



DESIGNER DE INTERIORES

SUMÁRIO

1-	BREAFING DO PROJETO	3
2-	A PERCEPÇÃO HUMANA	10
3-	INTERIOR MODERNO	26

REFERÊNCIAS

1- BREAFIG DO PROJETO

O briefing é um conjunto de orientações passadas a alguém que vai criar algum projeto.

O termo briefing é muito utilizado no ambiente corporativo, principalmente em agências de publicidade e empresas ligadas à comunicação.

Pensando nesse segmento de negócio, um briefing deve ter:

- Informações sobre o produto ou serviço do cliente
- Panorama geral do mercado de atuação
- Perfil do público-alvo
- Objetivos da empresa
- Objetivos do cliente

Por exemplo, uma marca que quer fazer uma campanha na internet precisa explicar para a agência responsável que retorno ela espera, qual a mensagem ela quer passar e outras informações relevantes.

Quando falamos das áreas de arquitetura e design de interiores, o briefing tem muitas diferenças do modelo corporativo, afinal, os objetivos são bem diferentes.

O que não muda é que o briefing é essencial para criar um projeto que vá ao encontro das necessidades do cliente.

Quanto mais completo o briefing estiver, maiores são as chances de acertar e entregar um trabalho de qualidade dentro do prazo.

Para entender melhor como o briefing funciona, vamos explicar como montar um briefing de arquitetura e design de interiores.

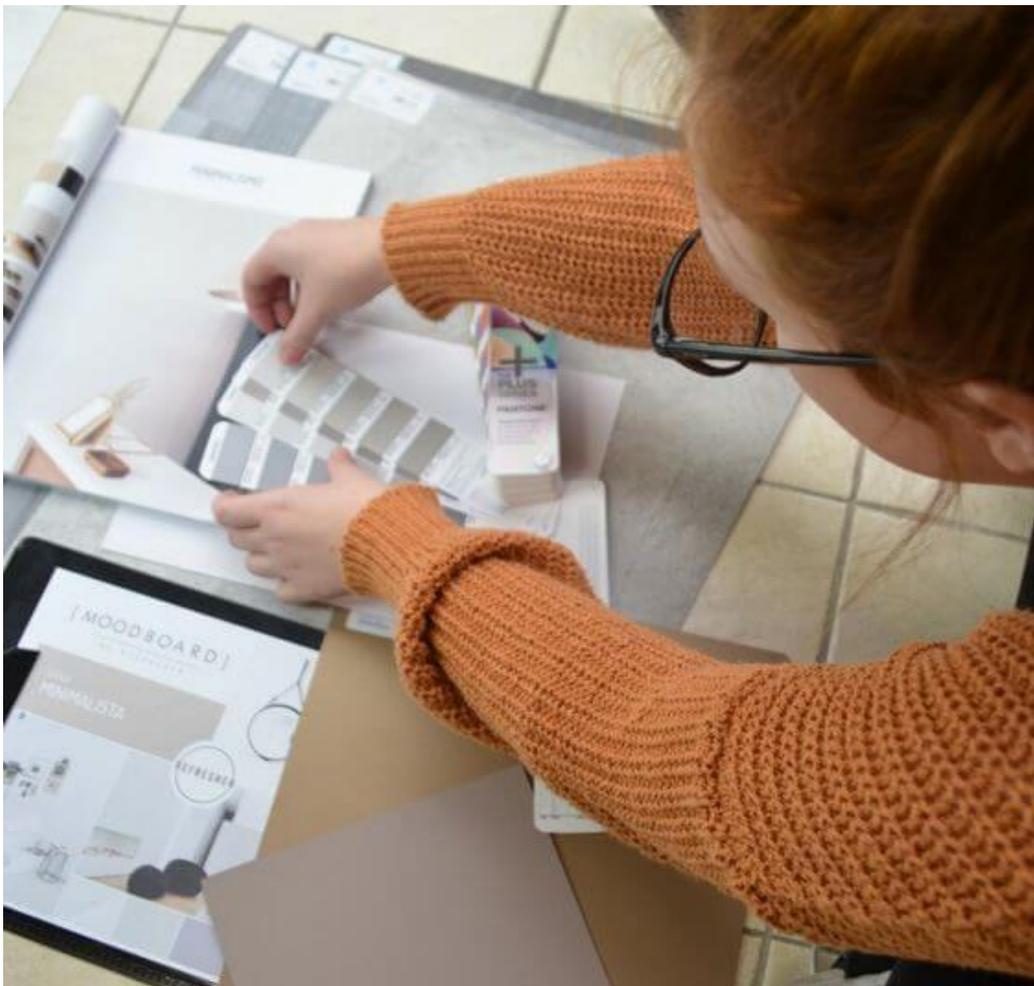
Como montar um briefing?

Programa de necessidades: o briefing na arquitetura

Dentro de um projeto de arquitetura, o briefing nada mais é do que o programa de necessidades.

O briefing pode variar de acordo com o tipo de projeto, que pode ser residencial, comercial, institucional ou corporativo. Durante a conversa inicial, o cliente vai informar quais são os seus sonhos e expectativas em relação ao projeto.

Nesse momento, é comum que haja muita empolgação, por isso é importante que o arquiteto saiba conduzir a reunião para que não falte nenhuma informação importante no briefing.



O que é briefing: briefing de arquitetura

Do contrário, o cliente pode falar muito, mas ir embora sem informar tudo o que é necessário para o início do projeto. Essa falta de comunicação no briefing pode trazer vários problemas no futuro.



O que é briefing: problemas na comunicação

A forma mais prática de fazer o briefing é utilizando um check list de perguntas.

Para exemplificar, mostraremos os tópicos que devem abordados em um briefing para um casal recém-casado:

- Quantidade de cômodos
- Planos futuros em relação à família ou à casa (se desejam ter filhos, por exemplo)
- Frequência de uso do imóvel
- Hobbies (por exemplo, se gostam de cozinhar ou assistir muita TV)
- Quais serão os cômodos mais usados da casa

Também é interessante pedir para o cliente referências do que ele gostaria (ou não) de ver no imóvel. Fotos e vídeos são materiais valiosos que ajudam o arquiteto a ter uma noção maior do que incluir no briefing.

É possível fazer um briefing em um dia?

Vale lembrar que, diante da importância desse levantamento, dificilmente um briefing de arquitetura será finalizado em um dia.

O briefing envolve decisões que devem ser analisadas com calma pelo cliente, que provavelmente nunca pensou em várias questões levantadas pelo arquiteto.

Para evitar preocupações durante o briefing, deixe claro que mudanças também podem ser feitas durante o projeto preliminar e o anteprojeto.

E falando em preocupações, sabemos que o briefing também pode gerar um certo desconforto, pois é nessa hora que o cliente chega cheio de sonhos e o arquiteto precisa trazê-lo para a realidade.



O que é briefing: sonho x realidade

Isso acontece porque nem sempre o orçamento disponível e as limitações do terreno permitem que tudo seja feito, por isso é importante analisar durante o briefing o que pode ser realizado para aproximar esses desejos da realidade.

Briefing de design de interiores: foco nos gostos pessoais e na rotina do ambiente

Existem muitas diferenças entre o briefing de design de interiores e o de projetos arquitetônicos. Enquanto no projeto de arquitetura há uma expectativa em relação ao imóvel como um todo, em projetos de interiores as necessidades do briefing podem ser muito individuais.

Por exemplo, na casa de uma família que tem um casal de filhos, as expectativas de cada um são diferentes. O menino pode querer um quarto com tema de super-herói e a menina, um de princesa. O pai pode gostar de algo minimalista e a mãe, uma decoração clássica.

Por isso, o designer de interiores precisa estar atento à rotina da casa e alinhar todas as expectativas no briefing.



O que é briefing: design de interiores

Assim como no projeto de arquitetura, pedir referências de ambientes é uma forma de entender melhor o gosto do cliente e acertar de primeira no briefing.

Veja algumas sugestões de tópicos de um briefing de design de interiores:

- Quantas pessoas moram na casa
- Quais são as idades
- Quais são os hobbies
- Como é a rotina (horários de café da manhã, almoço, etc)
- Quais são as cores que os moradores gostam
- Quais são os estilos de decoração favoritos (por exemplo, o escandinavo)
- Qual é a frequência e o número de visitas da casa
- Quais são os planos futuros em relação à família ou o imóvel
- Onde trabalham
- A relação com a tecnologia
- Qual o horário que todos costumam estar em casa
- Qual tipo de material preferem no piso
- As necessidades de iluminação de cada ambiente
- Se alguém da casa é alérgico a algum material
- Se têm algum animal de estimação dentro de casa
- Com que frequência usam a cozinha
- Se gostam de plantas

Não tenha vergonha de fazer perguntas “íntimas” ao cliente

Quando falamos de projetos residenciais, estamos lidando com o ambiente mais íntimo do cliente, onde ele busca conforto total.

Para oferecer esse bem-estar, muitas vezes, é preciso fazer perguntas mais diretas no briefing sobre os seus gostos pessoais. Por exemplo: se o cliente costuma ler revistas quando está no banheiro, é interessante incluir um espaço para guardar as publicações.

Para que o cliente (e nem você) sintam-se constrangidos, mostre a importância dessas informações para o briefing e sempre mantenha uma postura profissional. Lembre-se: dar atenção aos detalhes é uma forma de passar credibilidade e segurança.

Vale lembrar que os tópicos abordados no texto são essenciais, mas não existe uma regra de perguntas no briefing.

Cada profissional deve adaptar seu briefing de acordo com seu estilo de trabalho.

2- A PERCEPÇÃO HUMANA

Na atualidade, diversos estabelecimentos de ensino superior têm ofertado formação acadêmica com vistas à capacitação técnico-profissional. Os currículos formativos abarcam os conhecimentos técnicos necessários ao bom desempenho da atividade profissional, contudo, o presente estudo observa na maioria das ofertas de cursos nas instituições pesquisadas, a carência de conteúdos que qualificam o estudante à percepção no campo psicológico e das emoções, e possibilitem atendimento mais efetivo das expectativas relacionadas aos aspectos emocionais e psicológicos do cliente.

Neste contexto, é de extrema importância que o profissional do Design de Interiores seja capaz de desempenhar seu papel de forma satisfatória e ir além de seus conhecimentos de composição visual do espaço. É importante que esse profissional seja também capaz de interpretar e provocar sentimentos e emoções nos expectadores, transmitindo prazer e bem-estar, além de demonstrar valores, sonhos e memórias, que não se podem encontrar em lojas, revistas ou feiras de decoração.

Desta forma, o presente trabalho apresenta pontos importantes a serem considerados na formulação de conteúdo específico para a disciplina que aborde aspectos emocionais e cognitivos do design. Considerando, ainda, o perfil do profissional de Design de Interiores e as expectativas em torno da definição da atividade profissional regulada em Legislação Nacional.

Isto posto, por meio de pesquisa bibliográfica, busca compreender o atual currículo formativo das Instituições Superiores de Ensino para avaliar a inclusão dos assuntos pretendidos.

1.Contexto histórico do Design de Interiores no Brasil

A trajetória da profissão do Designer de Interiores no Brasil é recente. Surgiu, gradativamente, após a revolução provocada pelo advento da eletricidade e da água encanada que se deu na passagem do século XIX para o XX. À época, cozinhas e banheiros foram reconfigurados, e os tetos de espaços, como salas e dormitórios

receberam mais e melhores lustres, sustentando e fortalecendo o conceito de luxo, tão importante para aquele momento. No entanto, acostumadas ao requinte, ostentação e suntuosidade, as classes mais abastadas sequer compreendiam o que hoje consideramos como ergonômico e confortável. (DANTAS, 2015).

Dantas (2015) afirma ainda que apesar de, no início do século XX, muitas residências serem compostas por mobiliário advindos da Europa, algumas lojas de artigos para casa ofereciam serviços de decoração, e, com o auxílio de engenheiros e arquitetos, a prática perdurou por décadas, preparando e promovendo renomados e prestigiados decoradores no país. Era notável a preocupação com o luxo e a ostentação e os modelos estéticos eram buscados fora do país, destacando que os “[...] estilos usados na França e na Inglaterra eram preferência nacional.” (DANTAS, 2015, p.15). Os recursos disponíveis na época eram utilizados não somente para embelezar os ambientes, mas também com o intuito de comunicar características de seus usuários. Status e posição social eram algumas das particularidades expressadas por meio do mobiliário e itens de decoração. Nessa época, surgiram alguns dos principais nomes da decoração brasileira.

De acordo com Laerte Galesso¹ (2014), até meados do século XX, os profissionais da decoração eram poucos, uma vez que não havia formação superior ou técnica na área. Alguns cursos livres eram oferecidos a profissionais de arquitetura, designers de mobiliário ou autodidatas e a contratação de um profissional da Decoração era, ainda, restrito às classes mais privilegiadas. Não havia preocupação com ergonomia, conforto, bem-estar ou a adequação dos espaços às necessidades e preferências dos usuários. Os ambientes eram decorados através da imposição dos profissionais, de acordo com seu gosto e conhecimento.

Na década de 1930, surgiu a necessidade de rever a padronização dos espaços urbanos e em consequência disso despontou um novo público consumidor. Dantas (2015) destaca que:

O termo “decorar” já dá um passo em direção ao seu real significado: adequar os móveis de maneira proporcional e racional, pensar em tapetes e cortinas como

complementos indispensáveis, criar uma iluminação capaz de fazer de uma casa (ou apartamento) um espaço agradável. (DANTAS, 2015, p. 40).

Ainda segundo a autora, com a fuga de europeus rumo à América durante a Segunda Guerra, foi inestimável o conhecimento trazido por esses imigrantes para a área do Design. Com uma preciosa bagagem, possuíam uma visão atualizada das artes, design e arquitetura.

Na década de 1950, aflorou a arquitetura moderna brasileira, abrindo novas frentes para a decoração de interiores. Ou seja, “O caminho está pavimentado. Em 1950, a experiência do design e da decoração já formou adeptos e o Brasil é um país em pleno florescimento.” (DANTAS, 2015, p. 140). Por conseguinte, com o advento da televisão, e a união das famílias em torno desta nova tecnologia, o conforto passou a ser uma exigência nos lares brasileiros, aspecto que até então não guardava relevância para a sociedade.

A época, caracterizada por ambientes claros, luminosos, pouca e necessária mobília, famílias tradicionais buscavam profissionais gabaritados e qualificados para elaborar casas suntuosas e imponentes. Em contrapartida, a decoração se tornava mais democrática, como afirma Dantas (2015):

A decoração já não se restringe às famílias de maior poder aquisitivo. As classes média e média alta apostam na organização do mobiliário e de todo o arranjo doméstico como um trabalho conjunto, elaborado organicamente para que os espaços sejam agradáveis e fluidos. E, é claro, atraentes. (DANTAS, 2015, p. 140).

A autora afirma também que nessa época, com relação às competências dos profissionais, a decoração era ligada a iniciativas amadoras e profissionais vindos de outros segmentos. No entanto, em 1959, em São Paulo, foi fundado o Instituto de Artes Decorativas (IADE), a primeira escola criada para a formação do profissional de decoração.

Outra importante instituição a ser considerada, de acordo com EBA [201-], refere-se à Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, antiga Escola Real das Ciências Artes e Ofícios criada em 1816 através de um decreto de D. João VI. Nasceu com o intuito de estabelecer o ensino das artes no Brasil e mais

tarde passou a se chamar Academia Imperial das Belas Artes, e em 1889 Escola Nacional de Belas Artes.

Segundo destacam Cirne e Geoffroy [201-] a escola dispunha em seu currículo o curso de Artes Decorativas desde 1933, do qual foram originados nos anos 70 outros quatro cursos, dentre eles o de Composição de Interior. Desde então, foi intitulada Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Geoffroy destaca o pioneirismo do curso de Composição de Interior criado em 1971 e seu importante papel junto ao Ministério de Educação e Cultura nos anos 90 “[...] para discussão do ensino em diversas áreas de conhecimento, sua inserção no campo do Design, reivindicando lugar na equipe multidisciplinar envolvida com o habitat do homem.” (GEOFFROY, [201-]).

Nos anos 80, surgiu o termo “Design de Interiores” ao que antes era conhecido como “Decoração” ou “Arquitetura de Interiores”, e foi fundada a Associação Brasileira de Designers de Interiores (ABD), dentro do próprio IADE, com a intenção de estabelecer as normas e regulamentos necessários ao exercício da profissão e do mercado, além de agregar a categoria. (GALESSO, 2014)

A partir disso, a profissão começou a se consolidar. É o início de um processo de organização em torno da profissão e o começo das definições do perfil e das qualificações necessárias ao seu desempenho.

¹ Diretor geral da ABRA – Academia Brasileira de Arte

2. A formação atual do profissional de Design de Interiores

Segundo pesquisa realizada junto ao Cadastro e-MEC de Instituições e Cursos de Educação Superior², existem atualmente 203 cursos relacionados ao Design de Interiores registrados junto ao Ministério da Educação, abrangendo os graus de bacharelado, tecnólogo e sequencial. Neste universo é possível observar uma quantidade muito mais expressiva de cursos no grau de Tecnólogo, 193 cursos (95%), comparados aos nove (09) cursos de Bacharelado (4,5%) e apenas um (01) curso no grau Sequencial (0,5%).

A pesquisa realizada, junto ao Cadastro revela, ainda, para o total apurado, uma variação nas denominações dos cursos de formação profissional de tecnólogo e bacharelado em Design de Interiores.

Neste sentido, o MEC mantém o Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia – CNCST sob periódica atualização. Segundo MEC (2016, p. 7), imprescindível para assegurar que a oferta desses cursos e a formação dos tecnólogos acompanhem a dinâmica do setor produtivo e as demandas da sociedade.

O mencionado Catálogo, além de outras informações importantes, define as denominações dos cursos³ e apresenta uma tabela, contendo lista com as possibilidades de convergência entre as denominações anteriormente empregadas e as primeiras versões do catálogo, em relação à denominação Design de Interiores, sendo: Ambientação de Interiores; Decoração e Design; Design de Ambientes; Design de Interiores e Decoração; Design de Móveis e Interiores; e Interiores e Decorações. Considerando a denominação principal e as convergentes, dos 193 cursos de tecnologia relacionados ao Design de Interiores cadastrados no Ministério da Educação, 188 são na modalidade presencial e cinco (05) na modalidade de educação a distância (EAD).

Relativamente aos cursos de Bacharelado em Design de Interiores, constata-se na pesquisa ao Cadastro e-MEC a ocorrência de cinco denominações diferentes: Design de Interiores (05 cursos); Design de Ambientes (02 cursos); Decoração & Design (01 curso); Decoração (01 curso); e Composição de Interior (01 curso).

O presente trabalho analisou os currículos formativos dos cursos de Tecnologia e Bacharelado em Design de Interiores, elegendo um grupo amostral no rol de cursos de tecnologia, em razão do elevado número de cursos cadastrados no e-MEC, considerando a totalidade dos cursos de Bacharelado (09) para a análise curricular.

A definição de amostragem dos cursos de Tecnólogo adotou como metodologia a seleção pela qualificação dos cursos, delimitando o universo a ser analisado aos cursos que obtiveram a conceituação 5 (cinco) no Exame Nacional de

Desempenho de Estudantes – ENADE/2016, independente da modalidade presencial ou a distância e do grau tecnólogo ou bacharelado.

De acordo com as informações constantes nos dados do mencionado Cadastro, chegou-se ao seguinte rol de cursos de Tecnólogo, todos em atividade, para referida amostragem com fins de análise curricular:

² Base de dados oficial e única de informações relativas às Instituições de Educação Superior – IES e cursos de graduação do Sistema Federal de Ensino. Os dados do Cadastro e-MEC devem guardar conformidade com os atos autorizativos das instituições e cursos de educação superior, editados com base nos processos regulatórios competentes. (Portaria Normativa MEC nº 40/2007) Denominação do curso: corresponde à denominação pela qual devem ser identificados os Cursos Superiores de Tecnologia ofertados pelas Instituições de Educação Superior.

De acordo com os currículos formativos disponibilizados pelas instituições em seus sítios na Internet, formularam-se as seguintes constatações:

1. Cursos de Tecnólogo

- a. Os cursos apresentam período de realização que variaram em quatro (04) ou seis (06) semestres e carga horária de 1.640 a 2.280 horas/aula;
- b. A quantidade média de disciplinas é de 28 para os cursos de quatro (04) semestres e 34 para os cursos de seis (06) semestres de duração;
- c. No que diz respeito às disciplinas que abordam de maneira mais específica os aspectos emocionais e cognitivos do design, observa-se a ausência de unidades formativas com estes fins;
- d. Entretanto o curso oferecido pelo Instituto Federal de Alagoas IFAL, apresenta quatro (04) disciplinas que merecem destaque em razão de sinalizarem certa afinidade com o mencionado conteúdo: Atelier de Psicologia, Atelier de Filosofia, Atelier Antropologia e Atelier de Sociologia.

2. Cursos de Bacharelado

- a. Dos dez (10) cursos, dois (02) não dispõem de informações curriculares para análise;

- b. De oito (08) cursos apenas um (01) tem período de realização de seis (06) semestres, os demais, oito (08) semestres e carga horária variando de 2.670 a 3.396 horas/aula;
- c. A quantidade média de disciplinas é de 48 para os cursos de oito (08) semestres e 46 para o curso de seis (06) semestres de duração;
- d. No que diz respeito às disciplinas que abordam de maneira mais específica os aspectos emocionais e cognitivos do design, observa-se a existência de unidades formativas com estes fins em cinco (05) cursos dos oito (08) analisados;

Em relevo os conceitos, informações e evoluções tecnológicas que permeiam a formação profissional do tecnólogo, o CNCST tem como objetivo disponibilizar informações essenciais sobre o perfil profissional do tecnólogo e a organização da oferta do curso. Para o Curso Superior de Tecnologia em Design de Interiores, além da carga horária de 1.600 horas, trouxe:

Perfil profissional de conclusão

Cria e desenvolve projetos de espaços internos, considerando fatores estéticos, simbólicos, ergonômicos, socioculturais e produtivos. Realiza pesquisa de tendências. Planeja, desenvolve e gerencia projetos de interiores com o uso de materiais e recursos sustentáveis. Desenha, representa e expressa o projeto de interiores graficamente de forma bi e tridimensional. Elabora maquetes e modelos volumétricos com uso de técnicas diferenciadas de expressão gráfica. Avalia e emite parecer técnico em sua área de formação.

Fonte: Adaptado de Ministério da Educação, 2016

Esta definição do perfil profissional desejável aos concludentes dos cursos de formação tecnológica em Design de Interiores, ainda que expresse de maneira mais efetiva as atividades que se espera serem capazes de desempenhar no exercício profissional, estão perfeitamente alinhadas ao conceito erigido no Art. 2º da Lei 13.369 de 2016, que define este profissional ao regulamentar a profissão, in verbis:

Art. 2º Designer de interiores e ambientes é o profissional que planeja e projeta espaços internos, visando ao conforto, à estética, à saúde e à segurança dos usuários, respeitadas as atribuições privativas de outras profissões regulamentadas em lei. (grifo do autor) (BRASIL, 2016)

Ainda, no que diz respeito às competências e habilidades para o desempenho profissional de graduados em Design de Interiores, a Resolução Nº 5 do Conselho Nacional de Educação – CNE (2004) traz, em seu artigo 5º, os eixos de formação a serem contemplados nos projetos pedagógicos e na organização curricular, conteúdos e atividades da graduação em Design, com destaque:

- I – conteúdos básicos: estudo da história e das teorias do Design em seus contextos sociológicos, antropológicos, psicológicos e artísticos, abrangendo métodos e técnicas de projetos, meios de representação, comunicação e informação, estudos das relações usuário/objeto/meio ambiente, estudo de materiais, processos, gestão e outras relações com a produção e o mercado; (grifo nosso)
- II – conteúdos específicos: [...]
- III – conteúdos teórico-práticos: [...] (CNE, 2004).

Em vista disso, com muita clareza, a mencionada Resolução do CNE estabelece para a formação básica da graduação profissional de Design de Interiores, a abrangência curricular contemplando conteúdos cujas temáticas preparem o profissional para a compreensão dos aspectos emocionais e cognitivos necessários à concepção técnica de projetos de Interiores.

3. Aspectos emocionais e cognitivos do Design

Na atividade de Design de Interiores, o processo de projetar exige do profissional a observância de diversos fatores, como definição de paleta de cores, escolha de materiais e revestimentos, a forma como serão instalados, seu custo e praticidade, entre outros. No entanto, considerando os aspectos emocionais e cognitivos, pode-se afirmar que o exercício da profissão seja muito mais do que escolher cores, formas, texturas, linhas, móveis e revestimentos na busca por projetar espaços de forma estética e funcional.

Assim sendo, em seus estudos voltados ao Design de Produtos, Norman (2008, p. 26) afirma que “Além do design de um objeto, também existe um componente pessoal que nenhum designer ou fabricante oferece. Objetos em nossas vidas são mais que meros bens materiais.” Segundo o autor expressa, há neles, de alguma maneira, algum significado muito particular e simbólico, que “[...] induz a

uma postura mental positiva, um lembrete que nos traz boas recordações, ou por vezes uma expressão de nós mesmos.” (NORMAN, 2008, p. 26). Nesse sentido, realça três dimensões do design: o Visceral, o Comportamental e o Reflexivo. E exemplifica: “O design visceral diz respeito às aparências. [...] O design comportamental diz respeito ao prazer e à efetividade no uso. [...] Finalmente, o design reflexivo considera a racionalização e a intelectualização de um produto.” (NORMAN, 2008, p. 25). Por fim conclui: “[...] essas três dimensões muito diferentes estão sempre entrelaçadas em qualquer design. Não é possível ter design sem todas as três. Todavia, o mais importante, reparem em como esses três componentes combinam ao mesmo tempo emoções e cognição.” (NORMAN, 2008, p. 26).

Norman (2008) declara que é impossível separar as emoções da cognição e nesse sentido relaciona a ação destes ao comportamento do ser humano:

“Tanto o afeto quanto a cognição são sistemas de processamento de informações, mas possuem funções diferentes. O sistema afetivo faz julgamentos e rapidamente ajuda você a determinar as coisas no ambiente que são perigosas ou seguras, boas ou más. O sistema cognitivo interpreta e explica o sentido lógico do mundo. Afeto é o termo genérico que se aplica ao sistema de julgamentos, quer sejam conscientes ou inconscientes. Emoção é a experiência consciente do afeto, completa com a atribuição de sua causa e identificação de seu objeto.” (NORMAN, 2008, p. 31).

Nessa perspectiva, Botton (2013) afirma que existe um forte componente emocional na forma com que os espaços são projetados e concebidos, e nossos sentimentos podem ser alterados, a depender da cor de suas paredes ou do formato de suas portas ou janelas. “O que sentiremos numa casa com janelas semelhantes às de uma prisão, quadrados de alcatifa manchados e cortinas de plástico?” (BOTTON, 2013, p. 14). E ainda: “Uma sala feia pode cristalizar qualquer suspeita isolada sobre a imperfeição da vida, enquanto um cenário iluminado pelo sol com ladrilhos de calcário cor de mel pode dar apoio ao que de mais esperançoso existe em nós.” (BOTTON, 2013, p. 13).

Desse modo, Jhon Ruskin apud Botton (2013), sugere a procura de duas coisas relevantes nas construções arquitetônicas, e que também podemos interpretar como de grande significância para o Design de Interiores. A primeira está ligada às necessidades básicas do ser humano, ou seja, abrigo, conforto, segurança e funcionalidade, e a outra, que proporcione recordações, e que transmita sensações do que se considera importante.

Os edifícios que admiramos são em última análise aqueles que exaltam, de várias maneiras, valores que achamos louváveis – que remetem, quer pelos materiais, formas ou cores, para atributos tradicionalmente positivos como a amizade, a bondade, a sutileza, a força e a inteligência. O nosso sentido de beleza e a nossa perspectiva acerca da natureza de uma vida boa estão interligados. Procuramos associações de paz nos nossos quartos, metáforas de generosidade e harmonia nas nossas cadeiras e um ar de honestidade e franqueza em nossas torneiras. Podemos sentir-nos emocionados por uma coluna que se une ao tecto com graça, por degraus de pedra gastos que sugerem sabedoria e por uma porta georgiana que revela jovialidade e delicadeza na sua janela em forma de leque. (BOTTON, 2013, p. 109-110).

Ainda de acordo com Botton (2013), a organização dos espaços e ambientes abriga diversos tipos de informações e mensagens morais, contudo, apenas sugestionam, não se prestando à rigidez normativa que se obrigue a seguir. “Convida-nos, em vez de nos ordenar, a que imitemos seu espírito [...]” (BOTTON, 2013, p. 22). Nesse contexto, sustenta que um espaço visualmente atraente pode impulsionar uma melhoria do humor, disposição ou ânimo, e que essa condição de experiência visual pode promover um estado de angústia ou felicidade, de forma que sofremos influência dos elementos que estão ao nosso redor. A relação do homem com os objetos, suas sensações, experiências, vivências e significados é tema bastante explorado pelo engenheiro elétrico e Ph.D. em Psicologia Donald Norman em sua obra “Design Emocional”. Nesse contexto, Norman (2008) declara que a emoção é componente imprescindível na vida, influenciando comportamentos, sentimentos e pensamentos, e auxilia a emissão de juízos de valor a respeito do

mundo e das coisas. Afirma, ainda, que a emoção permite tornar as experiências cotidianas, até as mais elementares, mais ou menos agradáveis. Em suas palavras:

[...] objetos esteticamente agradáveis contribuem para que você trabalhe melhor. (NORMAN, 2008, p. 30). [...] objetos atraentes fazem as pessoas se sentirem bem, o que por sua vez faz com que pensem de maneira mais criativa.” (NORMAN, 2008, p.39). Na qualidade de objetos de arte, eles alegram meu dia. E talvez, o mais importante, é o fato de que cada um transmite um significado próprio, cada um tenha sua história. (NORMAN, 2008, p. 24).

Com relação à abordagem do tema no campo do Design de Interiores, ao prefaciar a obra do autor (2008), Damazio e Mont’Alvão destacaram que: “[...] o design – com seu modo interdisciplinar de ser – vem visitando campos distintos em busca de respaldo teórico e metodológico para colocar em prática a ideia de projetar levando em consideração a emoção que os produtos despertam nos usuários.” (2008, p. 12). E afirmam, ainda, que os objetos assumem “forma social” e “funções simbólicas”. Esse entendimento por parte do profissional do Design de Interiores é de extrema importância para o desenvolvimento de seus projetos, de modo a despertar emoção, permitindo assim, que o design transmita um significado próprio.

No que diz respeito a isso, Botton (2013) salienta que raramente se fala a respeito da significativa capacidade de comunicação dos ambientes, objetos, cores, texturas ou formatos, entretanto, é notório que os sentidos se aguçam na presença desses elementos e afetam a percepção do observador, transmitindo sensações, emoções e impressões daquilo que se pode considerar de fato relevante. “Qualquer objecto de design dará a impressão da atitude moral e psicológica que acarreta.” (BOTTON, 2013, p. 80).

Por conseguinte, alguns ambientes nos parecem mais agradáveis e transmitem sensação de bem-estar, conforto visual e prazer, enquanto outros, podem comunicar confusão, desconforto, agitação e até depressão. Cada componente presente no ambiente é percebido, sejam elementos construtivos ou objetos de decoração ou ainda itens do mobiliário; suas formas, tamanhos, cores e

texturas podem agradar ou não aos olhos, isso segundo a percepção humana de cada indivíduo e de acordo com seu sistema de valores. (BOTTON, 2013).

Essas sensações no campo da psique humana têm sido estudadas e atualmente, mais exploradas em um ramo recente da Psicologia Ambiental, a Psicologia do Design de Interiores (SCARDUA, 2009), a qual procura compreender as reações dos seres humanos no nível emocional e cognitivo em relação à organização de espaços interiores. Assim, explora as emoções e vivências positivas para promover ambientes que proporcionem bem-estar e qualidade de vida. De acordo com a psicóloga Angelita Scárdua ⁴ (2011), as pessoas têm buscado cada vez mais uma relação com o ambiente em que vivem, procurando encontrar uma conexão entre seu espaço e o que pensam e sentem. Espaço esse que reflete, tanto traços da personalidade do morador quanto suas crenças e valores, sejam eles recentes ou permanentes. Nesse sentido, a autora afirma que a casa de um indivíduo é um espaço de significado simbólico e existencial, um lugar de auto expressão, ou seja, uma extensão de sua forma de viver e ver o mundo e a si mesmo.

Scárdua (2012) destaca ainda a importância de os profissionais da área perceberem e projetarem os espaços a partir da percepção que o cliente tem do mundo e de si mesmo, para que a casa não seja simplesmente um espaço para hospedar seus moradores, meros dormitórios ou local para higiene pessoal. Que seja sim, um lugar onde as pessoas possam experimentar e vivenciar seus sentimentos, emoções e sensações, se sintam acolhidas e que possua atmosfera capaz de fortalecer identidade, repor energias e delimitar o território físico e imaginário no mundo, além de proporcionar sensação de segurança e pertencimento.

Nas palavras de Norman (2008) “Para o profissional que se dedica ao design centrado no usuário, servir clientes é um meio de aliviá-los de frustrações, de confusão, de uma sensação de impotência. Fazê-los sentir-se no controle e dar-lhes poder.” (NORMAN, 2008 p. 116).

Assim, de acordo com Scárdua (2011), lançar mão de tendências e modismos sem priorizar as necessidades e expectativas do cliente, e principalmente

uma representação significativa de sua personalidade, pode constituir em um dos principais problemas que dificultam e prejudicam o bem-estar físico e emocional. Além disso, pode impedir que a casa seja um espaço de refúgio, no qual o indivíduo se sinta seguro em um ambiente reconhecido como sendo próprio, e onde pode se expressar livre e integralmente. Nesse contexto, Scolforo (2009) afirma que “Alcançar o bem-estar em casa envolve perceber valores que ultrapassam tendências de decoração.”

O que se tem constatado, é que as pessoas são sensibilizadas e influenciadas pelo design significativo, uma vez que é repleto de valor e importância; brinda a vida com boas recordações e remete a boas lembranças, incentivando e estimulando uma atitude mental e postura positiva diante da vida. (NORMAN, 2008).

Em vista disso, o importante é que se possa, sem abandonar a estética e os aspectos técnicos como ergonomia e funcionalidade, dentre outros, estabelecer o foco no indivíduo e na sua maneira de compreender e interagir com o meio social e físico, e não no espaço projetado.

⁴ Psicóloga, Mestre e Doutoranda pela USP (SP). Especializada em Desenvolvimento de adultos, na experiência de Felicidade e nos estudos da Psicologia Social.

Nas palavras de Scárdua (2009):

Ainda assim, de que forma os “profissionais da casa” podem nos ajudar a erigir um lar? Se pensarmos que a ideia de lar implica, em boa parte, a expressão da nossa individualidade, o desejo de afirmarmos nossa condição social e cultural e a representação dos nossos valores pessoais; o mínimo de conhecimento psicológico, tanto ao nível da espécie – o ser humano – quanto ao nível do indivíduo – o sujeito que demanda a casa – deveria ser parte essencial da formação daqueles que constroem casas. Quem sabe, num futuro próximo se estabeleça uma abertura conceitual de ambos os lados para a existência de um trabalho interdisciplinar? Ou, pelo menos, o interesse numa produção teórico-prática que busque efetivamente o diálogo entre áreas como Arquitetura, Design, Decoração, Engenharia Civil, Psicologia, Antropologia, Sociologia, História, etc. (SCÁRDUA, 2009, p. 2).

Nesse sentido, Norman (2008) ressalta que: “[...] o lado emocional do Design pode ser mais decisivo para o sucesso de um produto que seus elementos práticos”. (NORMAN, 2008, p. 24). Compreendida essa realidade, pode-se afirmar que, para o exercício pleno da profissão de Design de Interiores, entender de forma clara os aspectos cognitivos e emocionais do indivíduo e do design é extremamente relevante e impõe a busca por saberes que garantam tais competências.

3. Conclusão

Na contemporaneidade, em que a sociedade tem à disposição abundante fonte de informação visual propiciada pela evolução das tecnologias de comunicação e informação, as transformações são constantes em todos os ramos da atividade humana, em particular na concepção de projetos de interiores, transformações estas movidas pela indústria das novidades e do consumo.

É perceptível que os valores sociais, culturais, hábitos e costumes e até mesmo o modo de vida das pessoas são negligenciados em detrimento de concepções meramente estéticas ou para sujeitar-se às tendências de mercado. Assim, emergem exigências a serem supridas pelos profissionais de Design de Interiores, no que diz respeito ao atendimento de necessidades peculiares de cada indivíduo na sua essência.

As propensões do mercado, critérios artísticos e estéticos em voga e até mesmo as demandas de consumo não são mais suficientes para orientar o trabalho do Design de Interiores, posto que, o homem atual empenha-se na busca, não apenas por segurança física, mas também pela emocional e psicológica, traduzida por arranjos que proporcionem uma maior sensação de bem-estar e prazer, além de conforto físico-psíquico em seu espaço de convívio.

Ganha importância fundamental o diálogo entre o sujeito e seu ambiente, ou seja, uma concepção pessoal dos espaços, onde os aspectos técnicos e estéticos estejam a serviço das expectativas, anseios e, principalmente, da personalidade do usuário. É essencial que haja uma personificação em seu local de habitação. Personificar o espaço significa, através de sua composição, externar, informar e anunciar a identidade e personalidade de seus moradores, contar suas histórias, costumes e hábitos, ou seja, significar, dar sentido e promover sensação de

pertencimento, proporcionando assim, um lugar de refúgio e abrigo, não somente físico, mas também psicológico.

Nesse sentido, evidencia-se a necessidade de novas competências ao profissional de Design de Interiores e, por conseguinte, a atualização curricular que lhe garanta acesso a conhecimentos específicos, assim como desenvolvimento de habilidades e comportamentos necessários ao seu mister, sobretudo nos cursos de tecnologia em design de interiores.

Com efeito, o conceito de Designer de Interiores e Ambientes, acolhido pela legislação brasileira eleva a abrangência da atuação desses profissionais a um patamar ainda não observado em toda a sua plenitude. Particularmente no que se refere aos objetivos de seu mister para a promoção da saúde do indivíduo.

Em que pese a normatização dada pela legislação que regulamenta a profissão no Brasil associar os aspectos de saúde à observância da conformidade das normas técnicas de acessibilidade, de ergonomia e de conforto luminoso, térmico e acústico, necessário se faz ampliar este conceito também no que se refere a conhecer os aspectos emocionais que envolvem o Design. Assim sendo, surge a necessidade de rever conteúdos formativos como forma de melhor atender as peculiaridades relacionadas a esses aspectos e, em particular, a promoção da saúde do indivíduo.

Em vista disso, embora alguns cursos de Bacharelado em Design de Interiores já contemplem conteúdos neste sentido, nos termos da Resolução Nº 5 do CNE, abordando os Aspectos Psicológicos no Desenvolvimento de Projetos de Interiores do ponto de vista da percepção humana, esta atualização curricular deve permear a formação do Design de Interiores de forma mais efetiva nas graduações, em especial na formação do Tecnólogo em Design de Interiores. É essencial que considere referências culturais e sociais, singularidades, hábitos e necessidades individuais, além das relações com os objetos, com a estética e com os simbolismos.

De forma mais específica, irá informar e desenvolver habilidades e comportamentos que: – favoreçam uma consciência crítica do profissional em relação ao indivíduo e sua existência; – proporcionem um comportamento investigativo, questionador e ético que promova o bem-estar físico e psicológico no

contexto da individualidade do ser-humano no seu espaço físico; – identifiquem questões subjetivas do usuário e a relação ambiente X comportamento e; analisem a relação pessoa X ambiente no contexto natural e construído.

Por fim, alguns conteúdos poderão orientar a elaboração de Plano de Ensino, tais como: Contextualização da Psicologia ambiental; Comportamento do homem em sociedade; Estudo da interação indivíduo/ambiente; Aspectos psicológicos do design e; Estilos de vida: valores, personalidade e modos de morar.

3- INTERIOR MODERNO

Todos nós gostamos de um espaço confortável que cumpra não só os requisitos funcionais do dia-a-dia mas que seja também aquele refúgio ao qual realmente chamamos de lar.

Saber aproveitar os espaços, escolher um mobiliário de qualidade, cuidar da boa iluminação para a casa e transformar os ambientes espaços multifuncionais, deixam sua residência com aspecto mais moderno e além de tudo mais confortável. O importante é que você se sinta bem e se identifique com a decoração. Esse é o essencial.

Para quem prefere um ambiente espaçoso, onde os ambientes externos se interligam de maneira delicada, a utilização de janelas grandes e divisórias sutis, são muito importantes, e ajudam a criar a sensação de amplitude desejada.

Neste artigo, vamos mostrar como a sua casa, pode se tornar um ambiente espaçoso, aconchegante e exibir muita modernidade. Confira!

Encontre uma casa com jardim



ARCHITEKTURBÜRO LEHNEN

A casa e o jardim são feitos um para o outro, porque o jardim de alguma forma, transforma-se em uma extensão da sala de estar. Nos dias ensolarados ou em noites frescas, é possível passar a maior parte de seu tempo aproveitando a parte de fora da casa, o que torna o jardim praticamente uma segunda sala de estar. Por isso, também é muito importante cuidar da decoração destas áreas exteriores para gerar uma harmonia entre os móveis e os acessórios desses ambientes. Esta harmonia pode ser alcançada de diversas formas, pois os móveis do jardim podem combinar em material, cor ou estilo com o resto da decoração de interiores da casa. As flores que crescem no jardim podem ser usadas perfeitamente como decoração floral para os cômodos da casa, gerando assim uma composição harmoniosa, natural e leve.

Espaço sem fronteiras



MARIANGEL COGHLAN

Ter em casa um espaço amplo para que se transforme em um ambiente completo de descanso e lazer. Um espaço aberto da casa se conectando com a área externa,

livre de divisões e paredes, traduz ainda mais a sensação de liberdade e conforto dentro de casa. Para isso, esse ambiente precisa estar em completa harmonia na decoração, com móveis feitos para relaxar. Este ambiente é assinado pelos arquitetos de interiores do estúdio *Mariangel Goghlan*, no *México*.

Algedra Interior Design

Um comentário

Designers de interiores e decoradores

Dubai - United Arab Emirates



MOSTRAR PERFIL

Ad



AL ARCHITEKT - in Wien

Arquitetos

Wien, Österreich



MOSTRAR PERFIL

Espaço multifuncional : para cozinhar

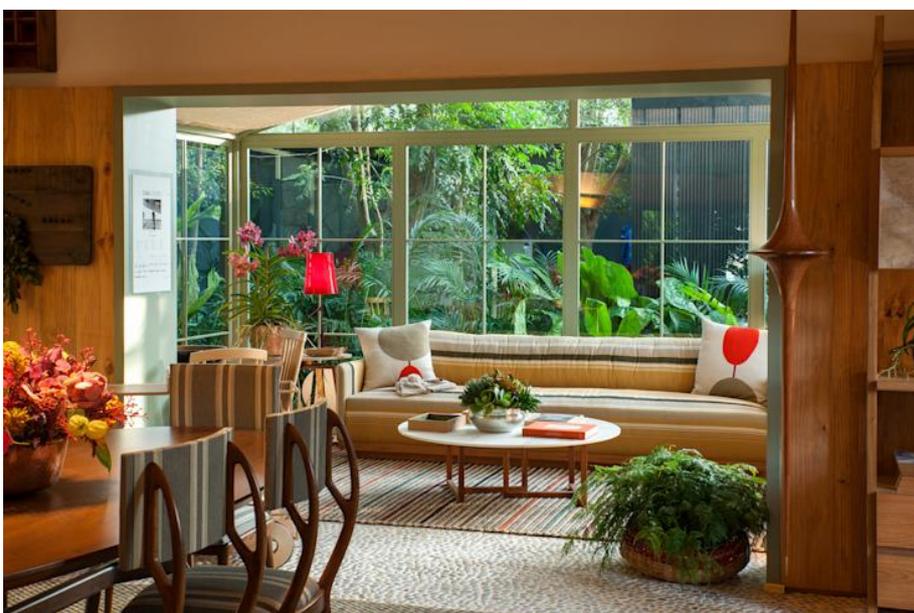


Casa Corrego grande

ROMA ARQUITETURASOLICITAR ORÇAMENTO

Nesta residência, projetada por Roma Arquitetura, a cozinha está integrada à outra parte externa da casa, sem estar escondida atrás de uma porta ou parede. O espaço se transforma em um ambiente multifuncional, que incorpora outros ambientes como uma sala de estar e jantar, onde se pode cozinhar e socializar com amigos e familiares ao mesmo tempo. Em projetos como esse, as cozinhas deixam de ser espaços apenas de trabalho, solitários e claustrofóbicos e tornam-se um ambiente agradável e divertido para encontros e bons momentos gastronômicos ao ar livre. Enquanto o cozinheiro prepara a refeição, os amigos podem observar, aprender e trocar ideias e usufruir da área externa da casa. O ambiente tem toque de criatividade e dinamismo, ajudando a aproximar a família.

Espaço multifuncional: para um bate papo



Casa Cor 2015/ A Casa da Gente

MARINA LINHARES DECORAÇÃO DE INTERIORESSOLICITAR ORÇAMENTO

Aproveitar a área de dentro de casa como um espaço para um gostoso para um bate papo entre a família e amigos, é uma excelente alternativa para usufruir dos

benefícios da natureza, mesmo que seja na parte interna. Neste ambiente assinado por *Marina Linhares Decoração de Interiores*. As grandes janelas, fazem a composição do espaço, se tornando um ambiente multifuncional e com uma divisão suave, entre a cozinha da casa e área externa. O jardim lá fora, se torna uma espécie de pano de fundo natural para este ambiente, perfeito para relaxar. Tornar esse espaço funcional é sempre uma boa ideia para que os espaços internos da casa se conectem com o jardim de forma sofisticada e inteligente.

Crie uma conexão entre o interior da casa e o jardim



dezanove house designed by iñaki leite – front view at twilight

INAKI LEITE DESIGN LTD.

Neste ambiente, a paisagem torna-se parte da casa e da vida na casa. Nesta casa, a integração entre o jardim na parte de trás e do interior da casa, todo trabalhado em janelas largas e espaçosas, servem como divisórias quase que invisíveis e permitem a visão completa de todo o perímetro, representando um prolongamento do ambiente de forma moderna, valorizando a conectividade com o exterior do terreno.

Ambientes integrados



長谷雄聖建築設計事務所

Derrubar paredes é uma solução infalível para ganhar a sensação de amplitude em casa. Hoje em dia, há diversas formas de integrar os ambientes da casa. Uma delas é utilizar janelas amplas ou portas de correr trabalhadas em vidro, para que esta conexão seja feita de forma sutil.

Neste ambiente, a sala de estar e jantar, junto com a cozinha, estão totalmente unificados. A parte traseira da casa, é ligada aos ambientes pela varanda, com pavimento em madeira corrida. Portas de vidro, protegem ao mesmo tempo, separando o ambiente interno. Transformando este ambiente em um aquário de modernidade, quando visto de fora.

Logo abaixo, separamos algumas fotos de interiores de ambientes para inspiração:





















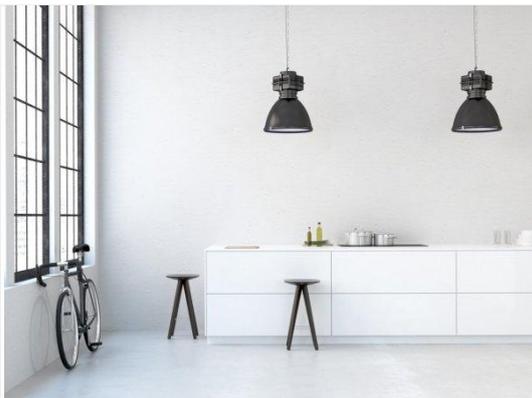










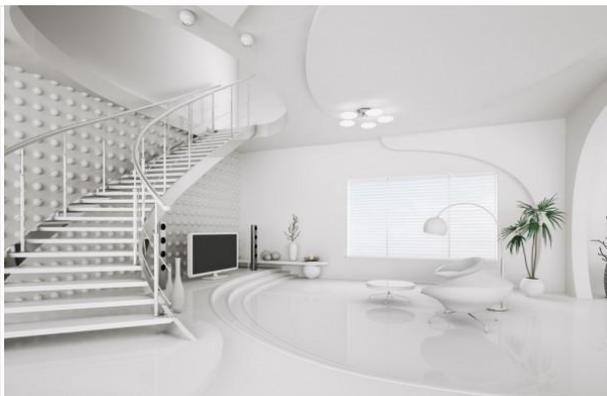






























REFERÊNCIAS

<https://www.vivadecora.com.br/pro/carreira/briefing-arquitetura-design-de-interiores/>>acesso em 06/04/2020

<https://revistaintramuros.com.br/aspectos-emocionais-e-cognitivos-do-design-edicao-01/>>acesso em 06/04/2020

https://www.homify.com.br/livros_de_ideias/328805/interior-moderno-grandes-janelas-e-espacos-multifuncionais>acesso em 06/04/2020

<https://br.depositphotos.com/stock-photos/interior-moderno.html>>acesso em 06/04/2020