

# APLICAÇÃO DE METODOLOGIAS PROJETUAIS DO DESIGN NO DESENVOLVIMENTO DE MOBILIÁRIO E MARCA PARA FOOD TRUCK

Katharina Fernanda Silva Rios (UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS)

katharina.rios47@gmail.com

Yasmin Medeiros da Silva (UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS)

yasmin-medeiros23@hotmail.com

Juliana Donato de Almeida (UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS)

juliana.donato@fau.ufal.br

## Resumo

Devido a agitação das cidades, e conseqüentemente da vida das pessoas, o simples processo de se alimentar passou a ter a necessidade de rapidez e praticidade, sendo os *food trucks* (espaços móveis que comercializam alimentos) uma boa opção para aqueles que precisam se alimentar de forma rápida e fácil. Tendo em vista essa problemática, o presente trabalho trata do processo de desenvolvimento de um mobiliário para um *food truck* de “miojo gourmet” e de uma peça gráfica, para que através deles, possam ser promovidas melhorias ao espaço. Os projetos foram embasados nas propostas metodológicas dos autores Bruno Munari e Rodolfo Fuentes, respectivamente. Ao seguir uma metodologia híbrida, com a utilização de análises e ferramentas propostas por diferentes autores, foi possível desenvolver uma peça de mobiliário e uma marca satisfazendo aos requisitos determinados de acordo com a pesquisa, melhorando a acomodação do mobiliário e a experiência dos usuários no estabelecimento.

**Palavras-Chave:** Design de produto; mobiliário; metodologia; design gráfico.

## 1. Introdução

Com a movimentação do mundo contemporâneo, os *fast food's* (comidas preparadas e servidas com rapidez) viraram uma opção prática nas grandes cidades. Nesse cenário, o número de *food trucks* também aumentou, tirando proveito dos hábitos consumistas juntamente com a necessidade de alimentação fora de casa. Através de uma análise observacional na cidade de Maceió - AL, foi visto que uma grande quantidade de pessoas frequenta esses estabelecimentos, entretanto, a quantidade de mobiliários é insuficiente devido ao déficit de espaço de armazenamento desses no interior das vans. Partindo dessa problemática, viu-se a oportunidade de desenvolvimento de um projeto na tentativa de sanar tal necessidade através da elaboração de um mobiliário compacto e de fácil armazenamento dentro do espaço disponível no interior

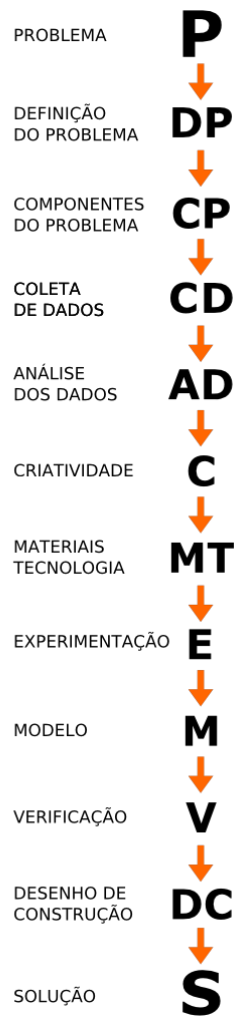
do *food truck*. O planejamento e a pesquisa do projeto, foram essenciais para a confecção do mobiliário que cumprisse os requisitos determinados desde o início, sendo assim, o objetivo deste trabalho é mostrar o desenvolvimento do projeto de um conjunto de mesa e banco baseado na metodologia proposta por Bruno Munari (1998) e a criação de uma marca baseada na metodologia de design gráfico de Rodolfo Fuentes (2006), ressaltando a importância do processo metodológico em projetos desta natureza.

## **2. Levantamento e análise dos dados**

Segundo o site Infood (2016), a origem dos *food trucks*, se deu por volta de 1800 nos subúrbios dos Estados Unidos, com carroças que vendiam alimentos de baixo custo para trabalhadores locais. Após a Segunda Guerra Mundial, o “caminhão-almoço”, como era conhecido, era a opção barata para os trabalhadores. Com os Estados Unidos da América (EUA) entrando em crise econômica em 2008, os *food trucks* ganharam destaque. No Brasil, eles são ainda mais recentes, visto que apenas em 2013 os primeiros food trucks apareceram na grande metrópole, São Paulo. Em Maceió, somente a partir de 2017 houve a regulamentação para comercializar comidas em *food trucks* nas vias e áreas públicas, tornando-se algo comum de ser visto nas ruas da cidade.

Para o desenvolvimento do projeto, tanto de produto quanto gráfico, foram utilizadas metodologias e ferramentas que os balizaram em todo o processo, servindo como guia para a execução das etapas necessárias. O processo teve início com a observação da proposta de Bruno Munari (1998), que evidencia que entre o problema e a solução existe uma série de processos necessários para chegar numa solução precisa e com menos chances de erros, como descrito na imagem abaixo (v. figura 1).

Figura 1 - Esquema da metodologia de Munari (1998)



Fonte: Sua Criatividade, adaptado de Munari (1998)

De acordo com Fuentes (2006), na etapa de Pesquisa, a qual complementa a etapa de Análise, inicia-se uma coleta de informações sobre a concorrência local, sobre o ambiente no qual o projeto exercerá sua função através de pesquisa de campo, na qual serão levantadas informações acerca da forma de ação dos concorrentes. Nesta etapa, é importante conhecer os parâmetros referenciais externos, os quais ajudarão a desenvolver as ideias. Além disso, é importante conhecer a história da empresa e de quem a dirige, os elementos que a caracterizam. Pôde-se observar durante o levantamento de dados que a maior queixa dos proprietários de *food trucks* refere-se ao pouco espaço interno do local e o fato de o mobiliário não se adaptar a esse problema.

Na visita realizada a um *food truck* na cidade de Maceió-AL, pôde-se perceber que o mobiliário atual não é confortável e muitos não são desmontáveis ou são grandes e não cabem no interior

da van, por isso, há poucas unidades. Geralmente, o público-alvo de tais estabelecimentos é constituído por pessoas que precisam de algo simples e rápido, para acompanhar a agitação da cidade e do trabalho, e não ficam muito tempo no local, entretanto, prezam pelo conforto e segurança durante a utilização do mobiliário.

### 3. Metodologia e definição do problema

Para o desenvolvimento do projeto, foi utilizada uma metodologia híbrida, com o emprego de ferramentas e etapas propostas por diversos autores, entretanto, com foco na metodologia de projeto de Munari (2000) e de projeto gráfico de Fuentes (2006). Como ponto de partida do projeto, houve a criação do *briefing*, documento que contém informações relativas ao projeto de forma completa e concisa. Nele constam informações como o objetivo, o diferencial, e o público-alvo baseado nas informações cedidas por um funcionário de *food truck*. O foco da abordagem estava relacionado a características dos mobiliários e as melhorias que poderiam ser realizadas neste aspecto. Para sua apresentação, foi elaborado um infográfico (v. figura 2).

Figura 2 – Briefing em formato de infográfico



Fonte: Elaborado pelos autores com base na pesquisa realizada (2018)

Após a identificação das principais características que deveriam conter no mobiliário, houve a definição dos requisitos projetuais e do conceito, na qual foi realizada uma pesquisa acerca do *chef* Jonatas Moreira e seu estabelecimento, o restaurante Akuaba. Os painéis foram usados como referência da paleta de cores, formas e texturas de materiais, as quais se baseiam nas características presentes no restaurante, como a utilização de madeiras, formas étnicas, cores quentes e tons terrosos e a influência da cultura afro-baiana (v. figura 3).

Figura 3 – Restaurante Akuaba, em Maceió-AL



Fonte: Kekanto (2014)

Como visto durante a etapa de levantamento de dados, na pesquisa de campo, o principal requisito do projeto está relacionado a escolha do material empregado ao projeto, devido a utilização do mobiliário ser externa, já que os mesmos se encontram, em sua maioria, em áreas descobertas. O material escolhido como matéria-prima para o projeto foi a madeira plástica, em virtude da sua durabilidade e capacidade de baixa absorção de umidade, além de ser mais leve que a madeira convencional, tornando-se resistente a intempéries, como a chuva, e tendo mais fácil limpeza, aos resquícios provenientes da comida.

Conforme Munari (1998) descreve, é preciso recolher dados sobre os materiais e as tecnologias que a indústria disponibiliza para a realização do projeto, pois seria inútil cogitar o uso de certos materiais e tecnologias que a indústria não é capaz de trabalhar, sendo assim, ao pesquisar o material, foram encontrados pontos positivos e negativos. A partir da análise dos dados foram elencadas palavras-chave que serviram de base para a escolha das imagens dos três Painéis Imagéticos, ferramenta proposta por Mike Baxter (2000) e utilizada para complementar a etapa

de definição do conceito do projeto. Neles, pode-se identificar o estilo de vida do consumidor, a expressão do produto e o tema visual do produto a ser desenvolvido (v. figura 4).

Figura 4 – Painéis imagéticos



Fonte: Elaborados pelos autores com base na pesquisa realizada (2018)

As palavras trabalhadas foram, primeiramente no painel do estilo de vida, relacionadas ao público-alvo expressando a pressa do dia-a-dia, família e multitarefas. Em seguida, no painel de expressão do produto, em relação ao produto em si, como afro-baiano, tempo e peças em conjunto. E no último painel, o do tema visual, o origami representa leveza, dobrável e o compacto, a mulher africana mostra em seu vestido as formas geométricas, enquanto a textura de madeira indica a cor e o material que será utilizado.

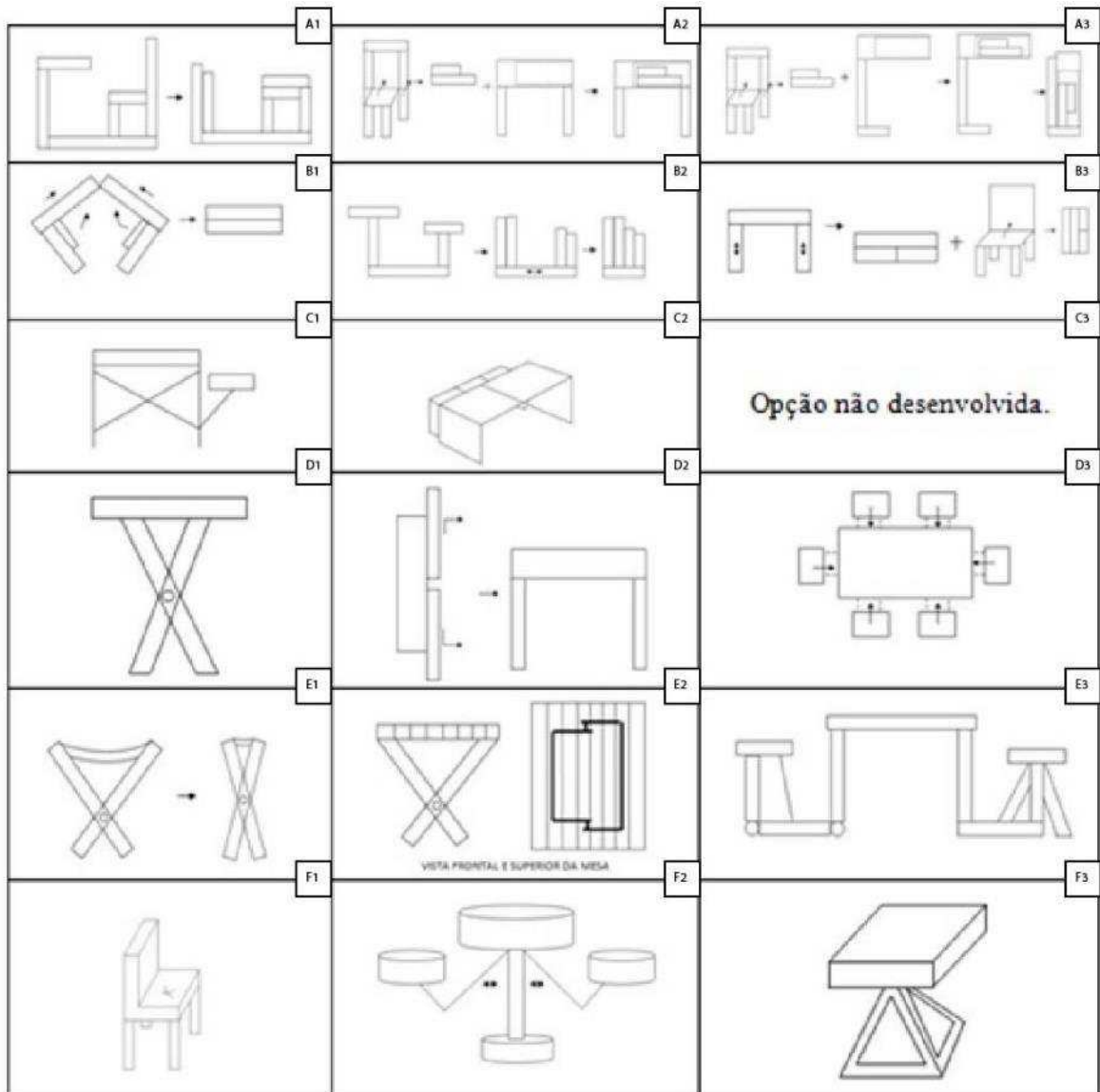
Após pesquisas acerca dos tipos de madeira disponíveis no mercado e suas propriedades, encontrou-se a madeira plástica. De acordo com o site In Brasil, essa “madeira” é produzida a partir da reciclagem de vários tipos de plásticos, os quais são processados e pigmentados, portanto, esse material pode ser pregado, parafusado, rebitado ou colado, e tem como outros pontos positivos: a resistência a chuva, poeira, corrosão, não soltar farpas e ser imune a fungos e outras pragas. Entretanto, segundo Cabral (2016), apesar de possuir vantagens econômicas por não necessitar de manutenção, tem como ponto negativo o elevado custo de seu investimento inicial, já que necessita de tecnologia de ponta presente apenas nas grandes metrópoles do Brasil, como São Paulo e Rio de Janeiro.

### **3.1. Experimentação – desenvolvimento do produto**

Na etapa projetual, foram utilizados os painéis imagéticos, propostos por Baxter (2000), e o brainstorming para o desenvolvimento do conceito do mobiliário, dos desafios acerca do espaço do *food truck* e dos dados levantados durante a pesquisa. Seguindo a metodologia de Munari (1998), a primeira operação foi a definição do problema, na qual foram definidos limites dentro dos quais poderiam ser trabalhados, em seguida, foi a busca de solução. O problema foi dividido em seus componentes e decomposto em categorias de subproblemas, para em seguida, obter-se problemas simples. Logo após, foram recolhidos dados acerca de projetos já existentes e que se aproximavam do modelo desejado, e depois, esses dados foram verificados, numa operação chamada Análise de Dados, na qual se averiguou como os subproblemas foram resolvidos e utilizou os dados coletados como parâmetro acerca do que se deveria fazer ou não. Após constatar tais limites, foi preciso recolher dados sobre os materiais e as tecnologias que a indústria disponibiliza para a realização do projeto.

Em seguida, através de outras ferramentas, como “Exploração do Processo Criativo 635”, no qual 6 pessoas produzem 3 ideias cada em 5 minutos, e MESCRAI, o qual propõe modificar, eliminar, substituir, combinar, rearranjar, adaptar e inverter, foram utilizadas para dar início às formas do mobiliário. No processo criativo 635, grupos de seis pessoas, composto por equipes diferentes, tiveram cinco minutos para propor e esboçar três ideias de mobiliários de acordo com o conceito de cada grupo (v. figura 5). Em seguida, foram escolhidas três alternativas, e cada uma foi ampliada e melhorada (v. figura 6), com base nos processos descritos no MESCRAI.

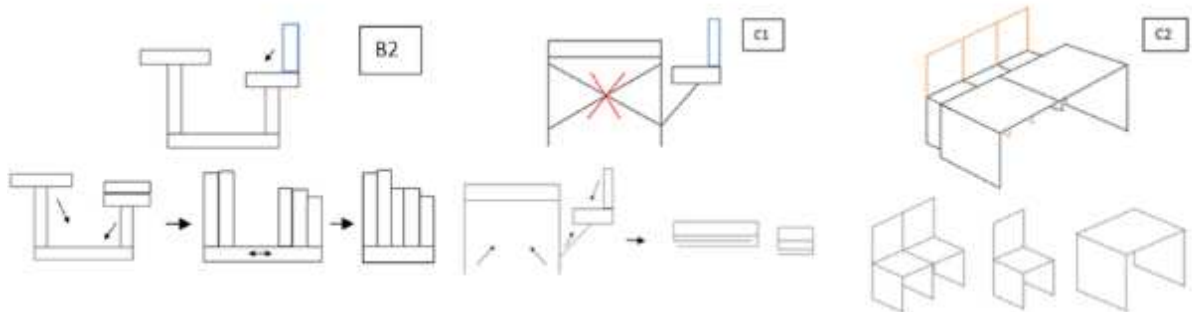
Figura 5 – Opções desenvolvidas no Processo Criativo 635



Fonte: Elaborado pelos autores com base na pesquisa realizada (2018)



Figura 6 – Modelos escolhidos e ampliados, com modificações propostas no MESCRAI (B2, C1 e C2, respectivamente)

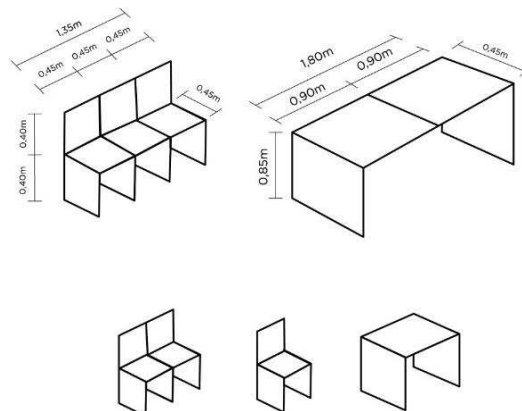


Fonte: Elaborado pelos autores com base na pesquisa realizada (2018)

Por fim, o modelo escolhido foi o C2 proposto no processo 635, visto que era a opção mais viável de ser produzida, pois esta permitia a sua utilização por mais pessoas simultaneamente, sendo esta capacidade passível de regulação. Utilizando o MESCRAI, foram adicionados os pés de apoio no centro do banco e o encosto, como consta em laranja na figura 6.

De acordo com Munari (1998), na operação de construção de modelos demonstrativos, estes são realizados para demonstrar as possibilidades de materiais ou técnicas a serem utilizadas, logo, um dos modelos criados pode vir a ser a eventual solução do problema. Os modelos foram desenvolvidos em escala 1:8 e apresentam medidas ergonomicamente corretas, de acordo com a norma NBR 9050:2015. A mesa possui 0,85m de altura, e cada um dos dois tampos possui comprimento e largura de 0,90m, totalizando 1,80m de comprimento. Já o banco possui altura de 0,80m (0,40m do piso acabado ao assento e 0,40m do encosto), 0,45m de largura e 0,45m de profundidade (v. figura 7).

Figura 7 – Dimensões gerais da mesa e banco



Fonte: Elaborado pelos autores com base na pesquisa realizada (2020)

Após a criação dos modelos, é necessário o processo de verificação, a fim de controlar sua validade, onde os mesmos são apresentados a prováveis usuários e são solicitadas suas opiniões, depois de avaliar as mesmas e tentar implantar as mudanças indicadas no projeto. Para isso, foram elaborados protótipos rápidos feitos de papelão. À priori, não possuía uma estrutura firme, que apresentava problemas de equilíbrio, e logo após com o uso de arame, adquiriu maior resistência (v. figura 8). O banco pode suportar de uma a três pessoas e a mesa de uma a seis pessoas, podendo se adaptar dependendo da necessidade (v. figura 8).

Figura 8 - Adaptações possíveis da mesa e banco



Fonte: Elaborado pelos autores com base na pesquisa realizada (2018)

Para o processo de compactação da mesa apenas duas dobras são necessárias. A primeira se inicia com a dobra de um dos pés, o qual é levado até o tampo, sendo este dobrado para formar o "novo" pé da mesa. Para o banco, os encostos podem ser dobrados até chegar ao assento, e este, pode ser dobrado para diminuir o tamanho e comportar menos pessoas.

### 3.2. Desenvolvimento da marca

Para o desenvolvimento da marca foi utilizada a metodologia de Rodolfo Fuentes (2005), a qual começa estabelecendo qual a necessidade do design, e logo após, a criação do briefing e a análise da necessidade. Foram apresentadas três etapas básicas do projeto: o *rough* ou esboço, o *layout* ou pré-projeto e a arte final, ou projeto final da marca desenvolvida.

A primeira etapa deu-se ao estabelecer a necessidade do design, pois, segundo Fuentes (2006), é preciso analisar previamente o que é necessário para se produzir melhores soluções, fazendo um levantamento das características técnicas e das expectativas do cliente. Nesse caso, seria uma marca que representasse, de certa forma, a cultura afro-baiana, devido ao restaurante elencado como fonte de inspiração, o Akuaba, ser conhecido por suas receitas e decoração baseada em tal cultura, e que também representa as raízes da família do *chef*. Para isso, foi feito um briefing para esta etapa do projeto, no qual foram reunidas inúmeras informações acerca de

nome, tipografia e paleta de cores, de forma a elencar os requisitos básicos estabelecidos como visto na etapa anterior, assim, pode-se elaborar propostas que cumpram tais requisitos.

Desse processo de pesquisa, o nome de origem africana, do idioma africâner, “*kompak*”, que significa compacto, foi escolhido, já que um dos objetivos iniciais era que o mobiliário fosse compacto, devido à falta de espaço dentro do *food truck*. Para isso, houve o processo de *brainstorm*, no qual foram escritas palavras que poderiam ser associadas ao conceito e ao mobiliário, em seguida foi escolhida a que melhor se enquadrava nos requisitos - ser um nome de fácil entendimento, rápido, fácil de falar e que representasse o mobiliário.

Após a etapa de pesquisa e escolha do nome, iniciou-se a parte prática do projeto. A tipografia escolhida foi pensada para transmitir a simplicidade e praticidade do mobiliário, por isso foi escolhida a fonte Futurist Fixed-width (v. figura 9), que através de seu espaçamento e corpo delicado transmite o conceito desejado, pois segundo Fuentes (2006), para tornar o trabalho mais legível e/ou impactante e expressivo, é preciso escolher cuidadosamente a tipografia.

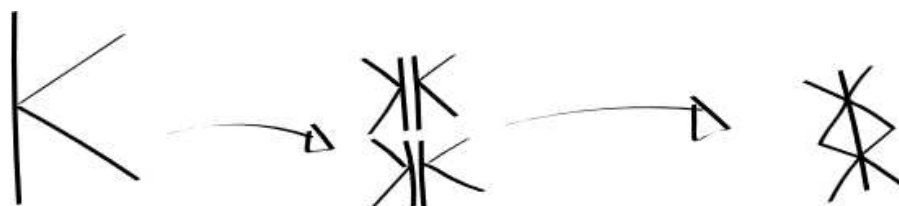
Figura 9 – Fonte Futurist Fixed-width aplicada ao nome

k o m p a k

Fonte: Elaborado pelos autores com base na pesquisa realizada (2018)

O *rough*, ou esboço, (v. figura 10), é um material de estudo, no qual o designer pode esquematizar e transmitir a si mesmo ou aos outros os valores da composição em um plano, conforme citado por Fuentes (2006). Sendo assim, o estudo foi realizado com a letra “K” extraída do nome, a qual foi duplicada e refletida horizontalmente. Em seguida, as duas letras “K” foram duplicadas e refletidas verticalmente, originando uma forma abstrata com formas retas e que lembram as dobras que o mobiliário possui.

Figura 10 - Esboço do símbolo



Fonte: Elaborado pelos autores com base na pesquisa realizada (2018)

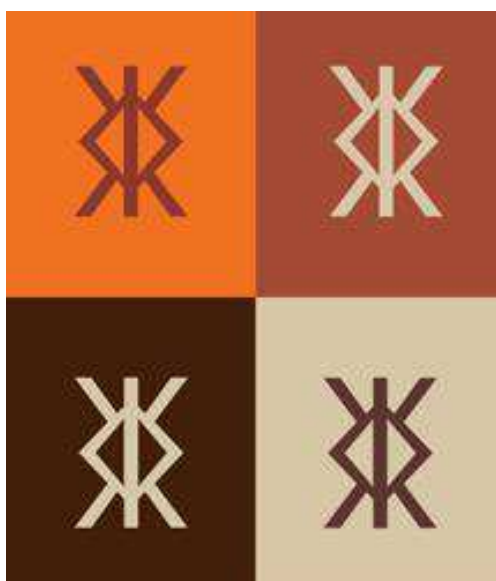
Após isso, foi desenvolvido o layout para o projeto ser melhor apresentado. O símbolo foi vetorizado no programa Adobe Illustrator (v. figura 11) e, logo depois, foi elaborado o teste de cores (v. figura 12). A paleta contém tons terrosos e cores quentes, seguindo a paleta de cores proposta pelo restaurante do chef escolhido e uso de cores que são comumente relacionadas ao continente africano.

Figura 11 - Estudo de layout do símbolo



Fonte: Elaborado pelos autores com base na pesquisa realizada (2018)

Figura 12 - Estudo de cores com o símbolo



Fonte: Elaborado pelos autores com base na pesquisa realizada (2018)

As formas do símbolo (v. figura 13), provindas da letra K, letra inicial do nome “*kompak*”, remetem às formas geométricas africanas que é uma das características do restaurante Akuaba, que estão presentes no mobiliário. O marrom foi escolhido como cor principal, pois passa simplicidade, conforto e confiabilidade.

Figura 13 – Símbolo e marca finais



Fonte: Elaborado pelos autores com base na pesquisa realizada (2018)

Ao idealizar a marca, foi pensado em características que remetesse ao conceito e ao mobiliário, portanto, pode-se perceber que, ao dobrar a mesa para seu armazenamento, a forma gerada remete a lateral das letras “K” utilizadas no símbolo (v. figura 14).

Figura 14 - Forma da mesa similar ao do símbolo



Fonte: Elaborado pelos autores com base na pesquisa realizada (2018)

#### **4. Resultados e discussões**

Para obter um melhor resultado, foram utilizadas ferramentas propostas por diferentes autores além das metodologias utilizadas como base - de produtos de Munari (1998) e de gráfico de

Fuentes (2006). Desse modo, analisando as dificuldades de acomodação dos usuários e, principalmente, de armazenamento de mesas e cadeiras no interior do *food truck*, foi desenvolvido o projeto do conjunto de mesa e banco *Kompak*, visando um melhor aproveitamento do local devido ao pequeno espaço necessário quando dobrados. O conjunto pode acomodar de uma a três pessoas em cada banco, e de uma a seis pessoas na mesa, dependendo do seu desdobramento.

Enquanto no projeto gráfico, foi desenvolvida a marca *Kompak*, com base nas informações coletadas e analisadas, principalmente, tendo como referência a influência afro-baiana do chef pesquisado. Como resultado, foi elaborado um cartão de apresentação da marca (v. figura 15), com o símbolo em destaque no centro e o fundo formado pela repetição da mesma, gerando uma estampa, enquanto no verso apresenta metade do símbolo e o nome da marca, *Kompak*.

Figura 15 - Cartão de apresentação da marca



Fonte: Elaborado pelos autores com base na pesquisa realizada (2018)

Fazendo uso da metodologia de Bruno Munari no desenvolvimento do produto, houve grande ênfase nas etapas de levantamento e análise de dados, sendo importante para diminuir a quantidade de erros e potencializar os acertos no produto final, como proposto pelo autor. Já no desenvolvimento da marca, utilizando a metodologia proposta por Rodolfo Fuentes, passou-se por várias etapas básicas, desde a etapa de analisar as necessidades até o esboço, e por fim, à arte final e aplicação da mesma.

Por se tratar do uso, em sua maior parte, de uma metodologia descrita como prescritiva - de Munari, a qual tem como objetivo propor soluções fornecendo uma resposta direta ao problema e seguindo sempre uma fase após a outra, é importante observar que nem sempre essa tipologia irá funcionar, pois, de acordo com Bonsiepe (1984), o qual propõe uma metodologia descritiva e afirma que existe uma estrutura comum quanto aos processos projetuais, define uma macro estrutura, composta por etapas ou fases, e uma microestrutura, que descreve as técnicas empregadas em cada uma das etapas anteriores.

Dessa forma, foi possível, através das etapas propostas pelos autores, a elaboração de um produto que pudesse satisfazer as necessidades dos clientes e dos proprietários dos *food trucks*, sendo um mobiliário que possibilita compactação, permitindo fácil armazenamento e adaptação à quantidade de usuários, enquanto a marca desenvolvida propõe a associação de características do nome e do símbolo ao mobiliário.

## REFERÊNCIAS

BAXTER, M. Projeto de produto: guia prático para o projeto de novos produtos. São Paulo: Edgard Blucher, 2000.

BONSIEPE, G. (coord.). Metodologia experimental: desenho industrial. Brasília: CNPq/Coordenação editorial, 82 p. 1984.

CABRAL, Stênio Cavalier. et al. Comparativo. Características comparativas da madeira plástica com a madeira convencional. Minas Gerais, ano 5, n. 10, p. 11-12, out. 2016.

CADA Minuto. Funcionamento dos food trucks em Maceió e regulamento através de lei. Disponível em: <<https://www.cadaminuto.com.br/noticia/303049/2017/04/30/funcionamento-dos-food-trucks-em-maceio-e-regulamento-atraves-de-lei>>. Acesso em: 14 out. 2019.

FUENTES, Rodolfo. A prática do design gráfico. São Paulo: Editora Rosari, 2006.

IN Brasil. Madeira plástica. Disponível em: <<http://www.inbrasil.ind.br/madeira-plastica/>>. Acesso em: 17 mai. 2018.

INFOOD. Um pouco da história do negócio do food truck. Disponível em: <<https://sites.google.com/site/suacriatividade/outros/munari>>. Acesso em: 14 out. 2019.

KEKANTO. Fotos Akuaba. Disponível em: <<https://kekanto.com.br/biz/akuaba-2/fotos>>. Acesso em: 14 out. 2019.

MUNARI, Bruno. Das coisas nascem coisas. 1. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

SUA Criatividade. Análise do método de Munari. Disponível em: <<https://sites.google.com/site/suacriatividade/outros/munari>>. Acesso em: 14 out. 2019.