

TOY ART

transitando do objeto
artístico para o patamar
de objeto utilitário

JÉSSICA MATTIA
TATIANE CAMILO

Orientado por
Marilzete Basso do Nascimento



OBJETIVO DO TRABALHO

MESCLAR O CONCEITO
E FRUIÇÃO ESTÉTICA DA
TOY ART A UM POTE DE
MANTIMENTO EM
CERÂMICA



POR QUÊ?



NECESSIDADES & VONTADES



“As necessidades são determinadas pela tarefa. Um balde é necessário para carregar água (...) As vontades são determinadas pela cultura, pela publicidade, pela maneira como a pessoa vê a si mesma e sua autoimagem.”

(NORMAN, 2008, p. 62)

“Produtos podem ser mais do que a soma das funções que desempenham. Seu valor real pode ser satisfazer as necessidades emocionais das pessoas, e uma das mais importantes de todas as necessidades é demonstrar a autoimagem do indivíduo, seu lugar no mundo.”

(NORMAN, 2008, p. 110)

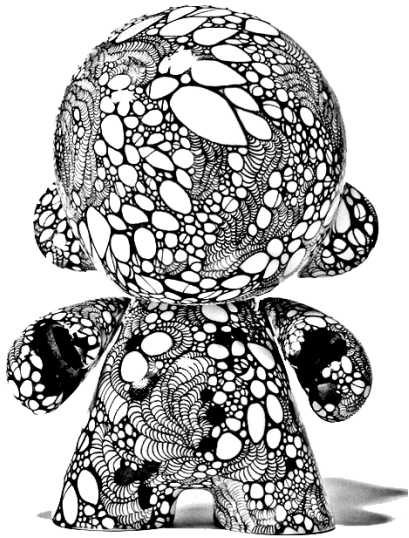
CRIAR OBJETOS DE DESEJO?

“A verdade é que a satisfação das necessidades estéticas não é necessária para nossa existência física, mas à nossa saúde psíquica .”

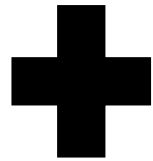
(LOBACH, 2000,p.35)



FRUIÇÃO
ESTÉTICA



SAÚDE
PSÍQUICA



UTILIDADE



NECESSIDADE
FÍSICA



COMO?

- ANALISAR A *TOY ART* COMO OBJETO DE CONSUMO, ADORNO E COLEÇÃO
- ANALISAR OS POTES DE MANTIMENTOS EXISTENTES NO MERCADO
- PESQUISAR AS TÉCNICAS DE DESIGN DE SUPERFÍCIE VIÁVEIS
- INVESTIGAR A EXISTÊNCIA DE PRODUTOS DA MESMA CLASSE OU SIMILARES
- PRODUZIR UM UTENSÍLIO QUE ATENDA AOS REQUISITOS DO PROJETO
- DESENVOLVER IDENTIDADE VISUAL PARA O PRODUTO

CONCEITO SLOW DESIGN

“(…) O MUNDO DO DESIGN VOLTA-SE PARA O QUE FOI CHAMADO DE *HANDCRAFT* DESIGN, OU SEJA, O DESIGN ARTESANAL. É UM FENÔMENO DO DIÁLOGO QUE VOLTA A SER ESTABELECIDO ENTRE O SISTEMA DE PRODUÇÃO EM SÉRIE E O OBJETO ARTESANAL. OS DESIGNERS BUSCAM AGORA O VALOR DO TRABALHO ARTESANAL NA DESCOBERTA DE NOVOS PADRÕES DE ORGANIZAÇÃO BASEADOS NUMA REDESCOBERTA INDIVIDUAL.”

(AZEVEDO, P. 72, 1998)

O PROJETO

CONCEPÇÃO DO
ARTEFATO POR MEIO DE
PRODUÇÃO EM
PEQUENA ESCALA, POR
PROCESSO ARTESANAL
OU
SEMI-INDUSTRIAL.



METODOLOGIA

PROCESSO DE DESIGN DE BERND LOBACH

- Análise do problema de design
- Alternativas de design
- Avaliação das alternativas de design
- Solução de design

COMO COMECAR?

ANÁLISE HISTÓRICA

Toy Art

Potes de mantimento

TOY ART: A ORIGEM

- Década de 1990: Michael Lau e Eric So
- Bonecos da série Comandos em Ação customizados com roupas nos estilos *hip-hop* e *street*
- Seguidores: artistas e amantes de moda, design e arte
- Novo nicho de mercado: edições limitadas a um preço elevado

O que é

TOY

ART?



- Brinquedos de arte
- Causar alguma reação no observador
- Público adulto
- Consumo de produtos singulares que o representem como indivíduo, contribuindo para a manifestação de sua identidade social
- Temática e materiais de confecção ilimitados



TOY ART

CONCEITO PARA O PROJETO



CUSTOMIZÁVEL

COLECIONÁVEL

NO BRASIL

Banana Suicida:
revenda de
importados

Madame Trapo:
produção artesanal



Madame Trapo

ARMAZENAMENTO

“Quando saiu das cavernas e se tornou um agricultor, o homem necessitava não apenas de um abrigo, como de vasilhas para armazenar a água, os alimentos colhidos e as sementes para a próxima safra, essas vasilhas deveriam ser resistentes, impermeáveis e de fácil fabricação. Essas qualidades foram obtidas na modelagem de peças em argila. A capacidade da argila de ser modelada (plasticidade) quando misturada com água, e de endurecer após estar seca e mais firme ainda após a queima, permitiu que ela fosse utilizada na produção de utensílios de uso doméstico para o armazenamento de alimentos, vinhos, óleos, perfumes, na construção de moradias.”

(PORTO ROSSI, 2014)

POTES CERÂMICOS

- Substituíram a pedra, madeira e outros materiais
- Primeiros artefatos encontrados datam 8 mil anos no Japão
- Josiah Wedgwood: experimentos e evolução da cerâmica
- Segundo a ANFACER, cada cultura deu origem a novos estilos e técnicas

POTES CERÁMICOS

DIFERENTES CULTURAS E PERÍODOS HISTÓRICOS



O QUE EXISTE NO MERCADO HOJE?

- Avaliação da concorrência: pontos comuns / positivos / negativos.
- Levantamento de imagens

Toy Art

Potes de mantimento

Cerâmicas contemporâneas

TOY ART

Peças de formato minimalista e linhas orgânicas
Grafismos e cores vibrantes



POTES DE MANTIMENTO

- Corpo principal e Tampa
- Material flexível: fechamento por rosca ou pressão
- Material rígido: borrachas
- Formas cúbicas e cilíndricas
- Cores neutras
- Acabamentos estéticos similares
- Dimensões e capacidade volumétrica similares



CERÂMICA MODERNA

Exploração de formato diferenciado
Percepção visual: aspecto lúdico



“O design de superfície e seu desenvolvimento conceitual são o segredo na maioria dos produtos de sucesso.

A padronagem de uma superfície pode fazer com que um produto atinja um público alvo maior do que o esperado.”

(QUINN, 2007, p. 20)

PARA QUEM?

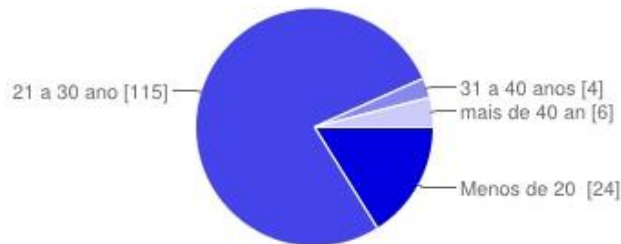
- 25 a 50 anos
- Classes A e B
- Solteiros, casados e famílias
- Qualidade de vida e bem estar
- Elementos decorativos de conteúdo
- Valorizam a estética



Norman (2008) diz que objetos domésticos fornecem um contexto familiar simbólico que reafirmam a identidade do dono e ainda atraem e prendem a atenção das pessoas.

PESQUISA QUALITATIVA

Qual é a sua faixa etária?



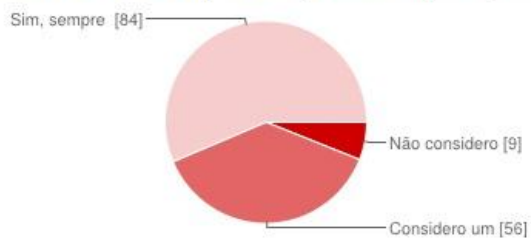
Menos de 20 anos	24	16%
21 a 30 anos	115	77%
31 a 40 anos	4	3%
mais de 40 anos	6	4%

Quais utensílios de cozinha você considera importantes para o cotidiano? (Marque até duas opções)



Pratos, talheres e copos	145	97%
Espremedor de frutas, raladores e peneiras	16	11%
Potes de mantimentos (arroz, açúcar, café, achocolatado)	75	50%
Mixer, batedeira, liquidificador	43	29%
Aparelho de fondue, kit de comida japonesa, grill	2	1%

Você considera importante que seus objetos pessoais tenham um design diferenciado e reflitam sua personalidade?



Não considero importante	9	6%
Considero um pouco importante	56	38%
Sim, sempre busco objetos que tenham o meu estilo	84	56%

POR QUE A CERÂMICA?

- Características, propriedades e facilidade de manuseio

Antes de iniciar um trabalho deve-se conhecer os materiais, sobretudo as argilas e as pastas cerâmicas. É importante saber como se formam, quais suas características e componentes, como atuam, se preparam e misturam. Também deve conhecer os utensílios necessários ao trabalho da cerâmica. (CHAVARRIA, 2004, p.26)

- Grande capacidade de ser transformada
- Para o projeto: fundição de barbotina em moldes de gesso

“Barro é o chão que a gente pisa, e a gente pode transformar o chão em que pisa numa coisa digna de figurar na mesa dos reis.”

(Alberto Cidraes, ceramista)

LEIS E NORMAS

ANVISA (1996) - Normas de salubridade

Portaria nº 27 de 18 de março de 1996 - cerâmica esmaltada internamente não pode transmitir aos alimentos substâncias que representem risco à saúde.

COMO PENSAR O PRODUTO?

Pontos norteadores apontados por Donald Norman (2008) como primordiais:

- 1 - **Design visceral**: atração visual, aparência.
- 2 - **Design comportamental**: prazer e efetividade de uso.
- 3 - **Design reflexivo**: satisfação pessoal, autoimagem, lembranças e *status*.

REQUISITOS DE PROJETO

- Remeter à estética e conceito da *Toy Art*;
- Mesclar a função utilitária com a atratividade visual;
- Durabilidade;
- Armazenar os alimentos preservando suas características, com vedação adequada;
- Design de superfície exclusivo e conceituado;
- Atender aos três níveis de design: visceral, comportamental e reflexivo
- Destacar-se frente aos produtos concorrentes no ramo de potes de mantimentos.

No processo de utilização dos produtos, as necessidades dos usuários são satisfeitas por meio de suas funções.

Para Lobach (2000) a função principal está sempre acompanhada de outras funções secundárias.

FUNÇÕES PRÁTICAS

SATISFAZEM AS NECESSIDADES FÍSICAS DO USUÁRIO.

Dorneles (2010) acredita que “para atrair o consumidor, o produto deve agregar à sua função prática outros aspectos que mantenham relação com sua percepção, seu repertório e preferências pessoais. Estes aspectos são atendidos através das funções estética e simbólica.”

Transcender a função de armazenar alimentos

Acomodar outros objetos e utensílios

Ser utilizado em outros ambientes.

FUNÇÕES ESTÉTICAS

“A aparência dos produtos tem o poder de atuar positiva ou negativamente sobre o consumidor, provocando um sentimento de aceitação ou rejeição do produto.(...) A estética tem o poder de “aumentar vendas, atraindo a atenção das pessoas para o produto e provocando o ato da compra”.

(LOBACH, 1998, p. 63).

Atratividade da *Toy Art*

Aplicação de cor e elementos gráficos de superfície

FUNÇÕES SIMBÓLICAS

Para Lobach (2000), a função simbólica dos produtos é determinada por seus aspectos espirituais, psíquicos e sociais de uso.

USAR FORMAS DIVERTIDAS E QUE REMETAM A SERES VIVOS

Segundo Donald Norman (2008) estamos biologicamente preparados para interagir com qualquer coisa que seja vagamente parecida com a vida.

O PRODUTO E O AMBIENTE

LOGÍSTICA REVERSA

Se preocupa com o custo ambiental em cada estágio do ciclo de vida do produto e faz uma avaliação relativa da fabricação, transporte, uso e descarte dos produtos.



(BAXTER, 2000, p.204)

O PRODUTO E O AMBIENTE

LOGÍSTICA REVERSA

- Materiais reaproveitados na produção
- Embalagem reutilizável
- Estrutura interna em papel semente

ENTÃO QUAL É A PROPOSTA?

- Pote para alimentos não perecíveis
- Estrutura: corpo e tampa
- Formato minimalista
- Grafismos na superfície
- Peças colecionáveis

GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

"Usando-se métodos adequados de resolução de problemas, pode-se encurtar o tempo da geração de ideias, mediante atividades dirigidas. "

(LOBACH, 2000, p. 153)

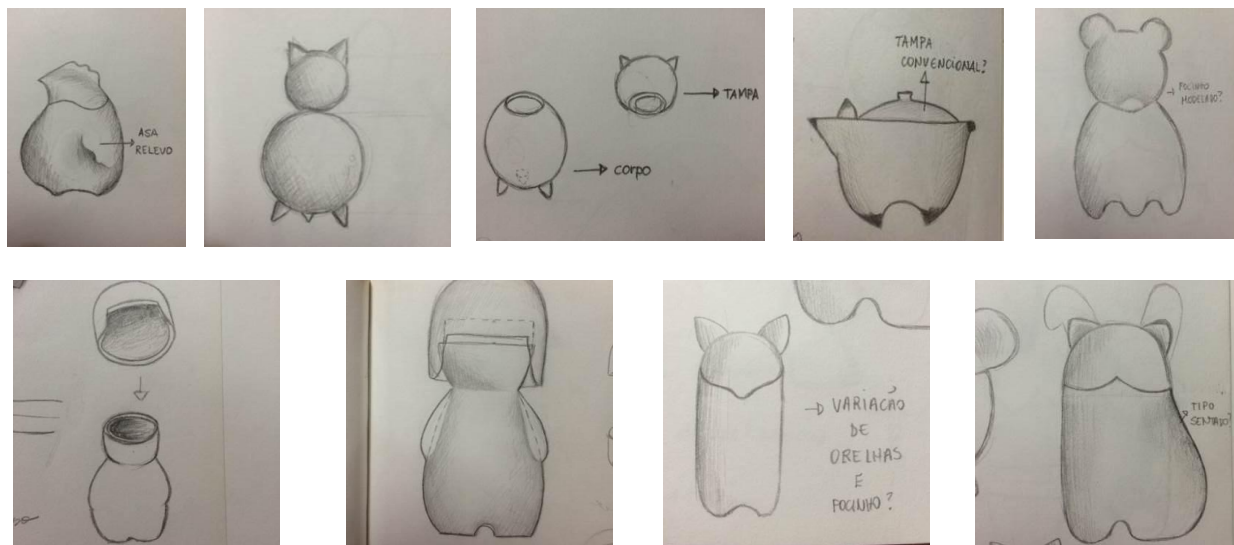
EXPERIMENTOS PRÉVIOS

Laboratório de cerâmica UTFPR



CROQUIS BIDIMENSIONAIS

De acordo com Ambrose e Harris (2011), o ESBOÇO é a técnica mais comum de representação de uma ideia rápida no papel. Por ser criado de forma instantânea, ele pode ser posteriormente usado em várias fases do processo criativo.



PRÉ-SELEÇÃO

MATERIALIZAÇÃO DAS ALTERNATIVAS MAIS PROMISSORAS

Melhor percepção da tridimensionalidade, proporção e formato.

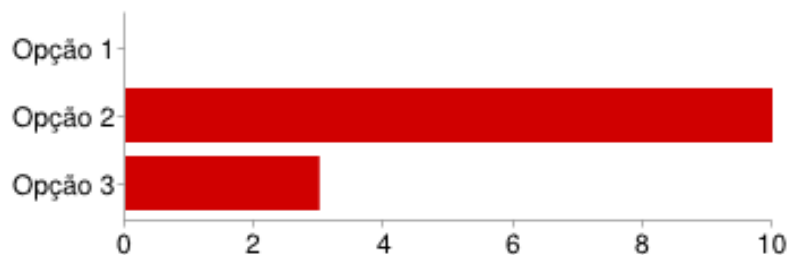


COMO SELECIONAR?

- ⇒ Análise por matriz de avaliação
- ⇒ Pesquisa online

Segundo **Bernd Lobach (2000)**, no caso de produtos novos, esta escolha cabe aos responsáveis pelo planejamento do produto, design de produtos e comercialização.

REQUISITOS DE PROJETO			
Remeter à estética da <i>Toy Art</i>	Em parte	Pouco	Plenamente
Função utilitária + atratividade visual	Em parte	Em parte	Plenamente
Durabilidade	Plenamente	Plenamente	Plenamente
Armazenar com eficácia	Em parte	Plenamente	Em parte
Design de superfície (formato mais promissor)	Em parte	Pouco	Plenamente
Probabilidade de atender aos 3 níveis de design (Norman)	Em parte	Em parte	Em parte
Destacar-se dos produtos concorrentes no mercado	Em parte	Plenamente	Plenamente



Opção 1 0 0%
 Opção 2 10 77%
 Opção 3 3 23%

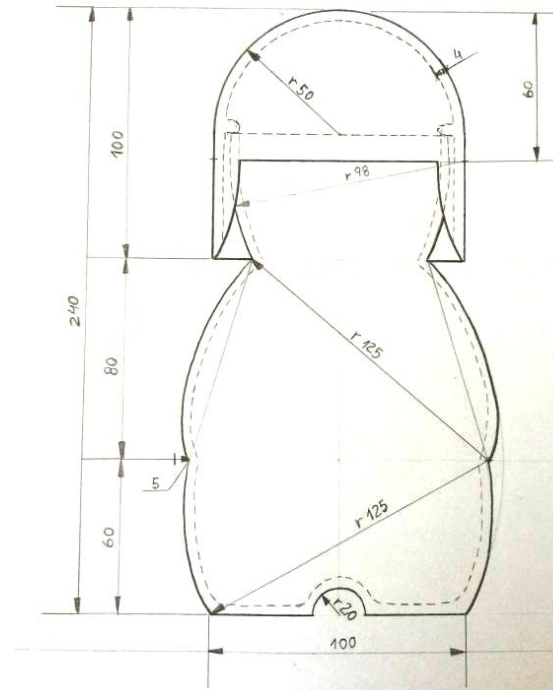
“SE EU PERGUNTASSE A MEUS
COMPRADORES O QUE ELES QUERIAM,
TERIAM DITO QUE ERA UM CAVALO MAIS
RÁPIDO.”

Henry Ford

A histórica frase de Henry Ford é um demonstrativo de que nem sempre as pessoas sabem como evoluir, inovar ou solucionar problemas, cabendo aos designers a tarefa de identificar brechas potenciais para a criação de produtos que passem a ser desejados.

ALTERNATIVA FINAL

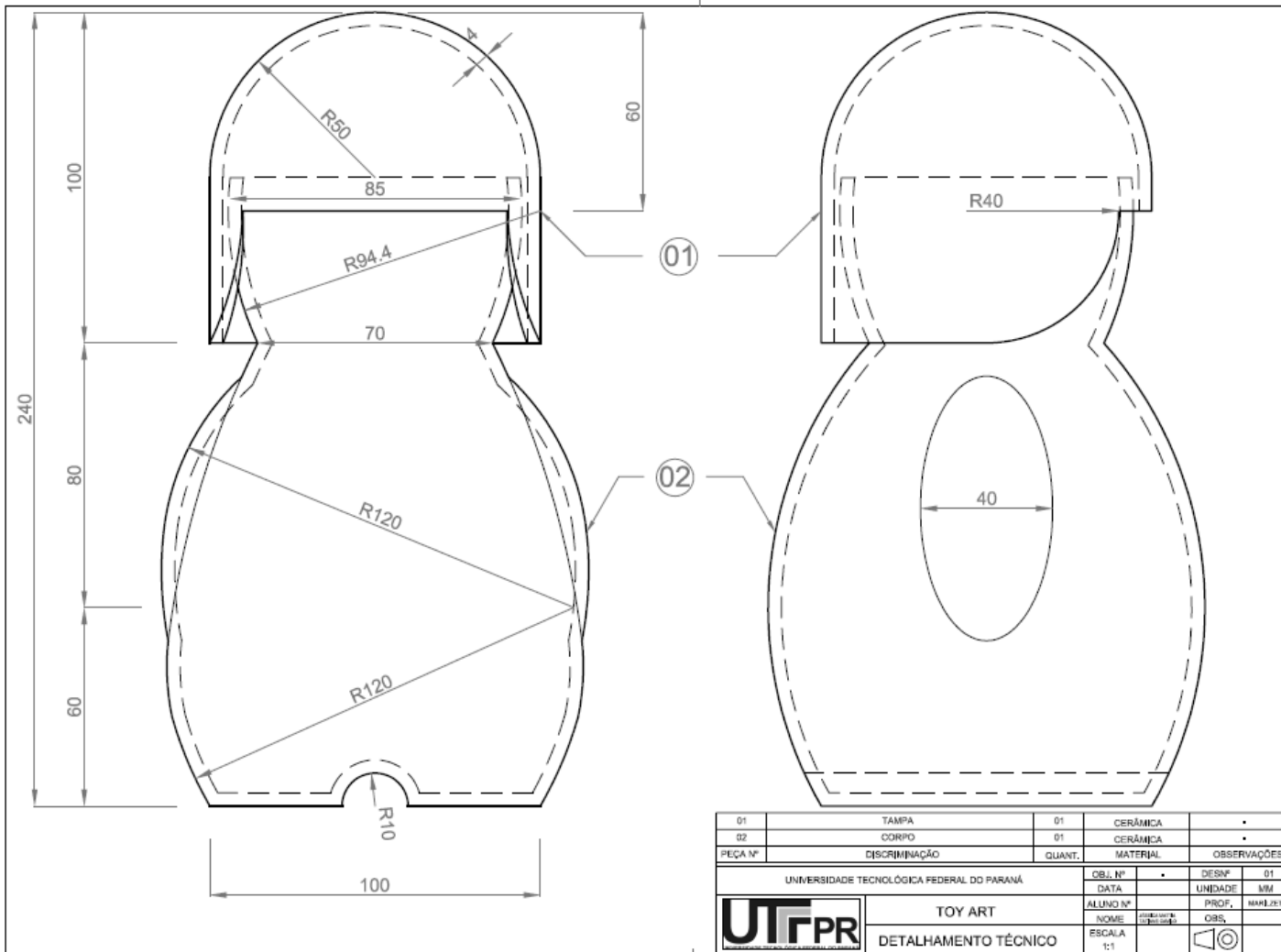
ESTUDO DE DIMENSÕES, PROPORÇÕES E ESBOÇO DE DESENHO TÉCNICO.



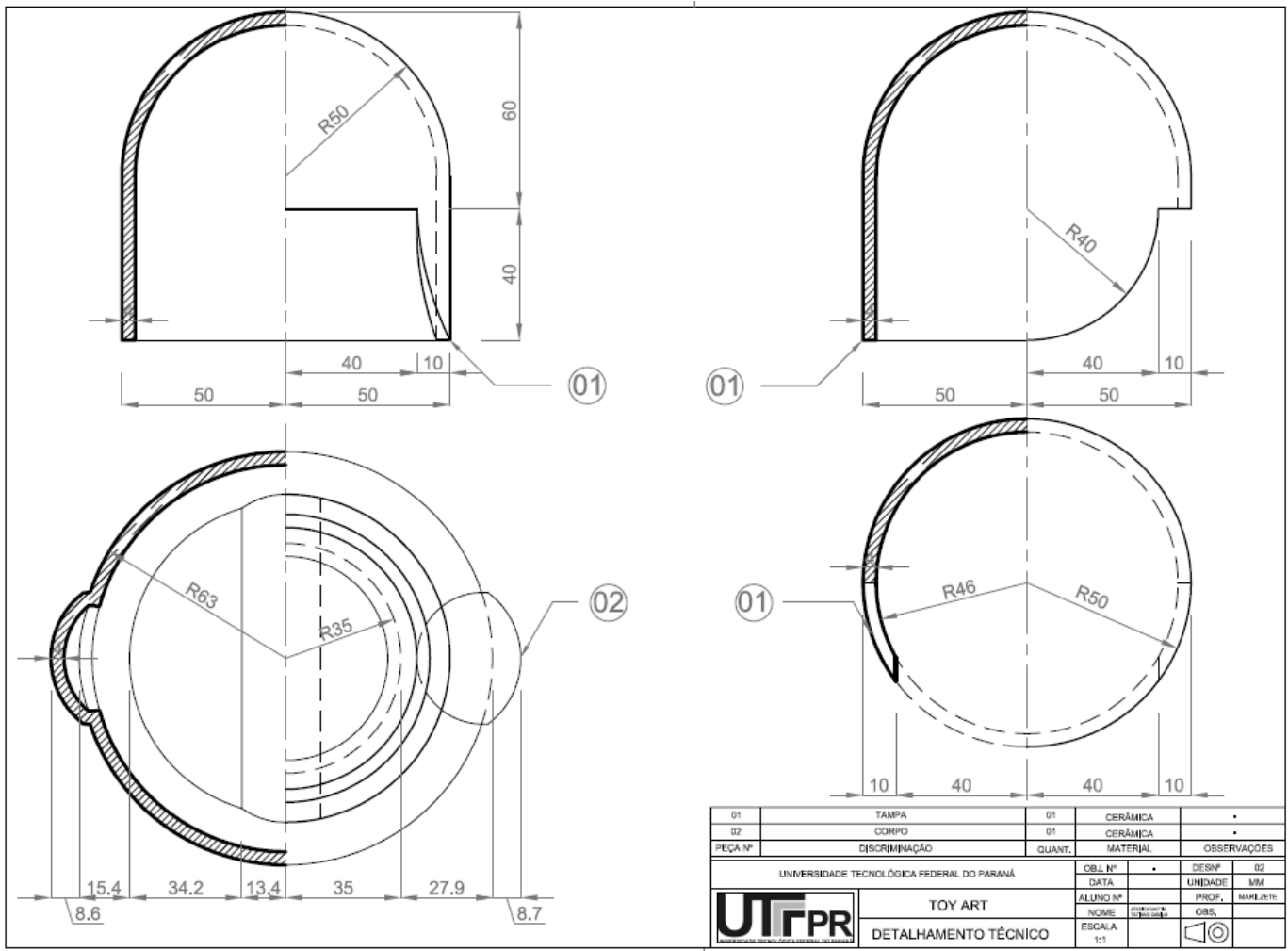
O MODELO



DESENHO TÉCNICO

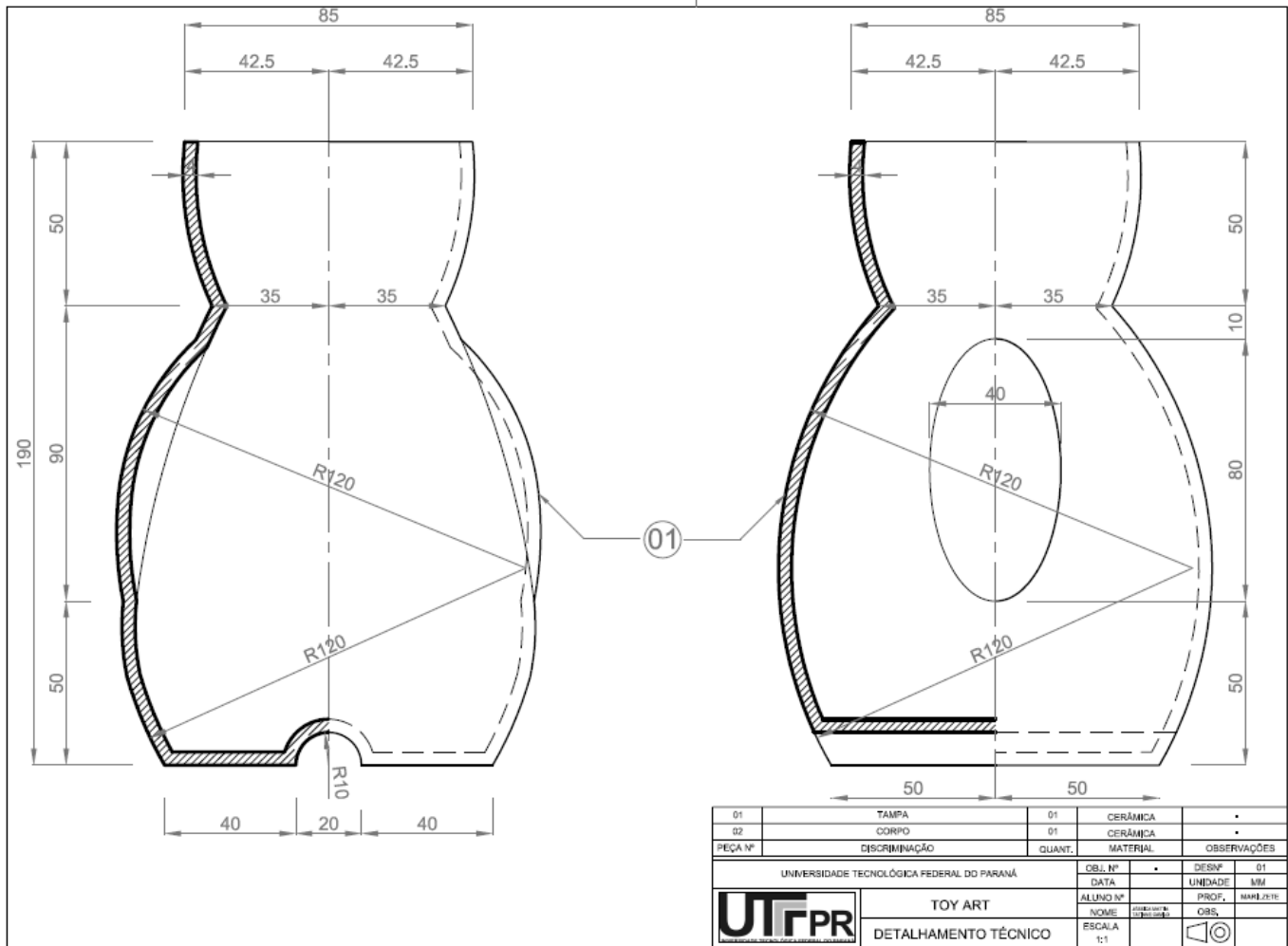


DESENHO TÉCNICO



01	TAMPA	01	CERÂMICA	•
02	CORPO	01	CERÂMICA	•
PEÇA Nº	DISCRIMINAÇÃO	QUANT.	MATERIAL	OBSERVAÇÕES
UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ			OBJ. Nº	DESIGN
			DATA	UNIDADE
			ALUNO Nº	PROF.
			NOME	OBS.
			ESCALA	1:1
DETALHAMENTO TÉCNICO				

DESENHO TÉCNICO

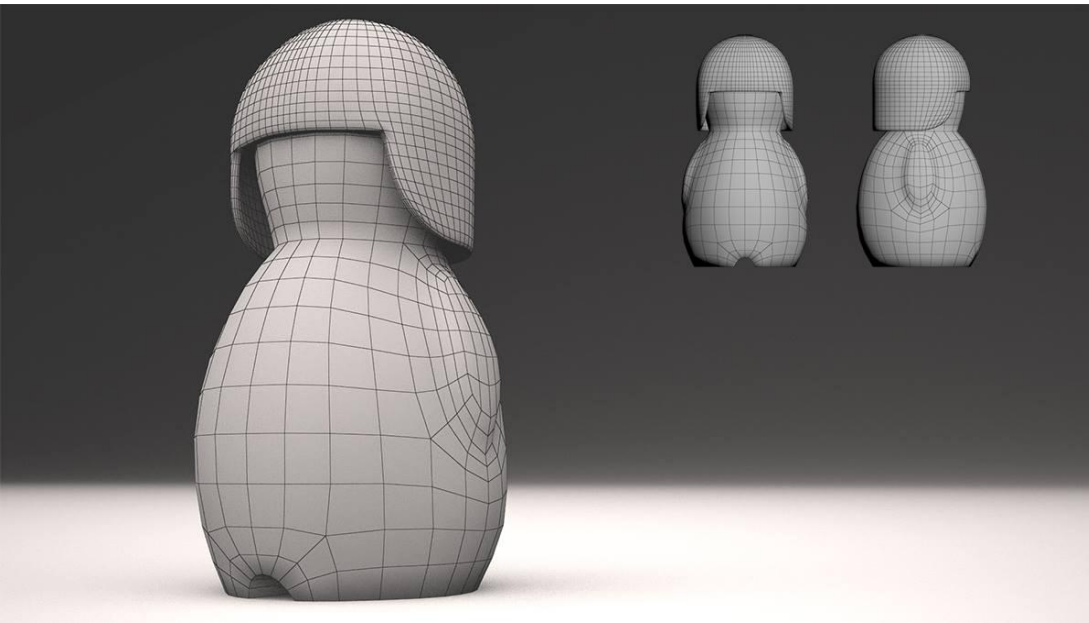
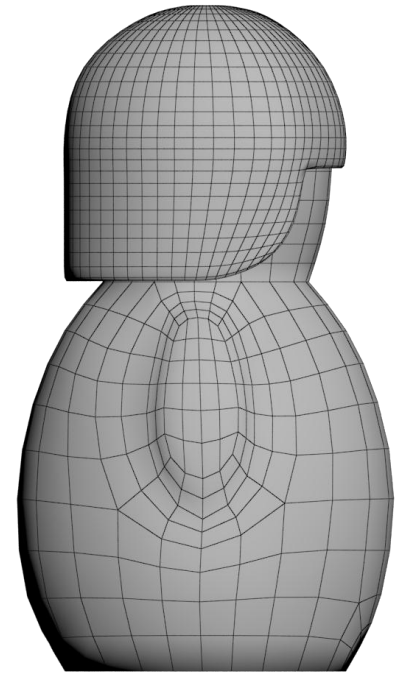
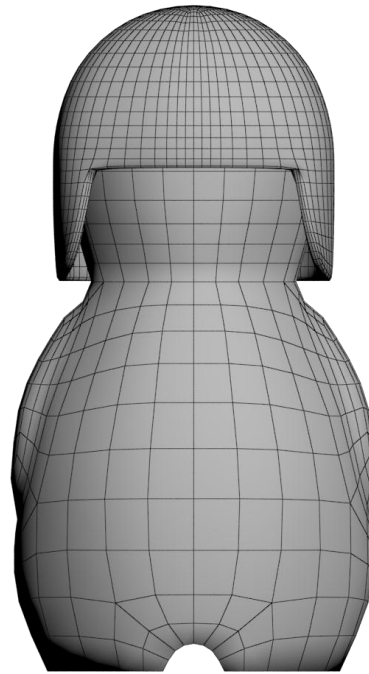


01	TAMPA	01	CERÂMICA	•
02	CORPO	01	CERÂMICA	•
PEÇA Nº	DISCRIMINAÇÃO	QUANT.	MATERIAL	OBSERVAÇÕES
UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ				
			DESENº	01
			UNIDADE	MM
			PROF.	MANUELE
			OBSE.	
			ESCALA	1:1

UTFPR

TOY ART
DETALHAMENTO TÉCNICO

MODELAGEM 3D



O PROTÓTIPO

“Uma vez aprovado, um projeto de design precisa ser implementado ou produzido. Esta é a etapa em que o projeto é concretizado (...) e nela são fisicamente executadas muitas das decisões de design tomadas previamente, como as que dizem respeito ao formato, à escala, à mídia e ao uso de materiais.”

(Ambrose; Harris, 2011, p. 153)

PROCESSO PRODUTIVO

UTILIZAÇÃO DA TÉCNICA DE COLAGEM DE BARBOTINA.



O PROTÓTIPO

MOLDE DE GESSO

RECORTE DA TAMPA APÓS
DESMOLDAGEM

SUAVIZAÇÃO DAS ARESTAS



O PROTÓTIPO

SECAGEM NATURAL

QUEIMA 1100 GRAUS

BISCOITO: RETRAÇÃO 10%



O ESMALTE

Lixamento manual

Limpeza

Preparação da mistura

Aplicação com pincel

Queima a 1110°.

Interior na cor branca

Exterior em
esmaltes de baixa



O ESMALTE

Lixamento manual

Limpeza






Preparação da mistura

Aplicação com pincel

Queima a 1110°.

Interior na cor branca

Exterior em
esmaltes de baixa

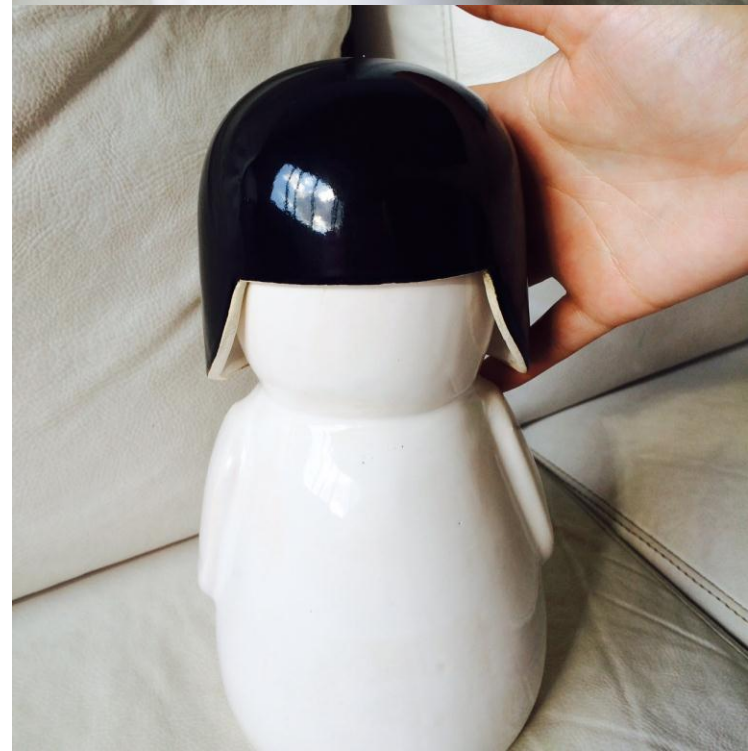
	123 -ESMALTE BRANCO BRILHANTE – 500G
	1766 -ESMALTE AZUL CLARO – 100G
	1768 -ESMALTE PRETO EBANO – 100G
	304 -ESMALTE TANGERINA – 100G
	335 -ESMALTE VERMELHO SANGUE – 100G
	820 -ESMALTE AMARELO – 100G



VEDAÇÃO

ANEL DE SILICONE
NA TAMPA

CONFORTO NO
MANUSEIO DA PEÇA



A cor é um dos principais fatores de sucesso num projeto de Design de Superfície, se não o maior. (...) Para mim, a cor é o elemento de atração determinante de atração ou repulsa do objeto pelo espectador. Ela “abre” ou “fecha” o canal de comunicação entre os dois polos.

(RUBIM, 2004, p. 53)

TESTES EM VERSÃO 3D

SUPERFÍCIE COM DIFERENTES ESTILOS



CUSTOMIZANDO

- Sublimação
- Decalque
- Canetas de porcelana:
menor durabilidade e
resistência. Queima a 130
graus.



PROTÓTIPOS FINALIZADOS



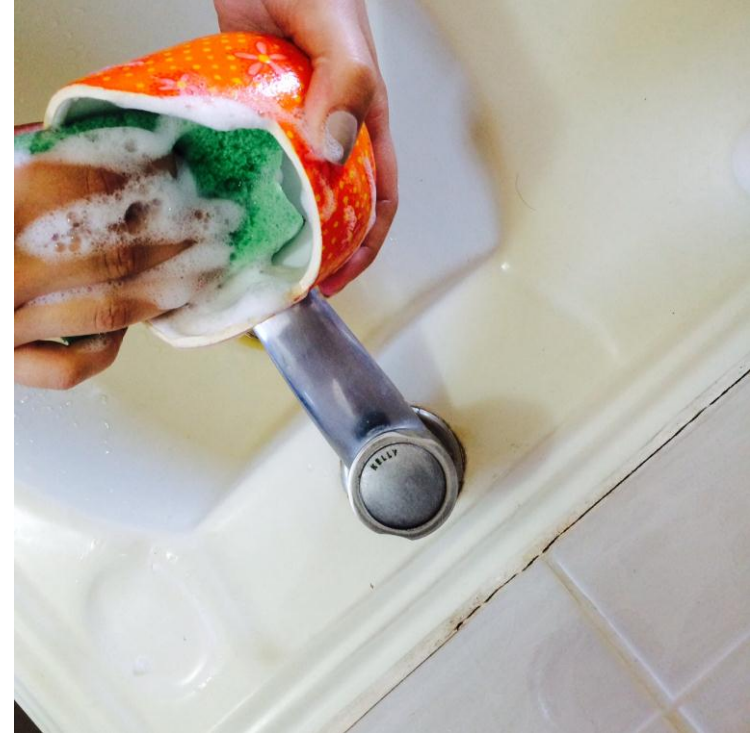


INTERCAMBIALIDADE



TESTES COM O PROTÓTIPO

HIGIENIZAÇÃO



TESTES COM O PROTÓTIPO

CAPACIDADE VOLUMÉTRICA

1L



TESTES COM O PROTÓTIPO

EFICIÊNCIA DA VEDAÇÃO



VALIDAÇÃO DO PRODUTO

Apresentação a possíveis usuários

Discussão com um pequeno grupo de pessoas

Formas

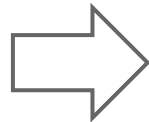
Cores

Grafismos

Encaixe e vedação

Possibilidades de uso

Tamanho



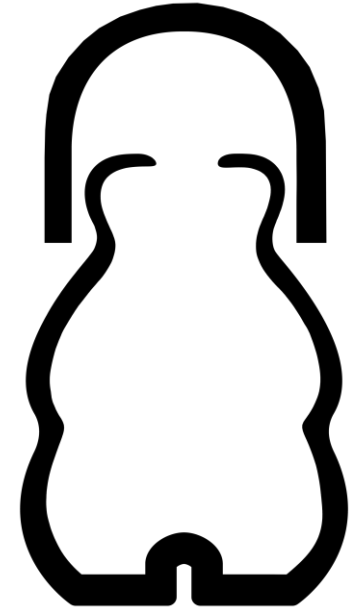
Sugestões de usos diferentes

Grande Impacto visual

Avaliações positivas

A MARCA

Funcionalidade + Toy Art = Robopot



 **ROBOPOT**

COLECIONÁVEIS.

EMBALAGEM

Negrão e Camargo (2008) remetem ao fato de que hoje, mais do que servir como proteção e transporte, uma embalagem assume as funções agregar valor, promover e vender a peça, identificar e informar, consolidar uma imagem, ser funcional e ampliar a validade de um produto.

EMBALAGENS PERSONALIZADAS CONFORME A SUPERFÍCIE DO POTE.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os bens que adquirimos **nos representam**.

Objetos **são estimados** por serem uma
extensão de nós.

Somos movidos por **desejos e necessidades**.

A metodologia **reduz riscos** de insucesso.

Entender o público não é tarefa fácil.

Um produto **sempre** pode ser melhorado.

A necessidade de soluções de design está em toda parte, e o exercício realizado neste projeto nos capacitou para a identificação de possíveis soluções para tais necessidades, aproximando-nos da realidade produtiva, com seus riscos e sucessos, não de forma linear e simples, mas com a necessidade permanente de corrigir caminhos, rever aspectos do projeto, fazer adequações, até chegar a um produto que permita pleno uso no cotidiano das pessoas, realçando a importância do design e constituindo-se como um exercício que transcende o que havia sido até então pensado e experimentado, em laboratórios e salas de aula.

OBRIGADA!

Tatiane Camilo
&
Jéssica Mattia

Referências

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design thinking**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

AZEVEDO, Wilton. **O que é design**. 3 ed. São Paulo: Brasiliense, 1998.

ANVISA. Disponível em:

<http://portal.anvisa.gov.br/wps/wcm/connect/3171d1804d8b66cfa9e5e9c116238c3b/ALIMENTOS+PORTARIA+N.%C2%BA+27%2c+DE+18+DE+MAR%C3%87O+DE+1996.pdf?MOD=AJPERES> . Acesso 22/02/2014.

CAMARGO, Eleida; NEGRÃO, Celso. **Design de Embalagem**: do marketing à produção. São Paulo: Novatec Editora, 2008.

LOBACH, Bernd. **Design Industrial**: base para a configuração dos produtos industriais. 1 ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

NORMAN, Donald A. **Design Emocional**: porque adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. 1 ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

QUINN, Anthony. **Ceramic Design Course**: Principles, practice and techniques. 1 ed. Londres: Quarto Inc., 2007.

PORTO ROSSI. Disponível em: <http://www.portorossi.art.br/HEAD.html> . Acesso em: 13/03/14

RUBIM, Renata. **Desenhando a superfície**. São Paulo: Rosari, 2004.