

**CENTRO PAULA SOUZA**  
**ESCOLA TÉCNICA PROFESSOR MASSUYUKI KAWANO**  
**TÉCNICO EM DESIGN DE INTERIORES**

**DESIGN SOCIAL**  
**VALORIZAÇÃO DO INDIVÍDUO ATRAVÉS DO AMBIENTE**

**ANA CLÁUDIA MAZZINI**  
**ELAINE CRISTINA DE MELO LOPES MANSANO**

**TUPÃ**  
**2019**

ANA CLÁUDIA MAZZINI  
ELAINE CRISTINA DE MELO LOPES MANSANO

DESIGN SOCIAL: VALORIZAÇÃO DO INDIVÍDUO ATRAVÉS  
DO AMBIENTE

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Curso Técnico em  
Design de Interiores da Etec Professor  
Massuyuki Kawano, orientado pela  
Prof. Juliana Demarchi Polidoro e Prof.  
Alessandra Scalise Batista Lopes,  
como requisito parcial para obtenção  
do título de técnico em Design de  
Interiores.

TUPÃ

2019

Com gratidão, dedicamos este trabalho primeiramente a Deus, depois a nossa família pelo carinho e paciência, mas sem nos esquecer a especial contribuição de nossos amigos Marcos André Haynes, Érica Rodrigues, Kátia Regina Ferraresi e Ana Luísa Franchi por ter sonhado conosco este projeto desde o início.

Temos a certeza de que a qualidade deste trabalho não seria a mesma sem a ajuda de vocês. Gratas.

*“TODOS NÓS SOMOS ANJOS DE UMA ASA SÓ E, PARA VOARMOS  
PRECISAMOS ESTAR ABRAÇADOS UNS AOS OUTROS”*

AUTOR: ANTONIO CARLOS CAIO VIEGAS

RESUMO

Este trabalho aborda o tema da valorização do indivíduo através do ambiente, que no presente caso é a revitalização de parte da praça de alimentação da ETEC de Tupã/SP.

OBJETIVO: propor a revitalização do espaço, objetivando o sentimento de pertencimento dos alunos em relação a instituição educacional, é o principal objetivo deste projeto.

METODOLOGIA: a partir da necessidade de ter-se um ambiente que proporcione aconchego na escola, detectou-se este espaço monótono e sem vida. Fez-se análise do local com levantamento métrico e fotográfico, a proposta em maquete eletrônica e, por fim, a execução do projeto.

RESULTADOS: iniciou-se com aplicação das cores nas paredes, atentando a psicologia das cores e sua influência perante os alunos, a instalação de pontos de elétrica e iluminação para o uso de carga em notebooks e smartphones, assentos para acomodar, permitir descanso e integração dos alunos.

PALAVRAS CHAVE: Design Social; Psicologia das Cores; Design Sustentável; Revitalização

## SUMÁRIO

1. Introdução	1
1.1. Conceito	3
1.1.1. Design Social	3
1.1.2. Psicologia das cores	4
1.1.3. Design Sustentável	19
1.2.4. Revitalização	23
1.2. Contexto Histórico	26
2. Projetos de Referência	39
3. Memorial Descritivo	32
3.1. Identificação do Projeto	32
3.2. Levantamento do Local	32
3.3. Fotografias do Local	33
3.4. Croqui e Planta	35
3.5. Planta Técnica	37
3.6. Fotos da Maquete Eletrônica	38
3.7. Preparação do Local	40
3.8. Fotografias da Execução do Projeto	41
3.9. Fotografias do Projeto Executado	43
3.10. Orçamento do Projeto	45
4. Considerações Finais	46

## 1. INTRODUÇÃO

A intervenção proposta será executada na área de alimentação da Escola Técnica, Etec Professor Massuyuki Kawano situada na cidade de Tupa-SP, que atenderá os alunos do ensino médio e dos cursos técnicos com pluralidade de idades.

A proposta tem como principal objetivo revitalizar um espaço em desuso, garantindo melhor e maior integração e interação por parte dos alunos.

Da mesma forma que a organização harmônica dos sons diferencia a música do simples ruído, harmonizar o ambiente traz qualidade de vida, tanto na contemplação, por ser agradável o estar, como na funcionalidade, agilizando os processos realizados no mesmo.

No sentido de trabalhar a beleza aliada à funcionalidade e a responsabilidade social, o designer de interiores atua em ambientes públicos com grande pluralidade de frequentadores, como é o caso de uma escola técnica que também atende ao ensino médio, o desafio é justamente o amplo leque de perfis dos indivíduos que serão atendidos pelo projeto.

Essa intervenção será idealizada sem alterar o propósito inicial, para o qual o ambiente foi criado, revitalizando, aumentando a funcionalidade, reorganizando, oferecendo propostas que estimulem, motivem, tragam qualidade de vida e sentimento de pertencimento aos frequentadores.

O ambiente em questão é o pátio da escola, que funciona como praça de alimentação, área de convívio coletivo, expositor de murais informativos sobre estágios, oportunidades de emprego e eventos escolares. Dá acesso à biblioteca, à cantina, aos sanitários, ao refeitório, à escadaria, às salas de aula e áudio visual, ou seja, é um espaço de grande circulação.

Apresenta alguns problemas como sucateamento das mesas e cadeiras, falta de espaço para o grande público que atende, layout pouco funcional, áreas subutilizadas, iluminação insuficiente dentre outros.

A proposta do projeto é ofertar mais assentos, evidenciar o mural, melhorar a iluminação, adequar o layout, trazer pinturas as paredes que estimulem a criatividade e motivem tanto os alunos quanto os professores e demais funcionários da escola.

Outro desafio é que seja um projeto viável financeiramente e também traga a ideia do sustentável não deixando de lado a preocupação com a acessibilidade, expondo aos alunos a preocupação com o meio ambiente e a inclusão social, pois toda escola é uma grande formadora de opiniões e conscientizada a causas importantes, embutindo cidadania aos indivíduos de forma saudável.

## 1.1. CONCEITO

### 1.1.1 DESIGN SOCIAL

É uma área que se preocupa com o papel do designer e a sua responsabilidade na sociedade; além do uso do processo de design para trazer uma mudança social.

Na agenda social, o design usa, entre outras inspirações, a ideia de *Victor Papanek* de que designers e profissionais de criação têm uma responsabilidade e são capazes de provocar mudanças reais no mundo, através de um bom design. O Design Social é como o Design Thinking, essencialmente empático, ou seja, precisa compreender profundamente seus futuros usuários e por isso vai à campo para fazer registros, observações e ouvir histórias. Muitas vezes, é realizada uma “imersão”, que consiste em passar um significativo período de tempo junto ao foco do problema, para “sentir na pele” as demandas e as limitações existentes.

#### Design Thinking

Inovação não é invenção. É possível inventar produtos, processos, mercados ou mesmo modelos de negócio, mas para que eles se tornem inovação, é preciso integrá-los ao meio social. Isso quer dizer colocar a descoberta no mercado, para que o consumidor experimente a ideia. Caso goste, use e re-use, aí sim haverá uma inovação de sucesso.

Um produto ou serviço inovador causa impacto na vida das pessoas e transforma para sempre a forma como vivem. Um exemplo prático é como a tecnologia da informação vem transformando as pessoas em cidadãos

digitais, em busca de experiências em tempo real e personalizadas, a qualquer momento.

Novas ideias devem surgir com base na perspectiva do cliente, uma das melhores estratégias para direcionar as escolhas do empreendimento e verificar oportunidades de negócio. É a chamada “empatia”: pensar nas pessoas como pessoas, não como consumidores, para criar uma conexão com elas e melhorar suas vidas por meio de produtos e serviços inovadores.

Com base nisso, surge uma abordagem sistemática para a inovação, denominada Design Thinking. É um modelo de pensamento que vai além da necessidade de criar um produto ou serviço. A ideia é entrar na vida do consumidor e procurar ditar comportamentos e necessidades futuras.

O foco é a compreensão dos anseios das pessoas para as quais se cria um produto ou serviço. Também é importante experimentar novos pontos de vista e ter agilidade na produção da ideia, para aprender com os erros e evoluir rapidamente. É preciso aprender fazendo, mas o empreendedor tem que ficar de olho nos custos disso.

### 1.1.2. PSICOLOGIA DAS CORES

Uma escola, seja ela infantil, de ensino médio ou ensino superior, é composta por diferentes espaços que visam acolher os ocupantes com conforto e produzir neles estímulos que promovam o aprendizado, a interação social saudável e a criatividade.

Representando um organismo extremamente complexo, o ambiente escolar requer cuidados minuciosos com relação ao projeto de Arquitetura, que deve prever as condições adequadas para que todos os alunos sejam bem acolhidos e, ao mesmo tempo, se sintam desafiados frente às atividades propostas.

Nessa missão as cores são um recurso de suma significância. Se por um lado elas devem sustentar um clima acolhedor, por outro, elas não podem induzir ao comodismo ou à monotonia. A busca pelo equilíbrio tem de se

pautar por composições pensadas especialmente para cada escola e para cada uma de suas alocações.

Se como é sabido, tons quentes estimulam e aumentam a atividade cerebral, gerando excitação, e tons frios provocam relaxamento e interiorização, propriedades que precisam ser administradas com competência no universo educacional, uma vez que não restam dúvidas sobre o poder das cores em instigar o sentido visual e encorajar a retenção da informação.

Nesse processo que ultrapassa os limites do nível estético e influencia a dinâmica do ensino-aprendizagem, o emprego das cores assume um papel ergonômico que enriquece a Arquitetura Escolar de maneira funcional sob diferentes aspectos: físico, cognitivo e psíquico.

#### Psicologia da cor vermelho

O vermelho é a preferência de 12% das pessoas, em iguais proporções entre homens e mulheres. Do outro lado, apenas 4% das pessoas citaram o vermelho como a cor menos preferida.

O simbolismo do vermelho possui associação forte ao fogo e ao sangue, os quais possuem um caráter existencial em todas as culturas. Assim, sentimentos e sensações transmitidos pelo vermelho tendem a ser compartilhados por pessoas de todo o mundo e através dos tempos.

O vermelho é a cor que representa as paixões, do amor ao ódio, das boas às más intenções. É também a cor do erotismo e da sedução. Não à toa, também é associado a coisas proibidas e imorais.

Quando o sangue sobe para a cabeça, o rosto fica vermelho. Isso pode acontecer com nervosismo, timidez, raiva, entre outras emoções fortes.

O fogo, embora possa ter diversas cores, é tido como vermelho. Quando um metal fica quente, ele fica vermelho. Por isso o vermelho tão associado ao calor.

Na tradição antiga, o vermelho era considerado uma cor masculina, já que representa a cor da força, da atividade e da agressividade.

Era a cor usada em pinturas corporais por indígenas brasileiros antes de ir para a guerra e também para cerimônias religiosas.

De certa forma, o vermelho é mudança e é o oposto do azul, que tende ao passivo e ao delicado.

Não à toa, o vermelho é adotado por grande parte dos movimentos reformistas, entre comunistas, socialistas, sindicalistas e partidos de esquerda em geral, e nunca por partidos conservadores ou pautas reacionárias.

Por esta razão, na luta por direitos das mulheres, o vermelho passou a ser associado ao feminino. Para se ter uma ideia, somente 5% dos entrevistados por Eva Heller atualmente citam o vermelho como cor masculina, enquanto 25% o consideram uma cor feminina.

O vermelho é considerado também a cor da justiça. No imaginário ocidental, sangue se paga com sangue. Nas cidades medievais, em dias de julgamentos, eram içadas bandeiras vermelhas, as sentenças eram assinadas pelo juiz com tinta vermelha e os carrascos vestiam-se de vermelho.

Até hoje, ao corrigir provas nas escolas, os professores usam a caneta vermelha.

Além disso, vermelho é a cor do dinamismo, da tomada de decisão. A Coca-Cola aproveita-se bastante desta simbologia, pois nenhuma cor cairia melhor para um refrigerante com efeito estimulante. O Papai Noel, que na tradição nórdica era marrom ou verde, passou a ser vermelho por causa da Coca-Cola. E tornou-se símbolo da maior data do comércio na maioria dos países do mundo.

Por motivos semelhantes, o vermelho é uma das principais escolhas para embalagens de cigarros, pois passa a impressão de fumantes dinâmicos. É a primeira cor que vem à mente quando você pensa em uma Ferrari. E é a cor preferida para batons femininos.

Uma das cores primárias, o amarelo é a cor favorita de 6% das pessoas, enquanto 7% dizem detestá-la. Com o passar da idade, o apreço pelo amarelo aumenta, fato que também acontece com outras cores luminosas.

## Psicologia da cor AMARELO

Uma das cores primárias, o amarelo é a cor favorita de 6% das pessoas, enquanto 7% dizem detestá-la. Com o passar da idade, o apreço pelo amarelo aumenta, fato que também acontece com outras cores luminosas.

No que se refere ao significado, o amarelo é uma cor ambígua. Ao mesmo tempo em que é associada à recreação, à jovialidade e ao otimismo, também o é ao ciúme e à hipocrisia.

Assim, a cor dos otimistas é o amarelo, pois possui uma disposição ensolarada. Além disso, esta cor é lúdica e irradia como um sorriso. Mas, ao mesmo tempo, o amarelo também é a cor da cobiça desmedida e de sentimentos que causam a raiva.

Segundo a doutrina cristã, a inveja e a cobiça são dois dos sete pecados capitais, facetas do egoísmo, e são associadas ao amarelo.

Além disso, é possível dizer que o azedo, o refrescante e o amargo são sensações do paladar atribuídas ao amarelo. Isso porque associamos o amarelo ao limão, uma fruta ácida e azeda.

O nojo e o impuro são amarelos. Dizemos que a pessoa que está sem graça tem um sorriso amarelo. Quando personagens nos desenhos animados ficam doentes, são representados com a cor amarelo.

Por conta de sua simbologia, o amarelo está presente em muitos detalhes da nossa vida e dia a dia. No futebol, por exemplo, as advertências são feitas com um cartão amarelo. Já em um navio, o içamento de uma bandeira amarela sinaliza a eclosão de uma epidemia. Na Idade Média, se uma bandeira amarela fosse hasteada em uma cidade, significava que naquele local havia eclodido a peste.

O significado político do amarelo também é negativo, pois é considerado como a cor dos traidores e dos indecisos. A prova disso é que ainda não existiu nenhum partido que se autodenominasse “os amarelos”.

O verde é a cor predileta para 16% dos homens e 15% das mulheres. Do outro lado, 6% dos homens e 7% das mulheres a citam como a cor menos apreciada.

### Psicologia da cor VERDE

O verde é a cor predileta para 16% dos homens e 15% das mulheres. Do outro lado, 6% dos homens e 7% das mulheres a citam como a cor menos apreciada.

O verde é mais que uma cor: é uma ideologia, uma esperança e, também, um estilo de vida.

O verde é a cor da natureza, principalmente a cor da primavera, e a primavera é a estação da fertilidade. A rã, por sua vez também é símbolo da fertilidade. Além de ser verde, ela põe inúmeros ovos que se assemelham a embriões humanos.

Por ser a cor das coisas que crescem no mundo natural, também é associada à riqueza. Por isso, o dinheiro é visto como verde, independente da cor real que as cédulas possuam.

Por isso o verde também é associado à burguesia. E nos retratos antigos, os burgueses em grande parte faziam-se pintar com um fundo verde.

Além disso, as mesas de jogos, grande entretenimento da burguesia, tradicionalmente são forradas por um tecido verde.

As frutas que não estão maduras são chamadas de “verdes”, independente de sua cor real. Assim, o verde é também a cor da juventude – uma vez que o estágio da imaturidade é associado a esta cor. Aquilo que denominamos como “profissional verde” ou “aluno verde” é aquele que ainda tem muito o que aprender.

Na tradição antiga europeia, demônios em geral eram verdes (e também pretos). Isso porque qualquer coisa que possua pele esverdeada não pode ser humana – e nem sequer mamífero.

Na mesma linha, fantasmas e almas penadas tendem para o verde. O que é morto, o esgoto, a sujeira também pode ser verde.

### Psicologia da cor preto

No âmbito das ciências, muito já se discutiu sobre o preto ser ou não uma cor, uma vez que em termos de espectro luminoso o preto é a ausência de cores.

Porém, as simbologias atribuídas ao preto são únicas e incomparáveis, fazendo com que esta discussão, no âmbito da psicologia e dos significados das cores, não seja relevante.

Dito isso, o preto é a cor favorita para 10% das pessoas em média. Mas é notável o quanto esta preferência muda bastante ao longo da vida. Cerca de 20% dos jovens de 14 a 25 anos e 15% das jovens da mesma faixa etária consideram o preto a sua cor preferida, porém na faixa etária acima de 50 anos a cor praticamente não é citada como preferida.

A diferença de percepção do preto ao longo da vida é notável. Isso ocorre devido à sua natureza ambígua. Por um lado, jovens associam o preto a carros caros, sofisticação, poder e roupas da moda. Do outro lado, pessoas adultas e idosas tendem a associá-lo à escuridão e à morte.

Por esta razão, atualmente pessoas usam preto em enterros e velórios e o preto também é a cor do luto.

Na Idade Média, todas as cores luminosas eram reservadas à nobreza, restando às classes menos favorecidas as cores escuras e sem brilho, como o marrom, o cinza e o próprio preto.

É interessante notar que quando a burguesia atingiu o topo da escala social, adotou o preto como principal cor, em carros, ternos e até mesmo mobiliário. Sendo assim, o colorido é que passou a ser associado às camadas populares e às manifestações culturais espontâneas.

Até início do século XX, as noivas das nobrezas europeias usavam vestidos pretos para casar. De acordo com a simbologia, a escolha da cor fazia muito sentido, uma vez que, entre nobres, casamentos eram como fusões comerciais.

O preto também é a cor da noite, do céu noturno, da penumbra.

Por isso, o preto é associado às coisas proibidas, ao mistério, ao místico e também às coisas que se fazem em segredo.

A grande maioria das organizações secretas e fora da lei possui o preto como cor. Podemos ver isso nas bandeiras dos anarquistas e dos piratas.

Devido a esta forte conotação, em combinações com outras cores, eventuais significados positivos tendem a ser transformados em negativos quando o preto é adicionado.

#### Psicologia da cor branco

O dilema de “ser ou não ser” uma cor também é levantado. Afinal, sabemos que de acordo com a Teoria da Óptica o branco é na verdade a soma de todas as cores do espectro luminoso.

Porém, assim como no caso do preto, atribuímos ao branco propriedades específicas que nada têm a ver com sua natureza física e podemos considerá-lo uma cor como outra qualquer do ponto de vista do significado das cores.

Quando perguntadas sobre o branco, apenas 2% das pessoas o citam como a cor preferida, enquanto 2% dos homens e 1% das mulheres o classificam como a cor de que menos gostam. O branco é a cor da inocência, do bem e dos espíritos bons. Branco é a cor do silencioso.

Tanto a limpeza quanto a pureza estão associadas ao branco. Por isso profissionais de saúde usam roupas brancas.

O branco também é associado à virgindade. O que o levou a substituir o preto como cor mais comum para vestidos de casamento.

Como muitos casais já não se importam com a questão da virgindade, aos poucos os vestidos estão se tornando creme.

Praticamente não existe significado negativo ligado ao branco, sendo que suas cores contrárias são o preto e o vermelho.

Em várias obras de arte e filmes, o branco é a cor do bem, da luz, do lado bom e é a cor mais usada para representar anjos e paraísos em geral.

Quando envelhecemos nossos cabelos e barbas ficam brancos, por isso o branco também é associado a experiência de vida.

Por outro lado, há uma conotação racista, uma vez que algumas pessoas e etnias são chamadas de “brancas”, quando essa palavra não define a cor visível de suas peles, sendo este “branco” em oposição a outras raças chamadas de “vermelhas”, “amarelas” ou “pretas”, quando, novamente, estas cores não correspondem às cores das respectivas peles.

O branco também pode ter a conotação de vazio, sendo que em muitas línguas o branco e o vazio são representados pela mesma palavra.

O vazio é leve, logo, o branco é a cor mais leve de todas. Em sentido metafórico, o vazio representa ainda a ausência de sentimentos.

### Psicologia da cor laranja

Exótica e penetrante, a cor laranja é considerada a favorita para 3% dos homens e 2% das mulheres. Em contrapartida, 9% das mulheres e 6% dos homens citaram o laranja como a cor que menos os agradam.

Na psicologia das cores, o laranja desempenha um papel pouco preponderante, por estar próximo de duas cores com muita personalidade: o amarelo e o vermelho.

Por conta disso, não são muitos os conceitos em que o laranja possua papel de destaque.

Laranja é cor da diversão, da sociabilidade e do lúdico.

Além disso, laranja é a cor de um caráter penetrante e intrusivo.

Essas características fizeram com que, até há pouco tempo, o laranja fosse exaustivamente usado na publicidade. Porém, com o uso excessivo, consumidores passaram a evitá-lo.

O laranja é também a cor das coisas que não se levam a sério, por isso deve ser usado com moderação.

Perceba que o laranja quase nunca é a cor de produtos caros, de prestígio. Apesar de possuir uma excelente visibilidade no escuro (e na neblina), o laranja não é comumente escolhido como cor de carros, uma vez que este é considerado um item de prestígio.

#### Psicologia da cor violeta

12% das mulheres e 9% dos homens dizem que, de todas as cores, o violeta é a menos apreciada. Na outra mão, 3% das mulheres e dos homens dizem ser esta sua cor preferida.

De natureza ambígua, o violeta consegue transmitir um grande leque de associações, muitas vezes opostas.

Por exemplo, o violeta é associado à tecnologia e à ciência, ao mesmo tempo em que o é ao ocultismo, à fantasia e à magia.

Historicamente o violeta foi muito associado ao poder e à nobreza.

O violeta nunca é visto como humilde ou recatado; ao contrário, o violeta passa o sinal de extravagância.

O violeta é também a cor da vaidade – que, segundo o cristianismo, é considerado o mais danoso entre os sete pecados capitais.

No vestuário, o violeta distingue, chama atenção.

O violeta possui grande associação a desejos sexuais, principalmente em conjunto com o vermelho.

Por outro lado, o violeta está também vinculado à espiritualidade e à abstinência.

As cores no ambiente escolar

A percepção, significação e resposta humana frente ao impacto das cores constitui um fenômeno que leva em conta o homem como ser biológico, social, cultural e único. Ou seja, tonalidades distintas provocam sensações e reações distintas que são potencializadas pelos simbolismos coletivos e também por interpretações pessoais.

O projeto Design Social: Valorização do Indivíduo através do Ambiente, destacará as seguintes cores:

## **AZUL**

O Azul acalma a mente, reduz a pressão arterial e aumenta a consciência. O azul tem fortes características de quietude, segurança e reflexão.

Combinado a uma iluminação suave contribui para a execução de tarefas.



*Wilson High School, Tacoma, Estados Unidos – Fonte: [TopBox Design](#).*

## **LARANJA**

Vívido e enérgico, o laranja tem espírito inquieto, luminoso e extrovertido. Com aspecto alegre, essa cor está associada à atividade infantil que é sempre “incansável”. É uma ótima opção para espaços escolares, pois ajuda a liberar emoções reprimidas e a criatividade, combinada a uma iluminação suave contribui para a execução de tarefas.



*Newfield & Talbot School, Reino Unido – Fonte: [Imagine These](#)*

## **VERDE**

O verde está profundamente ligado à natureza, trazendo consigo características como harmonia, tranquilidade, esperança e liberdade. Também é excelente para a Arquitetura Escolar por permitir diversas combinações e configurações.



*Fitzroy High School, North Fitzroy, Austrália – Fonte: [World Buildings Directory](#)*

## **AMARELO**

Amarelo é a cor da energia e da inteligência. Atrativo, estimula o sistema nervoso, transforma o pessimismo em otimismo e representa expansividade. O laranja está ligado à atividade e impulsiona a ação.



*Phoenix High School, Londres, Inglaterra – Fonte: [Eve Waldron Design](#).*

## **CINZA**

Neutro, o cinza precisa ser bem dosado no ambiente educacional. É uma cor que na Arquitetura pode se comportar de maneira elegante e elevar o nível de formalidade, efeitos indicado, sobretudo, para faculdades e outros centros de ensino adulto.



*Langford Elementary School, Estados Unidos – Fonte: [USGBC: SC Chapter](#).*

## **PRETA**

O preto é a ausência de cor, perfeito para uma parede que permitirá aos alunos se expressar:



### 1.1.3. Design Sustentável

O design para a sociedade, consiste em desenvolver produtos que atendam às necessidades reais específicos de cidadãos menos favorecidos, social, cultural e economicamente; assim como, algumas populações como

peças de baixa-renda ou com necessidades especiais devido à idade, saúde ou inaptidão.

O design social implica atuar em áreas onde não há atuação do designer, e nem interesse da indústria com soluções que resultem em melhoria da qualidade de vida, renda e inclusão social. Conduzir para uma produção solidária e uma responsabilidade moral do design.

No final da década de 60 e início da década de 70, foi quebrado o paradigma dominante do design que estava voltado para o mercado, o consumo e a obsolescência planejada. As novas ideias pregavam um design ecológico e social. PAPANÉK, 1971 em seu polêmico livro *Design for the real World*, tentou mostrar um caminho alternativo para o designer, o desenvolvimento de um design não para o mercado e sim para o indivíduo, para a comunidade. Papanek também incentivava aos designers a passarem em países subdesenvolvidos aperfeiçoando produtos que realmente satisfazem as necessidades locais.

Gui Bonsiepe desenvolveu ações e publicou vários livros para integrar o design no processo de industrialização de países periféricos fortalecendo a independência econômica dos mesmos e, por outro, inaugurou uma tradição crítica sobre esse processo, visando compreendê-lo cultural e politicamente.

O design social deve ser socialmente benéfico e economicamente viável, como mostra a figura 1. Nesta abordagem é necessário priorizar requisitos sociais os mesmos que devem ser considerados em todos os níveis do processo de desenvolvimento e produção, visando obter produtos que causem uma melhoria na qualidade de vida dos excluídos.

Isto exige do designer uma ação interdisciplinar do projeto, aplicação de metodologia de desenvolvimento de produto que permita minimizar os problemas sociais, aplicação de ferramentas e técnicas de projeto adequadas além de um maior conhecimento de sociologia, psicologia, política pública e antropologia.

É possível estabelecer algumas diretrizes de projeto de forma a que os produtos industriais e visuais forneçam aos usuários outros benefícios econômicos duradouros e mais justos socialmente.

Diretrizes de projeto social:

- Uso de materiais simples;
- Uso de materiais de qualidade compatíveis com as necessidades do produto;
- Uso de materiais de fácil obtenção e de baixo custo;
- Uso de materiais nativos;
- Uso de materiais adequados aos recursos dos processos de fabricação disponíveis;
- Uso de mão de obra com condições de absorver o conhecimento;
- Uso de processos de fabricação disponíveis e com tecnologia dominada localmente;
- Adequação do produto ao contexto sócio-cultural;
- Redesign de produtos que realmente atendem as necessidades locais;
- Ser funcional e ter boa usabilidade;
- Proporcionar a auto-estima do grupo social;
- Abrangência local, continental sem alterações;
- Atender as características biomecânicas do grupo;
- Valorizar os aspectos sociais, culturais e ambientais da localidade;
- Atender ao estilo e simbolismo do grupo social;
- Linguagem do produto adequada ao estilo de vida do grupo social;
- Uso racional e otimizado de matérias primas e componentes;
- Fácil fabricação; montagem; manutenção; desmontagem; reciclagem;
- Longo ciclo de vida;
- Baixo custo.

Estas diretrizes deveriam ser aplicadas com peso, ou seja, alta, média e baixa importância no projeto. Dando valores mensuráveis.

Uma das formas atualmente defendidas por pesquisadores é que o trabalho do designer social não esteja afastado das comunidades e que seja um trabalho de consultoria voluntária ou subsidiada por governos, por ONGs e por empresas, nas mais variadas áreas de atuação.

Exemplos de designers:

*Cameron Sinclair.* O arquiteto britânico é o fundador do Architecture for Humanity, projeto que começou em 1999 e se tornou um hub internacional que ajuda a reconstruir povoados que sofreram com guerras e, conseqüentemente, a falta de habitação. Sinclair já passou por 49 países, ajudando em conflitos como a atual guerra síria e o furacão Katrina, que atingiu os Estados Unidos em 2005. Ele também é autor do livro *Design Like You Give A Damn!*, e já foi premiado no TED.



*Figura 1. O Architecture for Humanity desenvolveu estes abrigos, junto ao IKEA, para refugiados no Iraque e na Etiópia*

*Alfredo Brillembourg:* Nascido em Nova York, o arquiteto e seu sócio, Hubert Klumpner, fundaram o Urban-Think Tank, projeto interdisciplinar que visa não só construir projetos de arquitetura social, mas também realizar trabalhos educativos, exposições e outros projetos. No Brasil, eles estão desenvolvendo a inserção de uma unidade do projeto Fábrica de Cultura, do governo estadual de São Paulo, na favela de Paraisópolis. Outro projeto de destaque é o Metro Cable, na região de San Agustín, em Caracas, na Venezuela, onde criaram um teleférico para ajudar na locomoção da área

íngreme, desafiando autoridades governamentais que queriam retirar famílias para construí-lo.



*Figura 2. Projeto do Metro Cable*

*Marcelo Rosenbaum:* O designer é um dos mais engajados em resgatar as tradições ancestrais brasileiras e promover a economia social com o projeto A Gente Transforma. Em sua sexta e mais recente imersão, Marcelo e uma equipe de criativos passou dias em uma reserva na Amazônia, desenvolvendo técnicas em conjunto com artesãos locais.



*Figura 4. Cestos criados para uma das edições do A Gente Transforma*

#### 1.1.4. Revitalização

Definição: o mesmo que revigorar, dar nova vida, reviver.

A escola é uma de nossas moradas e exige de cada frequentador o mesmo cuidado, respeito e ética do convívio familiar. É um espaço público frequentado por crianças, jovens e adultos, no qual passam a maior parte do seu tempo. A estrutura física, organização, manutenção e segurança mostram sobre a vida que se desenvolve ali. A educação não pode se limitar apenas às salas de aula, mas também proporcionar um espaço acolhedor, de descontração, relaxamento e relacionamento entre os alunos durante o intervalo de aulas, que contribua para o prazer da proposta escolar e se tornar uma questão pedagógica. É neste momento que a questão ética se articula com a estética.

A beleza da escola não se limita a limpeza e bom planejamento do prédio, porém é um espaço de interação favorecendo o aprendizado de maneira confortável, proporcionando aos frequentadores reconhecê-lo como um lugar que os pertence. A falta de intervenções pode expor o risco e danos à exploração do ambiente, levando à destruição.

Exemplo:

Projeto: "Revitalização do Ambiente Escolar" - EE Vereador Tadao Sakai, Mogi das Cruzes - SP

Carmen de Mello Miranda é coordenadora na EE Vereador Tadao Sakai. Atua na rede pública estadual de ensino há 28 anos. Para a realização do projeto contou com o apoio da equipe gestora e de todos os professores da unidade escolar.

O projeto propõe desenvolver ações para melhorar o ambiente escolar, promovendo a cultura da conservação, preservação e revitalização. De forma a ajudar a manter a integridade física e cultural da escola, levando o indivíduo a legitimar seu papel na comunidade, valorizar o sentimento de pertencimento a um grupo capaz de vencer desafios, e reafirmar valores, fazendo com que vejam a escola como um patrimônio da comunidade.

O principal objetivo é incentivar os alunos e a comunidade a preservar o patrimônio público escolar, conscientizando-os acerca dos benefícios que

terão com essa atitude. O projeto mobiliza os gestores da unidade escolar, representantes do bairro, pais, conselho de escola e da comunidade escolar (alunos, professores e funcionários), fortalecendo a relação escola-comunidade e estimulando todos a praticar a cidadania.

O projeto envolveu o alunos dos Anos Iniciais e Anos Finais do Ensino Fundamental e Ensino Médio.

Fotos do projeto sendo executado pelos próprios alunos





Divulgação



Divulgação

## 1.2. CONTEXTO HISTÓRICO

Cabe aqui destacar a importância do Centro Paula Souza. Uma autarquia do Governo do Estado de São Paulo, vinculada à Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação (SDECTI). A instituição administra 218 Escolas Técnicas Estaduais (Etecs) e 65 Faculdades de Tecnologia (Fatecs), reunindo mais de 283 mil alunos em cursos técnicos de nível médio e superior tecnológicos, em mais de 300 municípios.

Mas quem foi Paula Souza? Nascido em Itu/SP, o engenheiro e professor Antonio Francisco de Paula Souza (1843 – 1917) posicionava-se como um liberal, a favor da república e do fim da escravatura. Estudou engenharia na Alemanha e na Suíça. Fundou a Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (Poli-USP) e trabalhou diretamente no desenvolvimento da infraestrutura do País, projetando obras e estradas de ferro. Na política, atuou como deputado, presidente da câmara estadual e ministro das Relações Exteriores e da Agricultura no mandato do presidente Floriano Peixoto (1891 – 1894). Paula Souza era reconhecidamente um homem à frente de seu tempo e caracterizou-se como um educador que sempre defendeu o papel da escola como meio de formação de profissionais e não somente um local para discussões acadêmicas. Mais de 40 anos após sua morte, os princípios idealizados por Paula Souza começaram se concretizar com a criação do Centro Estadual de Educação Tecnológica de São Paulo, em 6 de outubro de 1969, que posteriormente foi rebatizado como Centro Paula Souza, em homenagem ao professor.

### A ETEC Professor Massuyuki Kawano

A Escola Técnica iniciou suas atividades em Tupã, no segundo semestre de 2000, como classe descentralizada da Escola Técnica de Osvaldo Cruz, sendo inicialmente instalada no prédio do Centro Público Raul de Melo Senra, que também era utilizado pelos cursos de qualificação da SERT que na época oferecia cursos de qualificação profissional no período noturno em parceria com a Prefeitura Municipal.

Após intenso trabalho das lideranças políticas do município e graças ao empenho do Prefeito Municipal Professor Waldemir Gonçalves Lopes, no dia 30 de março de 2006, o então Governador Geraldo Alckmin, por meio do Decreto 50.621, criou a Escola Técnica Estadual de Tupã.

A Prefeitura Municipal assumiu a reforma do prédio e o Centro Paula Souza destinou todos os equipamentos e livros necessários para a montagem da nova escola, que foi inaugurada com grande festa no dia 02/JUNHO/2006, com a presença da Secretária da Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento, Maria Helena Guimarães de Castro, vários Deputados Estaduais, da Diretora Superintendente do Centro Paula Souza, Prof<sup>a</sup> Laura Laganá, Prefeito Municipal, Vereadores, Diretores de Fatecs e Etecs, várias autoridades, lideranças políticas da cidade e da região, empresários, professores, alunos e população em geral, em uma especial solenidade que foi amplamente divulgada na mídia local e regional.

Inicialmente a Escola foi denominada Escola Técnica Estadual de Tupã e posteriormente por indicação da Prefeitura, da Câmara Municipal e da comunidade escolar, a escola passou a ser chamada de Escola Técnica Estadual Prof Massuyuki Kawano, em homenagem a um grande educador da cidade de Tupã.

O professor Massuyuki Kawano foi um homem quem sempre atuou com obstinada dedicação no fortalecimento da qualidade e das opções para o ensino universitário. Isso o levou a criar as Faculdades FACCAT, que atualmente contam com cinco cursos superiores.

## MISSÃO DA ESCOLA

Formar pessoas dinâmicas, empreendedoras, capazes, pensadoras, com habilidades e competências para atuar no mercado de trabalho e preparadas para a vida em sociedade.

## VISÃO DA ESCOLA

Ser referência de ensino e aprendizagem regional, com cursos que atendam às expectativas da comunidade, e referência na busca de profissionais para o mercado de trabalho.

## INFRAESTRUTURA

A Escola dispõe de uma área construída de 4.288,42 m<sup>2</sup> e encontra-se instalada em um terreno de área total de 8.508,86 m<sup>2</sup>, onde antigamente funcionavam os cursos do CEFAM.

É composta de 02 (dois) prédios de 02 (dois) pavimentos cada (térreo, superior), ligados entre si por passarela e ao térreo por escadas.

No térreo do segundo prédio, encontram - se vestiários, banheiros para os alunos, cozinha, refeitório, laboratório de materiais de infraestrutura, sala do pessoal terceirizado, lavanderia, oficina de artes, Biblioteca, Cantina, sala de Áudio Visual, laboratório de Instalação e Manutenção de Computadores, almoxarifados de materiais de jardinagem e de limpeza, dois laboratórios de Informática.

A escola conta atualmente com ensino integrado, ensino médio e 12 cursos técnicos, dentre eles o curso de Design de Interiores.

O TÉCNICO EM DESIGN DE INTERIORES é o profissional que participa na elaboração e na execução de projetos de interiores de espaços residenciais, comerciais, vitrines e exposições, visando a estética, a melhoria dos aspectos funcionais, ergonômicos e visuais dos ambientes, para atender as necessidades de conforto, segurança e bem-estar dos usuários. Desenvolve esboços, perspectivas e desenhos, de acordo com as normas técnicas.

Planeja e organiza o espaço, identifica elementos básicos para a concepção do projeto. Representa os elementos de projeto no espaço bidimensional e tridimensional, aplicando métodos de representação gráfica.

No mercado de trabalho, atua em escritórios de design, empresas e escritórios de projetos de interiores, lojas de móveis e decoração, shoppings e outros estabelecimentos comerciais, construtoras e imobiliárias.

## 2. PROJETO DE REFERÊNCIA:

Revitalização do Centro Cultural e Biblioteca Promissão de Diadema, que abriu mais 1.000 vagas para oficinas culturais. Entre os espaços revitalizados, estão dois ateliês - o de costura e o de artes visuais, as salas de música e artes cênicas, a área administrativa e o saguão de entrada. O prédio recebeu nova pintura, a parte elétrica e hidráulica foram reformadas e foi instalado um novo banheiro com acessibilidade. Outro espaço inaugurado foi a biblioteca.

Essa manutenção foi feita com o propósito de oferecer oficinas novas de capoeira infantil e de corte e costura, ritmos e sertanejo universitário, para munícipes com idade a partir de 13 anos.

*“Ao longo dos 20 anos de existência, o Centro Cultural Promissão não passou por intervenção. Nós avançamos ao trazer para o ambiente características agradáveis e com as quais a população possa se identificar. A intenção é proporcionar convívio social”, disse o secretário de Cultura.*



Figura 1. Fachada colorida embeleza e atrai as atenções para as aulas

Alunos participam de revitalização da Escola Raymundo Vianna na periferia de Parque Verde em Brasília/DF

Essa iniciativa vem ao encontro das ações empreendidas pela Secretaria de Estado de Educação (Seduc) para a manutenção das escolas da rede estadual, o que inclui um trabalho de conscientização das comunidades escolares quanto à conservação do patrimônio escolar.



*Figura 1. Pintura das paredes da escola e paisagismo*



*Figura 2. Aluna pintando o interior da sala de aula.*



*Figura 3, professora e aluno preparando a horta*

### 3. MEMORIAL DESCRITIVO

#### 3.1. Identificação do Projeto

Tipo de Obra: revitalização de espaço de uso coletivo do pátio da escola técnica Professor Massuyuki Kawano.

#### 3.2. Levantamento do local

Descrição com medidas:

- Área linear: 9,70m<sup>2</sup>
- Pé Direito: 3,60 m2
- Estrutura de Alvenaria
- Paredes pintadas em cores bege e marrom
- Piso de cimento queimado

### 3.3. Fotografias do Local

### 3.4. Croqui e Planta

### 3.5. Planta Técnica

### 3.7. Preparação do local

- Retirada das mesas e cadeiras sucateadas;
- Remoção de quadros de recados;
- Preparação e pintura das paredes;
- Instalação de pontos de elétrica e iluminação;
- Fixação do mural de recados;
- Colocação de assentos estilo tatame;
- Murais decorados com arte lettering;
- Novo layout com mesa de apoio e vasos de planta;

### 3.8. Fotografias da execução do projeto





3.9. Fotografias do Projeto Concluído





## ORÇAMENTO PROJETO TCC

### Materiais

Preparação LOCAL			
Descrição material	Preço unitário	Quantidade para o projeto	Valor total
Tinta	R\$ 90,00	5 un	R\$ 450,00
Pincéis	R\$ 10,00	6 un	R\$ 60,00
Rolo de espuma	R\$ 25,00	4 un	R\$ 100,00
Massa corrida	R\$ 30,00	1 un	R\$ 30,00

Obs.: materiais para limpeza (balde, vassora, rodinho, etc) , tratamento (impermeabilização, remoção de piso e /ou pintura) , descarte ( caçamba, lixo, etc)

Revestimentos			
Descrição material	Preço unitário	Quantidade para o projeto	Valor total
Madeira	R\$ 23,00	7 un	R\$ 161,00
Fiação		50 metros	R\$ 200,00
Iluminação			R\$ 300,00

Obs.: piso, azulejo, argamassa, pintura, papel de parede, pedra, etc

Móveis e Acessórios			
Descrição material	Preço unitário	Quantidade para o projeto	Valor total
Estofado	250,00	2	R\$ 500,00
Luminária (corrente)	10,00	2	R\$ 20,00
Trilho e Spots			R\$ 140,00

Obs.: marcenaria, mobiliário pronto, acessórios, vegetação

Mão de obra			
Descrição serviço	Preço unitário	Quantidade para o projeto	Valor total
Pintura			R\$ 300,00
Marceneiro			R\$ 400,00
Eletricista			R\$ 300,00

Obs.: descrever mão de obra de acordo com o serviço a ser prestado

#### 4. Considerações Finais

Diante da importância do design em trazer para o ambiente escolar um novo pensamento sobre a educação para estimular, valorizar e estabelecer um ambiente propício à criatividade, interação e integração de novas formas de aprendizagem, torna-se interessante e viável a execução dessa intervenção.

Desta forma, a conclusão do projeto proporcionará um ambiente revitalizado, confortável, estimulante, que oferta qualidade de vida e traz um olhar atento as reais necessidades dos alunos.

## 5. Referências

<http://www.matildefilmes.com.br/psicologia-das-cores-guia-avancado-para-profissionais/>

I International Symposium on Sustainable Design | I Simpósio Brasileiro de Design Sustentável, Curitiba, 4-6 de setembro de 2007 | ISBN 978-85-60186-01-34

<http://www.pabole.com.br/Noticias-da-Parabole/revitalicao-do-espaco-escolar-nao-e- apenas-e-um-espaco-e-o-meu-lugar.html>

<http://mmpmovelaria.com.br/design-social/>

[https://www.google.com.br/search?q=IMAGENS+DE+REVITALIZA%C3%87%C3%830+ESCOLAR&rlz=1C1NHXL\\_pt](https://www.google.com.br/search?q=IMAGENS+DE+REVITALIZA%C3%87%C3%830+ESCOLAR&rlz=1C1NHXL_pt)

<https://gestaoescolar.org.br/conteudo/476/o-espaco-fisico-da-escola-e-um-espaco-pedagogico>

<http://www.dabus.com.br/blog/2014/07/a-cor-na-arquitetura-escolar-e-sua-influencia-sobre-a-aprendizagem/>