no Rio de Janeiro com o ritmo do “treme treme”.

Na esfera da vida social estão também as manifestações coletivas: as festas, os ritos, as celebrações locais e religiosas, a organização da sociabilidade e do lazer. Em outra vertente encontramos a cultura pessoal do indivíduo, suas capacidades (e limitações), seus modelos de comportamento, as qualidades através das quais se insere na turma das relações pessoais.(SEBRAE, 2003, p, 14).

Essa grande expressão que existe entre os paraenses é fruto de uma mistura de outras culturas, a indígena, que viviam na região, a portuguesa, a partir da colonização, manteve contato com os povos tradicionais, e os negros que por sua vez foram trazidos para compensar a forma de trabalho no país. Tendo em vista que os indígenas eram tidos para os colonizadores como povo preguiçoso que não gostavam de trabalhar, por outro lado isso causou um grande impacto nos povos da região. Estes não tinham o hábito de trabalhar por viverem em uma forma de subsistência, adquirindo apenas aquilo que seria necessário da natureza através da caça. Essa miscigenação transformou o paraense em um povo de aspecto impar, um povo que é acolhedor, que mantém as tradições e cultuam a religiosidade.

O resultado da combinação, contaminado de sincretismo em função da repressão do elemento dominante – que foi o português -, gerou produtos distintos daqueles lugares do país em que a combinação foi mais diversificada e heterogênea, daí porque a marca da região deve conter essa química racial, cultura e social, que se expressa por um modo de vida menos competitivo; mais festeiro (da festa podendo resultar movimentos políticos e conflitos); mais lúdico, com uma dimensão religiosa mais forte (e de credices); com a emotividade (e sua culminação: com saudosismo); com sentimentalismo e com espírito coletivista de mutirão. (SEBRAE, 2003, p. 18).

Mesmo com essa mistura, observa-se que a expressão mais evidente ainda sim são a dos povos local, mas que adquiriu outras características com a chegada das demais no passar do tempo. Uma das expressões bastante marcante é a música, a qual tem um ritmo que trás em suas letras cenas do cotidiano, principalmente das zonas periféricas, ouvida de forma muito das vezes intensas, atravessando a sonoridade entre as moradias e compartilhando com os ouvintes ao seu redor.

A musicalidade local foi se ressignificando a partir de ritmos tradicionais como o Carimbó e o Siriá. Onde tem música tem pessoas se confraternizando, e onde tem confraternização tem comidas típicas, a culinária além de ter um sabor característico, é a única comida tipicamente brasileira.

A culinária herdada é um atrativo a mais para os turistas, o tacacá, pato no tucupi, maniçoba, dentre outros. Os mesmo, em parte são oriundos da floresta, a partir de raízes. Tradição que vem dos costumes indígenas aliado com os temperos

e os famosos cheiros do Pará. Não pode se esquecer também as famosas frutas como o cupuaçu, bacuri e o açaí que por sua vez são a base da economia de pequenas regiões do estado.

O Pará é o único Estado que tem comidas típicas realmente brasileiras. Sua origem indígena e cabocla comprova essa afirmação. A fauna e flora também contribuem de forma fantástica para esse motivo. Na área musical, nossa diferença também é expressiva, com ritmos variados. Nossa poética de linguagem, nossos motivos de expressão (lendas amazônicas), dão aos artistas paraenses um perfil diferenciado e autêntico.(SEBRAE, 2003, p. 20).

A culinária é bastante apreciada principalmente no mês de Outubro, é quando ocorre a tão expressiva “festa” religiosa que é o Círio de Nossa Senhora de Nazaré, padroeira dos paraenses. Essa época também é conhecida como o “Natal dos paraenses”, momento em que as casas enchem de parentes, as ruas ficam mais aglomeradas de peregrinos e o turismo aumenta e tudo isso é motivo de festa.

Nessa data os produtos de origem artesanal são mais procurados principalmente pelos turistas. Alguns produtos nativos das ilhas são comercializados nessa época como os brinquedos de miriti, onde sua matéria prima é o talo da palmeira que leva o mesmo nome.

Figura 1 - Brinquedos de miriti.



Fonte: BEZERRA, A. P. 2016. Disponível em:
<<http://www.agenciapara.com.br/Noticia/105730/brinquedo-de-miriti-arte-e-tradicao-que-movimenta-a-economia-paraense>>. Acesso em 30 de Set. de 2016.

Outro ponto a ser destacado são os pontos turísticos, como o Ver-o-peso que é um dos principais cartões postais da cidade de Belém, conhecido como a maior feira livre da América latina, local onde na correria do dia-dia as pessoas param para almoçar um açaí com charque e/ou peixe frito, é conhecido também por vender o tão famoso banho de cheiros e ervas medicinais. O local também é onde moradores das ilhas se reúnem para comercializar seus produtos e adquirirem sua renda. (Figura 2).

Figura 2 - Feira do Ver-o-peso.



Fonte: G1/Pará. Disponível em:

<<http://g1.globo.com/pa/para/votacaomultimedia/2015/12/qual-comida-que-marca-os-400-anos-de-belem.html>> Acesso em: 05 de Out. de 2016.

A Estação das Docas é um local mais reservados para encontros e curtir um maravilhoso por do sol de frente para a Baía do Guajará. Destacando-se também as ilhas que ficam do outro lado da Baía e que cercam a cidade, principalmente a Ilha do Combú, que foi escolhida como um dos cenários desta pesquisa. É um dos locais mais procurados para passar feriados e os fins de semanas, lugar bom para curtir a natureza e observar a cidade, no entanto essas ilhas sofrem o descaso social, e o turismo é promovido pelos empresários que fazem negócios na ilha em parceria com os barqueiros.

Figura 3 - Estação das docas.



Fonte: S/A. Disponível em: <<http://www.bocanomundo.com/wp-content/uploads/2013/06/Esta%C3%A7%C3%A3o-das-Docas-Reprodu%C3%A7%C3%A3o-internet1.jpg>>. Acesso em: 04 de Out. de 2016.

Devemos valorizar aquilo que é mais típico do paraense, como a sua história cabocla; a cultura, que atravessou os tempos, embora modificando-se. Mesmo morando atualmente, em sua maior parte, nas cidades, o paraense ainda carrega hábitos de vida da pequena cidade e do campo; (SEBRAE, 2003, p. 26).

A relação dos paraenses com a natureza é muito forte, sentimento que é carregado por gerações, o prazer de viver no meio natural e configurando a vida social de acordo com as características da floresta, a exemplo das cores quentes presentes nos barcos (meio de transporte dos ribeirinhos) e nas residências tanto dos ribeirinhos quanto das cidades, outra relação muito forte são os temperos vegetais, como já citados anteriormente e reforçando essa relação de pertencimento do paraense com a natureza, o tempero forte e característico como a chicória encontrada facilmente no fundo do quintal, a alfavaca e a pimenta-de-cheiro.

Observa-se uma relação desses mundos aparentemente distintos onde o fruto do trabalho dos ribeirinhos é apreciado pelas camadas mais elevadas da sociedade, vale destacar essa relação de proximidade da sociedade consumidora com o produto artesanal na comunicação e inserção desses produtos nos interiores das moradias contemporâneas.

2.2. DESIGN E MEMÓRIA

Segundo Candau (2012), memória é uma faculdade humana que varia de acordo com o indivíduo ou grupos sociais e pode ser compartilhada, a memória é onde o indivíduo armazena todas suas lembranças e seus saberes adquiridos no decorrer da sua vivencia. Podendo ser manifestada em três níveis segundo Candau (2012), a protomemória, seria memória de baixo nível responsável pela construção da experiência do indivíduo e seus saberes que são compartilhados na sociedade.

Bem como as múltiplas aprendizagens adquiridas na infância e mesmo durante a vida intrauterina: técnicas do corpo que são o resultado de uma manutenção ao longo de várias gerações, memórias gestuais que no sistema nervoso central são o resultado do fortalecimento ou enfraquecimento de conexões sinápticas. (CANDAU, 2012, p. 22).

A memória de alto nível, ou a memória propriamente dita, é simplesmente uma recordação involuntária de uma lembrança que pode ser causada por uma sensação ou algum sentimento,

Evocação deliberada ou invocação involuntária de lembranças autobiográficas ou pertencentes a uma memória enciclopédica (saberes, crenças, sensações, sentimentos etc.). (CANDAU, 2012, p. 23).

Já a metamemória, é a representação do conhecimento da memória do próprio indivíduo, “o conhecimento que tem dela e, de outro, o que diz dela, dimensões que remetem ao ‘modo de afiliação de um indivíduo a seu passado” (CANDAU, 2011, p. 23). A metamemória é uma representação relativa, diferentemente da protomemória e a memória de alto nível que depende da faculdade da memória. Portanto, um produto para ter uma boa aceitação ele deve estar ligado ao contexto cultural e social de determinado grupo, para assim criar uma relação de pertencimento e confiabilidade.

O mundo se tornou mais complexo e com isso, também a forma dos clientes assimilarem os produtos e sua representatividade, pois um objeto que transmite um significado que corresponde às expectativas de um cliente, atingiu seu proposito. No entanto, alguns objetos possuem vários significados que podem ser interpretados de varias formas dependendo do repertório de cada um. A maneira de com esse

trabalho será representado tem o intuito de transmitir os valores da região belenense pertencentes ante o rio e a cidade, essa complexidade observada no local e também à relação que cada indivíduo tem com os demais na sociedade.

Segundo Cardoso (2013), os significados podem mudar de acordo com o tempo que o objeto é vivenciado, o contexto em que está inserido e as manifestações ocorridas no seu entorno influenciam diretamente. Atualmente o mundo vive grandes contrastes que às vezes passam despercebidos no cotidiano. Esse contraste acabou se transformando em algo “corriqueiro”, normal. Mas para um olhar bem atento, mesmo em cenários aparentemente contrastantes, observa-se situações semelhantes, mas com significados diferentes, e muitas vezes interligados.

A sociedade tornou-se individualista, assim os interesses coletivos foram sendo colocados de lado em benefício de uma minoria, com isso, essas desigualdades tendem a ser mais constantes e o design como mediador entre objeto e usuário se tornou peça fundamental para entender o que a sociedade está pensando e o significado dos fenômenos e traduzi-los em produtos e serviços. Portanto, o designer antes de projetar tem a difícil missão de absorver o sentimento coletivo e transmiti-lo em sua criação. A maneira de como cada indivíduo vai assimilar a mensagem de um objeto deriva diretamente de sua vivência no decorrer do tempo e espaço, a memória absorve momentos marcantes na vida de cada pessoa, mas que nem sempre é possível recordar de uma hora pra outra. As lembranças vão surgindo de forma instantânea quando deparadas com algo que remete aquele passado marcante.

As transformações que ocorreram na sociedade tornaram as pessoas “refém” do tempo, a buscar por melhores condições, os estudos, o trabalho e a correria diária. Há hora para sair e chegar, hora para assistir TV, hora de falar com amigos. Essas transformações como a massificação de informações através da tecnologia pode interferir significativamente na memória futura dessa atual geração. Esse contraste tão marcante na região metropolitana de Belém é fruto dessa sociedade cada vez mais individualista e consumidora presente no centro da cidade e de outro lado uma classe menos favorecida que vive ao seu entorno. Poucos produtos trabalham com essa filosofia do contraste social ou são pouco divulgados, para

entender essas diferenças basta observar o comportamento dos indivíduos ao redor e sentir que a sociedade está cada vez mais buscando interesses contrários, e a forma de como mostrar isso em um produto pode mudar em cada período que esse contexto é observado.

Os objetos têm a capacidade de marcar a vida do indivíduo em determinada época, assim como também alguns podem trazer lembranças de momentos que leva o indivíduo a reviver momentos através da memória. A capacidade de reviver momentos marcantes através da memória é em grande parte de momentos agradáveis e pouco de momentos desagradáveis. “Mais do que a simples ação de recuperar uma vivência, a memória é um processo de reconstituição do passado pelo confronto com o presente e pela comparação com outras experiências paralelas.” (CARDOSO, 2013, p, 75). A forte tendência do retrô vem resgatando formas que de certa maneira marcaram o passado e dando traços contemporâneos ao mesmo, podemos observar intensamente isso através da moda segundo Cardoso (2013).

Até mesmo artefatos cuja tecnologia não existia no passado são disponibilizados em estilo retrô – por exemplo, aparelhos para reprodução de arquivos digitais musicais que imitam a forma de equipamentos sonoros mais antigos. No mundo da moda, então, o retrô é um fenômeno incontornável. Quanto mais se revive o passado estilístico nas roupas mais as épocas e os estilos acabam por se confundir. (CARDOSO, 2013, p. 79).

Cardoso (2013), completa que as coisas não surgem sem razões, mas têm sempre suas raízes em seus antecedentes, tudo sofre influência das coisas antigas, os objetos vão adquirindo novas formas seus significados mudam de acordo com a experiência do usuário. Mas por outro lado muitas coisas precisam mudar no decorrer do tempo para manter seus significados.

Atualmente as transformações vêm ocorrendo de forma mais intensa e em diversas áreas do conhecimento, na era da informação a comunicação é absorvida cada vez mais rápida, as tecnologias se tornam mais aperfeiçoadas e o modo como os consumidores adquirem os produtos faz com que aumente a disputa por melhores tecnologias e novos produtos. O produto proposto transmitirá aos usuários esse contexto que se encontra na comunidade local, mas conversando todo seu contexto histórico e cultural que originou essa diversidade convergente, mas que

também possa representá-los no passar do tempo, em cada época e em cada camada social.

Apesar de o sujeito contemporâneo em tudo estar, tudo saber e tudo poder, as relações humanas, antagônicas, são revestidas de maneiras outras, que acabam distanciando os sujeitos entre si com relação à presença ou ao face a face. Tanto o ritmo impresso à vida pública e privada do homem, como suas necessidades sociais de pertença e mesmo suas necessidades individuais de afastamento aliam-se para criar um modo de vida envolto e direcionado pela grande indústria do consumo e, nela, os desejos humanos são apresentados como necessidades; e suas necessidades, como desejos. As capas de revista, a diversidade de maneiras de os produtos serem lançados no mercado, às propagandas, as vitrinas, os editoriais e desfiles de moda, as feiras de produtos diversos (de carros a livros, de pacotes de viagem a cosméticos), dentre tantas outras manifestações. (SILVA; MARTINS, 2013, p. 2).

2.2.1. A imagem como sentido da emoção

Uma imagem pode ser traduzida em diversas formas, não se limita apenas na visão, mas está presente nos demais sentidos humanos. A imagem é o principal ponto de partida que concede ao indivíduo uma sensação que traduz na memória em forma de emoção com um determinado objeto ou serviço.

Esse trânsito de imagens (que podem ser palavras, imagens acústicas, gestos, imagens performáticas, cheiros, imagens olfativas, sabores, imagens gustativas, formas e texturas, imagens táteis, ou ainda as importantes e pouco estudadas imagens proprioceptivas) é o que se denomina comunicação humana em seu sentido mais primordial e abrangente, em sua capacidade de vincular seres, espaços e tempos. As imagens que se encubam dentro do homem, em suas vísceras, sua pele, seus músculos ou seu cérebro, quando emergem, criam ambientes – parcerias, complementaridades, cumplicidades – e de cultura – crenças, imaginários, comunhões – que, por sua vez, alimentam e estimulam a geração e a incubação de mais imagens. (BAITELLO; WULF, 2014, p. 22).

Os sentidos humanos são responsáveis por capturar o máximo de informações ou dados necessários para que estes fiquem armazenados na memória humana, dessa forma todos esses dados são traduzidos em forma de lembranças no passar do tempo. Cada dado coletado por um dos sentidos se remete a uma lembrança que automaticamente o leva a uma imagem, um cheiro conhecido, por

exemplo, faz lembrar uma pessoa que usa um determinado tipo de perfume. Dessa forma, percebe-se no Belenense que suas características bem peculiares, e as pessoas que convivem nesse meio se identificam e absorvem de forma bastante intensa esse pensar local.

As emoções surgem nas interações com outros seres humanos, na comunicação com eles e no autorrelacionamento mimético. Muitas emoções podem ser descritas como um fluxo. Uma tal descrição implica que as emoções mudam na vida cotidiana. Elas se sobrepõem com emoções anteriores e criam conjuntos de emoções. Nesse processo, a imaginação tem um papel importante, que contribui para escolher disposições. Uma característica específica da emocionalidade humana consiste em consonâncias duradouras e em relações mais longas. Essas têm uma influência sobre a 'tonalidade' das interações de novas emoções. (BAITELLO; WULF, 2014, p. 15).

Então, a maneira de identificar a cultura paraense através dos sentidos mostra esse lado forte e diferente de todas as outras do Brasil. Falar da sonoridade com seus ritmos dançantes, o famoso cheiro do Pará, o paladar bastante temperado, suas texturas naturais e suas cores quentes.

Aliado aos estudos e pesquisas de áreas que o complementam e que o orientam, o design emocional trabalha com a perspectiva de que a emoção pode ser, no mínimo, previsível. Com efeito, o design emocional dialoga com a filosofia, a psicologia, a sociologia, as análises do discurso, etc. O mercado consumidor da atualidade é bastante exigente, mesmo porque a ele se apresentam diversas possibilidades ou meios para se chegar a um determinado fim. Por esse motivo, mesmo que um produto seja perfeito aos sentidos do consumidor, o que desencadeará de fato a aquisição dele será a experiência do consumo desejada (aqui, então, previsível) no momento de sua aquisição (no antes, no durante e no depois). (SILVA; MARTHINS, 2013, p. 3 e 4).

A emoção provocada na memória humana é fruto de um registro criado por uma experiência que pode ser positiva ou negativa, mas que fica guardada na memória afetiva. Isso irá interferir diretamente na ação que o usuário reagirá na forma ou em quaisquer que seja as características do produto. Dessa forma de acordo com Silva e Marthins (2013), a importância de criar produtos que portam além das necessidades e desejos, significados emocionais tanto materiais como imaterialmente.

2.3. DESIGN E SIGNIFICAÇÃO

A semiótica aplicada ao desenvolvimento de produtos vem ganhando mais importância nas últimas décadas, para o consumidor no mundo atual não basta que um produto seja funcional ou agradável, é importante que este transmita uma mensagem, uma significação.

Semiótica (do grego semeion=signo) é a teoria geral dos signos. Segundo Peirce, signo é algo que representa alguma coisa para alguém em determinado contexto. Portanto, é inerente à constituição do signo o seu caráter de representação, se fazer presente, de estar em lugar de algo, de não ser o próprio algo. O signo tem o papel de mediador entre algo ausente e um intérprete presente. (NIEMEYER, 2010, p. 25).

É muito importante que os designers estabeleçam uma comunicação clara para que haja uma boa relação entre o produto e o usuário, dessa forma a semiótica concede o aporte necessário para que haja essa comunicação em um produto. O sentido ou a significação de um produto parte da organização dos signos, onde estes “se organizam em códigos, constituindo sistemas de linguagem. Estes sistemas formam a base de toda e qualquer forma de comunicação. A principal unidade da semiótica é possibilitar a descrição e a análise da dimensão representativa” (NIEMEYER, 2010, p. 25).

Segundo Niemeyer (2010), a linguagem como base de toda forma de comunicação pode ser dividida conforme a natureza dos códigos empregados. Assim a linguagem se divide em verbal como palavras orais ou escritas, não verbais sendo por elementos imagéticos, movimentos e outros, e sincrética como códigos de outras naturezas, essa sendo a categoria que se relaciona em muitas produções de design.

A mensagem tem como objetivos, em primeiro lugar, fazer crer e, em segundo, levar o interpretador a fazer algo, tomar uma decisão. Ele é crítico o suficiente para selecionar suas ações em virtude da compreensão da mensagem. O repertório é um recorte do acervo que cada indivíduo constrói no decorrer da sua vida. São todos os valores, conhecimentos históricos, afetivos, culturais, religiosos, profissionais e experiências vividas. O código é o conjunto de signos que compõem a mensagem, perceptíveis ao receptor. (NIEMEYER, 2010, p. 29).

Assim, o designer deve estabelecer a melhor forma de comunicação do produto com o seu consumidor, o processo perceptivo da mensagem também dependerá do repertório do indivíduo para que ele assimile as informações pela qual aquele produto transmite.

A representação de algo através de um objeto ou produto é chamada de signo, ele não pode ser o próprio algo, mas aquilo que o algo representa em uma circunstância e ele pode ocorrer de qualquer natureza que se conecta com as experiências do indivíduo.

O signo é uma representação que representa algo que lhe deu origem. Ele só pode funcionar como signo se carregar esse poder de representar, substituir um outro algo diferente dele. Ora, o signo não é algo representado, ainda segundo Santaella: apenas está em seu lugar. Portanto, ele só pode representar esse algo de um certo modo e numa certa capacidade. (NIEMEYER, 2010, p. 3).

Os signos para Peirce são classificados em partes, ou como o próprio chamou de tricotomia. A primeira é o signo em si Representâmen, a segunda está no Objeto e a terceira é no Interpretante. Segundo Niemeyer (2010), o Representâmen é o processo pelo qual o signo pode ser sentido ou percebido e se divide em Qualisigno que são as características que o caracterizam menos, podendo ser as cores, textura, materiais e acabamento. Outro é o Sinsigno, no qual são as ocorrências que o particularizam como as formas e as dimensões. E o Legisigno, conforme as regras e os padrões do Representâmen se manifestam como as perspectivas e as normas.

O objeto é constituído pelas representações de algo, para esse algo possuir uma boa representação dependerá de como os signos estarão presentes nesse objeto. Segundo Niemeyer (2010), a representação de algo quando for por semelhança ela é chamada de Ícone, sendo representado por meio de analogias. “Quando o procedimento de representação se faz por meio de marcas que o Objeto Dinâmico causa, denomina-se Índice. Enquanto o Ícone traz o Objeto para dentro do signo por trações de semelhança, o Índice aponta para fora do signo, para o Objeto; o eu movimento é para fora.” (NIEMEYER, 2010, p. 41). Já o terceiro tipo de relação é o Símbolo, onde seu sistema fica subjacente ao signo. “Podem-se distinguir os signos com caráter icônico (Símbolos icônicos) dos mais orientados para uma relação indicial (Símbolos indiciais), contrastando com os Símbolos em que o caráter

arbitrário predomina (Símbolos simbólicos).” (NIEMEYER, 2010, p. 42). Já o Interpretante são as inúmeras possibilidades interpretativas do signo, onde o mesmo não pode ser de forma alguma ser confundido com o intérprete que é o sujeito podendo elaborar um Interpretante proposto pelo signo segundo Niemeyer (2010). A partir desse olhar da semiótica, a mensagem transmitida pelo mobiliário poderá ser mais presente de forma que o usuário crie essa relação pertencente na região, assim como na história do mobiliário onde cada época marcou um estilo diferente.

2.4. MOBILIÁRIO

Segundo Mancuso (2002), a história do mobiliário possui uma relação com a história da humanidade, onde as formas de moradia foram ganhando características de acordo com as épocas e os estilos de cada pessoa. As primeiras formas de mobiliários que foram surgindo foram camas, mesas e bancos, desde então elas foram adquirindo novas formas de acordo com as necessidades dos seus usuários.

Cada época marcou os estilos dos móveis, influenciando em seus detalhes e materiais, atualmente com o entrelaço das épocas há uma forte tendência de resgatar formas antigas de móveis com traços mais contemporâneos. As formas de produzir também foram mudando e com isso as técnicas mantiveram relação direta nas formas dos mobiliários, havendo ainda mais influencia com a revolução industrial.

As correntes artísticas marcaram uma divisão em suas épocas “Renascimento, Barroco, Rococó, Neoclássico, Império. Em termos de procedência, a França dita a moda do estilo palaciano, enquanto que a Inglaterra dedica-se ao caráter burguês.” (MANCUSO, 2002).

No Brasil, como não havia indústria de móveis, a maioria dos móveis era importada, os poucos produzidos no país eram de fabricados por marceneiros e tendo como principal matéria-prima a madeira, ou também, “pelos professores-artesãos que D. João VI trouxe para o Rio de Janeiro, quando instalou ali sua corte.” (MANCUSO, 2002, p. 169).

De certa forma a história do mobiliário brasileiro possui grande influencia europeia-portuguesa devido a colonização. A implantação da indústria de móveis e a

comercialização iniciaram-se no início do século XX com a chegada de imigrantes, onde alguns possuíam habilidades de marcenaria.

No período colonial, havia, na prática, três tipos de móveis: os de 'luxo', feitos com madeiras de lei; os chamados na época 'ordinários', também feitos de madeira de lei, mas menos aparatosos; e os 'toscos' feitos em madeira comum para uso popular ou serviço doméstico. (CONSTRUFACIL, 2015)

O mobiliário brasileiro pode ser dividido assim como na Europa em três grandes períodos, seguindo a ordem, o Renascimento com grande influência medieval, ainda possuía rigidez, mas com formas largas e traços mais detalhados, não prevalecia o conforto.

No RENASCIMENTO, a configuração do espaço doméstico medieval marcado pela presença de poderosos clãs modificou-se por que o perfil do grupo familiar que a habitava alterou-se à medida que o Estado assumiu papel de destaque no cenário público. Aos poucos, uma maior importância assumiram os locais dedicados à vida social e esta necessidade de ostentar a própria riqueza acentuou-se nos séculos XVI e XVIII, em pleno Barroco, através da maior opulência da mobília e dos tapetes, além do aumento de salas de recepção, das galerias e dos átrios. (CASTELNOU, 2006, p. 17).

Em sua maioria os móveis tinham sua inspiração na Antiguidade Clássica, de tamanho avantajado seguindo a proporção das residências que também eram enormes, as mesas grandes com diversos assentos de diferentes formas.

Figura 4 - Móvel da antiguidade clássica I



Fonte: RODRIGUES, S. A. 2015. Disponível em: < >. Acesso em: 19 de Set. de 2016.

Figura 5 - Móvel da antiguidade classica II



Fonte: RODRIGUES, S. A. 2015. Disponível em: <<http://www.casaadorada.com.br/2013/03/estilos-de-moveis-ao-longo-do-tempo.html>>. Acesso em 19 de Set. de 2016.

Em seguida o Barroco e o Rococó, onde as formas ganham movimentos, favorecido pelo sentimento, presença de luz e sombra deixando seu acabamento mais equilibrado. “Denomina-se BARROCO o conjunto de manifestações artísticas que aconteceram de meados do século XVI até fins do século XVIII, período no qual uma série de acontecimentos políticos, sociais e religiosos culminou na total transformação da cultura européia.”. (CASTELNOU, 2006, p. 18).

Figura 6 - Móvel barroco



Fonte: RODRIGUES, S. A. 2015. Disponível em: <<http://historia-e-estilo-do-mobiliario6.webnode.com/estilos-de-mobiliario/mobiliario-no-barroco/>>. Acesso em: 19 de Set. de 2016.

Figura 7 - Móvel rococó



Fonte: RODRIGUES, S. A. 2015. Disponível em: <<http://historia-e-estilo-do-mobiliario6.webnode.com/estilos-de-mobiliario/mobiliario-no-rococo/>>. Acesso em: 19 de Set. de 2016.

No Neoclassicismo é introduzida novamente a rigidez, mas ainda bastante enfeitados, uso de madeira e estruturas móveis (MANCUSO, 2002). “Baseava-se na busca de um ‘belo’ absoluto, universal e eterno, a partir da inspiração nos modelos clássicos. Havia o predomínio de ângulos retos em uma decoração rígida, equilibrada e simétrica.” (CASTELNOU, 2006, p. 24). Em sua estrutura prevalecia as formas retangulares, losango, uso de bronze e formas combinadas em cada parte de sua estrutura.

As madeiras mais utilizadas foram o ébano, o acaju e as árvores frutíferas, e os móveis eram pintados em cores pálidas, como branco, cinza ou verde-água. A pintura do mobiliário caracterizava-se geralmente por temas pastoris, ninhos de pássaros, flores, pombas, amorzinhos com instrumentos musicais, cornos, cabeças de carneiro, águias, leões, etc.. Galerias de balaústres em madeira, bronze ou entalhado, circundavam a parte superior dos móveis, em especial os chiffonier, os bureaux e as secretárias. Havia estrias ao lado dos montantes e pés em estípete ou levemente curvos, com um pequeno taco de bronze. Os espaldares mais difundidos eram os de medalhão, oval, chapéu e balon. (CASTELNOU, 2006, p. 25).

Figura 8 - Móvel neoclassico



Fonte: RODRIGUES, S. A. 2015. Disponível em: <<http://historia-e-estilo-do-mobiliario6.webnode.com/estilos-de-mobiliario/mobiliario-neoclassico/>>. Acesso em: 19 de Set. de 2016.

No período de Império seguiu-se as grandes proporções com formas que remetiam a arte greco-romana, símbolos que remetiam guerras como escudos e elmos. Eram caracterizados também por possuir tripé de origem Pompeano. As poltronas apresentavam em seus pés traseiros uma forma mais orgânica, enquanto que os da frente uma forma mais reta.

Os móveis eram impessoais e davam a impressão de uma cópia fiel e fria dos modelos grecoromanos. A escultura ornamental era rara; existiam entretanto alguns móveis de gala esculpidos e dourados. Inovado sob o Império o psiché em geral de forma quadrada, por vezes tinha a forma oval. Faziam-se também psichês portáteis com gaveta. (CASTELNOU, 2006, p. 26).

Figura 9 - Móvel do império I



Fonte: RODRIGUES, S. A. 2015. Disponível em: <<http://www.casaadorada.com.br/2013/03/estilos-de-moveis-ao-longo-do-tempo.html>>. Acesso em: 19 de Set. de 2016.

Figura 10 - Móvel do império II



Fonte: RODRIGUES, S. A. 2015. Disponível em: <<http://www.casaadorada.com.br/2013/03/estilos-de-moveis-ao-longo-do-tempo.html>>. Acesso em: 19 de Set. de 2016.

A partir do desenvolvimento da indústria de móveis no país, os móveis artesanais foram dando lugar aos industriais, a sociedade acostumada a comprar móveis nos estilos tradicionais passaram a implementar novas formas de decoração que traziam originalidade e elegância.

A nova distribuição do espaço transforma também a decoração e o mobiliário em busca da simplicidade, utilidade e economia. Buscando linhas retas, curvas sóbrias, paredes nuas, os artistas projetam para a indústria. Esta aliança com a indústria tem um objetivo muito sério, é uma relação contra a fabricação industrial sem qualidade, que vinha se verificando então. (MANCUSO, 2002, p. 190).

No âmbito Contemporâneo com a diminuição da habitação os móveis precisaram ser pensados de forma que se encaixasse nas necessidades e no conforto dos usuários. Assim, com a valorização dos profissionais que os projetava criou-se uma tendência de criar cada vez mais móveis planejados, peças únicas.

Os valores de uma população mudam no decorrer do tempo. Atividade multidisciplinar por excelência, o design praticado em uma determinada época tem a ver com as mudanças culturais, sociais, econômicas, políticas, comportamentais, tecnológicas etc., de uma sociedade. Ele as reflete e, num jogo dinâmico de ser influenciado e influenciar, às vezes ajuda a provocar ou antecipar mudanças. (BORGES; HERKENHOFT; CARDOSO, 2013, p. 10).

Durante as décadas de 60 e 70, as empresas de móveis brasileiras ganham um grande impulso na fabricação de mobília principalmente para escritórios, período também em que as mesmas passam a contratar designers estrangeiros conhecidos no mercado como Karl Heinz Bergmiller.

Uma das melhores atuações é a da Escriba, de São Paulo, que em 1967 emprega Karl Heinz Bergmiller (1928), que viera da Alemanha para colaborar na criação do primeiro curso superior de design no país, a Escola Superior de Desenho Industrial (Esdí). Bergmiller encontra nessa empresa as condições ideais para a implantação de uma metodologia de desenvolvimento de produtos sistematizado a partir dos princípios do design racionalista. O design é a atividade sobre a qual a empresa se estrutura, o que se reflete na própria carreira de Bergmiller lá dentro: além de designer-chefe, torna-se diretor da empresa, ali permanecendo até o início da década de 1990. (BORGES; HERKENHOFT; CARDOSO, 2013, p. 11).

Figura 11 - Poltrona de auditório Par, Escriba.



Fonte: EVERLING, Marli. 2012. Disponível em:

<https://www.google.com.br/search?q=Karl+Heinz+Bergmiller&biw=1366&bih=599&noj=1&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKewiH4o6E6pvPAhUDj5AKHfpbA4wQsAQIHQ#imgdii=gGtGuVQ0u_woGM%3A%3BgGtGuVQ0u_woGM%3A%3BOq-kc_r-l6PygM%3A&imgrc=gGtGuVQ0u_woGM%3A>. Acesso em: 19 de Set. de 2016.

A partir dos anos 80 com o processo de redemocratização do país, o design aparece com novas formas e mentalidade, alguns designers brasileiros passam a se destacar no mercado introduzindo novas técnicas ou resgatando identidades com ares contemporâneos. Nesse momento o mobiliário passa a ser produzidos com materiais diversos, “à tradicional tríade da madeira, palhinha e couro contrapõe matérias-primas até então não usuais no segmento, como borracha, lona, alumínio, laminados estampados e fibra de cimento.” (BORGES; HERKENHOFT; CARDOSO; 2013, p. 16).

A década de 90 é marcada pelas grandes obras de designers brasileiros e reconhecimento internacional como Fernando e Humberto Campana na exposição *Desconfortáveis* onde apresentaram móveis em chapas de ferro, Gerson de Oliveira e Luciana Martins com a poltrona *Cadê*, e Edith Diesendruk com a poltrona *Barroca*. Esse período é marcado também pela utilização de matéria-prima reutilizada, o design passa a mostrar uma nova visão de reaproveitamento de materiais, dar uma nova função em algo que seria descartado. “O móvel contemporâneo brasileiro hesita entre a sintaxe e a semântica. Cada designer escolhe a ênfase em um lado do pêndulo.” (BORGES; HERKENHOFT; CARDOSO; 2013, p. 73).

Alguns designers brasileiros ganharam o mundo com seus moveis incríveis que marcaram uma determinada época e que ainda possuem grandes influências,

servindo de inspiração para muitos jovens estudantes que visam caminhar na área de moveis. Designers como Sérgio Rodrigues com a poltrona Mole, Fernando e Humberto Campana e sua Cadeira Vermelha, Zanini de Zanine com a Cadeira Moeda, dentre outros designers e suas criações.

Figura 12 - Poltrona mole.



Fonte: ARANTES, M. P. 2012. Disponível em:
<<http://centrodeartesedesign.blogspot.com.br/2012/06/poltrona-mole-sergio-rodrigues.html>>. Acesso em: 04 de Out. de 2016.

Figura 13 - Cadeira vermelha



Fonte: MODA DE CASA, S/A. Disponível em: <<https://modadecasa.wordpress.com/2014/10/27/grandes-nomes-irmaos-campana/>>. Acesso em: 04 de Set. de 2016.

Figura 14 - Poltrona moeda.



Fonte: ETCHEPARE, Bruno. 2012. Disponível em: <<http://www.arkpad.com.br/blog/acontece-eventos-e-novidades/zanini-de-zanine-restrospectiva-de-10-anos-na-memo/>>. Acesso em: 04 de Out. de 2016.

2.4.1. O setor moveleiro no estado

As matérias-primas no estado do Pará ainda são pouco exploradas, mas se tratando do setor moveleiro o estado é uma referência na região e possui uma grande produção industrial principalmente no município de Paragominas onde se

encontra o polo moveleiro que beneficia a matéria prima da região e também é um grande fornecedor de MDF (Mediu Density Fiberboard).

Paragominas destaca-se por sua posição geográfica estratégica que confere vantagens devido a facilidade de escoamento da produção facilmente através da rodovia Belém-Brasília e o porto de Vila do Conde no Pará, porto brasileiro mais próximo em milhas náuticas dos mercados consumidores da Europa, Estados Unidos e Caribe. Desde 2001, está em funcionamento o polo moveleiro de Paragominas, que visa a melhoria da qualidade de produção das empresas participantes do projeto. (LUCAS; PINHEIRO; WAGNER; 2012).

Segundo Monteiro, Macêna, Pena (2012), além de Paragominas a região metropolitana de Belém onde se inclui também Ananindeua e Marituba vem se destacando na atividade moveleira. “Por ser um ofício bastante antigo, o fabrico de móveis ainda é feito de maneira muito artesanal; Por empresas de caráter familiar e com conhecimentos que são passados de geração em geração.” (MONTEIRO; MACÊNA; PENA; 2012), no entanto os moveis de produção industrial são principalmente em municípios do interior, onde a matéria-prima está concentrada. No que diz respeito a comercialização, o maior consumidor de móveis é o próprio estado e principalmente a capital, por ter a maior concentração de renda, “ 95% da produção era consumida no próprio estado, 3% na região norte e 2% para outros países” (MONTEIRO; MACÊNA; PENA, 2012).

A questão sociocultural de cada tempo e espaço interferem diretamente na forma de consumo, de agir e nos costumes de cada individuo como observado nos cenários em questão. Os mobiliários possuem algumas características em cada local, como nas residências da cidade com um design mais sofisticado devido ter um poder aquisitivo mais elevado como a maioria das pessoas que moram no bairro do Umarizal, contrastando com os presentes nas casas dos ribeirinhos que por ter um poder aquisitivo menor, seus moveis possuem uma forma mais rustica muitas vezes feitos artesanalmente ou comprados por um valor mais acessível.

Figura 15 - Móveis de um apartamento no Umarizal



Fonte: Autor, 2016.

Figura 16 - Móveis de uma residência no Combu.



Fonte: Autor, 2016

3. CONSTRUINDO UM MOBILIÁRIO ENTRE O RIO E A RUA

Para o desenvolvimento deste mobiliário segue de acordo com a metodologia de Lobach (2009), onde são apresentadas algumas fases para o desenvolvimento de um produto inovador e que seja valorizado pelo usuário, a metodologia se apoia também em métodos proposto por Kruken, na importância do design para o desenvolvimento de produtos locais. E o método de Niemeyer (2009), a partir da visão da semiótica. O resultado deste trabalho é um mobiliário que transmitirá a relação existente entre o rio e a cidade, dos modos de vidas da cultura na formação dessa sociedade. Será mostrado também o passo a passo da fabricação do modelo onde os moldes foram cortados a partir da impressão do desenho técnico, e uma breve descrição dos materiais usados, por fim fazendo uma aplicação em ambientes.

3.1. ANÁLISE DO PROBLEMA

Como observado durante a pesquisa sobre a relação das pessoas que transitam entre o rio e a cidade, a questão sociocultural dos belenenses por mais forte que seja, e bastante marcante no olhar de quem participa e presencia ainda é pouco representada por meio de produto.

A descoberta de um problema constitui o ponto de partida e motivação para o processo de design, que depois se define melhor no seu desenrolar, dependendo do tipo de problema. Seria então a primeira tarefa do designer industrial a descoberta de problemas que possam ser solucionados com a metodologia do design industrial. (LOBACH, 2009, p. 143).

3.1.1. Reconhecendo o cenário

Segundo Krucken (2009), reconhecer nada mais é do que uma pesquisa exploratória para conhecer o espaço em questão e absorver tudo o que acontece em seu contexto. “Ao planejar um projeto de valorização, é necessário compreender o espaço onde nasce o produto, sua história e suas qualidades, associadas ao território e à comunidade de origem. Essa compreensão abrangente, juntamente com a identificação dos ‘marcadores de identidade’, constitui a base para projetar produtos e serviços ligados ao território.” (KRUCKEN, 2009, p. 99).

Os dois espaços em questão transmitem uma relação muito marcante, principalmente por estarem bem próximos divididos apenas por um rio. De um lado uma grande cidade que a cada dia cresce apesar de já extrapolar seus limites territoriais, e de outro uma ilha onde prospera a tranquilidade da natureza e a exuberância amazônica.

A ilha do Combu possui um fácil acesso, a travessia é feita nos barcos, famosamente chamados na região de popopo (figura nº 17), o percurso dura em média 10 minutos, os barcos são equipados com aparelhos sonoros onde durante o percurso os viajantes apreciam a vista da orla se limitando as margens do rio Guamá e entrando em contato com a floresta amazônica ao som dos ritmos regionais.

Figura 17 - Barcos que transportam moradores e visitantes na região.



Fonte: Autor, 2016.

Os barcos vão aportando nas escadas dos bares e restaurantes nas margens da ilha (figura nº 18), esses estabelecimentos são de moradores da própria ilha e de pessoas da cidade, onde enxergaram no lugar uma oportunidade de gerar renda, oferecendo emprego não só para os habitantes da ilha, mas também para moradores da capital. Esses estabelecimentos oferecem um ambiente agradável em contato com a natureza onde muitas pessoas buscam esse afastamento momentâneo do estresse da cidade nos fins de semana e feriados.

Figura 18 - Restaurante na ilha do Combu.



Fonte: Autor, 2016.

O turismo é muito forte na ilha, e promovido principalmente pelos empresários donos dos restaurantes em parceria com os barqueiros, no qual investem também na segurança no porto de embarque na Praça Princesa Isabel devido ao grande índice de assaltos no local. Os restaurantes oferecem uma variedade de serviços e pratos típicos da região e sucos de frutas naturais, esses estabelecimentos são também onde muitas pessoas da cidade alugam para promoverem eventos, principalmente festas de aniversário.

As estruturas das moradias ou palafitas são todas sustentadas por troncos de madeiras a certa altura da margem do rio (figura nº19) devido ao período de enchente, as residências e os móveis são feitos de madeira da própria região, com acabamento rústico e com cores variadas e traços geométricos contrastando com alguns orgânicos. As moradias são cobertas por palhoças e algumas por cerâmica (figura nº 20).

Figura 19 - Estrutura de sustentação das moradias.



Fonte: Autor, 2016.

Figura 20 - Moradias da ilha do Combu.



Fonte: Autor, 2016.

Na cidade, lugar onde os grandes prédios “tocam” o céu, mostra um cotidiano bastante diferente do outro lado do rio (figura nº 21). O bairro do Umarizal é um dos bairros mais valorizados da cidade e também um bairro que possui grande infraestrutura como hospitais, centros bancários, supermercados universidades,

dentre outros. Por ele passam diversas linhas de ônibus coletivo que circulam por toda cidade levando e trazendo pessoas que moram ou trabalham no bairro, e também pessoas que o visitam para momentos de lazer e diversão, principalmente nas noites dos fins de semana, o local oferece diversos estabelecimentos que vai desde um simples boteco a casas de shows. Pessoas de todos os cantos da cidade se encontram para um bate papo nos botecos de cada esquina (figura nº 22).

Figura 21 - Edifícios do Umarizal.



Fonte: Autor, 2016.

Figura 22 - Restaurante no Umarizal.



Fonte: Autor, 2016.

A preocupação com a segurança que afeta toda cidade transformou as moradias em “prisões”, onde os próprios moradores são detentos escondidos dos perigos que as ruas oferecem. Com isso as residências passaram a cada vez mais serem protegidas por sistemas de segurança, muros, grades, cerca elétrica (figura nº 23). A saturação dos limites geográficos da cidade levou as residências a crescerem verticalmente, o bairro do Umarizal é um grande exemplo dessa conjuntura, possui grandes prédios que se perdem nos céus da cidade de Belém. Assim a relação entre os indivíduos foi ganhando novos sentidos, novas formas de morar, o contato entre os vizinhos que é mais forte entre os ribeirinhos mesmo com as moradias não serem tão perto uma das outras, se distancia na “cidade grande”, são usadas assim, novas formas de contato como as redes sociais.

Figura 23 - Proteção de grades e muros.



Fonte: Autor, 2016.

3.1.2. Ativando as competências locais

Segundo Krucken (2009), ativar seria potencializar as principais características locais, promover essa interação do produto ao local é ativar uma melhor comunicação com o consumidor. Para tanto, ao analisar a relação do contraste a partir da canção de Nilson Chaves em parceria com o goiano Celso Viáfora “Olhando Belém”, que mostra através de suas letras a exuberância amazônica, o cotidiano e o contraste entre o rio e a rua, faz entender de maneira mais clara essa relação urbana e ribeirinha.

O sol da manhã rasga o céu da Amazônia/ Eu olho Belém da janela do hotel/ As aves que passam fazendo uma zona/ Mostrando pra mim que a Amazônia sou eu/ E tudo é muito lindo/ É branco, é negro, é índio/ No rio tiete mora a minha verdade/ Sou caipira, sede urbana dos matos/ Um caipora que nasceu na cidade/ Um curupira de gravata e sapatos/ Sem nome e sem dinheiro/ Sou mais um brasileiro/ Olhando Belém enquanto uma canoa desce um rio/ E o curumim assiste da canoa um boing riscando o vazio/ Eu posso acreditar que ainda da pra gente viver numa boa/ Os rios da minha aldeia são maiores do que os de Fernando Pessoa/ (e o sol da manha rasga o céu da Amazônia)/ Olhando os meus olhos de verde e floresta/ Sentindo na pele o que disse o poeta/ Eu olho o futuro e pergunto pra insônia/ Será que o Brasil nunca viu a Amazônia/ E vou dormir com isso/ Será que e tão difícil. (VIÁFORA, 1992).

A música descreve esse panorama sociocultural, de modos de ser e vidas amazônicas. Dessa forma quando “O sol da manhã rasga o céu da Amazônia/ Eu olho Belém da janela do hotel/ As aves que passam fazendo uma zona/ Mostrando pra mim que a Amazônia sou eu/ E é tudo muito lindo/ È branco, é negro, é índio”, observa-se um olhar turístico do autor encantado com a beleza da cidade amazônica em uma manhã onde a fauna e a flora se mostram através das janelas de um hotel. Tudo isso parece ser um convite para o turista se sentir a vontade e dizer que ele também já pertence a esse local. “E justifica que pode ser aceito porque esta é uma terra de todos, onde ‘tudo é muito lindo, é branco, é negro, é índio’, então, pode ser dele também.” (TORRES; MELO; LAMEIRA, 2014). Isso também aborda uma questão histórica por ser uma região que seus habitantes possuem origem desses três povos, os brancos europeus, os negros africanos e os índios da própria região.

Enquanto o olhar turístico contempla ‘Belém da janela do hotel’, ele deixa de ver a Belém das ruas, onde não desce apenas uma canoa de um curumim, mas uma tribo inteira. Talvez, evite a nossa verdade de propósito, bastando a sua realidade: ‘No rio Tietê mora a minha verdade. Uma verdade suja, poluída, de caos urbano. Sua declaração afirma que ele é mais de cá do que de lá quando afirma: ‘Sou caipira/ sede urbana dos matos/ Um caipora que nasceu na cidade/ Um curupira de gravata e sapatos. (TORRES; MELO; LAMEIRA, 2014).

Uma passagem marcante e que mostra de forma clara esse contraste entre o rio e a cidade é “Olhando Belém enquanto uma canoa desce um rio/ E o curumim assiste da canoa um boing riscando o vazio”, essa visão de Belém através do rio (figura nº 2), mostra que este é a principal via de acesso às ilhas que cercam a cidade, de onde também vem grande parte da produção de açaí, camarão, peixe e farinha, que abastecem as feiras da cidade. Mostrando também a transformação da sociedade contemporânea que presa ainda por suas tradições. Trazendo o trecho da música para o contexto atual observa-se não só um boing, mas também luxuosos barcos e jet-skis riscando as águas, observados pelos ribeirinhos (figura nº 25).

Figura 24 - Belém através do rio.



Fonte: Autor, 2016.

Figura 25 - Moradores da cidade passeando pelos rios.



Fonte: Autor, 2016.

Ele não quer ser apenas um brasileiro. Quer pertencer a esta região que junta o curumim e o Boeing no mesmo cenário. O passado e o presente. Embora tenha uma visão apaixonada ele também aponta uma questão de ordem política-social ao sentir que a Amazônia é excluída do Brasil. Mas ainda tem esperança 'de que ainda dá pra viver numa boa' porque os rios da sua aldeia 'são maiores do que os de Fernando Pessoa', ou seja, são melhores, são mais belos, são maiores porque são "seus". (TORRES; MELO; LAMEIRA, 2014).

A maneira de como o autor expõem o contraste da cidade de Belém é uma forma de mostrar que apesar das diferenças sociais existentes na região, é um povo atravessado pelas tradições, povo trabalhador e que vive de forma digna, que abraça e sabe acolher quem visita Belém.

Para aprofundar essas análises a partir do olhar do outro entre o rio e a rua, aplicou-se um questionário¹ com o objetivo de entender melhor essa relação e colher repertório para elaborar requisitos de projeto da pesquisa.

Analisando os dados, notou-se que apesar da proximidade geográfica dos dois cenários algumas pessoas ainda desconhecem ou ouviu pouco sobre a ilha do Combu e as outras ilhas que fazem parte da região metropolitana de Belém. Outros pontos característicos citados a respeito da ilha é a tranquilidade da natureza e o respeito que os moradores tem por ela, os barcos como principal meio de transporte nessa região, a rusticidade das casas e suas cores.

A respeito do olhar em relação a esse contraste, apesar de haver um certo desconhecimento a respeito do cotidiano dos ribeirinhos, há uma relação primeiramente de origem, por ser uma cidade que nasceu na beira do rio e do rio são abastecidos por produtos que os ribeirinhos comercializam na feira do Ver-o-peso, principalmente as frutas como o açaí que vem da ilha do Combu. Nisso observa-se uma certa dependência por parte da cidade oriunda dos produtos típicos da região, por outro lado há uma dependência da cidade a respeito de serviços de saúde e educação. Essa relação mostra que apesar das diferenças sociais, há uma dependência de ambos os lados, mas os hábitos e as heranças culturais prevalecem nessa região tão complexa que é a belenense.

3.1.2. Persona (Público-alvo)

O público alvo será baseado de acordo com as necessidades de uma persona segundo Niemeyer (2009). O cotidiano da cidade de Belém é marcado por pessoas de múltiplos gostos, mas o público desse produto primeiramente são pessoas que moram em casas ou apartamentos pequenos, com o grande crescimento da cidade as moradias passaram a ter um espaço reduzido, com isso, os móveis planejados passaram a ser uma grande solução. Portanto, este mobiliário virá a atender essa

¹ Ver o questionário completo no Apêndice A, página 90.

questão, podendo dar ao usuário outras funções para um espaço reduzido. Dessa forma público-alvo desse trabalho são pessoas de classe média a alta, pessoas que certamente possuem um bom grau de conhecimento a respeito dos valores locais, pessoal que apreciam uma boa arte e costumam sempre trocar ideia em uma roda de papo entre amigos.

A persona atende pelo nome de Jorge, tem 29 anos, possui uma formação de nível superior e está começando a se estabilizar no mercado de trabalho. Ele mora só em um pequeno apartamento há pouco tempo, possui uma rotina de trabalho semanalmente e só chega em casa no final da tarde. Ele é uma pessoa de uma cidade do interior, mas que sempre morou na cidade grande para estudar, mas ainda tem uma boa relação com a vida interiorana. Nas horas livres ou fim de semana costuma visitar os parentes no interior para sair um pouco do estresse causado pela rotina, sair pra curtir com os amigos ou relaxar em casa lendo um livro. Como ele mora só, uma hora ou outra costuma receber visitas de amigos para bater um bom papo, ouvir uma música e tomar uma cervejinha. Mas como seu apartamento é pequeno há uma dificuldade de acomodar a todos, sempre um acaba sentado no chão ou improvisando algo para se sentar. Dessa forma, ele precisa de algo que venha a solucionar esse problema para acomodar a todos, mas que não acabe tomando muito de seu espaço reduzido.

3.1.3. Análise da função

A partir da análise da persona, “a análise da função é um método para estruturar as características técnicas funcionais de um produto, que podem ser observadas através de suas qualidades funcionais” (LOBACH, 2009, p. 146). O móvel proposto para solucionar essa necessidade primeiramente terá a função de acomodar o indivíduo, ou seja, tenha a função de assento. Assim sendo esse móvel pode ser uma cadeira, uma poltrona ou um banco, mas que possibilite atender outras funções no espaço. De acordo com o espaço pequeno, o móvel não deve tomar conta do ambiente, com isso esse móvel pode ser flexível podendo ser usado apenas quando necessário, e ser colocado em um local que não tome muito do espaço. De outra maneira, ele pode vir a ter outras funções para se adaptar de acordo com as necessidades em um espaço reduzido.

3.1.4. Análise de mercado

Com a função do produto já definida, será analisado alguns produtos da mesma classe. Como já citado anteriormente, o mercado moveleiro no estado é uma área muito forte devido à abrangência e o fácil acesso a matéria-prima, onde os produtos apesar de serem exportados, grande parte ainda é comercializado no estado, principalmente na capital por ser onde circula a maior parte do capital e por ser uma cidade com grande potencial de desenvolvimento.

Análise do mercado são reunidos e revistos todos os produtos da mesma classe oferecidos no mercado, que fazem concorrência ao novo produto. Isto passa a ser de especial importância para a empresa, quando a solução para o problema tem o objetivo de melhorar um produto existente e se diferenciar dos produtos concorrentes. (LOBACH, 2009, p. 144).

Um produto que segue a linha multifuncional é a cadeira Sweetch18 do designer Benoit Lienart que vira uma mesa, em 2011 ela ganhou o prêmio L'Observateur du Design. Ela possui um fácil mecanismo, porém, pouco conforto para sentar.

Figura 26 – Cadeira Sweetch18



Fonte: <<http://miniapartamento.com.br/wp/?tag=aproveitamento-de-espaco&paged=7>>. Acesso em: 23 de Out. de 2016.

A poltrona multifuncional Calypso possui diversas funções, possui espaço para duas pessoas sentadas. Seus braços móveis podem ser suporte para objetos e sua parte inferior tem espaço para armazenar livros e revistas, seu encosto pode ser inclinado dando origem a uma mesa.

Figura 27 - Poltrona Calypso.



Fonte: OFELITHA, 2010. Disponível em: <<http://gadgetsgirls.com/2010/10/calypso/>>. Acesso em: 23 de Out. 2016.

A Poltrona Grão Pará, segue um conceito regional com seu design rústico. Feita de madeira um estofado que proporciona um bom conforto, no entanto não possui uma flexibilidade para um espaço pequeno.

Figura 28 - Poltrona Grão Pará.



Fonte: PARÁ MÓVEIS RÚSTICOS. Disponível em:
<<http://paramoveis.com.br/produto/poltrona-grao-para-2/>>. Acesso em: 23 de Out. de 2016.

Outro móvel que segue o conceito regional é a Poltrona Marajó, é um móvel com estilo e que pode ser usado em vários ambientes, possui um design simples, mas que chama atenção. Mas para um ambiente pequeno e que precise de móveis que se adapte as necessidades de usuário, esse móvel é pouco exigido.

Figura 29 – Poltrona Marajó.



Fonte: OPPA. Disponível em: < <http://www.oppa.com.br/poltrona-marajo-verde>>. Acesso em: 23 de Out. de 2016.

3.2. GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

Esta fase é onde será explorada a criatividade, após todas as análises sobre o espaço belenense, a fase de geração primeiramente será definido o conceito do produto para assim esboçar através de análises fotográfica do local.

É a fase de produção de ideias baseando-se nas análises realizadas. Nesta fase de produção de ideias a mente precisa trabalhar livremente, sem restrições, para gerar a maior quantidade possível de alternativas. (LOBACH, 2009, p. 150).

3.2.1. Conceito

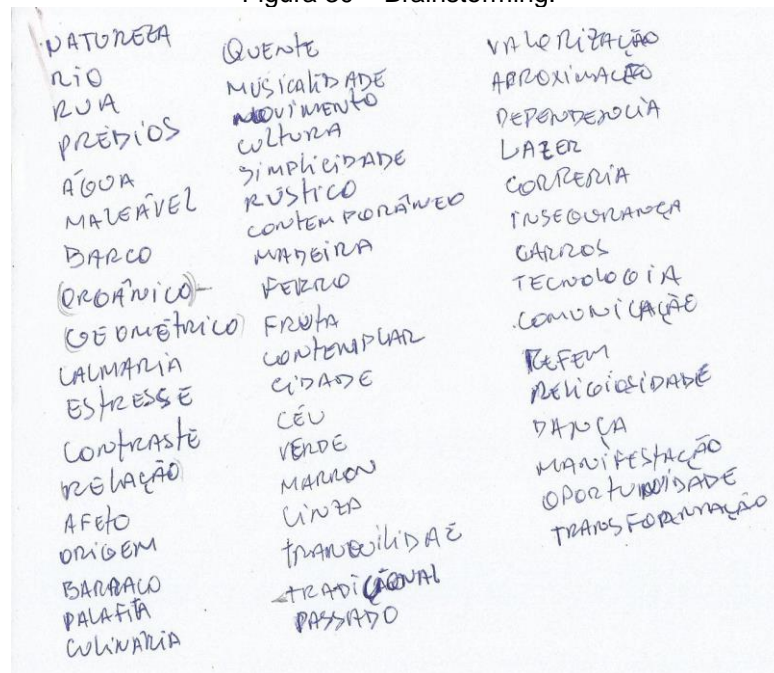
A inspiração deste produto parte da relação sociocultural da região paraense, especificamente a relação urbano ribeirinho onde seus encontros e desencontros são marcados pela proximidade, origem, tradição, e ao mesmo tempo “distanciamento”. O contemporâneo ligado ao tradicional, o orgânico e o geométrico.

Assim, é o cotidiano vivenciado na cidade de Belém, de um povo que é unido pelas diferenças.

3.2.2. Encontrar uma voz visual

A forma para encontrar uma voz visual para o produto será de acordo com a proposta na metodologia de Niemeyer (2009), onde é realizado um brainstorming de qualquer palavra referentes aos locais de pesquisa e essa ligação entre eles. “Deve ser feita uma listagem com todas as palavras que podem expressar valores relacionados a este empreendimento” (NIEMEYER, 2009, p. 67).

Figura 30 – Brainstorming.



Fonte: Autor, 2016.

Após as listagens dessas sucessivas palavras, a maioria foi sendo eliminadas, e selecionadas três palavras que foram: Tradicional, Transformação, Relação. **Tradicional**, referente aos ribeirinhos que mantem os velhos costumes, a preservação da natureza, tirando dela apenas o necessário e a tranquilidade que nela se esconde. A **Transformação** que ocorreu dentro da cidade, às novas formas de convívio e comunicação entre pessoas e objetos. **Relação**, referente ao modo de

como os moradores dessa região convivem, mesmo com tantas diferenças permeia uma boa relação de respeito e dependência das duas partes.

Após a seleção das palavras chaves, a seguir, serão analisadas as imagens tiradas durante a visita aos cenários em estudo que mais se identificou com as palavras selecionadas, para dessa forma expressar a relação que se encontra nessa região e seus valores socioculturais. A partir da análise das imagens podem ser identificados alguns elementos que servirão de suporte para o desenvolvimento do projeto.

Na (figura 31), pode ser observada ao mesmo tempo uma relação de proximidade e distanciamento, duas partes separadas por um rio, mas que tentam se comunicar, de um lado as formas orgânicas da natureza e de outro a geometria dos prédios na cidade.

Figura 31 – Comunicação entre a ilha e a cidade.



Fonte: autor, 2016.

A (figura 32), mostra as moradias dos ribeirinhos que possuem formas rústicas e cores diversas, e suas sustentações feitas por vários pedaços de madeiras a certa altura no nível da água.

Figura 32 – Moradias do Combu sustentadas por madeiras.



Fonte: Autor, 2016.

A (figura 33), mostra um paneiro, muito presente no cotidiano dos ribeirinhos da ilha do Combu, ele é usado na colheita do açaí diariamente para ser transportado e comercializado na cidade.

Figura 33 - Paneiro de açaí.



Fonte: Autor, 2016.

A (figura 34), é de uma residência de um ribeirinho que mostra a presença de um objeto (TV) contemporâneo em meio a um ambiente rústico com móveis que servem para comportar diversos objetos.

Figura 34 – Interior de uma residência ribeirinha.



Fonte: Autor, 2016.

Os braços dos rios que cortam a ilha se assemelham as esquinas das cidades, no lugar dos barcos, carros e ônibus. No lugar da natureza e rios, prédios e ruas.

Figura 35 – Braços dos rios.



Fonte: Autor, 2016.

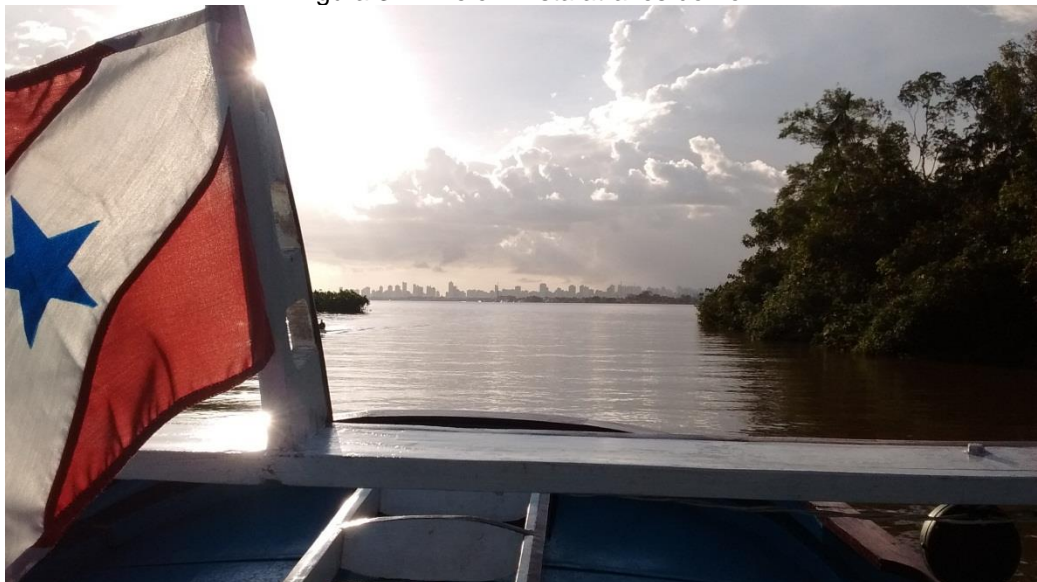
Figura 36 – Esquinas da cidade.



Fonte: Autor, 2016.

Indo para a cidade a (figura 37), mostra os prédios se revelando através do verde da floresta e sobrepondo-se ao rio. O movimento das águas transmitindo um charme na simetria dos prédios tocando o céu.

Figura 37 – Belém vista através do rio.



Fonte: Autor, 2016.

A cidade apesar do crescimento, ainda possui muitas áreas verdes e as moradias são decoradas com plantas para dar um ar de tranquilidade em meio aos grandes prédios.

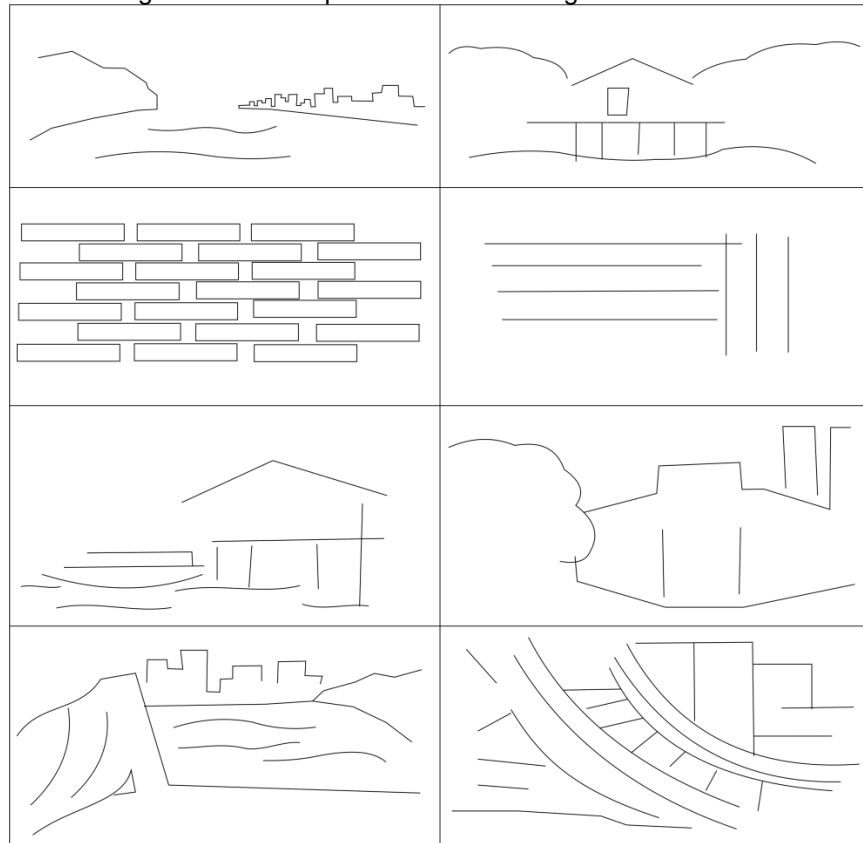
Figura 38 - Plantas decorativas nas residências.



Fonte: Autor, 2016.

A partir das análises fotográficas, podem-se identificar alguns elementos que viabilizarão a construção de uma voz visual para o produto. “De posse da síntese feita, o designer tem um balizamento para a construção do enunciado a que se propõe, dando, assim, a “voz” formal “personalidade” do produto, seja ele de que natureza for.” (MIEMEYER, 2009, p. 68).

Figura 39 – Principais formas das imagens analisadas.



Fonte: Autor, 2016.

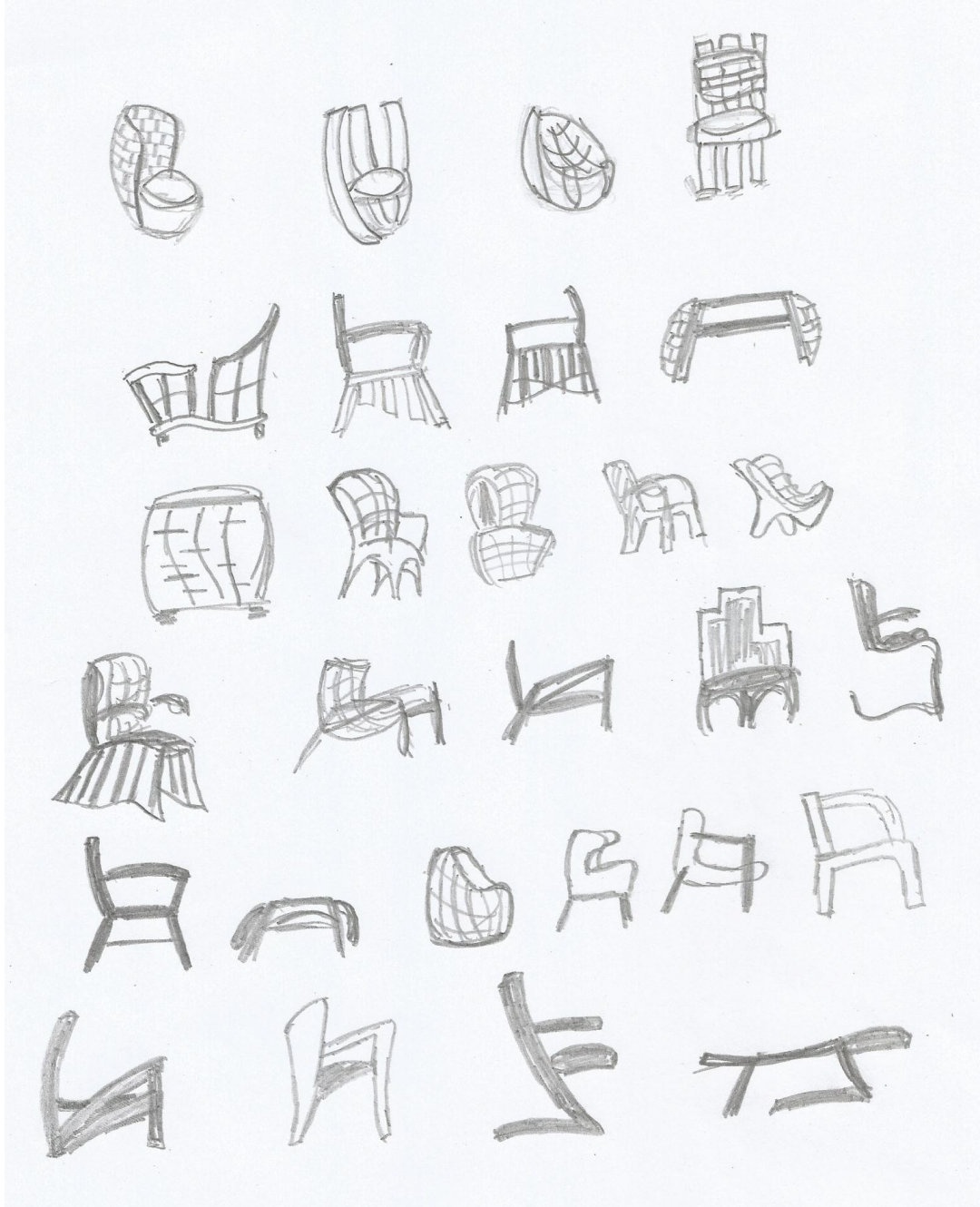
Figura 40 – Paleta de cores.



Fonte: Autor, 2016.

3.2.3. Esboços de ideias

Figura 41 – Esboços.



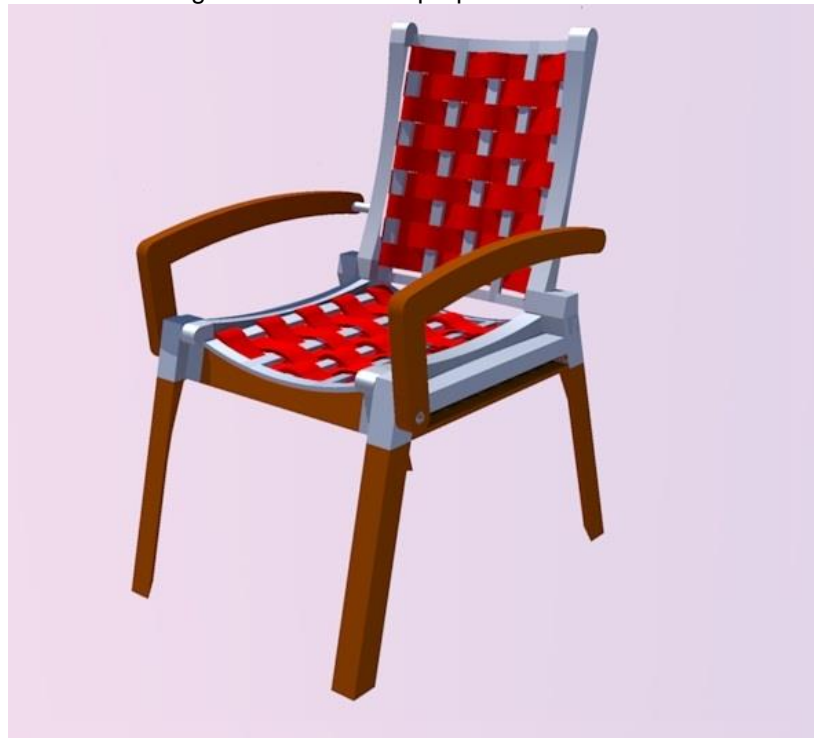
Fonte: Autor, 2016.

3.3. AVALIAÇÃO DAS ALTERNATIVAS

Segundo Lobach 2009, essa fase é onde será analisada a alternativa mais viável para o problema, “entre as alternativas elaboradas pode-se encontrar agora qual é a solução mais plausível se comparada com os critérios elaborados previamente.” (LOBACH, 2009, p. 154).

Na primeira alternativa em um modelo 3D, a proposta é de uma cadeira que possui um mecanismo que pode se adaptar ao ambiente de acordo com as necessidades do cliente, além de ter a função de sentar ela pode se transformar em uma mesa de centro através de mecanismos no braço e no encosto, onde a sua superfície pode se tornar um apoio para por algum objeto enquanto a pessoa estiver sentada.

Figura 42 – Primeira proposta da cadeira.



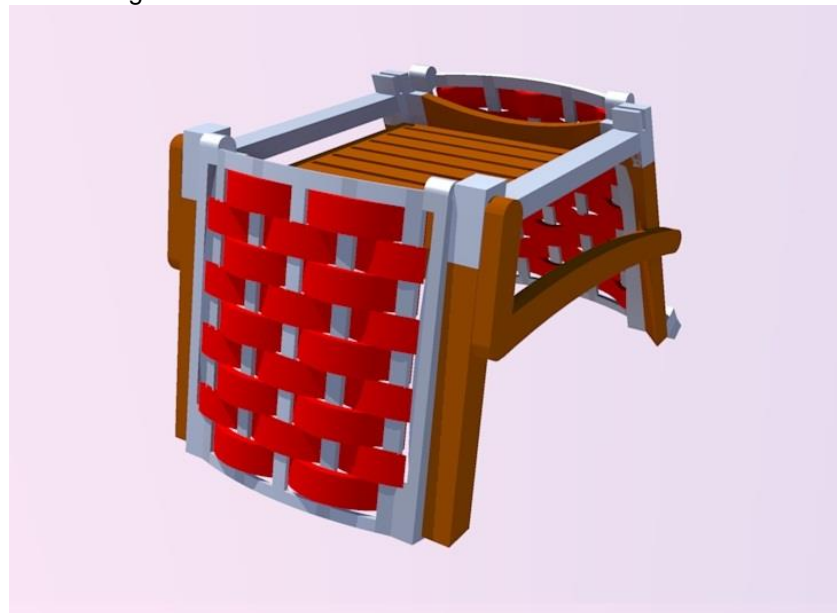
Fonte: Autor, 2016.

Figura 43 – Cadeira I com o suporte para objetos.



Fonte: Autor, 2016.

Figura 44 – Cadeira transformada em mesa de centro.

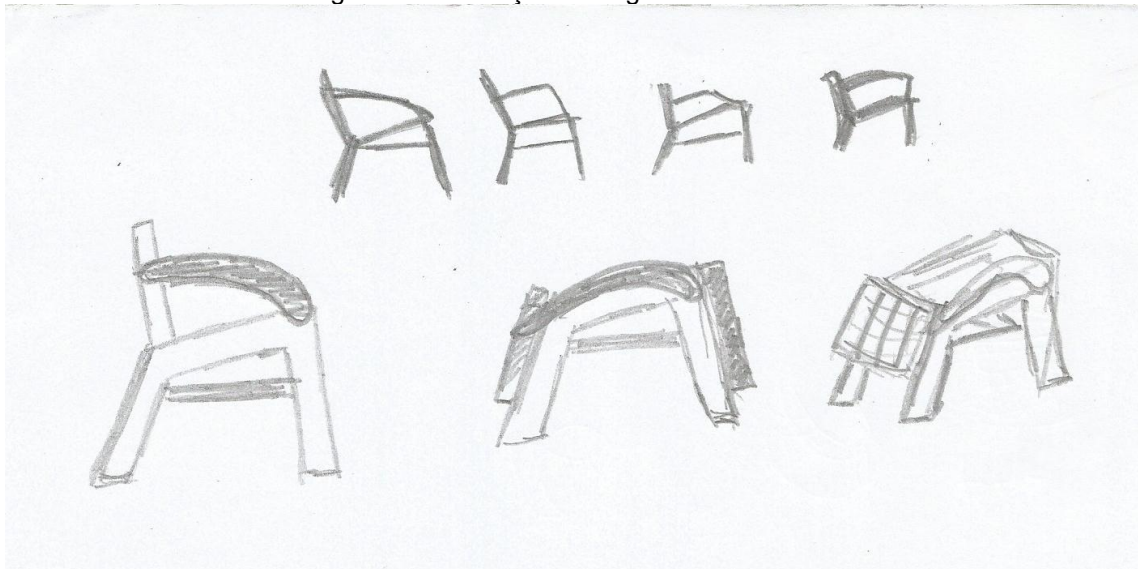


Fonte – Autor, 2016.

Uma avaliação foi feita nesse modelo, e percebeu-se que a proposta apresentaria problemas para realização dos mecanismos, como seu encosto será removível para se transforma em uma mesa teria que ter uma trava que possibilitasse sua fixação adequada, e isso poderia dificultar a usabilidade com o

usuário. Após essa análise a primeira proposta passou por uma fase de adaptação, mas que mantivesse a mesma ideia inicial e que seu mecanismo se simplificasse para uma melhor usabilidade.

Figura 45 – Esboços da segunda alternativa.



Fonte: Autor, 2016.

A segunda proposta apresenta as mesmas características que a anterior sofrendo pequenas alterações, seu mecanismo foi reduzido para facilitar a usabilidade.

Figura 46 – Segunda proposta da cadeira.



Fonte, Autor, 2016.

Figura 47 – Cadeira com suporte para objetos.



Fonte – Autor, 2016.

Figura 48 – Mesa de centro.



Fonte: Autor, 2016.

3.3.1. O produto e sua análise temática

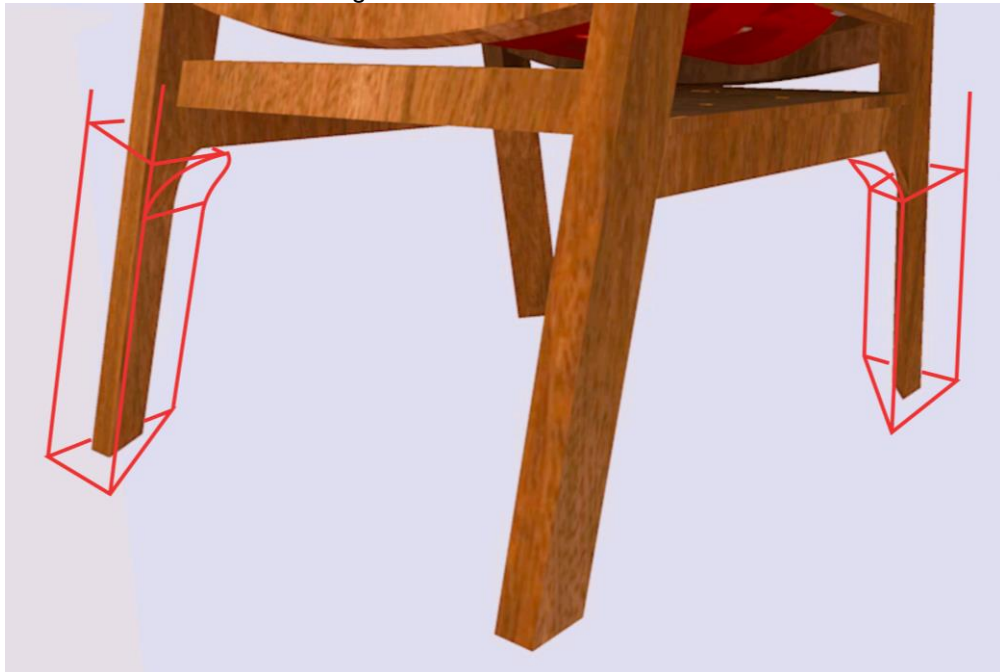
A estética do produto se tornou uma característica importante no processo dinâmico para a comunicação com o usuário, dessa forma, o produto proposto trás em sua estética características pertencentes aos cenários de pesquisa, dos ribeirinhos à cidade de Belém.

A definição mais ampla da estética considera-a como: ciência das aparências perceptíveis pelos sentidos (por exemplo a estética do objeto), de sua percepção pelos homens (percepção estética) e sua importância para os homens como parte de um sistema sociocultural (estética de valor). (LOBACH, 2009, p. 156).

Inicialmente a análise do produto ao tema de mobiliário inspirado no contraste rio cidade, parte do contexto histórico. O inicio da história da sociedade belenense como já visto antes foi a partir do contato cultural de três povos no período de

colonização, isso foi a base que deu origem ao belenense. Essa característica foi implantada ao produto também como base de sustentação presentes nas pernas da cadeira, onde a parte inferior de cada perna contém três lados (figura 49), que ao longo de sua estrutura vai ganhando mais um lado, assim como na sociedade belenense que no decorrer de sua história se tornou um povo hospitaleiro e que cada tempo vai agregando mais valor.

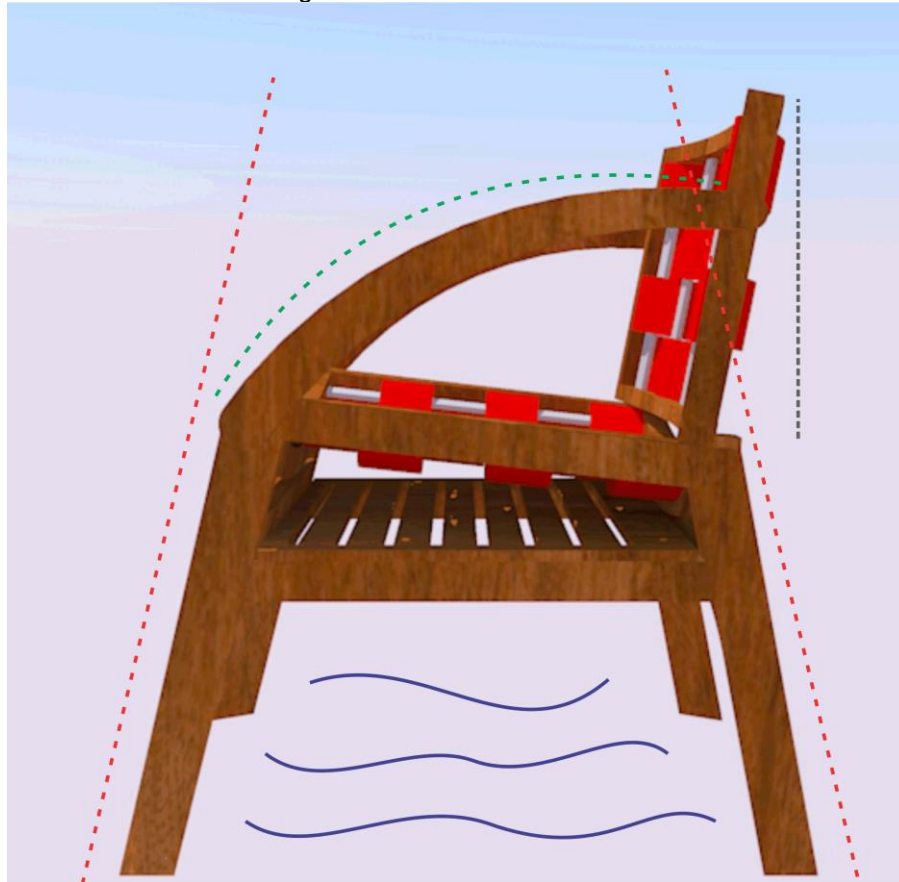
Figura 49 – Perna da cadeira.



Fonte: Autor, 2016.

A (figura 50) mostra os dois lados da sociedade que, apesar de separados por um rio cresceram lado a lado ligadas por uma boa relação, essa relação é vista através de trocas de serviços e dependência de ambas as partes. De um lado os ribeirinhos em sua forma rústica e tradicional de moradia as margens do rio preservando seus costumes, e de outro uma cidade que cresce verticalmente a cada dia (característica presente no encosto), mas que tem uma ligação com os costumes tradicionais (ligação através dos braços).

Figura 50 – Lateral da cadeira.



Fonte: Autor, 2016.

Uma característica bem marcante nesse contraste e inserida no produto são as formas de moradias, enquanto as casas dos ribeirinhos são sustentadas por tiras de madeiras que mergulham no rio, as moradias na cidade são sustentadas por vigas (figura 51). Mas a pesar dessas diferenças os costumes, os valores, as manifestações, a culinária e a cultura de modo geral está entrelaçada (caracterizada pelo trançado do estofado) em ambas as partes e mostrando que o belenense é um povo unido a pesar das diferenças e que convivem em harmonia (figura 52).

Figura 51 – Cadeira e sua estrutura.



Fonte: Autor, 2016.

Figura 52 – Traçado da cadeira.



Fonte: Autor, 2016.

A cadeira com a base de sustentação de objetos mostra a cidade observada do outro lado do rio, revelando através do reflexo da água “barrenta” as formas geométricas dos grandes prédios, mas também por outro lado pode revelar o assoalho² das palafitas dos ribeirinhos.

Figura 53 – Cadeira e a base de sustentação de objeto.

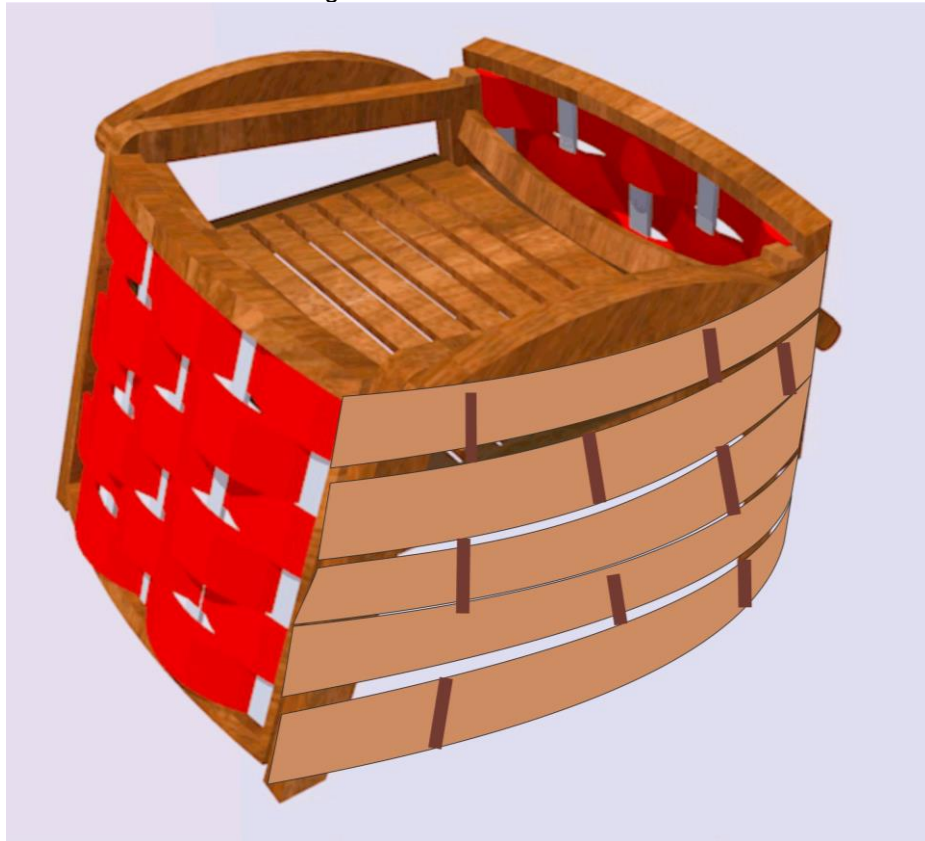


Fonte: Autor, 2016.

O encosto e o assento quando na posição da mesa de centro (figura 54) ganha a forma de um paneiro que os ribeirinhos da ilha do Combu usam para a colheita do Açaí que é vendido na feira do Ver-o-peso e consumido por todos os belenenses, representando também o armazenamento de todos os valores que a sociedade belenense adquiriu e ainda resguarda dos antepassados. A representação de toda a cultura, a dança, a musicalidade, a culinária e as cores vivas dos barcos e das casas estão presentes nos estofados que entrelaçam a estrutura da cadeira (figura 55).

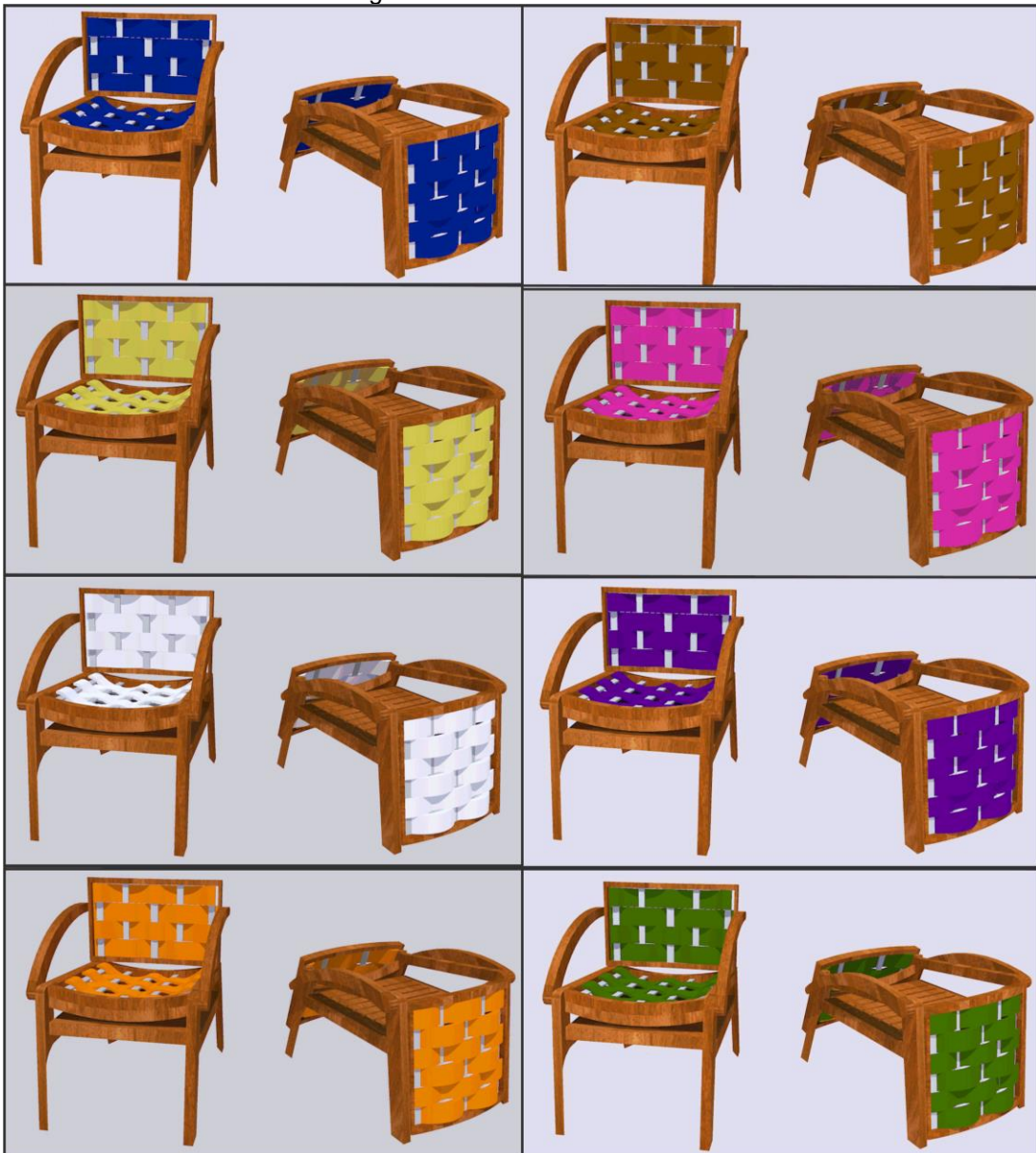
² Pisos feitos de madeira.

Figura 54 – Mesa de centro.



Fonte: Autor, 2016.

Figura 55 – Cores do estofado.



Fonte: Autor, 2016.

As funções do mobiliário representam cada função dos indivíduos nessa sociedade e cada forma de manifestação, a mistura de vários povos em um só local, assim como na música “Olhando Belém” fala “e tudo é muito lindo, é branco, é negro, é índio”, esse mobiliário pode ser uma cadeira, um banco e uma mesa. E no ditado paraense diz que quando algo é bom, é surpreendente, é gostoso, isso é uma algo “Pai D’degua”. E um produto que conta toda a história da relação existente nessa sociedade belenense, sociedade essa que nasceu as margens de um rio, rio esse que separa modos de vidas, mas que carrega histórias e costumes de uma origem comum, o rio que é rua. Portanto, essa cadeira inspirada no contraste

marcante, presente na sociedade que nasceu do rio também recebe esse nome, no tupi o significado de algo que é nascido do rio recebe o nome de Parauara.

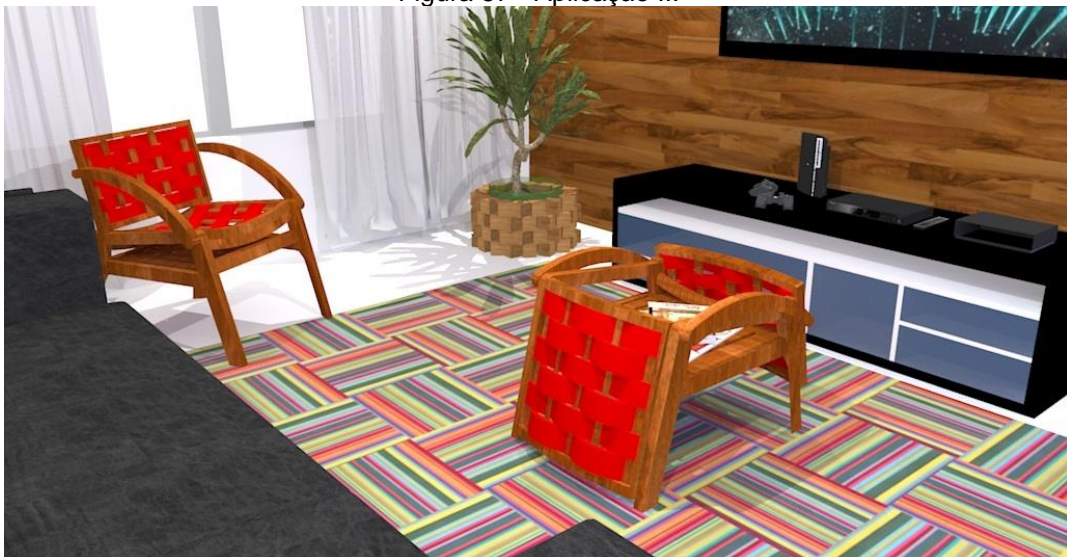
3.3.2. Aplicação em ambiente

Figura 56 – Aplicação I.



Fonte: Autor, 2016.

Figura 57 - Aplicação II.



Fonte: Autor, 2016.

Figura 58 – Aplicação III.



Fonte: Autor, 2016.

Figura 59 - Aplicação IV.



Fonte: Autor, 2016.

3.4. REALIZAÇÃO DA SOLUÇÃO DO PROBLEMA

Nesta fase do processo é onde o produto começa a ganhar vida, “é a materialização da alternativa escolhida. Ela deve ser revista mais uma vez, retocada e aperfeiçoada.” (LOBACH, 2009, p. 155).

3.4.1. Materiais e processo produtivo

Para a produção deste modelo foi utilizado na estrutura madeira de Marupá (figura 60), primeiramente por ser uma matéria prima de abundancia na região e por ser uma madeira leve e fácil de trabalhar. Para a estrutura do assento foi utilizado tubos de ferro galvanizado (figura 61), para o estofado que é em forma de trançado utilizou-se espuma D28 (figura 62) com espessura de três milímetros revestida com napa corano (figura 63).

Figura 60 – Madeira de Marupá.



Fonte: Autor, 2016.

Figura 61 – Tubo de ferro galvanizado.



Fonte: Autor, 2016.

Figura 62 – Espuma D28.



Fonte Autor, 2016.

Figura 63 – Napa corano.



Fonte: Autor, 2016.

Na produção do modelo inicialmente foi impresso os moldes em tamanho A0 a partir do desenho técnico (figura 64), e colado na madeira para o recorte em uma máquina de serrar (figura 65), as peças foram coladas e pregadas com a utilização de uma ferramenta chamada de SARGENTO (figura 66), dando origem primeiramente a estrutura principal (figura 67).

Figura 64 – Desenho técnico.

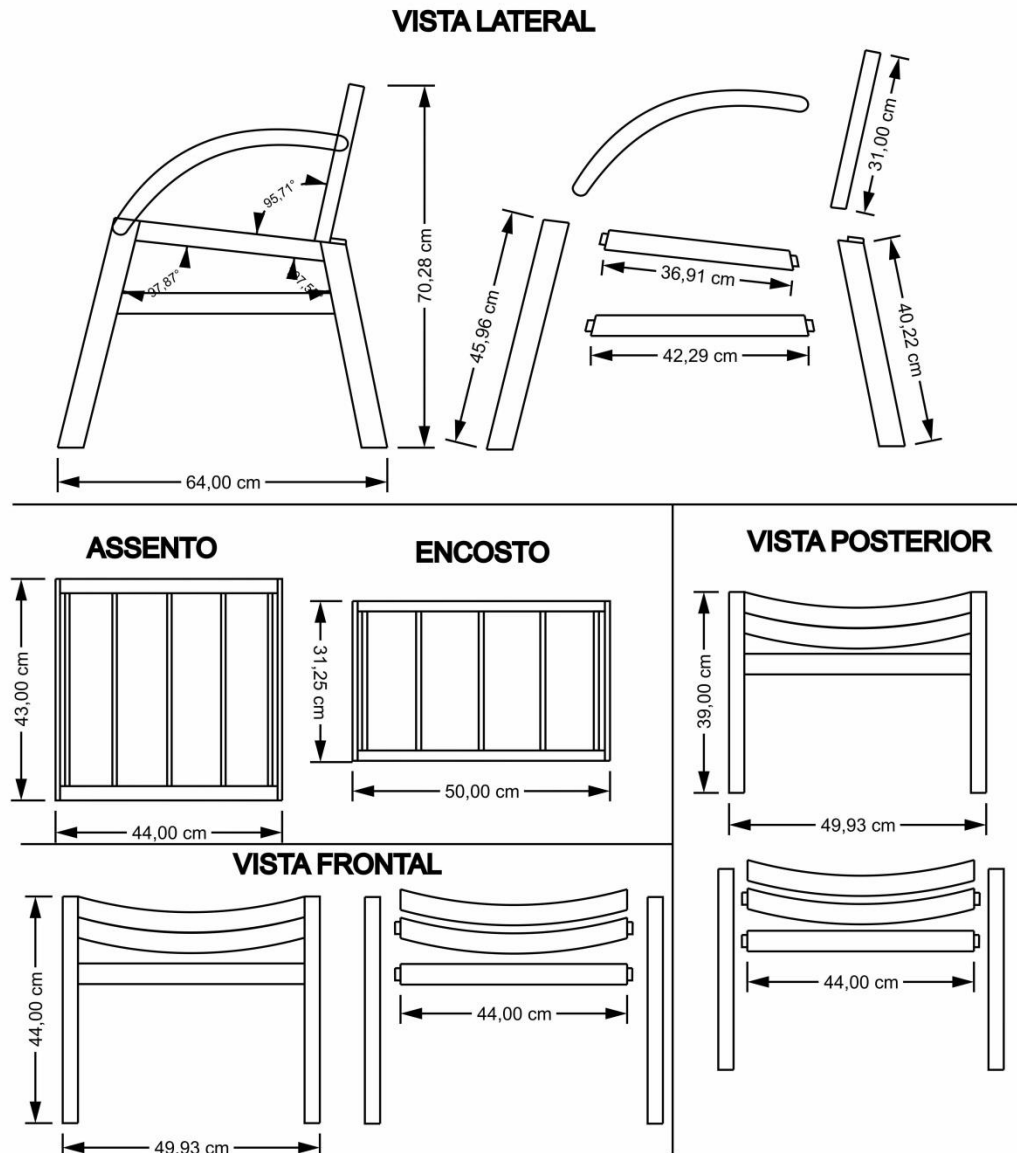
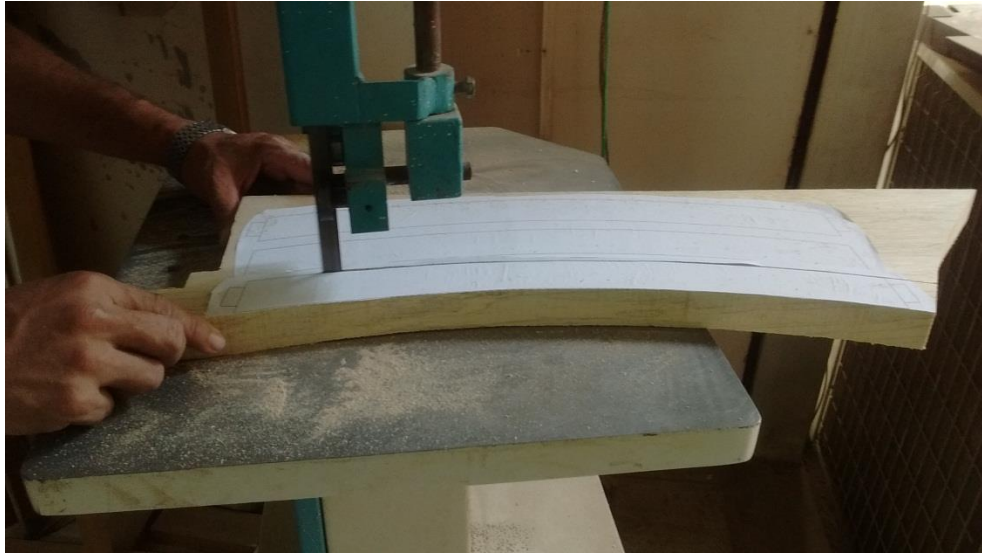


Figura: Autor, 2016.

Figura 65 – Moldes cortados na máquina de serrar.



Fonte: Autor, 2016.

Figura 66 – Colagem na ferramenta Sargento.



Fonte: Autor, 2016.

Figura 67 – Estrutura principal.



Fonte: Autor, 2016.

A seguinte etapa foi a montagem do assento e do encosto com os tubos de ferros galvanizados (figura 68), e a ancoragem dos braços. O acabamento foi feito com a pintura utilizando verniz Imbuia para dar uma coloração mais escura na madeira.

Figura 68 – Montagem do assento e encosto.



Fonte: Autor, 2016.

O último passo foi a produção do estofado, onde foram feitas algumas tiras de espuma e revestida com a napa corano de cor vermelha, onde nas extremidades utilizou-se velcro para fixar cada unidade do trançado. Esse sistema foi usado para o

estofado ser trocado facilmente, deixando a cadeira de acordo com o gosto do usuário.

3.4.2. A cadeira Parauara

Figura 69 – Cadeira Parauara.



Fonte: Autor, 2016

Figura 70 – Cadeira Parauara com suporte.



Fonte: Autor, 2016.

Figura 71 – Cadeira Parauara transformada em mesa.



Fonte: Autor, 2016.

4. CONCLUSÃO

A pesquisa sobre a sociedade belenense pertencente entre o rio e a cidade mostra essas características marcantes que é desconhecida por uma parte da população, o cotidiano entre esses dois cenários revela a tranquilidade do lado de uma agitada cidade. Uma sociedade que sabe absorver coisas novas, mas que também presam pelas tradições, mostrando que a pesar das diferenças convivem de forma igualitária. O desafio de mostrar essas qualidades através do produto tornou esta investigação cansativa, mas que trouxe bons resultados, conhecer o cotidiano do outro lado do rio mostra que as origens não estão tão longe e que para viver de uma forma digna e feliz não é preciso ter muitos bens, basta saber cuidar e preservar do que tem de mais importante em um povo que é o conhecimento e a vontade de vencer as barreiras do dia-dia.

Essa pesquisa proporcionou um conhecimento muito valioso sobre a cultura paraense e a realidade vivida na região. Proporcionando também um resultado fruto de todo conhecimento adquirido durante a vida acadêmica, e dar vida a um produto onde cada passo foi acompanhado com muita dedicação durante as pesquisas como a Cultura, Memória, Emoção, Semiótica dentre outras, faz com que o resultado se concretize com grande riqueza e vontade de dar novos passos para aprofundar ainda mais esses saberes e mostrar que a sociedade ainda tem sempre algo para mostrar.

REFERÊNCIAS:

Andrade, Diego. Pará registra saldo positivo de geração de empregos na indústria. **Agência Pará**, 10 de março de 2015. Disponível em: <<http://www.agenciapara.com.br/Noticia/109622/para-registra-saldo-positivo-de-geracao-de-empregos-na-industria>>. Acesso em: 17 de Set. de 2016.

BORGES, Adélia; HERKENHOFF, Paulo; CARDOSO, Rafael. **Móveis brasileiros contemporâneo**. Rio de Janeiro: Aeroplano: FGV Projetos, 2013.

CANDAU, Joel. **Memória e identidade**. São Paulo: Contexto, 2012.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

CASTELNOU, Antonio. **História do mobiliário e da decoração**. UTFPR, 2007.

CONSTRUFACIL. **Mobiliário: breve história e origens**. 2015. Disponível em: <<http://construfacilrj.com.br/mobiliario-historia-origens/>> Acesso em: 09 Jun. de 2016.

Gil, A. C. G. **Como elaborar Projeto de Pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2002.

HALL, Sturt. **A identidade Cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

JUNIOR, N. B; WULF, Chistoph. **Emoção e imaginação. Os sentidos e as imagens em movimento**. São Paulo: Estação das letras e das cores, 2014.

KRUCKEN, Lia, **Design e território**. São Paulo, Studio Nobel, 2009.

LOBACH, Bernd. **Design industrial – Base para a configuração dos produtos industriais**. São Paulo: Editora Blucher, 2011.

MANCUSO, CLARICE. **Arquitetura de interiores e decoração: a arte de viver bem**. Porto Alegre, Sulina, 2002.

Marconi e Lakatos, M. A. M. L. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Editora Atlas S. A., 2003.

MONT'ALVÃO, Claudia e DAMAZIO, Vera. **Design Ergonomia Emoção**. Rio de Janeiro, MAUAD Editora Ltda, 2008.

NIEMEYER, Lucy. **Elementos da semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro, 2009.

PACHECO, Agenor Sarraf. **CARTOGRAFIA DE MEMÓRIAS: Itinerários pela Cidade Velha no Roteiro Geoturístico de Belém-Pa**.

PAVAM, Rosane. O Brasil do design na história do mobiliário. **Carta Capital** – 19 de março de 2015. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/revista/840/o-brasil-do-design-na-historia-do-mobiliario-4118.html>>. Acesso em: 19 Set. 2016.

PIRES, Luiz. **Belém, 400 anos de miscigenação na Amazônia brasileira**, **T1 Notícias**, 16 de janeiro de 2016. Disponível em: <<http://www.t1noticias.com.br/turismo/belem-400-anos-de-miscigenacao-na-amazonia-brasileira/72777/>>. Acesso em: 30 de Out. de 2016.

RODRIGUES, Sílvia Aline. **Mobiliário na Renascimento (1450 - 1680)**. 2015. Disponível em: <<http://historia-e-estilo-do-mobiliario6.webnode.com/>> Acesso em: 13 Jun. de 2016.

SANTOS, J. L. **O que é cultura**. São Paulo: Brasilense, 2006.

MONTEIRO, Sarmanho; MACÊNA, Pinheiro; PENA, Amanajás. *"Avaliação do setor moveleiro no estado do Pará"*, em **Observatorio de la Economía Latinoamericana**, Número 165, 2012. Texto completo em: <<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/>> Acesso em: 17 de Set. de 2016

SEBRAE. **Cara Paraense**. Belém: Edição SEBRAE, 2003.

SILVA, M. F; MARTINS, M. M. DESIGN E EMOÇÃO: novos modos de vida, novas reconfigurações de objetos e valores. **9º Colóquio de moda**, Fortaleza, CE, 2013.

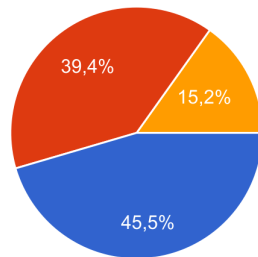
TORRES, Flávio; MELO, Ivana; LAMEIRA, Hiraldo. **O diálogo de identidades na música Olhando Belém, Breados on line**, 19 de agosto de 2014. Disponível em: <<http://breadosonline.blogspot.com.br/2014/08/o-dialogo-de-identidades-na-musica.html>>. Acesso em: 21 de Set. de 2016.

TRINDADE, J.D.M. **Estudo da letra da canção "olhando Belém" de Celso Viáfora, sob uma perspectiva da análise do discurso**. Anais da 58ª Reunião Anual da SBPC – Florianópolis, SC – Julho/2006. Disponível em: <http://www.sbpnet.org.br/livro/58ra/SENIOR/RESUMOS/resumo_2569.html>. Acesso em: 21 de set. 2016.

VIÁSFORA, Celso. **Olhando Belém**. Intérprete: Nilson Chaves. Outros Brasis, 1992.

APÊNDICE A – Formulário sobre produto inspirado no contraste regional.

10 que você acha mais marcante na cidade de Belém?



A culinária	15	45.5%
A cultura	13	39.4%
Pontos turísticos	5	15.2%

2Já visitou alguma ilha que faz parte da região belenense que ficam do outro lado do rio? Se sim, quais elementos são mais marcantes na ilha?

não

Nao

Não

Sim, considero as praias os elementos mais marcantes

Cutijuba, mosqueiro

Sim. A natureza, o silêncio, mas também a pobreza.

cultura, culinaria e ambiente

Sim, a forte dependência dos elementos naturais e o respeito com esses.

A vegetação

Os barcos, desenho do rio e seus furos, o verde das árvores

População do local, praias, hábitos...

Nunca visitei

sim, mosqueiro. os elementos mais marcantes foram a praça e o coreto, a parte que vende tapiquinha, o portal de entrada da ilha.

a hospitalidade da população da ilha e as belezas naturais

Sim. A recepção da população

As canoas

O clima é mais leve, traz sensação de calma e equilíbrio

Cotijuba, a paisagem e o ambiente acolhedor

Ainda não

Natureza, tranquilidade, a beleza rústica

Praias, vegetação, população

Praia e casas coloridas

O estilo de vida

Sim. As canoas e as palafitas

Nunca visitei

Aspecto interiorano, culinária, cultura

As trilhas codruídas em madeira.

Sim, ilha de cotijuba. a praia

Sim. A paisagem, atividades desempenhadas pelos ribeirinhos e a própria culinária local.

COMBU, a simplicidade, a beleza de poder ver a cidade de outro ângulo.

3Descreva a cidade olhando do outro lado do rio!

Contraste de céu e pedra

Bela

Uma "plantação" de prédios.

bela

uma cidade cheia d canto e encantos.

Belém é uma cidade multifacetada, há um contraste marcante entre os prédios, cada vez mais presentes, e as comunidades ribeirinhas. A silhueta da cidade vem ganhando formas mais verticalizadas, mas ainda há uma resistência digna de atenção, para os povos que circundam a cidade, até em suas margens.

Selva de pedras

Uma ilha cheia de edifícios

Nunca fiz isso.

olhando da cidade pras ilhas: muitas árvores. Olhando das ilhas pra cidade: muitos prédios.

uma cidade linda, grandiosa e imponente, porém sem camuflar a cultura que transborda pela orla

Selva de pedra

Quando voltamos da Ilha a cidade de Belém transmite um certo charme, os prédios antigos se destacam, da a impressão que a cidade é acolhedora

A imensa paisagem de concreto

Cidade abençoada, de paisagem sem igual, natureza exuberante

Sem espaço, apertada, verticalizada

Parecer ser uma cidade organizada, bonita, possuindo as simetrias dos prédios

É a melhor visão, principalmente a noite. Dá pra ver a iluminação e a cidade de forma mágica

Perfeição

Do outro lado do rio vejo a cidade dividida em três: primeiro a fluidez marrom das águas do rio, depois vários blocos retangulares de concretos em tons de cinza, que são os prédios e por fim o céu que, por vezes, é cinza também.

Bonita

Barrenta e encantadora como o próprio rio

Engraçada e bonita

bonita pelo contato com a natureza

A verticalidade dos prédios em contraste com o suburbio.o

Infinito

deslumbrante

Uma metrópole no meio da floresta.

4Na sua opinião qual a relação dos povos ribeirinhos a cidade de Belém?

A cidade praticamente desconhece a população ribeirinha. Não tomam nem conhecimento

Comida e cultura

Relação de distanciamento e inferioridade por parte deles; uma relação, muitas vezes, de exploração por parte da cidade.

relação que os ribeirinhos tem o seu habitat natural d onde levam seus frutos para serem vendidos na cidade d Belém.

A relação é de interdependência. Um dos principais pontos de comércio de bens de consumo (Veropeso), recebe diversificadas iguarias das ilhas que rodeiam a cidade, além da dependência dos povos ribeirinhos com a capital (hospitais, escola, banco, etc). Além disso, muitos moradores de Belém ainda valorizam viagens para as ilhas e interiores do estado.

Busca da sobrevivência.

Comercio, saúde, educação, bem estar, diversão, calmaria

alguns hábitos culturais

Os ribeirinhos são muito importantes pra belém, pois é do outro lado do rio que vem grande parte do açaí, da farinha, das frutas típicas de belém coisas que fazem parte do dia a dia das pessoas da cidade. sem contar que muitos ribeirinhos frequentam a cidade diariamente, seja estudando, trabalhando ou em busca de outras opções de lazer

acredito que, ao mesmo tempo que há um respeito mútuo, há um desconhecimento do cotidiano dos ribeirinhos por parte dos habitantes da cidade.

Fundamental para a cultura

Não encontro muita relação entre os ribeirinhos e a cidade, tive o prazer de conviver com eles e o contraste é muito grande, eles vivem meio que isolados do desenvolvimento urbano, quanto que a cidade de Belém absorve seus materiais naturais, cultura e crenças Belém nasceu na beira do rio (infelizmente a população deu costas para ele), então acho que tem uma relação de origem/surgimento/nascimento

Eles compoem o cenário, cmo se estivessem unidos por ligacao onde um nao vive sem o outro

Relação de dependência estrutural e de profissionais (relacionados à saúde, educação no processo de desenvolvimento) porém hoje dependemos mais deles do que eles de nós

Relação pouco estabelecida devido a grande distância

Relação de troca, buscam coisas que precisam aqui e deixam coisas que tem excedente, porém, infelizmente, eles acabam sendo prejudicados e vendendo coisas com o preço muito

baixo

Boa

Acho que os ribeirinhos veem a cidade mais como um local para se procurar recursos de coisas que não encontram na ilha, como serviços em geral, tipo o comércio, hospitais, etc.

Economia

Distante

Intimidade e indiferença, ao mesmo tempo

Sustento, fornecendo e comercializando produtos vindos das ilhas

existe uma relação cultural

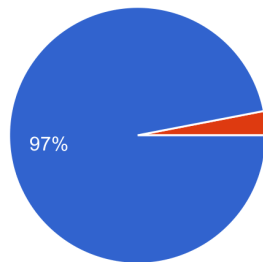
relação de dependência no aspecto educacional e financeiro.

Ainda falta a cidade valorizar mais os ribeirinhos

extensão da cidade.

Belem é uma cidade beira rio, os ribeirinhos são o povo que tem a identidade belenense.

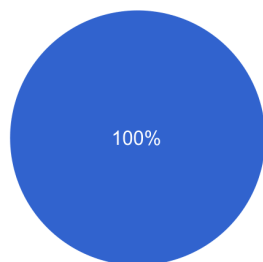
5 Você gosta de produtos regionais?



Sim **32** 97%

Não **1** 3%

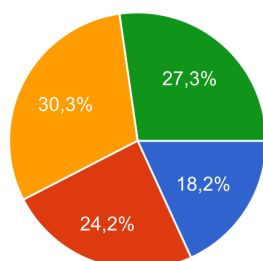
6 Você compraria um produto inspirado nas questões socioculturais entre os ribeirinhos e a cidade?



Sim **33** 100%

Não **0** 0%

7 Que tipo de móvel poderia expressar esse contraste regional?



Poltrona **6** 18.2%

Banco **8** 24.2%

Cadeira **10** 30.3%

Outros **9** 27.3%