

Revista

Dint  
br

"Design é uma disciplina  
que soluciona problemas".

(Paul Rand).



**EDITOR-CHEFE**

Paulo Oliveira  
[editor@revistadintbr.com.br](mailto:editor@revistadintbr.com.br)

**DIRETORA INSTITUCIONAL**

Ana Eliza Roder França

**REVISÃO**

Paulo Oliveira

**CIRCULAÇÃO E MARKETING**

[marketing@revistadintbr.com.br](mailto:marketing@revistadintbr.com.br)

**PARA PUBLICAR**

[parlatorio@revistadintbr.com.br](mailto:parlatorio@revistadintbr.com.br)

**PARA ANUNCIAR**

[marketing@revistadintbr.com.br](mailto:marketing@revistadintbr.com.br)  
REF: Publicidade

**PARA ASSINAR (APOIAR)**

[assinatura@revistadintbr.com.br](mailto:assinatura@revistadintbr.com.br)

**ADMINISTRAÇÃO**

[adm@revistadintbr.com.br](mailto:adm@revistadintbr.com.br)

**Conselho Editorial:**

Prof.<sup>a</sup>. Dra. Andrea de Aguiar Kasper  
Prof. Dr. Bianco Zalmora Garcia  
Prof. Ms. Carlos Magno Pereira  
Prof. Dr. Josivan Pereira da Silva  
Prof.<sup>a</sup>. Dra. Nora Guimarães Geoffroy  
Prof.<sup>a</sup>. Dra. Samantha Cidaley de Oliveira Moreira

**Revista****Colaboradores nessa edição:**

Nora Geoffroy, Rosana Silva, Samantha Cidaley, Tanara Gois, Graziele Monteiro, Denise Chane, Renata Rubim, Rodrigo Assis, Márcia Nassrallah, Carlos Camape, Adelle Mendes, Paulo Oliveira, Silvana Carminatti, Laura Estrela.

Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação desta obra só pode ser realizada com a autorização expressa de seus titulares, salvo exceção prevista na Lei.

**Design de Interiores Brasil.**

Rua José Manoel dos Santos, 99.  
Fazenda d'Oeste I – Araçoiaba da Serra – SP. CEP 18190-000  
Telefone: (15) 99185-1018

<b>1 Editorial</b>	Paulo Oliveira
<b>2 Por dentro da Academia</b>	Nora Geoffoy
<b>3 Decoração</b>	Rosana Silva
<b>4 Identidade Profissional</b>	Samantha Cidaley
<b>5 Cores</b>	Tanara Gois
<b>6 Projetos Residenciais</b>	Grazielle Monteiro
<b>7 Materiais</b>	Denise Chane
<b>O universo do Design de Superfícies. (Convidada)</b>	Renata Rubim
<b>8 Iluminação</b>	Rodrigo Assis
<b>9 Jardinismo</b>	Marcia Nassrallah
<b>10 Design Urbano</b>	Carlos Camape
<b>11 Projetos para Transportes</b>	Adelle Mendes
<b>12 Nossa História</b>	Paulo Oliveira
<b>13 Ergonomia</b>	Andréa Kasper
<b>14 Parlatório</b>	
<b>15 Painel ABD</b>	Silvana Carminatti
<b>16 Bibliografia Indicada</b>	
<b>17 Opinião (Convidada)</b>	Laura Estrella

Assim como uma criança que precisa ser alfabetizada afim de aprender a descobrir e compreender o mundo e as interfaces que a rodeiam, a relação do Mercado com a profissão Design de Interiores também necessita desse auxílio.

Por anos a fio as informações sobre o que é a profissão e o que faz - ou pode fazer - o professional designer de interiores permaneceu, de certa forma, escondido atrás de uma fuligem, provocando muitas dúvidas, desvalorização e contradições. Seja pela falta de atenção dos profissionais em zelar pela própria profissão ou por agentes externos forçaram reduções de nossas possibilidades, fato é que a DESINFORMAÇÃO sobre o que é, na verdade, o Design de Interiores imperou até então. Isso gerou danos diversos à profissão, da academia ao Mercado.

Quem mais perdeu até o momento foi o mercado, os governos e as instituições que ficaram anos sem a contribuição dos conhecimentos e a criatividade destes profissionais para solucionar os mais diversos tipos de problemas – dos pessoais aos governamentais.

A frase de Paul Rand destacada na capa dessa nossa primeira edição é a síntese do trabalho dos designers, seja de qual especialidade for. Em cada sonho, desejo, necessidade ou qualquer outro fator que faça o cliente buscar um professional, percebe-se a existência de um problema que necessita de uma solução. Pode ser o lar dos sonhos ou as correções necessárias no chão da fábrica para maior produtividade ou segurança dos funcionários.

Tudo é problema. E todo problema necessita de uma solução!

Como designers, nosso olhar sobre o projeto é holístico. Sempre digo que as principais ferramentas dos designers de interiores são o olhar (observação), o pensar (a análise) e os desenhos (a criação). E são através destas que buscamos compreender o que está por trás das demandas ditas - e não ditas - afim de encontrarmos as melhores soluções para cada uma delas. Sejam estéticas, ergonômicas, segurança, econômicas ou qualquer outro fator gerador da necessidade. Após identificados os problemas – creia: nunca é apenas um - e definidas as soluções, partimos para o encaixe da técnica com a estética.

Como se vê nosso trabalho não é simples nem, tampouco, pode ser feito por qualquer pessoa dadas as responsabilidades envolvidas. Após um longo período de debates e um árduo processo de conscientização parlamentar, feito pela Associação Brasileira de Designers de Interiores (ABD), conseguimos aprovar e sancionar a Lei nº 13.369/2016 que regulamentou a profissão do designer de interiores. Esta foi apenas uma etapa de muitas que ainda temos pela frente.

E esta revista que nasce, de forma independente, faz parte deste sonho de todos nós, acadêmicos e profissionais de Design de Interiores: que a nossa profissão alcance o merecido respeito, visibilidade e autonomia para firmarmos a nossa identidade profissional, como acontece em todos os outros países. Também é apenas mais uma etapa dessa jornada: trazer INFORMAÇÃO DE QUALIDADE e dentro da realidade sobre o que é o universo do Design de Interiores.

Boa leitura!

**Paulo Oliveira.**

# NOTA SOBRE ESSA EDIÇÃO

Infelizmente, por causa da instabilidade provocada pelo COVID-19, as empresas que estavam acertando patrocínios com a Revista acabaram colocando tudo em *standby*.

Sem recursos para cumprir com o compromisso do lançamento dessa primeira edição, tivemos que fazer tudo de forma caseira, com softwares não específicos para edição, sem plataforma digital para hospedagem de revistas e, também, não pudemos contratar profissionais de Design Gráfico para trabalhar nas artes e diagramação.

Então, estamos disponibilizando hoje a primeira edição em formato .PDF sem os recursos que as revistas digitais geralmente oferecem. Pode não estar perfeita na aparência, mas garantimos o conteúdo. Tão logo for possível, essa edição será submetida a uma nova formatação gráfica atendendo às expectativas visuais, como também para as edições futuras.

Aliás, cremos que atingimos nosso objetivo principal: levar informação de qualidade sobre o que é na verdade o Design de Interiores.

Agradecemos a compreensão.

Equipe Projeto DIntBR.



## A formação profissional do designer de interiores.

*Quando me proponho a me formar, estou, na verdade, querendo me transformar.*

Os programas computacionais hoje disponibilizados, que permitem, com acuidade nos detalhes, fazer com que o usuário se transporte para dentro dos espaços, podem induzir a um falso pressuposto de que projetar é algo simples. E que, dominando o programa, qualquer um - ao importar e inserir modelos de sofás, texturas e cores de materiais, luminárias e demais componentes dos espaços interiores em um dado ambiente - estaria projetando, ou seja, fazendo Design de Interiores.

Levo engano. Projetar vai muito além da organização de um espaço com objetos, compondo algo que seja agradável aos olhos, como um quebra-cabeças, em que se busca o lugar ideal de cada elemento. Por esse motivo é que muitos desavisados ainda teimam em se intitular designers de interiores, oferecendo projetos a preço vis, que apenas servem para desqualificar o seu proponente. Essa situação é insustentável, já que cursos em diferentes níveis estão presentes em muitas cidades. Houve época em que o profissional autodidata ainda fazia sentido, pois os cursos eram raros e pouco espalhados nesse imenso País. Mas com a expansão do nível superior e com a popularização dos cursos técnicos, essa situação se transformou. Há, portanto, cursos de nível médio, como os técnicos, que se direcionam a quem gosta do campo e já pretende, antes de entrar para a Universidade, se aproximar desse universo incrível que é o Design de Interiores. Com carga horária reduzida de apenas 800 horas, trata-se de cursos introdutórios – úteis para jovens que pretendem seguir a atividade ou que querem conhecer melhor a área.

Mas, para os que querem realmente construir uma carreira e alcançar o nível de um profissional pleno, existem os cursos de nível superior, com duas opções: os cursos de tecnologia em Design de Interiores têm 1600 horas, e duração de 2 anos ou 2 anos e meio. Neles, pretende-se formar um profissional apto a projetar espaços interiores, com base na prática do projeto e com foco no mercado de trabalho. O curso confere ao seu egresso o título de tecnólogo em Design de Interiores.

A outra modalidade de curso de nível superior é o bacharelado. Com carga horária mínima de 2400 horas, tem 4 anos de duração. O bacharel em Design de Interiores, profissional pleno, conhece a profissão de uma forma mais abrangente, estudando a prática de modo verticalizado e preocupando-se com a fundamentação do projeto. Profissões tradicionais que exigem uma sólida base de formação oferecem cursos de bacharelados - entre elas a medicina, a enfermagem e a engenharia.

Ambas as modalidades de cursos superiores permitem a continuidade dos estudos de pós-graduação, seja no nível de Especialização (*lato sensu*<sup>1</sup>), com cerca de 360 horas, seja nos níveis chamados de *stricto sensu*<sup>2</sup> como o Mestrado e o Doutorado, mais ligados ao universo acadêmico. A escolha do que fazer depende dos objetivos do estudante.

Estudar é sempre bom e o profissional integrado à própria carreira sabe que nunca pode parar. No universo acadêmico ou no mercado de trabalho, o profissional que não estuda entra em processo de estagnação, criando limitações à própria atuação, por incapacidade de atualização. O campo do Design de Interiores exige, cada vez mais, contínuo exercício de se colocar a par de novas metodologias, novos materiais e novas tecnologias. São aceleradas as transformações de nosso tempo: o modo de viver, de olhar o mundo, o papel das pessoas – tudo isso é cultura e a cultura não existe, exceto enquanto produção humana social, impermanente e viva.

Mas, a quem interessa a formação do designer de interiores?

Em primeiro lugar, interessa ao **profissional**: poder definir, com lucidez, os seus objetivos e assim decidir a forma de alcançá-los.

O Design de Interiores, profissão altamente complexa, requer um profissional afinado com a escuta – apto a ouvir o que o cliente tem a dizer, as entrelinhas do seu texto, os motivos de seus quereres. Capaz de investigar essa narrativa e ir além. Sensível, sem preconceitos, aberto. Mas a profissão requer também muito estudo, muita pesquisa, conhecimento técnico, artístico e cultural para compreender as instâncias do Design de Interiores – sobre isso é preciso uma outra coluna, no futuro - saber driblar as inconsistências e afinidades do **território**<sup>3</sup> em relação à **função** e ao **usuário** (ou usuários) do espaço. É preciso ir além das soluções projetuais padronizadas e repetitivas, encontradas nas revistas e nas mídias digitais. Fundamentar o projeto é algo que requer conteúdo e conteúdo não se refere apenas a questões estéticas, mas a aspectos que envolvem a experiência do usuário no espaço, as questões ligadas à Ergonomia – e isso significa apenas o cuidado com o sujeito e com a tarefa que empreende na sua vida cotidiana, assim como os aspectos socioeconômicos e culturais pertinentes. É por meio deles que se cria uma cozinha para um jovem casal, para uma senhora que há décadas lida com as prendas domésticas ou para um restaurante de um chefe renomado. Vejam, uma só função – cozinhar – mas particularizada em cada caso, de modo a atender a cada um deles. Se, para o jovem casal a praticidade do preparo a dois é o foco, para a senhorinha a conversa é outra, com a sua experiência de vida como base da organização do espaço. E, quanto ao nosso chef, a sua culinária, os produtos que vai usar, o número de refeições diárias e as exigências da Vigilância Sanitária caracterizam uma outra forma de olhar a cozinha, aqui industrial.

Em segundo lugar, a formação do designer de interiores deve interessar também ao usuário contratante dos serviços profissionais: *Afinal, esse designer a quem entrego a minha casa ou o meu consultório – que expertise ele tem? O quanto estudou, como investiga e o que sabe sobre o campo? O que lhe confere a competência necessária para atender aos meus anseios?* Quando se procura um médico, geralmente se recorre a alguma indicação, e se procura saber sua formação e sua especialização.

Da mesma forma, nossos clientes precisam saber a quem contratar em cada caso específico; um projeto ou obra mais complexo, com maior nível de detalhamento, requer um profissional

<sup>1</sup> *Lato sensu*: em sentido amplo, diz respeito a curso de Especialização, que confere um certificado.

<sup>2</sup> *Stricto sensu*: em sentido restrito, diz respeito a cursos de Mestrado e Doutorado, que conferem diploma, tendo o primeiro cerca de 2 anos de duração e sendo finalizado por uma dissertação; o segundo tem o mínimo de 4 anos e sua conclusão implica na produção de uma tese, que deve ser inédita.

<sup>3</sup> Todo o envoltório físico, cultural e psicológico que rodeia o usuário ou os usuários.

pleno, um bacharel ou um tecnólogo, que certamente terão condições mais assertivas de dar conta do recado. Um projeto mais simples, ligado a espaços de nossa vida cotidiana, sem maiores detalhamentos, pode perfeitamente ser elaborado por um profissional de nível técnico.

Nós, designers de interiores, ganhamos sempre que o cliente conhece limites e competências diferenciadas e contrata o profissional adequado aos seus objetivos, pois esse é o primeiro passo para que obtenha um projeto condizente.

Técnicos em Design de Interiores não devem se sentir diminuídos com essas afirmações. Ao contrário, devem compreender que, se optaram por um curso de nível técnico, e se gostaram do ofício e querem realmente nele se engajar, podem se aventurar a um curso de nível superior, de modo a conquistarem um novo jeito de olhar o Design, o projeto, o usuário. Enfim, um jeito de crescer. O que precisamos é de profissionais competentes em seus diferentes níveis e a competência passa, certamente, pelo reconhecimento de nossas limitações e de nosso potencial para alçar novos voos.

Bom é o profissional que quer sempre crescer, ultrapassar suas limitações e vislumbrar novos horizontes.



## Das cavernas à depreciação profissional.

### As cavernas

Apesar da palavra ‘decoration’, no sentido de ornar um ambiente, ter surgido somente na antiga Roma (*Decoratione*) e os termos *Décorateur*<sup>1</sup> e *Ensemblier*<sup>2</sup> só começarem a ser usados na França nos séculos XVIII e XIX, as peças e partes de ambientes - como câmaras funerárias e paredes internas de palácios egípcios, por exemplo - que se preservaram da antiguidade até nossos dias, deixam claro que a ornamentação dos espaços internos é uma atividade exercida há longo tempo pela humanidade.

Observando a cerâmica mais antiga do mundo, encontrada na China em 2012 e que tem 20 mil anos de idade, podemos perceber nela elementos simplesmente decorativos, não funcionais, o que nos leva a imaginar que se os homens da caverna enfeitavam seus objetos, é provável que enfeitassem também, de alguma forma, suas cavernas. Há quem considere que as pinturas rupestres são uma forma de decorar as paredes das cavernas.



Figura 1- Fragmento de decoração de um palácio tebano da XVIII dinastia. Fonte: fascinioegito



Figura 2- Cerâmica mais antiga do mundo. Fonte: clickideia.

<sup>1</sup> No século XVIII o termo “decorador”, na França, não designa um profissional especializado no adorno de espaços interiores. Ele se refere, indistintamente, a artistas, pintores, escultores, confeiteiros, arquitetos etc. Só em 1856, o dicionário Larousse define o decorador como um “profissional da ornamentação”. Posteriormente, o dicionário Littré é mais específico: “aquele cuja profissão é adornar o interior dos apartamentos ou aquele que faz decorações para os teatros e para as festas”.

<sup>2</sup> Sem tradução em português, O termo “ensemblier” se populariza e até substitui o de “decorador” nas primeiras décadas do século XX, nomeando uma pessoa que coordena todas as artes da decoração de interiores.



Figura 3- Villa de Publius Fannius Sinistor, Boscoreale, perto de Pompeia, reconstrução de uma das salas no Metropolitan Museum of Art, em Nova Iorque. Fonte: [anamargaridapalmeiraebomeeugosto](https://anamargaridapalmeiraebomeeugosto)

Já outros as entendem como parte de rituais de religiões primitivas.

Pensando ainda nos tempos das cavernas, é lógico concluir que, como hoje, antes de ornar um ambiente é natural e preciso organizá-lo, dividindo o espaço para suas funcionalidades – por essa lógica, considero que antes da decoração aconteceu o trabalho que hoje poderíamos chamar de um design de interiores primitivo nas grutas naturais, o primeiro lar dos humanos.

Como os primeiros humanos foram nômades – período Paleolítico, origem do homem até 8000AC - e demoraram algum tempo para criar ferramentas, entendo que o que podemos chamar de arquitetura surgiu depois, quando se estabeleceram e iniciaram a agricultura – Período Neolítico – há casas encontradas em Chipre com base circular em pedra calcária com paredes de tijolo cru ou lama seca datadas de 6000 AC. Mas há quem pense diferente.

Mas o tempo passou, chegaram os Egípcios e seu grande interesse por interiores grandiosos e decorados, inclusive as tumbas dos faraós:



Figura 4- Interior das tumbas do Vale dos Reis. Fonte: *followthecolours*.

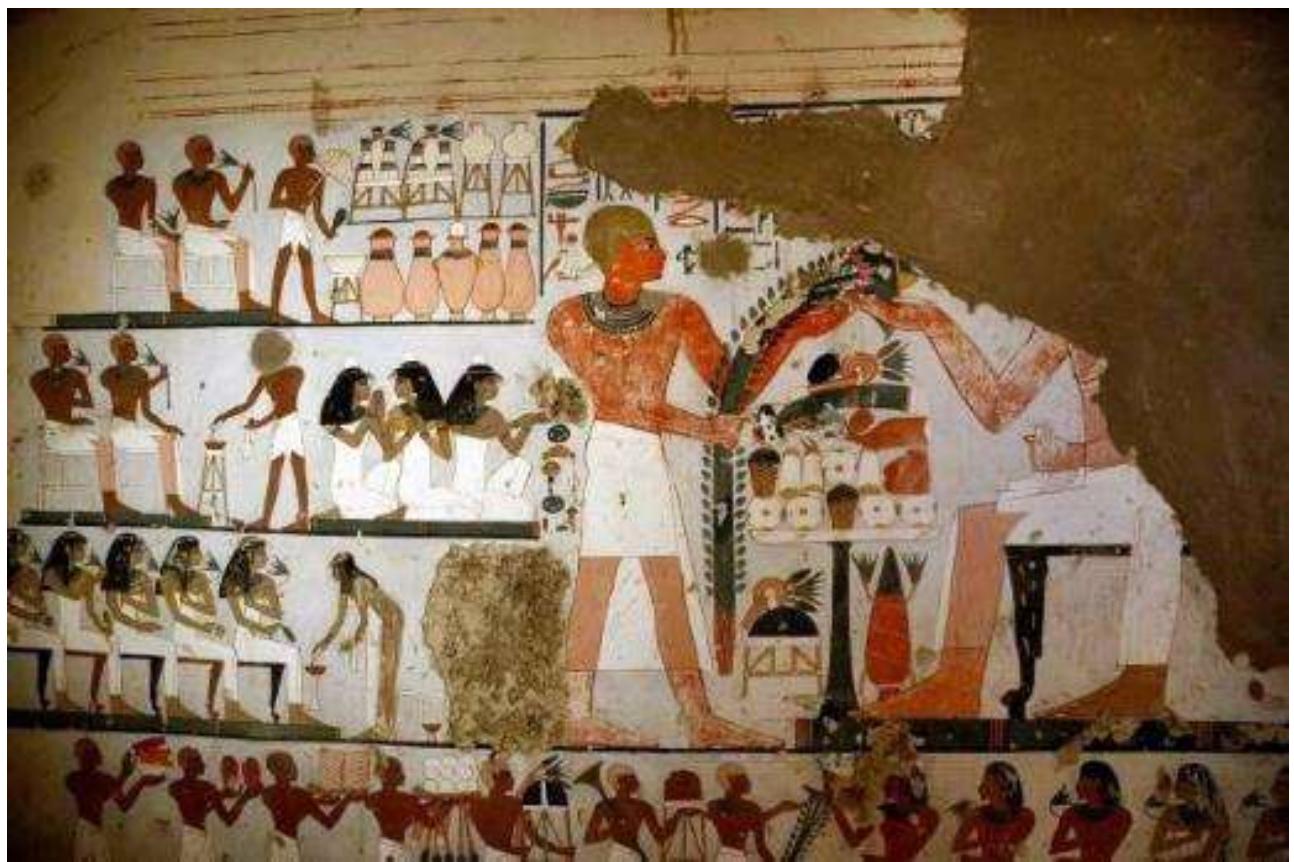


Figura 5- Câmara mortuária - *National Geographic/Nariman El-Mofty*.

Estou me prendendo às decorações de paredes, mas a quantidade de aplicações decorativas nos móveis está realmente muito além da simples funcionalidade. O objetivo era mesmo adornar.



Figura 6- Trono de ouro de Tutankamon - 1325 AC – Egyptian National Museum, Cairo. Foto: i.mycdn.me

Até demais, podemos dizer, para nosso gosto atual.

Depois, os gregos:



Figura 7- Mosaico grego de 2.200 anos encontrado em Zeugma, com origem estimada como sendo do século II antes a.C.

E os Romanos:

Tudo isso é decoração e mesmo não tendo evidências, me parece óbvio que quem se preocupava em decorar de forma tão detalhada e trabalhosa suas paredes com certeza tentava criar alguma harmonia com os demais (e perdidos no tempo) objetos que preenchiam seus ambientes.

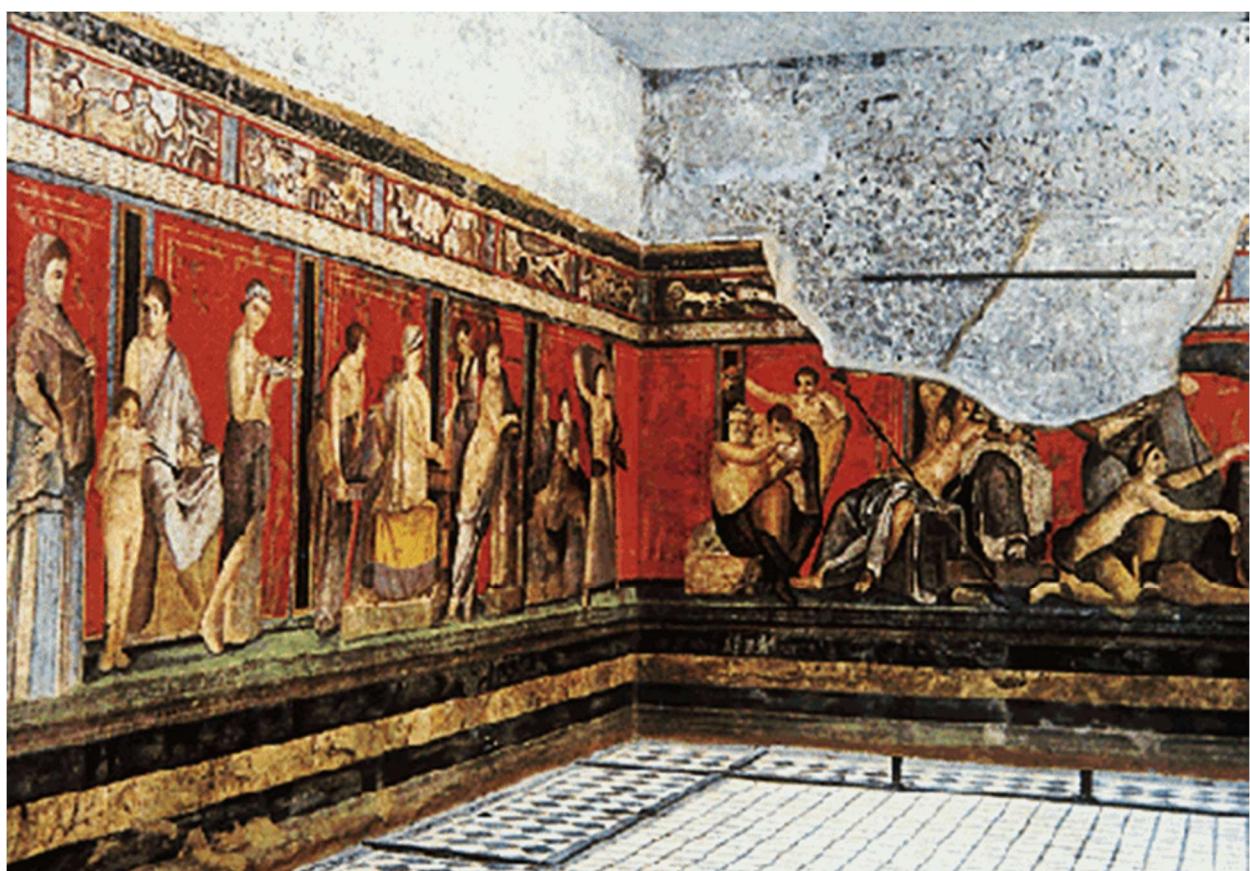


Figura 8- Pormenores do fresco do triclinium da Villa dos Mistérios, em Pompeia, séc. I a.C.

Outra questão seria considerar se havia ou não um responsável técnico por toda a decoração desses ambientes. Um “decorador” ou um “designer de interiores”. Tendo a pensar que mesmo que o nome não existisse, é provável que sim. E pode ser possível que, como aconteceu séculos depois, o arquiteto fosse o decorador ou designer. Mas a função que estava exercendo nessas atividades, depois da construção dos ambientes, era, com certeza, a de decorador, no mínimo.

Daí chegou a única fase que quebra esta ascendência da exuberância da decoração, que é o período da Idade Média, a idade das trevas, após o declínio do Império Romano. A Idade Média foi realmente desprovida de adornos...

Daí para diante, a decoração voltou a existir com grande ênfase. No Renascimento, os decoradores são, muitas vezes, os grandes pintores e arquitetos desse período, venerados e mantidos pelos poderosos.

Se considerarmos os trabalhos escritos que chegaram à nossas mãos, podemos dizer que, nesse aspecto, a decoração nasce junto com a arquitetura, quando *Vitruvius* dedica o sétimo dos 10 volumes de sua obra *De Architectura Libri Decem*, escrita no século I AC, à decoração interior das casas.



## Mudam os materiais e produtos, permanece a essência da atividade.

Seja nos primórdios da civilização, no Renascimento, ou atualmente, a atividade de decorar com qualidade sempre envolveu e cada vez mais envolve muitos conhecimentos relacionados às artes, artesanato em geral, uso eficiente e harmonioso das cores, características dos materiais, História, estilos de decoração, princípios como harmonia, proporção, unidade etc., estética, etc.

Se analisarmos, por exemplo, um simples acessório, como um tapete de qualidade a ser colocado em um ambiente nobre, para escolher com acerto um bom decorador deve conhecer, com alguma profundidade, uma infinidade deles, sua origem, os materiais usados na sua confecção, a forma de execução e coloração, a simbologia atrás de seus desenhos, os estilos que “conversam” com ele e aquele à qual pertence, os cuidados com a sua manutenção... Tudo isso antes da simples questão estética de escolha de cores e dimensões para ser harmônico com o ambiente.

Na verdade, decorar com maestria não é só uma questão estética. Há (ou deve haver) um conhecimento profundo de vários aspectos de cada peça que é inserida em um ambiente, de forma que ela pertença realmente a ele, por todas as suas características e/ou história. Além disso é imprescindível para o bom decorador que todo esse conjunto fale ao coração e apresente a personalidade do dono, passando longe do perigo de se criar um cenário e não um lar.

Pense nesse mesmo processo para móveis, vasos, tecidos, revestimentos, acabamentos, cestaria, cortinas, cerâmicas, porcelanas, quadros, esculturas, luminárias, espelhos, e demais utensílios e objetos decorativos.

De forma alguma a decoração de verdade é uma atividade simples e muito menos “menor”.

## **Revolução Industrial – O divisor de águas e o declínio da profissão.**

Muitos séculos se passaram até a revolução industrial e, durante eles, o trabalho de artesãos e artistas de diversos tipos era tudo que se tinha para executar uma decoração com maior apuro, só acessível à nobreza.

Nesses séculos, principalmente no Renascimento, arquitetos e muitos artistas, especialmente pintores e escultores foram responsáveis pela decoração de palácios, como o de *Versailles* (decorado em parte, pelo pintor *Charles Le Brun*, no reinado de *Louis XIV*). Leonardo da Vinci também decorou casas da nobreza.

Na verdade, até hoje, muitos decoradores, designers e arquitetos são também artistas – a estética e a busca da beleza unem estas profissões.

Durante muito tempo, neste período a Decoração e o Decorador tiveram grande status.

Quando a produção em série se tornou uma realidade (séculos XVIII e XIX) houve uma maior democratização do ato de decorar e surgiu, é claro, uma infinidade de produtos mais acessíveis que poderiam ser usados na decoração dos ambientes. Em um primeiro momento os então chamados decoradores tiveram uma nova fase de ouro, decorando as casas das novas classes sociais emergentes.

Já no início do século XX o termo “Design”, surgido no século XVIII, na Inglaterra, começou a caracterizar as atividades ligadas a criação de produtos, peças gráficas e ao projeto dos interiores. Daí se tornou usual a separação entre o Design de Interiores, cuja atividade acrescenta conhecimentos técnicos relacionados ao conforto do ambiente em todos os aspectos e a chamada Decoração, mais relacionada aos aspectos estéticos.

E assim, muitos estabelecimentos e pessoas surgidos ligados ao termo “Decoração” foram desaparecendo, dando lugar ao “Design de Interiores”, como, por exemplo, o Instituto Americano de Decoradores de Interiores (AID) fundada em 1931, que em 1961 se transformou no Instituto Americano de Design de Interiores e em 1975, se unindo a outras entidades formou a Sociedade Americana de Design de Interiores, uma das maiores organizações profissionais para design de interiores no mundo.

Um exemplo claro da mudança pela qual a concepção da atividade de decoração passou é a definição de decorador da AID de 1931, que era: “*Um decorador é aquele que, por treinamento e experiência, está qualificado para planejar, projetar e executar interiores estruturais e seus móveis, e supervisionar as várias artes e ofícios essenciais até a conclusão*”.

Com base nesse histórico, que tem centenas de outros exemplos, no mundo e no Brasil, é que podemos considerar que, de alguma forma, no passar dos séculos, o chamado “Decorador” perdeu espaço, escopo, glamour e status. Os aspectos técnicos que, na verdade, eram incipientes, não tiveram tratamento acadêmico sério até o desenvolvimento do Design de Interiores, que, com propriedade, se apossou deles.

### Atribuições dos designers de interiores e suas sobreposições ao trabalho de arquitetos e decoradores



*Figura 9- IIDA - International Interior Design Association - Tradução livre: Nora Geoffroy.*

E como as chamadas, até um certo momento, de Escolas ou Cursos de Decoração se direcionaram para o Design de Interiores, a lacuna acadêmica do conhecimento profundo e estruturado da tal maestria na escolha de peças de decoração de que falei anteriormente continua existindo e sendo resolvida por profissionais de diversas áreas, correlatas ou não, que se interessam profundamente pelo assunto e o estudam sozinhos.

Atualmente, no exterior, há uma clara delimitação entre as atividades de Arquitetos, Designers de Interiores e Decoradores. Também por isso, não é difícil vê-los trabalhando em equipe e sem uma hierarquia estratificada: Um decorador pode ter ou contratar uma equipe formada por arquiteto, designer, engenheiro e outros profissionais quando contratado para um serviço e considerando que estes são necessários. Assim como um designer ou arquiteto podem fazê-lo. Muitas vezes um empreiteiro é o superior hierárquico de todos e organiza administrativamente a obra, reforma e até decoração.

No Brasil, as coisas são um pouco mais complicadas. Mesmo o Design de interiores, que tem uma estrutura acadêmica mais robusta, passa por problemas complicados. Imagine uma “profissão” que não tem hoje nenhuma estrutura acadêmica, curso certificado por qualquer entidade?

Mas a verdade é que a decoração tem um enorme valor e necessita de uma gama de conhecimentos absurda, que sempre deve ser atualizada.

Devemos dar parabéns aos que continuam estudando, pesquisando e usando seu conhecimento para tantas residências, museus, cenários de época e todos aqueles que prezam pela história de cada detalhes de seus ambientes.



Figura 10- Interior do Palácio de Versalhes, perto de Paris, França. Fonte: [nationalgeographic.com](http://nationalgeographic.com).



**SOBRE AS ORIGENS E A EVOLUÇÃO DO  
CAMPO DO DESIGN PARA AMBIENTES:  
ponto de partida para a compreensão da  
identidade profissional de designers de  
interiores e ambientes no Brasil.**

No senso comum, sabe-se que decorador é aquele que decora. Se de um lado faz referência a alguém que é capaz de memorizar algo, e de outro ponto de vista diz do indivíduo que é capaz de adornar e criar cenários. O ato de decorar ambientes adequados à existência humana é antigo e recorrente em diferentes culturas.

O ato de decorar é parte de um processo complexo que acontece na vida das pessoas e surge da necessidade de se construírem lugares melhores para se viver. De modo geral, são os próprios indivíduos que idealizam e realizam a decoração dos lugares habitados, orientando-se conforme seus sonhos, seus valores, suas crenças e suas possibilidades.

Segundo registros a presença do decorador ganhou vulto na França, durante o reinado de Luís XV, entre os anos de 1715 e 1774. Naquele período, o decorador não era nem artista nem artesão, mas alguém dedicado ao mundo dos negócios, de apurado senso estético, responsável por definir a aparência, a conveniência e o conforto dos ambientes das edificações (BRAUDEL, 1995). Dedicado a tarefa de influir na aparência e na funcionalidade dos ambientes com o uso de móveis requintados, objetos de arte e materiais sofisticados, a presença de decoradores nos palácios e residências nobres favoreceu para que a decoração fosse considerada um meio para promover distinção social.

O advento da Revolução Industrial, entre os séculos XVIII e XIX, apresentou à população dos centros urbanos os propósitos da modernidade afetando a ordem e a lógica de vida dos indivíduos em sociedade. A evolução tecnológica em evidência instituiu uma nova concepção de conforto em que a utilidade e a significância do sistema de objetos produzidos em série passaram a estruturar a existência humana. Além de afetar sobremaneira a percepção de distâncias e proximidades dos indivíduos - entre eles e em relação ao meio onde vivem.

Apesar de notória evolução dos meios e modos de produção, o domínio da técnica de decorar ambientes por um especialista permaneceu acessível a uma pequena parcela da população, quais fossem os representantes da elite econômica e intelectual das sociedades.

No senso comum, sabe-se que decorador é aquele que decora. Se de um lado faz referência a alguém que é capaz de memorizar algo, e de outro ponto de vista diz do indivíduo que é capaz de adornar e criar cenários. O ato de decorar ambientes adequados à existência humana é antigo e recorrente em diferentes culturas.

O ato de decorar é parte de um processo complexo que acontece na vida das pessoas e surge da necessidade de se construírem lugares melhores para se viver. De modo geral, são os próprios indivíduos que idealizam e realizam a decoração dos lugares habitados, orientando-se conforme seus sonhos, seus valores, suas crenças e suas possibilidades.

Segundo registros a presença do decorador ganhou vulto na França, durante o reinado de Luís XV, entre os anos de 1715 e 1774. Naquele período, o decorador não era nem artista nem artesão, mas alguém dedicado ao mundo dos negócios, de apurado senso estético, responsável por definir a aparência, a conveniência e o conforto dos ambientes das edificações (BRAUDEL, 1995). Dedicado a tarefa de influir na aparência e na funcionalidade dos ambientes com o uso de móveis requintados, objetos de arte e materiais sofisticados, a presença de decoradores nos palácios e residências nobres favoreceu para que a decoração fosse considerada um meio para promover distinção social.

O advento da Revolução Industrial, entre os séculos XVIII e XIX, apresentou à população dos centros urbanos os propósitos da modernidade afetando a ordem e a lógica de vida dos indivíduos em sociedade. A evolução tecnológica em evidência instituiu uma nova concepção de conforto em que a utilidade e a significância do sistema de objetos produzidos em série passaram a estruturar a existência humana. Além de afetar sobremaneira a percepção de distâncias e proximidades dos indivíduos - entre eles e em relação ao meio onde vivem.

No século XX, a diversificação da produção industrial acelerou o processo de urbanização, facilitou a verticalização da arquitetura e, ao que nos interessa, valorizou os ambientes interiores dos edifícios públicos e particulares que passaram a ser compreendidos como parte da cidade. A modernidade requerida acentuou mudanças no estilo de vida e influenciou novos hábitos de consumo à população urbana, impactando diretamente no arranjo e na ambiência dos espaços habitados. Diante do contexto de progresso material e de alterações nos meios e modos de vida a decoração - uma prática que transita entre as Artes Decorativas e as Artes Aplicadas, voltada para o planejamento e o projeto do uso e da ocupação do espaço disponível em todas suas especificidades - passou a ser compreendida como um meio capaz de viabilizar aos habitantes das cidades as vantagens da vida moderna. O profissional decorador, orientado pela estética da funcionalidade, passou a ser cobiçado pela classe média em ascensão que viu na decoração dos interiores dos edifícios uma alternativa para

alcançar projeção social. (ARGAN, 1995; MOREIRA, 2006; VASCONCELLOS, 2004).

No Brasil, o desenvolvimento industrial e artístico ocorrido na primeira metade do século XX, afetou positivamente o setor da construção civil. Pode-se citar como evidência dessa realidade as revistas especializadas em Engenharia, Arquitetura, Urbanismo, Belas Artes e Decoração publicadas no Brasil no período, que ganharam lugar de destaque no cotidiano, inspirando e orientando informações à população, sobretudo urbana, conforme o ideário de modernidade vigente. Nas revistas especializadas publicadas no período, tais como Acrópole, Arquitetura e Engenharia e Casa e Jardim, o decorador aparecia como um profissional dotado de bom gosto e bom senso - conceitos construídos socialmente - capaz de intervir tecnicamente na aparência, na conveniência e no conforto dos ambientes. De acordo com as descrições disponíveis nas reportagens da época, de um modo geral, os decoradores eram práticos que dispunham de conhecimento amplo e habilidade para compor obras e arte e peças do mobiliário no espaço disponível, facilitando ao cliente o consumo das novidades em voga. O comportamento vigente endossado pelas reportagens da época, contribuíram para o reforço de uma falsa ideia de que para atuar profissionalmente como decorador era dispensável uma formação técnica específica, contrariando a tendência de profissionalização das atividades produtivas e, sobretudo, de incentivo ao ensino superior no cenário nacional. Apesar do trabalho do decorador ser reconhecido e valorizado socialmente, a ausência de profissionais graduados para o exercício da decoração contribuiu para que a atividade assumisse uma função coadjuvante no setor da construção civil, prevalecendo os engenheiros e arquitetos (MACHADO, 2007; MOREIRA, 2006).

Esse cenário começou a mudar quando o mercado imobiliário brasileiro investiu na arquitetura verticalizada nos centros urbanos. Acostumados a viver em residências autônomas, os moradores dos recém-inaugurados edifícios de apartamentos multifamiliares precisaram adequar seus costumes, educar seus hábitos e, sobretudo, se adaptarem com a proximidade entre os domicílios. O sistema de condomínio passou a exigir dos indivíduos disciplina para a utilização espaço particulares e impor a eles certos limites nos espaços coletivos. Diante do ideal de racionalidade do mundo moderno expresso na arquitetura verticalizada, o projeto da decoração dos interiores passou a ser compreendido como um recurso capaz de auxiliar para a diferenciação entre os apartamentos e, sobretudo para a identificação e a distinção de seus moradores (CIPINIUK, 2014; MOREIRA, 2006). Diante da complexidade da demanda em evidência, alguns arquitetos e artistas graduados no ensino superior, interessados nas minúcias do habitat humano e dotados de conhecimentos específicos sobre história da arte, composição artística e desenho de representação, passaram atuar como decoradores, alcançando resultados superiores dos apresentados até então e, assim, desmystificando a premissa da dispensa de formação específica em decoração para atuação profissional na área (BIENVINDAS; FARIAS, 2006; DANTAS, 2015; MOREIRA, 2006).

A primeira iniciativa para introduzir o ensino da decoração no ambiente acadêmico brasileiro ocorreu na década de 1930, com o curso extensionista de Arte Decorativa, na Escola Nacional de Belas Artes, atual Universidade Federal do Rio de Janeiro (VIANA, 2015).

Mas foi a partir da década de 1950 que o assunto alcançou, de fato, o ensino superior. Intelectuais ligados ao movimento artístico na cidade de Belo Horizonte, inauguraram na capital de Minas Gerais a Fundação Universidade Mineira de Arte (FUMA) e sua unidade acadêmica, Escola de Artes Plásticas (ESAP) com a oferta do curso de graduação em Decoração, dentre outros, inaugurado no ano de 1957 e reconhecido pelo governo brasileiro uma década depois.

Decoração foi o termo adotado no Brasil para denominar a prática, bem como a técnica, de projetar o arranjo e a ambiência dos ambientes cotidianos, influindo diretamente no nome dos cursos de formação superior na área. Foi somente no fim do século XX, quando os ambientes foram reconhecidos como um produto do Design, que a atividade e os cursos pertinentes a essa expertise aproximaram-se da denominação internacionalmente reconhecida: Interior Design.

De acordo com registros disponíveis na plataforma e-MEC, do Ministério da Educação (MEC), até o ano de 2019, existiam no Brasil 245 cursos de graduação tecnológica<sup>1</sup> de Design de Interiores e outros 10 cursos de bacharelado na área, então denominados de quatro maneiras diferentes: Design de Ambientes, Design de Interiores, Composição de Interior e Decoração (e-MEC, 2019).

Diante da diversidade de nomes dos cursos de formação superior cadastrados na base de dados oficial do MEC, parte-se do pressuposto da ausência, ou fragilidade, na identidade profissional dos designers dedicados ao projeto de ambientes no cenário brasileiro. Este panorama descortina um problema a ser enfrentado.

Vale ressaltar que, conforme disposto na Resolução nº05 de 08 de março de 2004, as Diretrizes Curriculares Nacionais para cursos de graduação em Design são genéricas, cabendo ao ensino das diferentes expertises deste campo do conhecimento. Sendo assim, a distinção no perfil dos egressos de cursos de Design gráfico, embalagens, superfícies, interfaces, moda, entre outros se dá conforme especificidades da formação tratadas no Projeto Político Pedagógico do Curso elaborado no interior das instituições de ensino. De outro modo, conhecimentos e abordagens específicas da formação orientam a conduta dos egressos para a atuação no mercado de trabalho além de auxiliá-los no processo de apresentação e reconhecimento profissional. Diante dessa dinâmica, acredita-se ser oportuno propor uma denominação que unifique a compreensão das expertises do Design conforme sua finalidade. Independente do nome dos cursos, a proposta é denominar o espaço social dominado por agentes dedicados ao projeto de lugares habitáveis, interno ou contíguos as edificações. Compreende-se, pois, que o termo ambiente é o que melhor descreve a amplitude dessa expertise uma vez que abrange o lugar onde vive o ser humano, convivem os seres vivos e existem as

<sup>1</sup> A denominação dos cursos tecnológicos e suas diretrizes curriculares estão estabelecidos no Catálogo Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia (BRASIL, 2016b).

coisas, além de indicar a atmosfera que envolve uma pessoa, sua situação financeira, cultural, psicológica e moral. De modo complementar a professora e pesquisadora Maria Lucia Malard (2001) esclarece que o ambiente se constitui como um sistema de comunicação de valores individuais, bem como um meio para veiculação de manifestações do imaginário coletivo e apresentação de orientações para o comportamento social. Daí a proposta de denominar esse campo profissional como Design para ambientes.

Atualmente, no Brasil, existem vários agentes sociais envolvidos com o projeto de design para ambientes. Dentre outros, pode-se citar empresas dedicadas à fabricação e ao comércio de produtos de revestimento e acabamentos para a construção civil, artefatos de decoração e mobiliário para ambientes, responsáveis por movimentar milhões no mercado financeiro. Outro parâmetro a ser considerado, a Associação Brasileira de Designers de Interiores, contabiliza mais de 15.000 associados que exercem profissionalmente a atividade no país.

E, em se tratando da formação no ensino superior para atuação profissional no mundo do trabalho, em Belo Horizonte e região metropolitana, por exemplo, são ofertados cursos tecnológicos em Design de Interiores e de bacharelado em Design de Ambientes por cinco instituições de ensino – duas públicas e três particulares – que juntas ofertam anualmente 1.360 vagas para estudantes interessados em atuar profissionalmente como designers no mercado de trabalho.

Diante do cenário descrito, parte-se do pressuposto da existência de um espaço simbólico, de limites imprecisos, articulado por agentes que dominam um conjunto de conhecimentos e saberes específicos, compartilham determinados interesses e valores, estabelecem relações de colaboração e competição entre si, reproduzindo e legitimando certas estruturas sociais. A considerar a teoria cunhada pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu (1930-2002), pode-se afirmar a existência de um campo profissional, ainda em construção, aqui denominado como Design para ambientes. Ao que tudo indica, esse campo é articulado, dentre outros, por agentes natos e naturalizados. Dedicados à existência e empenhados na dinamicidade do campo, são considerados agentes natos os graduados em cursos – técnicos ou superiores – de Design de Ambientes, de Interiores, Decoração ou correlatos, ofertados em instituições de ensino reconhecidas e autorizadas a funcionar conforme legislação específica. Também atuantes no campo, os agentes naturalizados são aqueles graduados em outros cursos de natureza artística ou projetual, como as Artes Visuais e a Arquitetura, que atuam profissionalmente com a decoração de ambientes. Também são considerados agentes naturalizados os autodidatas, os práticos e os empresários que atuam como stakeholders no campo do Design para ambientes. As informações tratadas aqui são mínimas e correspondem ao existente no acervo bibliográfico sobre o assunto e as pesquisas científicas realizadas ainda são ainda insuficientes para descrever e compreender a dinâmica do campo do Design para ambientes num país de dimensões continentais e rica diversidade como é o Brasil.

Diante da realidade descrita acredita-se que para que se possa identificar e fortalecer a identidade profissional dos designers dedicados ao projeto de ambientes no Brasil faz-se necessário conhecer mais e melhor conhecimentos, saberes, interesses, valores, relações e estruturas que sustentam a existência desse campo profissional e suas interfaces com a dinâmica da existência humana. Para iniciar uma série de pesquisas necessárias para compreensão desse campo, realizei em minha tese de doutorado é um estudo de caso sobre a formação, atuação e identidade profissional de egressos do curso de bacharelado de Decoração da Escola de Artes Plásticas da FUMA, até sua transição para o curso de Design de Ambientes da Escola de Design da UEMG, consolidado como o mais antigo curso de graduação do campo do Design para ambientes no Brasil.

Na pesquisa procurou-se fundamentar a existência do campo profissional então denominado Design para ambientes, e caracterizar conhecimentos, saberes, interesses, valores, relações e estruturas que sustentam sua existência, do ponto de vista de egressos dos cursos de Decoração da FUMA e Design de Ambientes da UEMG, entre os anos de 1957 e 2017, de modo a identificar traços da identidade profissional no âmbito do estudo de caso.

É importante mencionar que esse estudo é uma pequena contribuição para compreensão do campo do Design para ambientes. Outras pesquisas são necessárias para explicar essa expertise do Design, apontar diferenças regionais da formação e sobre as peculiaridades da atuação profissional. Fica aqui o convite para que outros pesquisadores colaborem para descortinar dados da história e informações sobre o campo do Design para ambientes.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

**ARGAN, G. C. A história da arte como história da cidade.** 4. ed., São Paulo: Martins Fontes, 1995. (Coleção a).

**BIENVINDAS, W.; FARIAS, I. F. A formação do leitor: considerações sobre a noção de gosto.** Revista Intercâmbio, v. XV. São Paulo: LAEL/PUC-SP, ISSN1806-275X, 2006.

**BRASIL. Ministério da Educação. Catálogo Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia.** Brasília: MEC, 2016b. <http://portal.mec.gov.br>, consultado em janeiro de 2019.

**BRAUDEL, F. Civilização material, economia e capitalismo - séculos XV-XVIII - as estruturas do cotidiano: o possível e o impossível.** Tradução de Telma Costa. São Paulo: Martins Fontes, v. I, 1995, p. 237-280.

**CIPINIUK, A. Design: o livro dos porquês - o campo do design compreendido como produção social.** Rio de Janeiro: PUC-RJ. São Paulo: Reflexão, 2014.

DANTAS, C. **Brasil porta aberta: uma visão histórica do design de interiores.** São Paulo: C4, 2015.

MACHADO, P. M. **Casa e jardim: a revista e a divulgação do ideário moderno na década de 1950.** Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, FAU, 2007.

MALARD, M. L. **Os objetos do quotidiano e a ambiência.** In: Anais... Encontro Nacional de Conforto e Ambiente. UFMG, Belo Horizonte, 2º, 2001. Artigo disponível em: < <http://www.arq.ufmg.br/eva/docs/art014.pdf>> Acesso em 10 jun 2014.

MOREIRA, S. C. O. **Interiores de casas residenciais em Belo Horizonte: a década de 1950.** 2006. 137 p. Dissertação (Mestrado em História) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2006.

MOREIRA, S. C. O. **Formação, atuação e identidade profissional no campo do Design de ambientes.** 2019. Tese (Doutorado em Design) – Programa de Pós-Graduação em Design, Escola de Design. Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2019.

VASCONCELLOS, S. **Sylvio de Vasconcellos: textos reunidos: arquitetura, arte e cidade.** Org.: LEMOS, C. B.. Belo Horizonte: BDMG Cultural, 2004.

VIANA, M. L. **Arte Decorativa na Escola Nacional de Belas Artes: inserção, conquista de espaço e ocupação (1930-1950).** Tese (Doutorado em Belas Artes) – Escola de Belas Artes da UFRJ, Rio de Janeiro, 2015.



## A importância da cor no Design de Interiores.

Cor é vida! Nós lidamos com cor o tempo todo. Desde quando acordamos e olhamos o céu. Se tem sol sofremos uma influência ao olhar aquele céu azul com o sol brilhando, se está um dia chuvoso, nublado, outro tipo de sentimento é despertado em nós, e que será capaz de influenciar até na cor da roupa que decidimos escolher. A ida ao mercado, onde escolhemos a comida pela cor. Todos nós somos influenciados pela cor, e é possível levá-la a todas as áreas da nossa vida. Para todos os segmentos. É no ambiente, no espaço a ser criado onde experimentamos as nossas vivências e temos experiências, e a cor é responsável por grande parte deste processo.

A cor é um importante elemento na concepção do projeto de interiores, e ela tem algumas funções consideráveis como: transformar, animar e modificar totalmente um ambiente. Com ela podemos aumentar ou diminuir um ambiente, dar destaque a formas e volumes, clarear ambientes escuros, disfarçar aquele pilar que está no meio da sala, além de realçar aquele móvel antigo. Estas são algumas formas de usar as cores que podem e muito, valorizar projetos de interiores.

E por que é tão importante fazer boas escolhas de combinações de cores para os ambientes?

Através de uma boa escolha de combinação é possível transformar a vida das pessoas. Sendo assim, a aplicação da cor em projetos não pode ser feita de qualquer maneira. Temos que aliar a intuição às informações que vão valorizar e fundamentar o projeto. O responsável pela aplicação da cor em projetos, é também o responsável pelo efeito que ela causa nas pessoas que vão usar aquele objeto ou viver naquele espaço.

A cor é capaz de influenciar totalmente nosso estado de espírito, criar diferentes atmosferas, alterar visualmente as proporções de um ambiente, aquecer ou esfriar um ambiente, valorizar e criar centros de interesse.

**“A cor é o elemento mais relativo do design.”**

**(Josef Albers)**



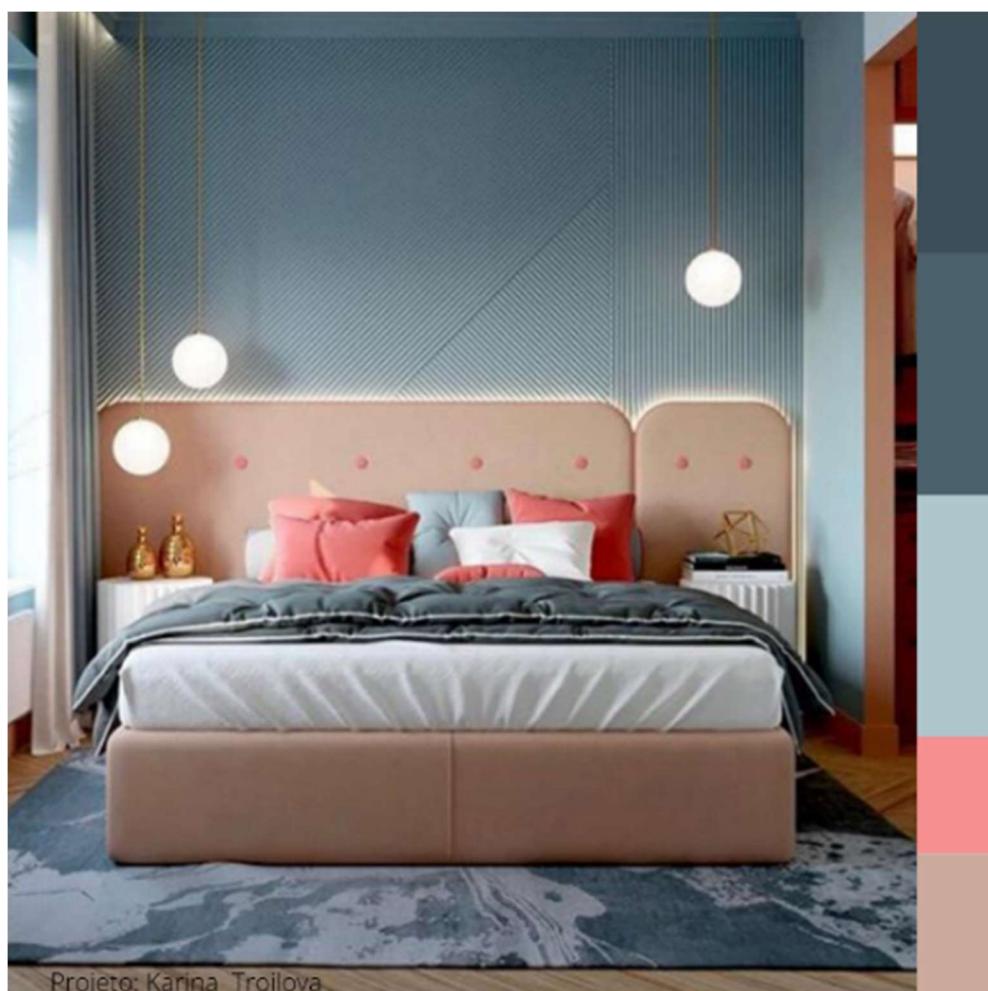
As cores podem produzir muitos efeitos, e esses efeitos podem ser positivos ou negativos. Vou citar por exemplo a cor azul. A cor azul é considerada uma cor fria, pois remete a cor do mar, das águas e também causa a impressão de profundidade no ambiente. É uma cor que pode transmitir paz e serenidade. Mas tudo vai depender da tonalidade utilizada. Para quartos recomenda-se o azul na sua versão menos intensa, aliado a madeiras de tons quentes para trazer o contraste e provocar a sensação de aconchego e tranquilidade.

A aplicação de cores em projetos deve ser uma soma de intuição e informação para valorização do mesmo. O uso de cor deve ser um processo muito bem fundamentado, onde o profissional deve se atentar a percepção daquela paleta utilizada no projeto.

E o que é uma paleta de cores?

A paleta de cores é uma combinação intencional de cores para se atingir um resultado específico. Em projetos de interiores, na decoração, ela é feita para criar uma atmosfera e despertar sensações.

Podemos criar paletas através de inspirações de imagens como praia, por do sol, natureza. Alguma imagem que o próprio cliente tenha e que faça sentido para ele. O céu é o limite para as criações, mas sempre se atentando as necessidades e gostos de quem realmente utilizará aquele espaço.



Projeto: Karina Troilova

## Diferenças entre projetos residenciais e comerciais.

De uma forma mais simplificada e generalista podemos dizer que, dentro dos projetos de design de interiores, temos dois tipos de projetos que são os mais conhecidos, são os nomes mais “populares”, que são os residenciais e os comerciais. Mas quais são as principais diferenças entre os dois?

Conhecer o cliente, saber quais são os seus objetivos e o que esperam do projeto é um ponto em comum a qualquer projeto, seja residencial ou comercial. Assim como uma boa pesquisa é fundamental, precisamos conhecer a fundo quem é o nosso cliente, suas necessidades, prioridades. E fazemos isso aplicando o briefing.

No projeto comercial é necessário saber qual a identidade da empresa, a imagem que a empresa ou loja quer passar para os seus usuários ou clientes. Quer que transpareça como uma loja popular ou uma loja elegante de produtos diferenciados, por exemplo?

Já no projeto residencial temos que ter em mente que “o nosso lar” é onde nos sentimos protegidos, onde está a nossa privacidade, nossos bens mais importantes, enfim o nosso porto seguro.

Ao projetar uma residência, estamos entrando na intimidade desse usuário. O designer tem um contato mais próximo com o usuário ou usuários do espaço. É necessário que seja realizado um levantamento das atividades que serão desenvolvidas em cada ambiente, todas as preferências e necessidades de quem irá ocupá-lo, inclusive em uma família com crianças, conversar com elas - e não somente com os pais - para saber quais são as expectativas e o que almejam em relação ao projeto. Outro ponto de extrema importância são os seus costumes, tradições, valores, o contexto socioeconômico, senso crítico e estético que não devem ser esquecidos na elaboração do projeto. Assim como as interferências climáticas, as diferenças regionais e culturais também devem ser consideradas. Devemos esmiuçar todas necessidades, prioridades e desejos desse cliente.

Além do briefing, que deve ser muito bem elaborado, estudar muito bem o espaço a ser projetado é fundamental. Entender suas problemáticas e as necessidades de adequação ao programa de necessidades do cliente, ter “olhos para ver”.



No comercial, temos uma complexidade maior pois, dependendo do tipo de negócio, temos vários tipos de usuários: os proprietários, as pessoas que trabalham no espaço, os clientes entre outros, além de termos que levar em consideração o tipo de serviço ou atividade que será desenvolvido neste espaço.

Assim como no residencial os contextos socioeconômicos e culturais do negócio devem ser analisados. A estrutura e organograma de trabalho, o produto, a função, os equipamentos, o público-alvo da empresa, a imagem empresarial deve ser detalhada, estudada com afinco e aplicada ou respeitada no projeto. O design de interiores comercial pode ser utilizado para selecionar clientes de forma indireta, influenciando de forma inconsciente, pois um projeto mal direcionado pode fazer com que os seus consumidores desapareçam.

Dessa forma podemos ver o quanto é importante um projeto de Design de Interiores em um negócio. O ambiente projetado deve fazer com que o cliente, ao entrar no espaço, consiga “sentir” qual o conceito da empresa, e o “*stimmung*” do ambiente. Se, por exemplo, a loja vende produtos de fazenda, não podemos criar um projeto que tenha uma atmosfera cibernetica, com uso de materiais como aço inox, vidro etc. O projeto deve remeter ao estilo rústico (pode ir do simples ao elitizado, dependendo da identidade da loja) que nos façam sentir em um uma casa de campo, ou em uma “venda” do interior por exemplo.

Além dessa parte conceitual, tão importante para o desenvolvimento do processo criativo, devemos nos preocupar em seguir as normas técnicas e legislações vigentes nos órgãos públicos. Caso o projeto seja em um shopping, prédio ou galeria, existem ainda as orientações da administração local que geralmente tem normas complementares.

Outros pontos importantes para projetos comerciais são: os prazos de entrega e execução que, geralmente, são curtos; a necessidade de prever ampliações, já que um projeto empresarial não pode se limitar a quantidade rígida ou fixa de usuários. É necessário pensar também em possíveis expansões.

Outra diferença entre os dois tipos de projetos é que em projetos comerciais o orçamento disponível é mais definido, o que não ocorre com tanta frequência nos projetos residenciais.

Há muitas diferenças entre os projetos residenciais e comerciais, mas o que não difere entre eles é a necessidade do designer fazer uma boa pesquisa, um bom levantamento de dados gerais e identificar os problemas e as características realmente importantes e pertinentes.

O levantamento do briefing e do programa de necessidades de forma correta dirá muito sobre o sucesso do projeto.





A complexidade da vida atual leva o homem a procurar um local de repouso que o afaste das dificuldades e dos problemas quotidianos; um lugar prazeroso e sossegado, um refúgio, que lhe proporcione tranquilidade e que, ao mesmo tempo, esse local esteja rodeado de objetos e revestimentos que o agrade. Neste sentido, é necessário pensarmos em um ambiente bem elaborado, sob o aspecto funcional e estético, que seja capaz de satisfazer o desejo de bem-estar do indivíduo e suprir as necessidades do seu dia a dia, tanto nos aspectos físicos como emocionais. Essa será a melhor solução contra as tensões vividas em nossos dias.

Refletindo um pouco sobre esse mundo contemporâneo em que vivemos, em que a urbanização toma conta dos menores centros e os arranha-céus são cada vez mais reais nas cidades, percebemos que a mata, a natureza e o rio estão se tornando realidades distantes. Mas, existe sim a busca pelo contato com esses elementos da natureza, além da necessidade imediata do cliente, mesmo que de maneira lúdica, de vivenciar esses elementos. Nesse sentido, os materiais ou revestimentos de um objeto ou de um espaço interior transmitem um caráter próprio ou uma identidade, assim como a nossa casa é essencialmente uma combinação de diferentes materiais, cujo conhecimento facilita a sua escolha, que ocorre de acordo com suas características fundamentais.

Os materiais que revestem essa superfície, normalmente, refletem em um primeiro olhar do usuário a sensação do que o espaço ou objeto quer passar, seja ele bom ou ruim. Por esse motivo, uma boa escolha desses elementos pode definir o sucesso ou a decadência de um ambiente. Portanto, é imprescindível especificar de maneira correta, visando cumprir a função do espaço a que se destina, buscando a harmonia e o conforto em conjunto com a necessidade do usuário. Isso é algo que o designer tem como uma espécie de missão.

Nesse sentido, uma mesma parede pode ser recoberta com distintos materiais, provocando sensações diferentes em cada espaço. Por exemplo, uma parede recoberta com aço corten não vai causar a mesma sensação se essa mesma parede for revestida de espelho, papel de parede ou até coberta com um jardim vertical. O próprio toque de cada um desses elementos é muito individual, pois cada um deles transmite sensações diferentes.

O revestimento, na maioria dos casos, é a parte visível de um objeto ou elemento de design e, graças às novas técnicas industriais de fabricação, que estão em progresso constante, e à investigação aplicada, novos materiais susceptíveis a serem utilizados são descobertos continuamente. Materiais esses em seus mais variados formatos, características e aspectos, fortalecendo e enobrecendo os designers de ideias, que atuam para revestir objetos e espaços. Os materiais e revestimentos colocam ao nosso alcance uma grande diversidade e variedade de possibilidades de instalação no domínio da decoração e do mobiliário, dando ferramentas para o designer embelezar o ambiente por meio de uma boa escolha desses revestimentos.

Na Idade Média, a madeira era utilizada para fazer mobiliário com seu próprio acabamento e os encaixes podiam ser vistos. Mas com a moda da pintura e a descoberta da serra mecânica, em meados do século XVII, o laminado passa a ser conhecido e os móveis passam a ganhar novas vestimentas, sendo utilizada uma madeira inferior como carcaça. Nesse momento, seu revestimento ganha uma série de novos elementos, a exemplo da marchetaria e madrepérola, moda muito em voga no barroco francês.

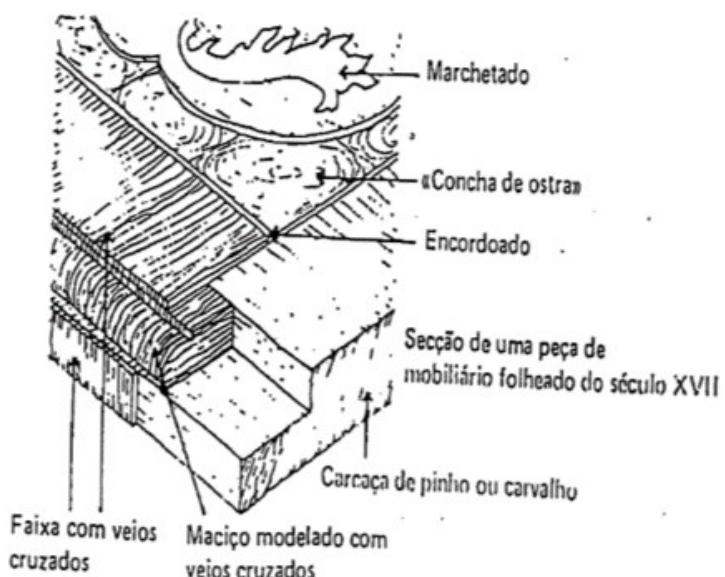


Figura 1- História do Mobiliário Ocidental. Fonte: OATES, Phyllis B.

Não muito distante do passado, o mundo de hoje está recheado de novos materiais e novas tecnologias à disposição do designer, para que ele possa projetar de maneira adequada e criativa. Porém, é necessário que esse profissional se especialize cada dia mais e se informe sobre o que está acontecendo nesse mundo mágico, que é o mundo do revestir, recobrir e transformar.

Se o designer é o especificador dos materiais, ele tem a obrigação de estar atualizado, buscar feiras, navegar na internet em busca de novas tecnologias e revestimentos. É quase que uma obrigação desse profissional pesquisar novos materiais e estar antenado ao mercado nacional e mundial. Quanto mais atualizado o designer estiver, mais sucesso ele poderá ter nas suas especificações, e mais perto do sucesso projetual ele estará.

Outro fator importante no projeto de um especificador de materiais, no caso de uma reforma de um espaço preexistente, é conhecer a história do imóvel. Se pensarmos em uma casa que possua em seu interior uma parede com um painel de azulejo e, quando analisamos, percebemos que esse elemento não combina com a decoração pretendida, o que fazer? Aí está a importância de conhecermos a história do local com antecedência, assim o designer tem chances de reverter a forma projetual e preservar a azulejaria, agora com as combinações mais adequadas. Nesse caso, com mais certeza o trabalho no empreendimento estará mais próximo do sucesso, e ainda o designer poderá contribuir de forma sustentável para a não degradação do meio ambiente com descartes desnecessários.

É de responsabilidade do designer controlar a identidade de um espaço ou objeto pela sensata escolha dos materiais e da preservação dessa identidade, por meio da memória do espaço. Assim, o êxito de toda a decoração residirá, exclusivamente, numa clara e prévia definição dos problemas e dos meios dos quais se dispõe para resolver. Isso serve tanto para se mobiliar uma casa, como quando se pretende modificar aspectos de um ambiente, com a simples troca do piso e pintura da parede. Entre a ideia e os desejos do cliente e do designer, nascerá uma gama de necessidades e possibilidades, com as quais serão determinadas a distribuição do espaço e a escolha dos materiais. Portanto, o designer de interiores é, hoje, o profissional mais habilitado para resolver essas necessidades. Não tenha dúvidas disso!



## O universo do Design de Superfície.

O Design de Superfície é uma atividade que quase não tem limites de aplicação, como o próprio nome já define, porque podemos afirmar que tudo tem uma superfície, não é mesmo? Se o corpo humano tem uma pele, conseguimos imaginar que tudo tem uma "pele" também.

O sofá, o tampo de mesa, o revestimento cerâmico, são superfícies, assim como a cor da garrafa térmica, a textura do piso aderente, o acabamento e o toque do piso emborrachado.

Às vezes a superfície é também um produto, como no caso do tecido que cobre o sofá mencionado antes, ou se o tampo de mesa for uma placa de vidro, essa placa além de ser a superfície da mesa, é também um produto.

Isso significa que o designer de superfícies faz projetos para a parte mais externa, a parte visível do mundo que nos rodeia. Então o trabalho pode ser projetar um tapete, ou azulejos ou ainda, customizar a parte externa de um móvel.

Na minha infância eu já sonhava em fazer estampas para tecidos quando me tornasse adulta. O nome da atividade era, então, Design Têxtil. Só bem recentemente a denominação correta e adequada de "*surface design*" se espalhou pelo mundo.

Possivelmente isso tem relação com o avanço das novas tecnologias que ajudaram a impulsionar muito a atividade. A diferença entre o que era possível se produzir até os anos 90 e os dias atuais é impressionante.

Antes para se imprimir um tecido era necessário se produzir no mínimo mil metros para valer a pena o investimento. A partir das tecnologias digitais um desenho altamente complexo pode ser impresso quase instantaneamente numa metragem mínima como 1 metro!

Atualmente tenho trabalhado principalmente com clientes que produzem as coleções e a remuneração é feita em royalties (percentuais calculados nas vendas).

Cada coleção tem um fio condutor e depende basicamente dos seguintes fatores: o material em si, o cliente, o mercado que será atendido. Para ilustrar isso vou comentar projetos recentes (imagens na página ao lado):

1. Azulejos: para uma empresa carioca (Vizta Design Assinado) a coleção apresenta soluções que transitam do orgânico ao geométrico, do autoral ao mais generalista. Os nomes dos modelos: Raiz, Poema, Envelope, Vértice.
2. Tapetes: para uma empresa de tapetes de SP que aposta em designers (Tapetah), a minha coleção 2020 apresenta três modelos a partir de alguns dados informados num briefing. Os modelos foram: Favô, Luzes da Cidade, Cores do Egito.
3. Ladrilhos hidráulicos: também para uma empresa de SP tradicional no mercado (Ladrilar), com produção artesanal. A inspiração foi de trabalhar projetos realizados em outros materiais para traduzir em metalinguagem, algo que considero fascinante.

Nos meus projetos anteriores aos mencionados, destaco os produtos cimentícios para Solarium Revestimentos, entre os quais os 3 premiados no *iF Awards*, que são o piso Praga, o Cobogó Atoll, e o revestimento de parede Catavento, além do piso externo Ellos, prêmio de Design Bornancini.

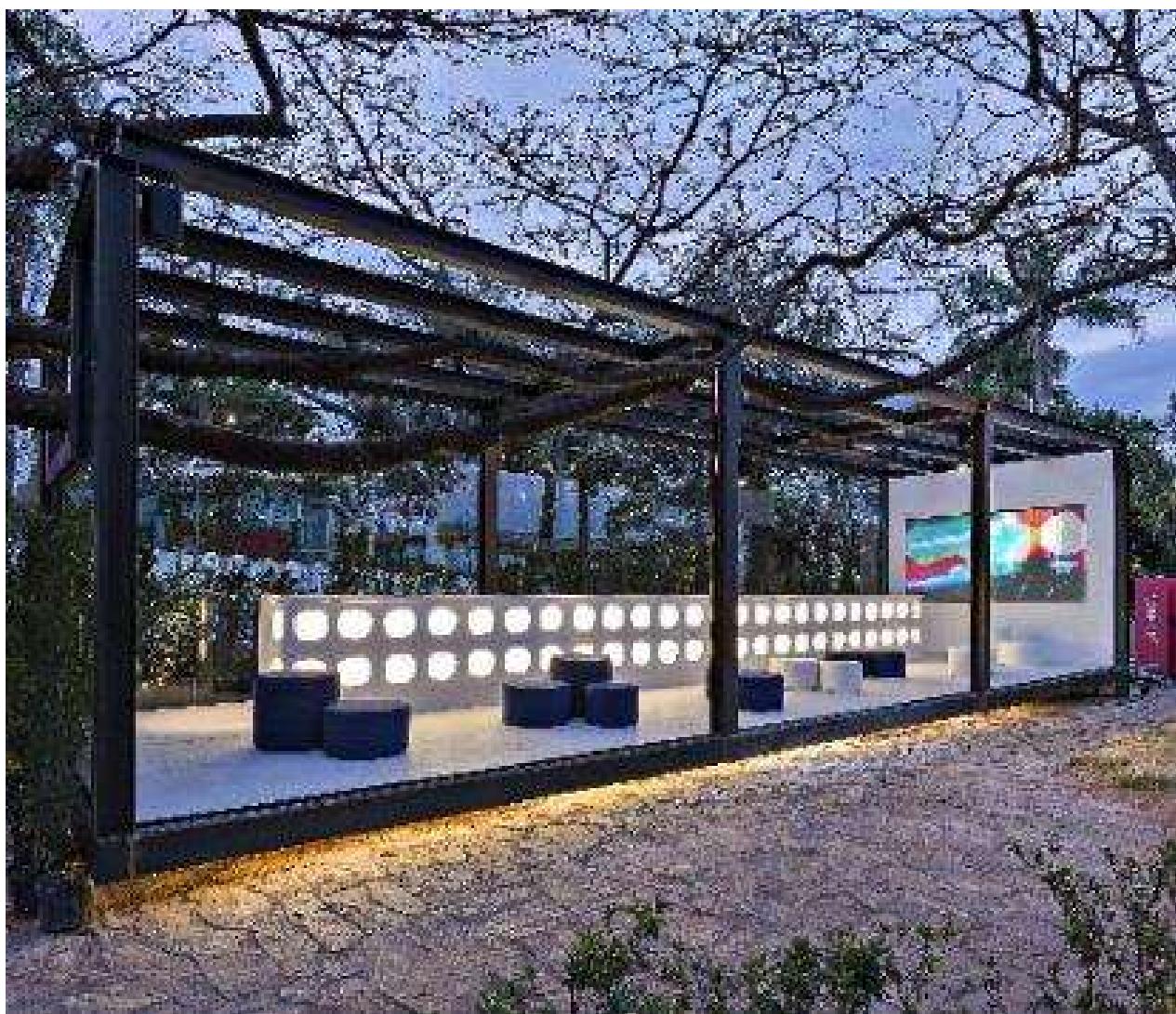


Figura 1- Cobogó - Atoll.



Figura 2- Revestimento - Ellos.



Figura 3- Revestimento - Praga.



*Figura 4- Revestimento - Catavento.*

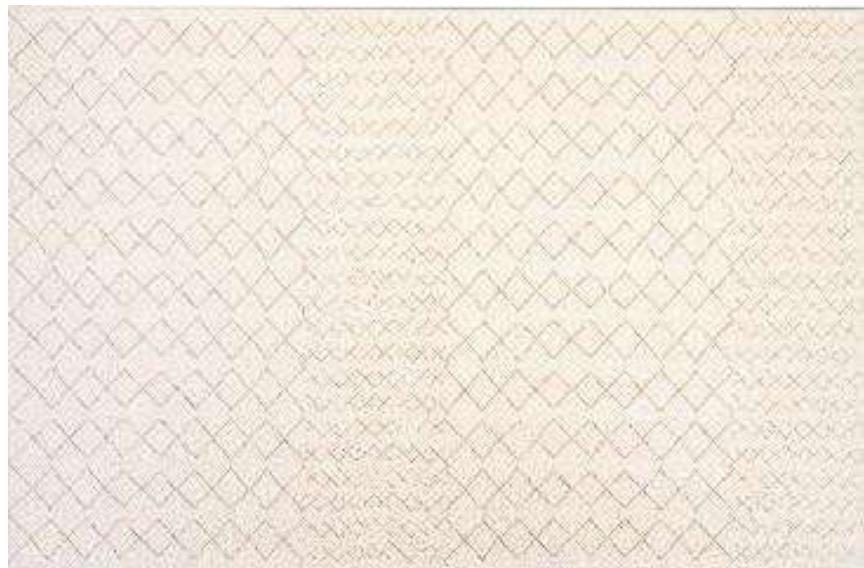


Figura 5- Tapete - Favo.

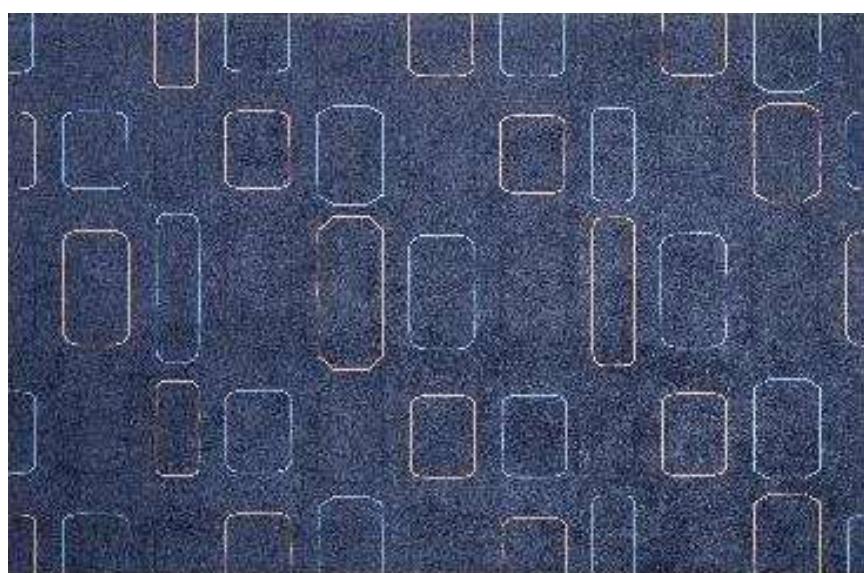


Figura 6- Tapete - Luzes da Cidade.



Figura 7- Tapete - Cores do Egito.

Também destaco a coleção *Personal* para a Coza, uma coleção de estojos plásticos com texturas que além de trazer um diferencial às peças, possibilitam ao deficiente visual poder, através do tato, perceber algo além do Braille, perceber uma qualidade estética.

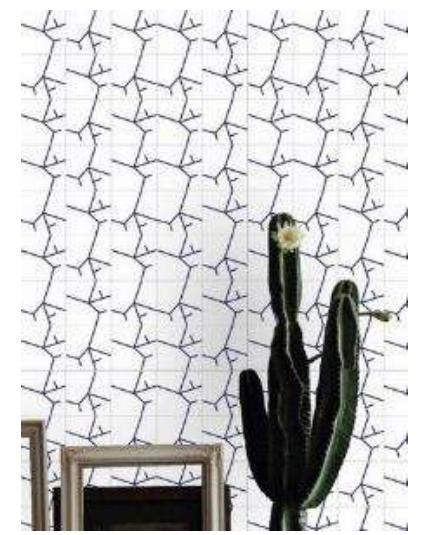
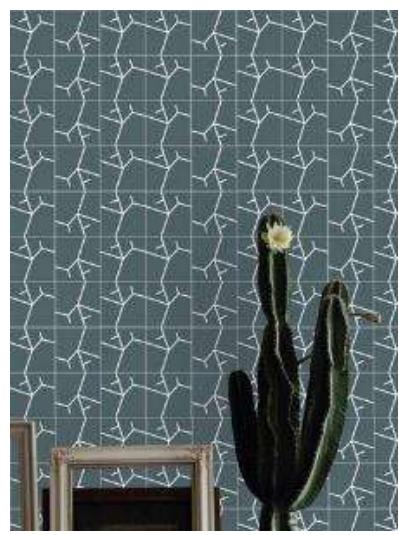
Hoje uma das prioridades na vida de qualquer cidadão consciente é o cuidado ambiental. Temos de ter o maior cuidado para não transformarmos o planeta numa lixeira com acúmulo de resíduos. Então, isso também pesa no trabalho do designer que deve transferir essa consciência aos seus projetos. É quase um paradoxo que, com mais designers atuando e com maravilhosas novas tecnologias, nós termos que, de certa maneira, "puxar as rédeas" e rever nossos métodos.



Figura 8- Necessária Slim.



Coleção Dobra.



Coleção Poema,

Coleção Raiz.



Coleção Vértice.



**Renata Rubim**  
Designer de Superfícies.



Figura 1- Espetáculo: Bodas. Iluminação: Rodrigo Assis. Foto: Layza Vasconcelos.

O poder de controlar a luz vem de nossos ancestrais. Desde a idade da pedra, o homem tem o desejo de controlar o fogo, tanto para a caça e alimentação como para iluminar ou adentrar as noites perigosas de sua época. Com a evolução das fontes de luz, o homem conseguiu revolucionar tudo que estava a sua volta, desde a simples ação de iluminar um espaço como também produzir diversos aparatos tecnológicos para o dia a dia.

No dia 21 de outubro de 1879, o inventor e empresário *Thomas Alva Edson* (1847 – 1931) conseguiu realizar a fantástica façanha de produzir o filamento de lâmpada ideal: um fio de cordão parcialmente carbonizado inserido em um bulbo de vidro a vácuo. Ele e seus mais de 200 funcionários em *Melon Park* ficaram extasiados com essa fantástica descoberta. Apesar da ideia de se produzir luz por meio do aquecimento de um filamento já tenha sido estudada por diversos outros cientistas, ele ganhou toda esta notoriedade pelo fato de conseguir tirar do laboratório essa fonte de luz e, assim, chegar à residência das pessoas, apesar de ter que passar por uma batalha

com o Sr. *Nikola Tesla* (1856 – 1943). Em uma outra oportunidade podemos falar mais sobre essa “guerra das correntes”.

Mas com a possibilidade de não ter que usar o óleo de baleia ou o gás como fonte de luz, a partir daí o homem percebeu que suas possibilidades de criação poderiam se expandir exponencialmente, pois não era mais preciso colocar uma fonte de luz no meio de uma sala. Poderíamos transportar essa luz para todos os ambientes e assim criarmos cenários com a luz, isolar e revelar espaços e formas, desenhar sombras, encantar plateias com efeitos de luz em diversos espetáculos, em todos as suas vertentes.

O ato de iluminar, apesar de passar gerações, se modificou muito com a inserção de diversos aparelhos eletrônicos. Com isso, temos que repensar como utilizar e onde utilizá-la. Em minhas palestras e aulas, a minha primeira fala para os alunos é:

**“Esqueça todos os refletores, spots e fontes de luz, jogue tudo isso fora e primeiro vamos pensar em como iluminar, para quem, por que, quando, qual o conceito de cor e luz que você quer para este espaço?”.**

Se você se concentrar em um tipo específico de equipamento que produz ou gera a luz, seus conceitos luminotécnicos se tornam limitados ao tipo de efeito que ele produz. Assim, não se permitindo extrapolar em ideias e criar coisas novas. Temos diversas fontes, vários equipamentos surgem todos os dias e em diversas partes do mundo, mas a forma de utilizá-los, dando um sentido e um “por que”, isso é que torna seu projeto especial e único.

A frase acima, quando a cito para meus colegas de trabalho e alunos, muitos arregalam os olhos para mim espantados, porque a grande maioria está esperando a receita de bolo pronta. Mas não existe uma receita ou ideia a ser aplicada, o que temos são normas de segurança e conceitos que utilizamos em nossos projetos, mas para sua aplicação final dependemos de diversos fatores, tantos físicos como emocionais.

Digo que a luz pode ser transformada, direcionada, destacada e até anulada. Agora, a forma como você determina e vai usá-la, isso é que vai usá-la, isso é que vai fazer o seu projeto ser único. A minha área de atuação é quase que exclusivamente iluminação cênica de teatro, shows e eventos efêmeros. Nesta área temos que nos redobrar para aplicar a luz em vários sentidos, porque em um projeto de iluminação de interiores podemos criar vários cenários, ainda mais se temos a opção de fazer automação em nossos projetos.

Assim, podemos criar 4, 5 ou mais “cenários” de luz. Já em eventos efêmeros, extrapolamos e chegamos a criar mais de 200 cenas diferentes de luz em um espetáculo de 1 hora, e muitas vezes temos que desenvolver conceitualmente essa luz sem nem usar cenário.

Hoje temos um campo muito vasto de estudo e aplicação de conceitos de iluminação.



Figura 2- Imagem feita pelo próprio autor no Shopping Cerrado na cidade de Goiânia - GO.

Na Grécia antiga, o filósofo e pensador *Empédocles* (490 a.C. – 430 a.C.) defendia a ideia de que saiam luzes dos nossos olhos, ou fogo, como falavam também, e onde tocava este “fogo” era o que víamos, como se nossos olhos funcionassem como um farol.

Mas isso era baseado também em pensamentos filosóficos gregos. Essa teoria cai por terra quando *Alhazen* (965 – 1039) vem provar a teoria da reflexão, em que todos nós enxergamos por reflexão da luz, ou mais precisamente, enxergamos por luminância, que é a parte da luz que reflete dos objetos e, assim, essa luz refletida chega aos nossos olhos.

O ato de iluminar é estudado, analisado e pensado há vários séculos, de diferentes formas e diferentes técnicas. Agora, a forma como você as aplica depende de seus conceitos e seus conhecimentos. Se eu pegar o meu projeto de luz de uma residência ou um espetáculo e pedir para você executar o mesmo projeto, com certeza terá outro resultado, pois você possui conhecimentos e vivências diferentes das minhas.

Acredito que quando conceituamos nossos projetos, levamos em conta também o que conhecemos da vida, da sociedade, somos quase que psicólogos com nossos clientes. Sendo assim, temos que considerar o que pretendemos realizar e de diversos pontos de vista.

Portanto, saia da caixinha quadrada em que se encontra no mercado, pois não existe uma fórmula ideal de projeto de iluminação.

Há muitas variáveis que você terá que levar em conta para colocar em prática o que deseja. Seja ousado, seja diferente, busque novas formas de iluminar, novas possibilidade de instalar suas fontes de luz.

Por exemplo, quando surgiram as primeiras lâmpadas fluorescentes tubulares, elas eram enormes e algumas tinham mais de 2 metros de comprimento. Muitos iluminadores as instalaram em pé na quina de parede, ou para iluminar, ou para criar uma instalação, uma arte.

Inclusive, essa é uma palavra muito importante: arte. Leve em consideração essa palavra para seus projetos, pois é isso que criamos todos os dias quando pensamos na luz, mesmo que cheguemos a utilizar a mesma fonte de luz, os mesmos refletores, ela sofrerá nuances que somente aquele lugar poderá ser e existir.

Se isso não for verdade, tente reproduzir a Monalisa, poderá até refazer o quadro, mas com certeza ele terá outro significado e outras formas de ser visto, diferentes de quando ela foi feita pela primeira vez.

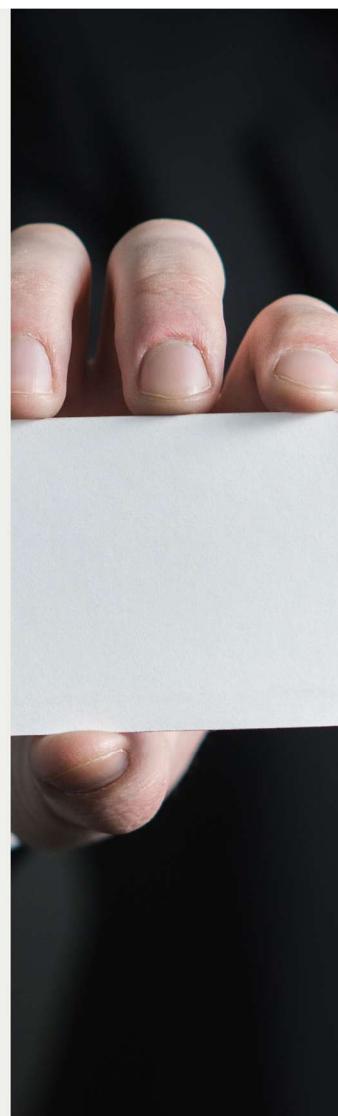
Veja a luz e seja a luz de seus projetos!

**DESEJA ANUNCIAR  
NA REVISTA  
DINTBR?**

**SOLICITE NOSSO MÍDIA-  
KIT ATRAVÉS DO E-MAIL**

[marketing@revistadintbr.com.br](mailto:marketing@revistadintbr.com.br)

**Dint  
br**



## Jardinismo ou Paisagismo?



Figura 1- Projetar, executar e acompanhar a implantação. Fonte: a autora.

A palavra **JARDINISMO** vem ganhando espaço, mas ao contrário do que alguns pensam, não é nova. Mas, o que seria? Trata-se de uma nova profissão? Será que existe diferença entre Jardinismo, Jardinagem e Paisagismo? Em termos simples e Segundo o dicionário Michaelis, Jardinismo é a “*Arte de criar e cultivar jardins*”, já o Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa define como “*a arte de projetar, criar e cultivar jardins*”. Não existe no Brasil, graduação em Jardinismo e ao que me consta não faz parte de nenhuma Grade Curricular. Mas seria algo entre a Jardinagem e o Paisagismo. O Jardinista, além de conhecer as práticas da Jardinagem e tudo inerente a ela, sabe planejar um jardim, especificando e quantificando espécies, materiais, acabamentos, etc; sabe comandar pessoas na execução, dentre outras atividades ligadas ao trabalho.

**PAISAGISMO**, de acordo com ANP (Associação Nacional de Paisagismo) “é uma área de conhecimento interdisciplinar que combina ciência e arte, sustentando-se nas ciências naturais, sociais e tecnológicas, nas humanidades e nas artes.” A profissão de Paisagista ainda não é regulamentada no Brasil mas faz parte de grades curriculares de diversos cursos de graduação com mais ou menos horas e com focos variados, dentre eles: Arquitetura, Agronomia, Biologia, Design de Ambientes e Design de Interiores, dentre outros e existe ainda o curso Técnico em Paisagismo e a Graduação em Paisagismo.



Figura 2- Fonte:a autora.



Figura 3- Fonte:a autora.

O fato é que para ser Jardinista ou Paisagista no pleno sentido, é necessário muito conhecimento teórico específico, estar atualizado com Normas Técnicas de Segurança, conhecer de botânica, climatologia, fitogeografia, geobotânica e muita prática. Posso afirmar que só se consegue realizar um trabalho bem feito, começando pelo começo, ou seja, com os elementos básicos da **jardinagem** (arte de plantar e fazer manutenção do jardim e das plantas).

Isto posto, vamos refletir um pouquinho do ponto de vista de um leigo. Por que sentimos tanto amor por jardins? Por que nos sentimos revigorados numa paisagem natural, como quando observamos o correr de um rio em um vale ou o balanço das ondas no ritmo das palmeiras numa praia? Por que é agradável ver a dança das folhas e sentir o perfume das flores? Por que nos encanta as diversas formas e texturas, galhos e troncos, cores e sabores? Por que o verde tem sido tão desejado nos espaços interiores?



Figura 4- Fonte:a autora.

Estudos recentes em diversas partes do mundo vêm confirmando o que todos nós inconscientemente sabemos: precisamos nos relacionar harmoniosamente com as diversas formas de vida. As cidades e o planeta se tornam insustentáveis se não cuidarmos dos nossos jardins e florestas, e o ser humano se torna inviável sem estes. É aí que entra a Biofilia, ao pé da letra “amor pela vida”. E como temos a necessidade de conviver, interagir e nos relacionar com as coisas vivas, precisamos mostrar como isso é bom e prazeroso.



Figura 5- Fonte:a autora.

Segundo o relato do Gênesis, qual seria a primeira profissão do homem já que ele teria que **cuidar** do enorme jardim que ganhou e **ampliá-lo** por todo planeta? Seria ele um Jardinista, Paisagista ou um Jardineiro? De acordo com o relato, no Éden havia rios, vegetação ornamental e frutífera, e muitos animais. Um verdadeiro Paraíso de delícias. O fato é que por toda a história o ser humano vive em busca de um paraíso perdido. Afinal, num jardim nos sentimos voltando para casa. Não foi sem motivos que muitos poetas e artistas descreveram ou pintaram seus jardins secretos. Outros criaram jardins que ficaram famosos por toda a história da humanidade e a partir desses e suas diferentes culturas e influências político-religiosas, diversos estilos foram sendo criados e desenvolvidos.

Ao falar sobre o tema, não poderia deixar de falar de Burle Marxs, o Artista Plástico que se construiu Paisagista reconhecido internacionalmente. Seu envolvimento com o mundo das plantas, se dá porém, na tenra infância sob a influência da mãe, que amava jardins. Sem se preocupar com modismos ou influências externas, rompeu com a monotonia dos projetos paisagísticos brasileiros, criando espaços que mais pareciam pinturas e pinturas que se transformavam em paisagem, valorizando a exuberância das espécies nativas e tropicais. Concordo absolutamente com as palavras dele que disse: “...pra mim, cada planta é uma revelação” e “no dia que eu perder a curiosidade, eu já estou morrendo...”. Portanto, ser **Jardinista** ou **Paisagista** de verdade é sair do lugar comum, é criar com conhecimento de causa, com motivos, com paixão e curiosidade, é começando pelo começo, sem querer mudar o feitio da natureza. É fazer parecer que aquela criação sempre existiu intocada ali. É valorizar as espécies e não quem projetou o espaço. Jardinista ou Paisagista, é aquele que acima de tudo ama a vida e tudo que vive.

Você consegue expressar esse amor?

## Design de Ambientes / Interiores para espaços urbanos.

A cada dia a cidade se torna centro da atenção da população, ela passar a ser mais explorada em contextos vivenciados e experienciados por grupos diversificados, os ambientes passam a ter interações que modificam não somente o seu espaço físico, mais também os meios de utilização e exploração, dando novos sentidos as relações ali presentes. Hoje, os locais públicos, viadutos, praças, esquinas, quarteirões, entre outros, além das funções habituais, são utilizados como veículo de intervenções artísticas, manifestações culturais e interações urbana contida na ocupação e uso do espaço urbano.

Como podemos inserir o Design de Ambientes/Interiores, no meio urbano? Na transformação, ou melhor definido, na interação de uso, ocupação e manifestações diversas (culturais, políticas e sociais)?

O Design de Ambientes é nomeado por *Schneider* (2010, p.202) como Design ambiental é a “*configuração do ambiente cotidiano (nos âmbitos da moradia e do trabalho), dos cenários urbanos, das vias de trânsito e da paisagem*”. Faz parte de uma área em expansão que atua desde o planejamento da ocupação e do uso de ambientes para o uso humano, sendo eles internos ou externos. No entanto, o Design de Ambientes, através do planejamento, busca relativizar aspectos conceituais, funcionais e estéticos para recomendar espaços eficientes às necessidades instituídas, atendendo suas inter-relações, através de estratégias e soluções propostas, originando o desenvolvimento social (BASTANI, 2013).

Nesse contexto, os designers possuem um papel particular e importante, como mediadores culturais, no diálogo com a cidade. Eles possuem instrumentos para operar sobre a qualidade das coisas, sua aceitabilidade e para a legitimação de novos cenários. Têm um papel específico na transição que nos guarda e oferece soluções alternativas aos problemas, sejam velhos ou novos, propondo cenários como tema em processos de discussão social, nesse sentido, podem colaborar na construção de visões compartilhadas sobre futuros possíveis e sustentáveis (MANZINI, 2008).

O Design Urbano é comprometido com a caracterização pelo estudo do ambiente urbano, não como objeto isolado, mas, como uma atividade integradora a

todas as atividades existentes relacionadas à conformação do espaço analisado. Sendo, o designer de ambientes/ interiores diferentes de outros profissionais ligados a planejamento e à concepção de espaços através da forma como analisam as necessidades, experiências e desejos dos usuários, pois analisam as condicionantes técnicas, práticas, estéticas e simbólicas inserida no contexto projetual ou de planejamento.

Cabe demonstrar que em sua grande parte, as interações presentes nos espaços, são – intervencionista e de interação nos ambientes, provocadas por iniciativas de instituições, grupos e artistas que buscam contribuir para a melhoria da qualidade de vida nas grandes cidades e contextos urbanos e de forma identitária como requisição desses locais. Como exemplos: utilização de viadutos para eventos (FIG. 1 – Evento sob o viaduto Santa Tereza na Cidade de Belo Horizonte/MG), intervenções efêmeras em praças públicas (FIG. 2 – Ocupação pela Feira de Artesanato na cidade de Itajubá/MG), adaptação de corrimões de praça (FIG. 3 – adaptação do corrimão realizada pelos esqueitistas da Praça Roosevelt, São Paulo/SP).



Figura 1- Fonte: Carlos Pereira, 2014.

Nos eventos efêmeros que utilizam a cidade como palco de exibição cabe ao profissional da área de ambientes e interiores, pensar a maneira de como ocorre a produção dentro daquele espaço, por meio de utilização de planejamento, setorização, escolha de equipamentos, lembrando que esse processo necessariamente deve-se

ocorrer de forma colaborativa, uma vez que, os responsáveis por produzir e utilizar os ambientes, muitas vezes, não possui o no hall técnico para projetar, efetuar e utilizar os locais com efetividade, compreender as demandas, necessidades e identidade presente.



Figura 2- Fonte: Carlos Pereira, 2014.

Já em espaços que são permeados por feiras de artesanatos, a área de atuação do profissional engloba desde a configuração de layout dos ambientes até o trabalho de visual merchandising, ou seja, elaboração para exposição de produtos dos artesãos, além da compreensão do funcionamento e interações presentes dentro de uma feira de artesanato.

E por último, voltamos na importância de sempre colaborar e orientar os órgãos públicos na requalificação do espaço urbano, ou melhorar da interação que esses ambientes provocarão no seu usuário, por isso, é importante agir democraticamente na concepção, buscando compreender o usuário, suas necessidades, seus modos de ocupação, suas linguagens e características.

Diante desses exemplos, como nós profissionais em Design de Ambientes/Interiores podemos contribuir para essas utilizações? Se cabe a nossa área pensar, observar, compreender e analisar aspectos que perpassam o meio físico, mas também psicológicos, semióticos, éticos, culturais, sociais e filosóficos,

compreendendo, auxiliando e recriando o modo de como exploramos, vivenciamos e experienciamos o ambiente urbano.

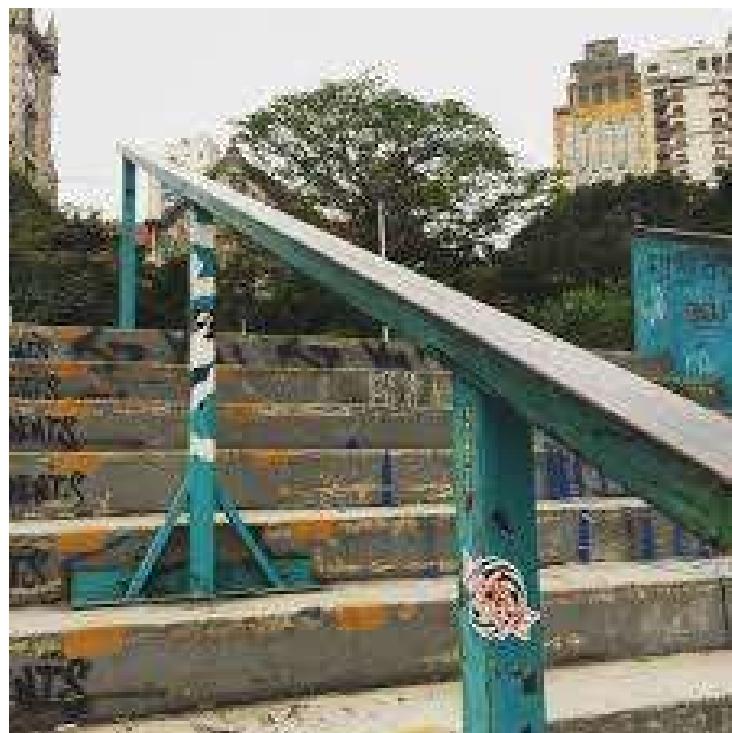
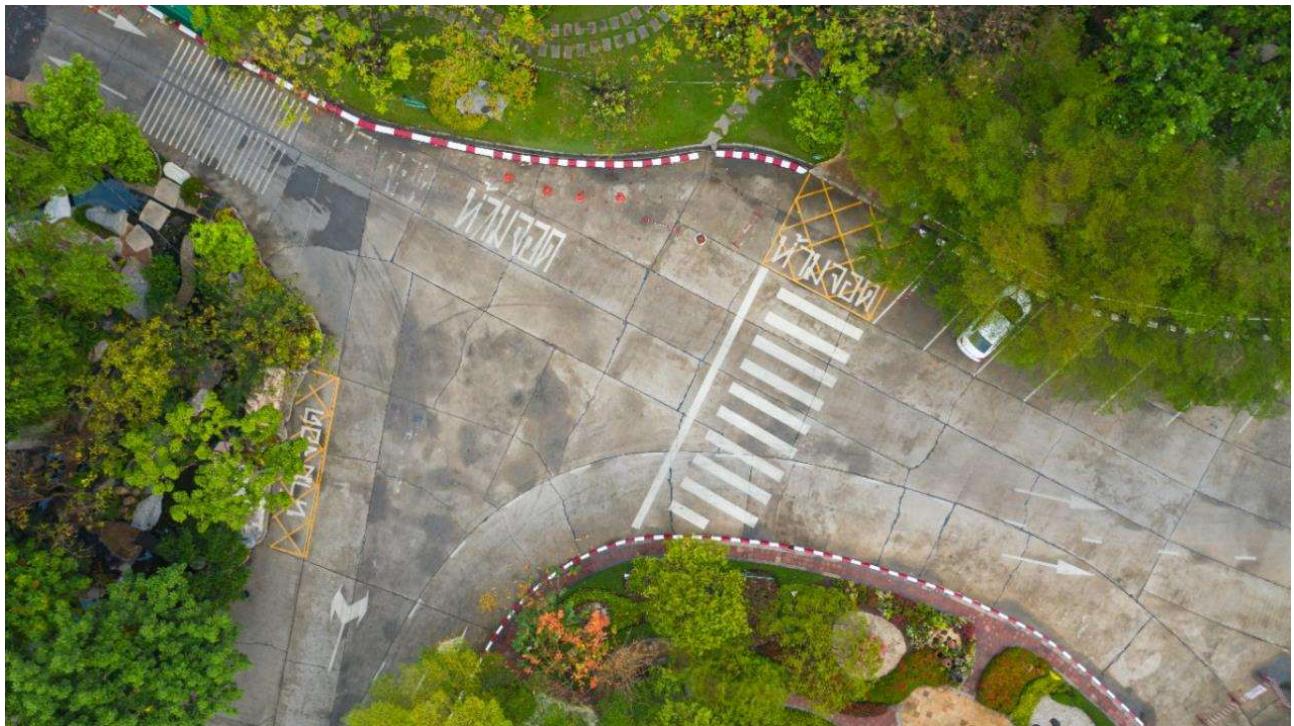


Figura 3- Fonte: Vorticeskateshop, 2018.

É cativante observar que a construção de ambiente urbano possui uma complexidade na sua formação, que não se dá, somente pelo seu arranjo material, função e ou estética, mas sim pela riqueza de valores nas relações que estão estabelecidas naquele determinado espaço. Devemos sempre nos atentar para seus vínculos imateriais ali presentes, sendo eles, seus valores, artefatos, interações, intervenções e olhares, dentro dos diversos conceitos por ali construídos e utilizados.



Portanto, conclui-se que é necessário em um primeiro momento entender o ambiente urbano na contemporaneidade e as necessidades e formas de ocupação do ambiente urbano na atualidade para então buscar as possibilidades colaborativas no uso do espaço público, acredita-se o que o Designer de Ambientes/Interiores possa ser uma peça fundamental para compreensão desse processo e na contribuição para gerar valor social, cultural e político, o Designer torna-se um mediador e um dos atores na produção dos ambientes urbanos.



## REFERÊNCIAS

BASTANNI, Kátia Regina. **O design de ambientes para a sustentabilidade em espaços públicos: Praça central de Casa Branca - Brumadinho - MG.** Universidade Federal de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Ambiente Construído e Patrimônio Sustentável. Belo Horizonte, 2013.

MANZINI, Ezio. (org.). **Design para a Inovação Social e Sustentabilidade Comunidades Criativas, Organizações Colaborativas e Novas Redes Projetais.** Rio de Janeiro: e-Papers, 2008.

SCHNEIDER, Bear. **Design uma introdução: o design no contexto social, cultural e econômico.** 5º ed. São Paulo: Blucher, 2010.

VORTICE SKATE. Disponível em:  
<https://www.facebook.com/vorticeskateshop/photos/fim-de-semana-na-pra%C3%A7a-roosevelts-p-vorticeskateshop-pracarooseveltskt-skate-skat/1123782581133721/> Acesso em: 07 de abr. 2020.

## Design de Interiores para Transportes.

Pensar em todas as possibilidades de trabalho dentro do design de interiores é como visualizar uma grande árvore e sua raiz. A metáfora se torna perfeita quando observamos sua raiz e copa: a raiz representa a solidez dos conhecimentos técnicos e a copa os elementos subjetivos e estéticos – ou o resultado.

Ao fugirmos do senso comum que nos leva ao preenchimento de formas arquitetônicas, percebemos que a área de atuação é menos limitada do que a palavra “interiores” sugere, mesmo com todas as suas possíveis ramificações. Os limites atribuídos por algumas paredes são substituídos por espaços efêmeros, meios de transportes, consultoria, paisagismo, confecção de maquetes, e todas as outras ramificações que podem surgir dependendo da especialização e da associação com outras formações acadêmicas ou experiências empíricas.



Figura 1- Maquete confeccionada pela Designer de Interiores Karla Paiva para a novela “Aquele Beijo” da Rede Globo | Fonte: Sua Maquete.



Figura 2- Residencial Hub – Veruska Azevedo – Designer de Interiores e Paisagista.

As imagens a seguir são uma homenagem aos gigantes paraibanos que conquistaram o cenário nacional e internacional. O palco do Teatro Pedra do Reino, maior teatro do nordeste e segundo maior do Brasil, ganhou vida com o projeto cenográfico das designers de interiores paraibanas Pedrita Tavares e Kalyna Cavalcanti - especialistas em cenografia - para um show mais que especial de várias comemorações. Marcando nesse evento 40 anos de carreira, o cantor e compositor paraibano Zé Ramalho se reuniu com a Orquestra Sinfônica da Paraíba para homenagear os 431 anos da cidade de João Pessoa. A cenografia ganhou peças do designer de produtos erradicado na Paraíba, Sérgio Mattos, confeccionados a partir do algodão colorido geneticamente modificado e cultivado no estado.



Figura 3- Pedra do Reino – João Pessoa - Fonte: Portfólio das designers.



Figura 4- Pedra do Reino – João Pessoa – Fonte: Portfólio das designers.

Nesta coluna vamos trazés à luz da discussão uma área do Design de Interiores muitas vezes negligenciada: os meios de transporte. Ele atinge diretamente todas as classes sociais, movimenta o mundo e se faz cada vez mais necessário, uma vez que há uma tendência mundial para que governos incentivem o transporte de forma mais coletiva e sustentável.

### **Evolução Tecnológica – A rápida evolução dos meios de transporte.**

A invenção do motor a vapor, em 1777 por *James Watt*, deu asas à imaginação da humanidade e iniciou a Primeira Revolução Industrial. O trabalho manual foi substituído por máquinas, criando o sistema fabril mecanizado e todos os meios de transportes sofreram fortes influências do novo sistema.

#### **Trem**

O transporte de pessoas e cargas em trem se transformou neste período. Já existiam alguns modelos de locomotivas, mas a chegada do motor a vapor permitiu que inglês *George Stephenson* projetasse a primeira locomotiva a vapor em 1814, chamada de *Blucher*. Com capacidade para 30 toneladas, se movia numa velocidade de 6 km por hora e foi destinada ao transporte de materiais de minas. Em 1863 a Inglaterra criou a primeira linha ferroviária parcialmente subterrânea, chamada de “*Metropolitan Railway*”, ainda com motor a vapor e que deu origem ao metrô.

Na década seguinte, em 31 de maio de 1879, o alemão *Werner Von Siemens* apresentou a primeira locomotiva elétrica na Exposição Mundial de Berlim, e em 1890 o sistema desenvolveu de forma significativa, sendo utilizado ainda hoje. A partir daí, o progresso dos trens não parou. Primeiro, passaram a carregar mais peso e depois a andar com mais velocidade. O crescimento das linhas ferroviárias seguia o mesmo ritmo e na metade do século XX quase todos os países do mundo possuíam uma vasta malha ferroviária. Também em 1890 a empresa *City & South London Railway* construiu a primeira ferrovia completamente subterrânea de tração elétrica em Londres,

introduzindo o termo “metrô” ao vocabulário ferroviário. As locomotivas a diesel também tomaram conta do cenário ferroviário, e um modelo híbrido – com motor a diesel combinado com motor elétrico – também ganhou algumas versões.

### Automóvel

Paralelamente, a corrida pelo desenvolvimento dos automóveis iniciou com o primeiro modelo movido a vapor, que posteriormente foi substituído pelo carro com motor de combustão. Em 1885, após versões de bicicletas a vapor e outras tentativas de vários inventores, o alemão *Gottlieb Daimler* criou a motocicleta com motor de combustão. Em 1886, o alemão *Karl Benz* cria o automóvel moderno, movido à gasolina como conhecemos e utilizamos ainda hoje.

E, em 1914, um sistema de produção industrial em larga escala de carros foi criado por *Henry Ford* e revolucionou a indústria automobilística com o aperfeiçoando as linhas de montagens com padronização e baixo custo de produção. Conhecido pelo termo “fordismo”, o modelo logo alcançou todos os setores de produção como têxtil, siderúrgico, energético, entre outros – como também todos meios de transportes.

### Embarcação

Os barcos também se transformaram durante a Revolução Industrial. A invenção do motor a vapor proporcionou ao engenheiro estadunidense *Robert Fulton* a realização do seu sonho de mover grandes embarcações sem depender do vento. E, em 1807, o engenheiro navegou com o primeiro barco a vapor, chamado de *Clermont*, ao longo do rio Hudson, em Nova Iorque. A pedido de Napoleão Bonaparte, *Fulton* também começou a desenvolver uma embarcação que pudesse navegar submersa, e assim ele criou o “Submarino *Nautilus*”, mas não agradou ao imperador. Em seguida, o inventor tentou vender o projeto aos britânicos, mas a baixa velocidade não conseguia competir com as esquadrias navais. Porém, o *Nautilus* ofereceu a primeira possibilidade de afundar navios inimigos através de disparos de explosivos. Assim, em 1800, uma nova palavra foi adicionada ao dicionário naval: torpedo. Durante a Primeira Guerra Mundial o “couraçado” era o principal navio de linha de guerra, mas perdeu força com o crescimento dos aviões militares e a fragilidade diante dos torpedos. Já na Segunda Guerra Mundial foram substituídos pelos porta-aviões, um navio de guerra com papel de base aérea móvel e que podia manter uma distância maior do inimigo.

Os navios de cargas também evoluíram bastante nesse período. O volume de transporte de mercadorias exigido pelo mercado impulsionou o progresso desse tipo de embarcação. A unidade de medida utilizada para analisar o volume de um container é o *TEU* - Unidade equivalente a 20 Pés (em inglês: *Twenty-foot Equivalent Unit* ou *TEU*). Em 1977, um navio cargueiro era capaz de transportar 3 mil *TEUs*, ou seja, o volume de 3 mil containers. Vinte anos mais tarde esse valor mais do que dobrou, fazendo com que em 1997 esse tipo de navio carregasse até 8 mil *TEUs*. Em 2017, as remessas de importação e exportação passaram a ser capazes de transportar 21 mil *TEUs* dentro de um navio de carga.

A evolução tecnológica também trouxe mais conforto e segurança às embarcações com finalidades pescaria, lazer e/ou esportes náuticos, porém ainda há muito para evoluir. Lanchas, veleiros, jangadas, escunas, pesqueiros, chalanas, catamarãs, *trawlers*, iates, *jet skis*, *jet boats*, caiaques, são os mais populares e estão na mira das exigências do consumidor final.

### Avião

No ar, mais de três séculos separaram o primeiro voo de balão de ar quente do início da Era Espacial. O brasileiro Alberto Santos Dumont pilotou pela primeira vez um avião com motor em 23 de outubro de 1906, na França. Em 13 de novembro de 1907, o engenheiro francês *Paul Cornu* realizou o primeiro voo livre tripulado de um helicóptero que ele mesmo projetou e construiu. Também em novembro de 1907, o Santos Dumont desenvolveu um modelo aperfeiçoado do seu avião, o *Demoiselle*, o mais leve e mais barato da época, e disponibilizou os planos para quem se interessasse – tornando-se assim o primeiro avião do mundo a ser produzido em larga escala, contribuindo para a popularização da aviação. O modelo foi fabricado até 1909.



No início da Primeira Guerra Mundial os aviões foram usados para fins de reconhecimento de território e localização do inimigo. Em 22 de agosto de 1914, pela primeira vez a informação obtida através de um voo foi como manobra de guerra. Oficiais ingleses informaram que o exército alemão estava cercando a Força Expedicionária Britânica, na França. A informação fez com que a tropa recuasse, salvando a vida de cerca de 10.000 soldados.

Entre a Primeira e Segunda Guerra Mundial, grandes companhias aéreas foram criadas, consequentemente, avanços tecnológicos foram alcançados na aviação

mundial. Em 14 de março de 1927, é fundada a *Pan American World Airways*, companhia aérea estadunidense mais conhecida como *PanAm*. Em seguida a VARIG, *Air France* e a VASP foram fundadas antes da Segunda Guerra Mundial.

Em 1941, os japoneses atacaram a base norte-americana de *Pearl Harbor*, fazendo com que os EUA entrassem oficialmente na Segunda Guerra Mundial. Em 1945, dois aviões bombardeiros B9 – o *Enola Gay* e o *Bock's Car* – se tornaram os únicos aviões a lançarem bombas atômicas na história da humanidade. O primeiro, no dia 06 de agosto, bombardeou a cidade de Hiroshima; o segundo, no dia 09 de agosto, a cidade de Nagasaki. O fim da guerra fez com que os interesses nas bombas dessem lugar aos interesses nos passageiros e, no início da década de 50, a empresa *Havilland Aircraft Company* construiu a *Comet*, a primeira aeronave comercial propulsionada por motores a jato.

### Espaçonave

Após as duas grandes guerras, o período conhecido como Guerra Fria polarizou o mundo em dois blocos: os capitalistas - liderados pelos EUA, e os comunistas – liderados pela União Soviética. Os dois lados investiam e armamento bélico e em tecnologia para mostrar ao mundo a sua superioridade. O mundo se tornou pequeno para esses dois blocos na luta pela hegemonia mundial, iniciando a chamada Corrida Espacial, em busca de conquistar territórios fora do planeta Terra. Com isso, um novo meio de transporte iria ser criado: a espaçonave.

O primeiro passo foi dado em 04 de outubro de 1957, quando os soviéticos lançaram em órbita o primeiro satélite artificial do mundo, o *Sputnik*. Em janeiro de 1958, os EUA lançaram o próprio satélite - o *Explorer I*; e em julho do mesmo ano foi criada a NASA, agência nacional americana dedicada à exploração espacial. Em 1959, os soviéticos lançaram primeira sonda espacial a atingir a Lua - a *Luna 2*.

E, finalmente, em 1961, o cosmonauta *Yuri Gagarin* se tornou o primeiro ser humano a ir ao espaço e entrou em órbita a bordo da *Vostok I* – espaçonave responsável pela primeira missão tripulada da história e que deu início a corrida espacial. Em 20 de julho de 1969, o norte-americano *Neil Armstrong* se tornou o primeiro ser humano a pisar na Lua.

### **Meios de transporte e suas modalidades.**

Divididos em quatro modalidades, os meios de transporte podem ser terrestres (ônibus, carros, motocicletas, caminhões e trens), aquaviários (barcos, navios, iates, canoas), aéreos (aviões, helicópteros, balões, dirigível, planador, ultraleve, foguete) e dutoviários (dutovias e tubulações – responsáveis por transportar óleos, gases, produtos químicos e minérios), porém apenas os três primeiros são atingidos pelo design de interiores.

Desde minha graduação busquei desafios dentro do universo do design de interiores. Ao ler sobre design de interiores para meios de transporte, me deparei com um tema complexo e pouco estudado e me senti motivada. Ao passo que meus estudos avançavam, era notório a escassez de material bibliográfico exclusivos ao Design de

Interiores. Designers de produtos e engenheiros mecânicos ou automobilísticos é quem encabeçavam as pesquisas nessa área.



Figura 5- Poltrona primeira classe.

Segundo o engenheiro especialista em Mecânica dos Automóveis e Mestre em Design, Neville Larica “*A visão do designer é a visão do pássaro, ele deve ter a percepção visual crítica do observador privilegiado que consegue ver em conjunto todos os elementos do sistema homem-máquina-ambiente*”. Deu início a corrida espacial. Em 20 de julho de 1969, o norte-americano Neil Armstrong se tornou o primeiro ser humano a pisar na Lua.

É o designer de interiores que, como um maestro, reúne todos os saberes – importantíssimos - de uma equipe multidisciplinar a respeito do tema e tem a habilidade de reunir tudo em um só projeto.

Sob esta ótica, vamos falar sobre como o design de interiores pode influenciar esse mercado. Queremos despertar e motivar outros estudantes e designers de interiores a ampliar seus horizontes, para que a população se beneficie dessas boas inquietações. Traremos fontes científicas e empíricas, e mostraremos o que vem sendo estudado, mas também o precisa ser estudado. E assim, tornaremos menos negligenciado, esse campo tão rico do design de interiores.

## **REFERÊNCIAS**

LOPES, Adelle. **Projeto de Interiores de uma cozinha adaptada às condições náuticas para embarcação de médio porte.** - João Pessoa, 2014.

FESSARD, Philippe, VILLENAVE, Jean- Pierre. **Loisirs Nautiques** - França, 1982

BRITO, Telma M. – Curitiba, 2009

RONÁ - 2002, pg 37.

G1 Paraíba. **Entrega do Teatro Pedra do Reino marca aniversário de João Pessoa.** 5 de Agosto de 2015. Consultado em 18 de Outubro de 2018.

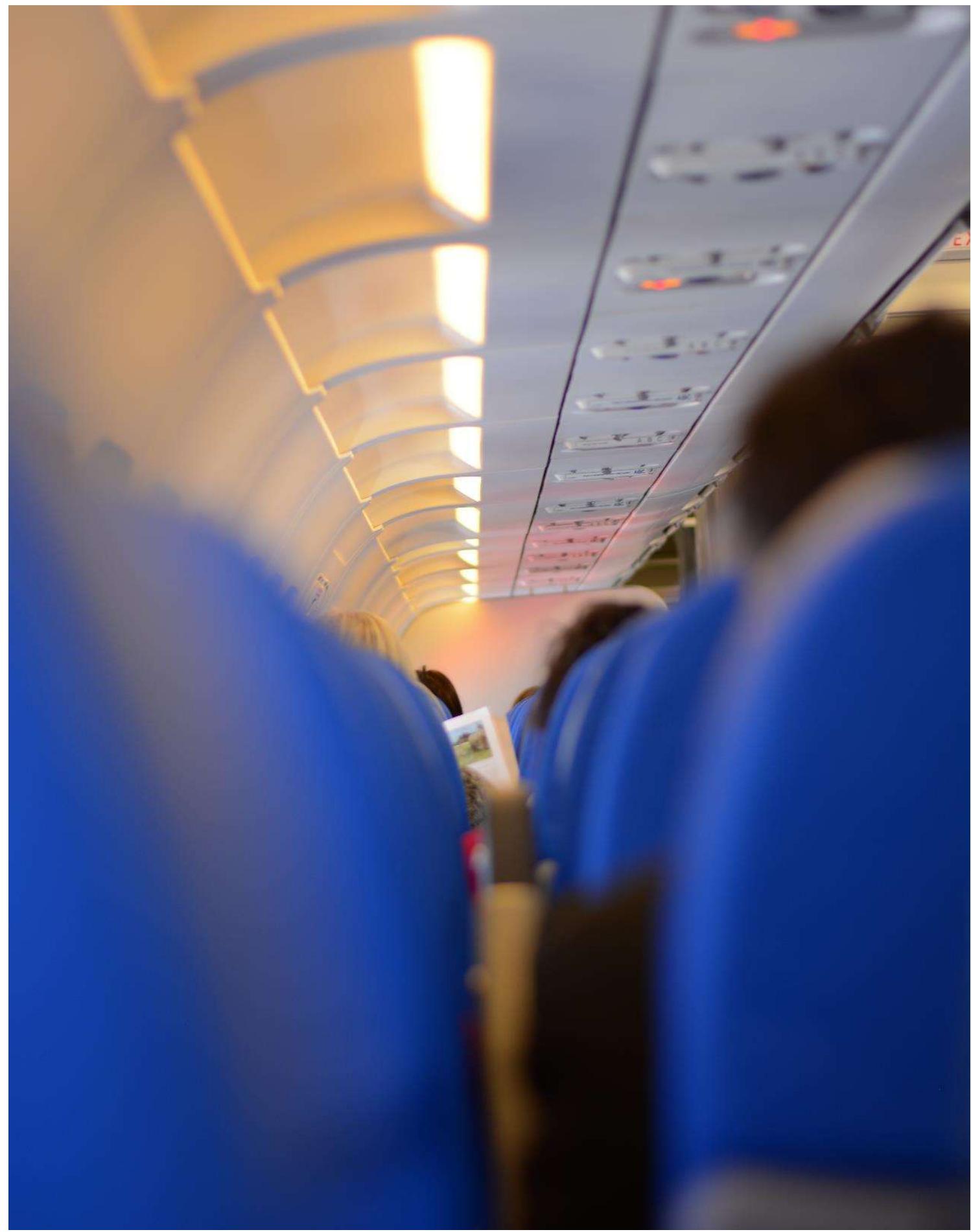
Prêmio Caio. **Vencedores do Prêmio Caio 2016.** Consultado em 3 de Julho de 2019.



Figura 6= Esquema interno de um motorhome.



Figura 7- Kyushu Seven Stars, um dos trens mais luxuosos do mundo, no Japão.



**Não somos tão novatos assim.**

Quando falamos em História do Design de Interiores, facilmente somos levados a direcionar nossos pensamentos em duas narrativas: 1. Uma ligação direta com a história da Arquitetura e 2. Uma ligação direta com a História do Design. De uma maneira geral podemos até concordar com ambas as posições pois carregamos conteúdos das duas áreas. Porém, nos falta uma análise histórica mais aprofundada e criteriosa afim de encontrar lastros – sejam esses factuais ou vernaculares – que nos mostrem de onde vem a base do pensamento do SER designer de interiores.

A História, como a conhecemos, conta parte dos fatos ocorridos que são, geralmente, a visão dos vencedores dos casos relatados. É o poder quem determina o que vira fato histórico e o que deve, de certa forma, ser esquecido. Por isso existe uma nova vertente dentro da História que busca encontrar esses lastros do passado afim de revisar o que aprendemos como “certo”, trazendo à tona novas visões sobre tudo. Essa vertente se chama HISTORICIDADE.

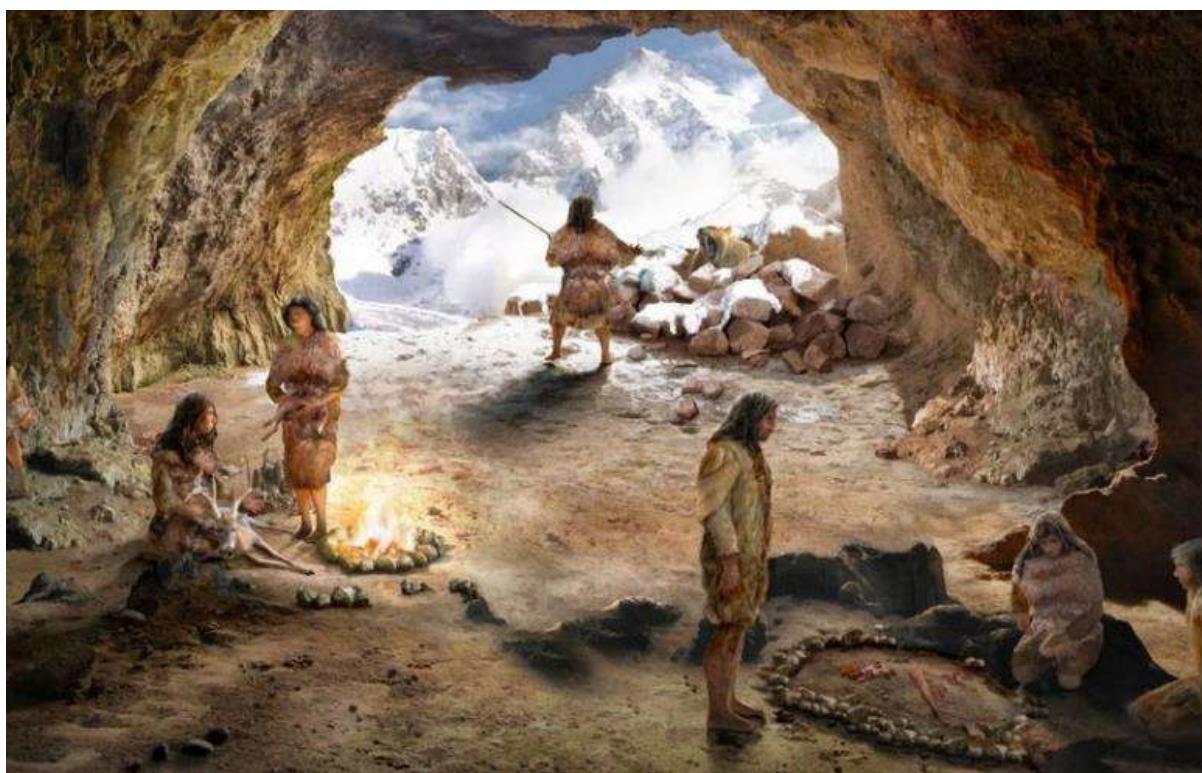


Figura 1- Ocupação das cavernas pelo homem primitivo. Fonte: 3.bp.blogspot.com



**Longe de fechar o assunto e sim, visando abrir caminho apontando questionamentos que merecem ser mais aprofundados através de pesquisas mais direcionadas e específicas sobre a atuação profissional em cada período da existência humana, devemos reavaliar toda a base histórica do Design, reconhecendo nos antigos mestres-artesões o início da profissão Design. Os lastros históricos estão espalhados em diversos documentos históricos como já exposto neste artigo. Basta encontra-los, reinterpreta-los de acordo com as características e bases de cada segmento do Design e reescrever a nossa História, a nossa Real História.**

**(Paulo Oliveira, 12º P&D - 2016)**



Seja qual for a narrativa escolhida (da Arquitetura ou do Design) elas deixam lapsos temporais que nos impedem de entender como nasceu a forma como pensamos os espaços que criamos pois nos forçam a, no caso da Arquitetura, acatarmos que somos uma profissão nova – tanto em tempo de existência quanto sobre o que fazemos – ou então, no caso do Design, que somos uma profissão nova afinal, Design é uma coisa pós revolução industrial. Porém, não temos quase nada escrito por pesquisadores de nossa área. A maioria esmagadora dos materiais são escritos por pesquisadores de outras áreas que pouco, ou quase nada, conhecem sobre Design de Interiores. E isso também nos impede de definir a nossa identidade profissional.

E afirmo que nenhuma delas está correta. A primeira pois traz uma leitura restrita a partir da Arquitetura que, inconsistentemente, nega que os arquitetos que trabalhavam com interiores abriram mão da Arquitetura e buscaram especializar-se atuando massivamente em interiores apenas. Com isso, eles não enxergam – e não nos permitem enxergar, que aquilo feito pelo Le Brun no Palácio de Versalhes não é – nem nunca foi – Arquitetura. Aquilo é Design de Interiores. E, se retrocedermos mais ainda na história, encontraremos diversos lastros que nos permitem afirmar que a “forma de pensar” a concepção e o uso dos espaços que utilizamos hoje vem, provavelmente, desde a ocupação das cavernas.

Esses seres primitivos viviam, inicialmente, soltos pela natureza à sorte de todo tipo de problemas: intempéries, insegurança por ataques de outros animais, guerras de clãs e etceteras. Com isso, perceberam nas cavernas um espaço onde poderiam suprir a maioria desses problemas.

Vale ressaltar que uma caverna é um elemento natural, não construído pelo homem. É um espaço gerado a partir de fatores naturais. Portanto, não se trata de um objeto arquitetônico e sim, de um simples espaço disponível e que serve de abrigo.

Ali dentro, provavelmente percebendo a volumetria do espaço e o que ocorria quando determinados usos eram feitos, começaram a perceber que era necessária uma separação entre áreas para atividades distintas: dormir, comer, social, segurança, expressão, sagrado, etc.

Se você acende uma fogueira no fundo de uma caverna, a fumaça irá tomar conta de todo o espaço tornando impossível a permanência ali dentro. E eles já sabiam que animais, via de regra, temiam o fogo. Então, o melhor lugar para as fogueiras era mais próximo da entrada, seja para “cozinhar” ou para segurança.

## **Percebem como a forma de pensar que utilizamos para desenvolver nossos projetos nos dias atuais já se fazia presente há tanto tempo, mesmo que de maneira rudimentar?**

Apenas muito tempo depois da ocupação das cavernas começaram a surgir os espaços criados pelos homens - sim, a Arquitetura! Inicialmente as cabanas e, posteriormente, as edificações. E em todos estes espaços, o pensamento sobre como

melhor ocupar os mesmos esteve presente: seja buscando a funcionalidade, a segurança ou a estética.

Pulando todo o período A.C., onde tivemos grande produção de interiores, dos simples aos majestosos, que não devem ser descartados em nossa História, chegamos então a outra fase onde temos lastros significativos dessa forma de pensar o desenvolvimento dos espaços. E olhem que dessa vez o projeto vem d'Ele. Sim, estou falando da Bíblia que nos traz inúmeros versículos onde o aparecem claramente as diretrizes e especificações de um projeto de interiores.

E isso acontece já no primeiro livro do antigo testamento, Éxodos, quando Deus dá ordens a Moisés para construir um tabernáculo, detalhando cores, materiais, layout e outros elementos mais:



*“40 Então o Senhor disse a Moisés: 2 “Montarás o tabernáculo, a tenda do encontro, no primeiro dia do primeiro mês. 3 Porás nele a arca do testemunho. Suspende o véu que encerrará a arca dentro do lugar santíssimo. 4 Depois põe a mesa e sobre ela os utensílios. Traz o candelabro e acende as lâmpadas. 5 Coloca o altar em ouro para o incenso diante da arca do testemunho. Instala os véus da entrada do tabernáculo.*

*6 O altar dos holocaustos ficará à entrada da tenda do encontro. 7 A bacia estará entre este e a tenda do encontro e enchê-la-ás de água. 8 Depois estende os véus à volta, para formarem o pátio, e instala o véu da entrada do pátio. 9 Toma o óleo da unção e asperge-o por todo o lado no tabernáculo, assim como sobre tudo o que ele contém. Sobre todos os utensílios e mobiliário, para os santificar. E serão santos. 10 Deita também do óleo sobre o altar dos holocaustos e sobre os*

*seus utensílios para o santificar. O altar será pois algo de santíssimo. 11 Unge igualmente a bacia e o seu pedestal para os santificar”.*



*For this is the word of the Lord who made the heavens; he is God; the maker and designer of the earth; who made it not to be a waste, but as a living-place for man: I am the Lord, and there is no other.*

Pois esta é a palavra do Senhor que fez os céus; ele é Deus; o criador e designer da terra; que fez não para ser um desperdício, mas como um local de vida para o homem: eu sou o Senhor, e não há outro.

(Isaías, 45:18)



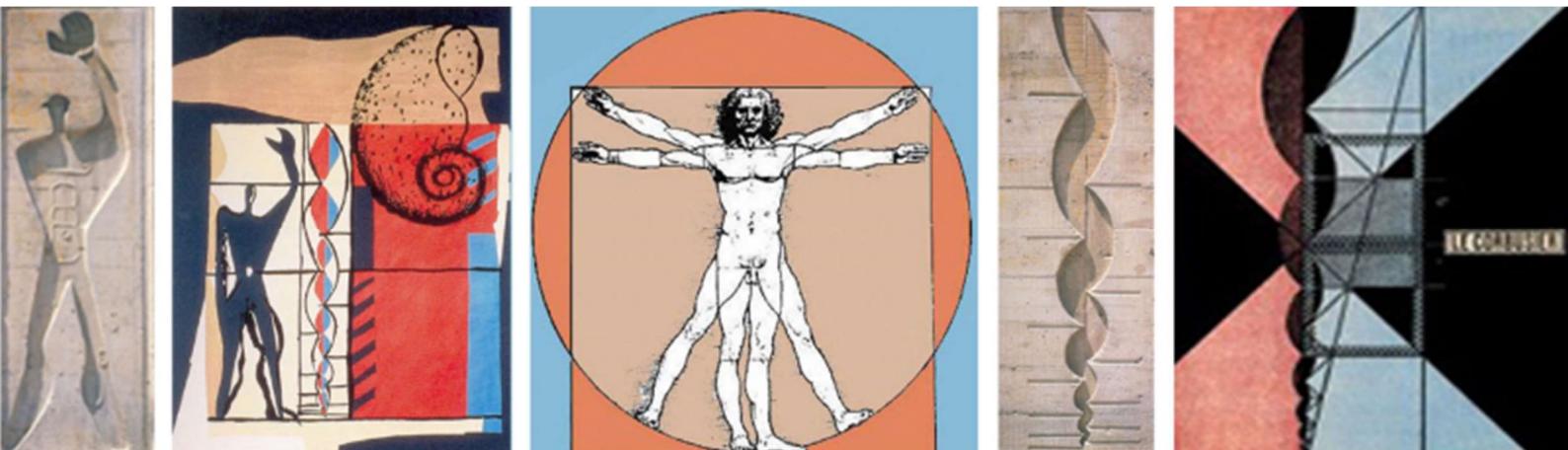
E existem ainda muitas outras citações, como essas outra destacadas, nesse livro que remetem diretamente ao que fazemos atualmente. Como fica evidente, Deus é um grande designer!

Dando outro salto no espaço-tempo, chegamos à 1860 quando começam a surgir os manuais que ditavam os padrões de bom gosto, funcionalidade e ambientação dos espaços domésticos. Ao mesmo tempo, simples donas de casa começaram a ganhar destaque desenvolvendo projetos de interiores dentre as quais posso destacar *Ms. Haweis, Ms. Paton, Ms. Edith Wharton, Ms. Ogden Codman, Ms. Elsie de Wolf* entre outras.

Essas mulheres ficaram conhecidas como decoradoras. Algumas até abriram seus próprios escritórios onde aplicavam técnicas milenares e aquelas transmitidas de forma vernacular em seus projetos, que iam muito além da Decoração. Vale ressaltar que naquele tempo não existiam cursos específicos sobre esse tema. E esse conjunto de conhecimentos muito específicos é o que conhecemos hoje por metodologia e prática projetual.

Então, quando alguém disser que a nossa profissão é nova, você pode afirmar com certeza: nem tanto, historicamente estamos nesse mundo desde que ele começou a ser habitado.

ANDREA KASPER  
[@andreaakasper](https://www.instagram.com/andreaakasper/)



Nesta primeira edição da Revista Brasileira de Design de Interiores trataremos dos princípios norteadores da ergonomia, a qual consiste em uma ciência jovem, dinâmica, ainda, em construção. Por meio de suas orientações, podemos refletir, indagar e investigar sobre, como e por que, planejamos produtos em geral (artefatos), ambientes e seus elementos constituintes, de uma forma ou de outra. Os ergonomistas contribuem para o planejamento, projeto e avaliação: de tarefas/ atividades, dos postos de trabalho /espaço de atividades, de produtos, de ambientes e de sistemas (compostos por tais elementos) de modo a ajustá-los, de forma confortável e segura, às necessidades, habilidades e limitações dos futuros ou atuais usuários. Os avanços tecnológicos aliados às orientações desta ciência aplicada, podem nos instigar a rever determinadas decisões projetuais, promovendo, naturalmente, uma reciclagem contínua.



Alan Wisner, ergonomista reconhecido mundialmente, definiu a ergonomia, em 1972, como: um “conjunto dos conhecimentos científicos relativos ao homem e necessários para a concepção de ferramentas, máquinas e dispositivos, bem como, o projeto do trabalho, que possam ser utilizados com o máximo conforto, segurança e eficácia”. Percebe-se que a definição de Wisner está alinhada à área do trabalho, berço da ergonomia, no entanto, diante desta, podemos afirmar que esta ciência aplicada pode beneficiar a investigação e o levantamento, o planejamento e o projeto, a avaliação do desempenho de forma sistêmica de produtos diversos, em áreas distintas das laborais. Para serem considerados “projetos ergonômicos”, pressupõe-se que os projetistas compreendam a natureza das atividades, para os quais os sistemas, os ambientes e os artefatos serão idealizados. Ainda, necessariamente, devem observar e compreender como as necessidades, habilidades, limitações e interações humanas (com tais elementos) irão impactar em tais projetos, sempre prezando pela segurança e conforto dos usuários, acima de tudo.

Como ciência aplicada, a Ergonomia foi empregada, inicialmente, com destaque, no setor industrial e militar. Após, desenvolveu-se em vários países industrializados como na França, nos Estados Unidos, na Alemanha, no Japão e nos países escandinavos. Isto, em função da necessidade de existir uma área do conhecimento focada no estudo e no desenvolvimento dos meios de proteção e conforto para diferentes trabalhadores. Muitas vezes, havia (e ainda é, bastante, comum) a exposição aos riscos originados durante a atividade laboral (físicos, químicos, biológicos, psicológicos, dentre outros), em um sistema capitalista, no qual, os funcionários tinham que produzir bens de forma acelerada, visando gerar lucro às empresas, mesmo em condições desfavoráveis. A Ergonomia, também, é objeto de pesquisa, se valendo do emprego de métodos de natureza qualitativa e quantitativa, para investigar a comunicação e o uso de tecnologias (físicas ou não) pelas pessoas, para maximizar a eficiência, a eficácia e a efetividade durante a realização das atividades laborais, ou não. Cabe citar, ainda, que para intervir em diferentes espaços de atividades humanas (de trabalho, ou não), os ergonomistas utilizam sua principal ferramenta: a Análise Ergonômica do Trabalho (AET), nas diferentes extensões: ergonomia de concepção (projetos novos), ergonomia de intervenção (pequenas mudanças em função de uma demanda) e ergonomia de correção (intervenções maiores em função de uma demanda).

A Ergonomia é uma ciência apaixonante, no entanto, complexa e, para compreendê-la, é importante conhecer um pouco da sua história e de suas orientações. Os registros sobre a história da Ergonomia não são considerados consistentes, mas percebemos a sua evolução, principalmente, após a Segunda Guerra Mundial, época, na qual, ocorreu grande impulso na industrialização mundial e maior interação entre o homem e as máquinas.

**Na sua etimologia, a palavra ERGONOMIA é originária do grego *ergon*, que significa “trabalho”, e *nomos*, “leis ou normas”. O termo ERGONOMIA foi utilizado pela primeira vez em 1857 pelo polonês *Wojciech Jastrzębowski*, o qual**

publicou o artigo intitulado: “Ensaio de ergonomia ou ciência do trabalho baseada nas leis objetivas da ciência da natureza”.

Em 12 de julho de 1949 (Londres) foi declarada como campo do saber por Murrel e, neste mesmo ano, foi fundada a *Ergonomic Research Society* em Londres. Já, em 1957, a *International Ergonomics Association* foi constituída, sendo a primeira sociedade de Ergonomia (Leiden/Holanda).



Wojciech Jastrzębowski



Murrel

Em 31 de agosto de 1983 foi criada a “Associação Brasileira de Ergonomia” (ABERGO) e, em 1989 foi implantado o primeiro mestrado do país no Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina (PPGEP/UFSC). Na década de 1990 o professor e pesquisador Itiro Iida publicou uma das referências mais importantes para os ergonomistas brasileiros ou estudantes em formação, o livro intitulado, “Ergonomia: Projeto e Produção”.



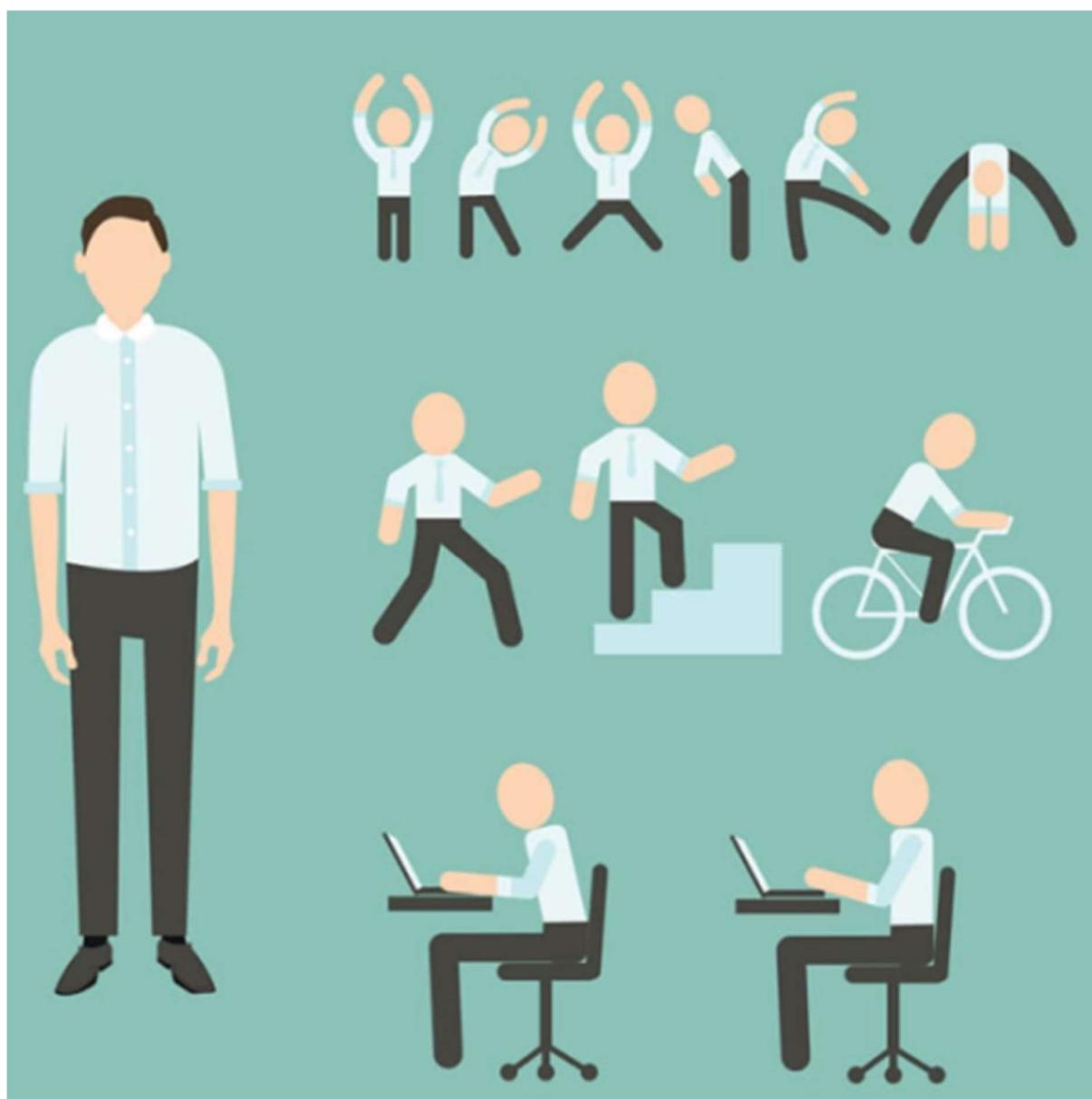
No ano 2000, foi iniciado o Sistema de Certificação de Ergonomista Brasileiro (SisCEB) que concede o título de Ergonomista Certificado ao profissional com as atribuições para exercer tal atribuição. “A validação da certificação profissional tem como objetivo acompanhar a atuação do profissional na área da ergonomia”, motivando este profissional “a estar sempre se atualizando e mantendo as boas práticas ergonômicas para compor o seu dossiê profissional”, conforme as orientações da ABERGO (2020). Dessa forma, a Ergonomia analisa, avalia e desenvolve, por meio de métodos e ferramentas, as condições que visam ao melhor desempenho dos colaboradores dentro das organizações. Esta condição foi destacada, no decorrer dos tempos, pois as empresas observaram que os agravos ocupacionais poderiam ser diminuídos. Entre eles, algum tipo de doença osteomuscular ou psicológica, acidentes e incidentes, tendo em vista, a carga de trabalho atribuída aos trabalhadores, muitas vezes, interferindo no seu desempenho profissional. Diante disto, a Ergonomia difundiu-se em, praticamente, todo o mundo, sendo incrementado, o número de instituições de ensino com cursos voltados para esta ciência, os quais passaram a desenvolver pesquisas sobre diversos assuntos relacionados.

Os ergonomistas intervêm em setores particulares da economia ou em campos de aplicação específicos. Esses últimos caracterizam-se por constantes transformações e criação de novos domínios de aplicação ou do aperfeiçoamento de outros mais antigos. Estes domínios são originários do campo do trabalho, embora, haja aplicações e estudos que extrapolam o ambiente laboral. De modo geral, são abordados os seguintes domínios de especialização da ergonomia:

**Ergonomia cognitiva:** aborda o desenvolvimento de novas habilidades e processos cognitivos realizados nas atividades humanas, envolvendo: a memória, a categorização, a atenção, a resolução de problemas, o raciocínio e a linguagem. Os tópicos relevantes incluem o estudo da carga mental de trabalho, tomada de decisão, desempenho especializado, interação homem computador, stress e treinamento. São abordados conforme a necessidade em projetos, nos quais há o relacionamento das pessoas e sistemas diversos.

**Ergonomia física:** abrange as características físicas humanas e suas interações com sistemas e artefatos, levando em conta, a antropometria e a biomecânica e sua relação com a atividade laboral. Envolve questões posturais no trabalho, manuseio de materiais, movimentos repetitivos, distúrbios musculoesqueléticos relacionados ao trabalho, projeto de posto de trabalho, segurança e saúde ocupacional, movimentações e fluxos de trabalho, manuseio de máquinas e ferramentas, levantamento e carregamento de cargas, dentre outros.

**Ergonomia organizacional:** comprehende o ambiente organizacional do trabalho, incluindo as suas estruturas organizacionais políticas e processos como, por exemplo: o desenvolvimento do trabalho em grupo, sistema de comunicação no trabalho, gerenciamento de recursos, projeto de trabalho, organização temporal do trabalho, trabalho cooperativo, cultura organizacional, gestão da qualidade, dentre outros.



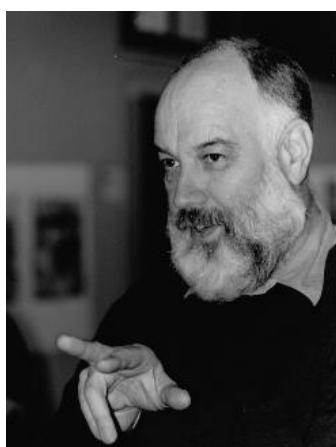
Mesmo sendo uma ciência jovem, a Ergonomia vem se desenvolvendo de forma a ser aplicável em áreas distintas das laborais, tais como, a arquitetura, a engenharia, a saúde, além dos diversos campos de aplicabilidade do design: de moda, de jogos e meios digitais, de produto, gráfico e de interiores, por exemplo. No caso do Design, Löbach (2001, p. 59) o define como “as relações entre um produto e seu usuário”, e sua possibilidade de satisfazer “as necessidades do usuário por meio das funções do produto”. Essas funções relacionam-se, estreitamente, aos objetivos da ergonomia, pois é necessário considerar as implicações, em projeto, das atividades a realizar; das decorrências antropométricas e biomecânicas, além das diferentes necessidades e restrições humanas a ponderar, por exemplo.

Para tratar da ergonomia na área do Design, citamos algumas funções importantes tratadas como relevantes por este sociólogo e designer alemão, professor Bernd Löbach, publicadas, originalmente, em 1976. Este defende que, um bom produto do Design deve atender a três funções básicas: a prática, a estética e a simbólica. Embora, desenvolvidas para o meio industrial, caracterizam-se como importantes para qualquer área do domínio do Design e, relevantes para serem observadas em projetos de produtos diversos.

**Função Estética:** “.. relação entre um produto e um usuário no nível dos processos sensoriais. A função estética dos produtos é um aspecto psicológico da percepção sensorial durante seu uso”.

**Função Prática:** "Relações entre um produto e seus usuários ... no nível orgânico- corporal, isto é, fisiológicas. São funções práticas de produtos todos os aspectos fisiológicos de uso".

**Função Simbólica:** ... "possibilita ao homem, por meio de sua capacidade espiritual, fazer associações com experiências passadas. A função simbólica ... só será efetiva se for baseada na aparência percebida sensorialmente e na capacidade mental da associação de ideias" (Löbach, 2001).



Para delinear um produto, ambiente ou elemento integrante deste, as funções prática, estética e simbólica, podem ser previstas, de forma que, o projetista decida qual ou, se alguma delas será evidenciada no seu produto, implicando, no peso de cada uma no projeto. Em relação aos recursos espaciais, implica, na compreensão dos efeitos das soluções projetuais frente à performance do usuário em diferentes ambientes, bem como, a compreensão das atividades que ali serão realizadas. Em relação às três funções do Design definidas por Lobach, percebem-se seu alinhamento às orientações projetuais ergonômicas, as quais os permeiam, não estando estes, somente, vinculados, à função prática do projeto, como usualmente, designado à ergonomia. Se considerado o princípio básico do conforto do usuário, fortemente, relacionado à ergonomia, verifica-se seu relacionamento às questões simbólicas do produto, bem como, às estéticas, por exemplo. Essa aplicabilidade demanda do projetista, o conhecimento acerca das condições necessárias para apresentar, ao seu cliente, a melhor proposição possível e, ainda, considerar as limitações impostas para o projeto, referentes à implantação ou orçamento, por exemplo. Para tanto, o ergonomista precisa desenvolver uma abordagem holística, pois necessita intervir em situações diversas e, muitas vezes únicas, envolvendo questões físicas, cognitivas e organizacionais e suas implicações em projeto.

Dessa forma, para um projetista conceber um projeto ergonômico, há certa complexidade envolvida, pois, pressupõe diante das necessidades projetuais elencadas, anteriormente, assegurar que a solução mais benéfica possível seja providenciada para o usufruto das pessoas. No mercado, há diversos produtos disponíveis, que se classificam como “ergonômicos”, mas deixam muitíssimo a desejar se observadas as questões destacadas, anteriormente, neste artigo. Portanto, para áreas importantes do Design como o de Interiores, o conhecimento das bases gerais da Ergonomia, aliado às informações inerentes desta área de atuação, constitui-se em uma ferramenta, extremamente, relevante para idealizar produtos, em áreas específicas como o DI. A busca por conhecimentos que agreguem qualidade ao projeto, por sua vez, proporcionará mais satisfação para o usuário do produto, bem como, retorno profissional e pessoal para o projetista.



### **Sobre essa coluna.**

A Coluna Parlatório é um espaço para que estudantes e profissionais, exclusivamente graduandos ou graduados em Design de Interiores, possam expressar suas opiniões acerca do universo de nossa profissão. A partir da segunda edição da Revista DIntBR, todos os textos serão submetidos à avaliação do Conselho Editorial da Revista DIntBR e somente irão aparecer nas próximas edições os cinco melhores avaliados. A responsabilidade pelas opiniões aqui expressas são exclusivas de seus autores.

## **Além do físico: relações afetivas entre o usuário e espaço.**

Tratando-se de projetos residenciais, o profissional de Designer de interiores deve ser qualificado a otimizar os espaços internos com o objetivo de melhorar a qualidade de vida, contribuindo para a segurança e bem estar do usuário, utilizando-se dos conceitos e normas da ergonomia, luminotécnica, bioclimatismo, acústica, entre outros. Contudo, não é somente o conjunto dessas técnicas aplicadas em um determinado espaço de uma moradia que irá torná-la um lar. De acordo com a fenomenologia da percepção, o espaço transforma-se em lugar à medida que adquire definição e significado. Então o que pode fazer o designer de interiores para criar uma ambiência que proporcione ao usuário uma relação afetiva com este, caracterizando sua condição imaterial de lar?

Neste contexto, “lar” não é necessariamente um lugar físico; tem o sentido de refúgio, lugar que serve para confortar e amparar. Um ambiente pragmaticamente bem projetado, mas vazio de significado, pode não proporcionar essa atmosfera a seu usuário. Para tal é necessária uma abordagem semântica do projeto, prever como se experienciará o lugar, e pensar em soluções projetuais que ativem a percepção. O livro “Conceitos chave em design” de Luiz Coelho, classifica percepção como “fato de perceber através dos sentidos e da emoção, ou a representação consciente a partir de sensações.”; porém, a forma como uma pessoa percebe o mundo é subjetiva, e muda de acordo com seus aspectos sociais, culturais e emocionais.

Essa ambiência pode ser constituída a partir de elementos simbólicos e conceituais inseridos no projeto, evitando-se recursos estereotipados. Nesses, incluo, por exemplo, a utilização da imagem do Cristo Redentor para um usuário carioca que se mudou para longe da Cidade Maravilhosa. Apenas inserir esta imagem não vai tornar toda a atmosfera do ambiente mais familiar e acolhedora, é preciso ser mais criativo e menos óbvio.

Esses elementos simbólicos e conceituais podem ser de aspecto sensível, que atinjam a visão, o tato e o olfato, como: forma, volume, índice lumínico, sombras, texturas e materiais, paleta de cores, e recursos olfativos. Como determina a Gestalt, as partes devem estar a serviço do todo, pois primeiro se percebe o conjunto, e depois os detalhes; a ambiência de lar resulta não apenas da soma dos elementos no espaço, mas de uma totalidade advinda da integração de todos esses elementos, embasados em observação, pesquisa e reflexão por parte do designer, afirmando seu aspecto significativo para o contexto de determinado usuário, proporcionando assim um caráter imaterial como resultado do projeto de interior.

**Hanna Chabudé**

Bacharelada em Composição de Interior/ EBA/ UFRJ  
Rio de Janeiro – RJ.

## **Ética é um conceito intrinsecamente relacionado a caráter.**

Quando se trata especificamente da Ética Profissional, não se abandona a questão do caráter, mas define-se, com base nele, um conjunto de normas e valores que os adeptos de determinada profissão devem apresentar no exercício da mesma.

Uma boa conduta ética é essencial para que os profissionais da área sejam respeitados e valorizados. A partir do momento que um profissional atua faltando com a ética, ele pode acabar gerando estigmas em relação à profissão.

Infelizmente as pessoas julgam a partir de generalizações. Quem nunca escutou que “todo político é corrupto” ou que “funcionários públicos são preguiçosos” ou ainda que “médico só quer saber de dinheiro”? Tais generalizações causam uma imagem ruim e inverídica, além de serem injustas com aqueles que exercem ética e dignamente as suas profissões.

Lamentavelmente alguns profissionais fogem da conduta ética para “fazerem seu nome”, alcançarem o que eles acham que é sucesso mais rápido, ou lucrar de modo mais fácil. Pode até ser que eles atinjam seus objetivos, mas não conseguirão se manter no exercício da profissão por muito tempo, pois a sociedade observa essa postura e ele acaba perdendo clientes e parcerias pois quebra um dos vínculos fundamentais: a confiança.

Dessa maneira, uma boa conduta ética deve observar os preceitos do respectivo Código de Ética profissional aliados com princípios da moral individual, social e profissional, como bem pontua o Código de Ética deliberado pela ABD (Associação Brasileira de Designers de Interiores), em seu Artigo 1º. Observar os deveres da profissão, os deveres em relação ao trato com os clientes, a dignidade sobre o modo com que se faz publicidade do próprio trabalho são alguns dos quesitos que fazem parte da conduta ética adequada que leva ao respeito mútuo nas relações profissionais.

**Lília Maria Santana Passos Simões**

## **Nossa casa faz sentido? O habitar contemporâneo à vista dos *millenials*.**

É evidente que a vida de nossos progenitores caminhava em velocidade diferente. Aos vinte e poucos anos, casavam-se e, em um estalar de dedos, deixavam de ser estudantes em seus quartos de infância para tornarem-se adultos cumprindo papel em sua próxima família: esta com direito a pai, mãe, filhos e, quem sabe, até animais de estimação. As consequências da repetição deste padrão familiar são fortemente expressas no mais comum formato de moradia que encontramos – sala, quarto, banheiros, cozinha e lavanderia. A divisão da habitação pelos setores social, íntimo e serviço jamais foi tão coerente quanto naquele momento.

Já para aqueles que, assim como eu, viraram o milênio ainda crianças, essa organização não poderia fazer o menor sentido. Nascidos em um cenário onde apenas metade das famílias têm formato nuclear (Censo IBGE – 2000), entram nessa década iniciando a vida adulta e longe do padrão tradicional – muitas vezes nem mesmo com esse objetivo em mente. Encontram-se em moradias cada vez menores, mas ainda completamente compartimentadas e estanques – herança das gerações passadas. Em seus apartamentos, alguns questionam o porquê da cozinha não comportar bem o preparo de refeições com amigos, enquanto outros solteiros e com filhos adorariam estar com suas crianças durante a execução de tarefas de forma segura e funcional. Descontentes, não ponderam sobre a concepção deste padrão: produto de uma sociedade uniforme e com comportamentos definidos unicamente por sua função primária. A reprodução desta organização desconsidera fatores hoje fundamentais, como a ressignificação do conceito de família e a socialização de formas diferenciadas no lar.

Aos poucos, torna-se explícito que as atividades permeiam pela tríade de setores, diminuindo a precisão de suas fronteiras, ao passo que a diversificação do núcleo familiar cresce, criando situações mais complexas e que demandam atenção e sensibilidade. O morar contemporâneo traz a percepção de algo fluido, espontâneo e que caminha em sentido contrário à limitação proposta pela compartimentação habitual. Observar e discutir novas dinâmicas e a evolução do modo de vida na sociedade contemporânea significa estudar continuamente o habitar enquanto designer de interiores.

**Carla Beatriz Vieira**  
Bacharelada em Design de Interiores (UFRJ).  
Rio de Janeiro – RJ.

A cultura está presente desde os povos primitivos entranhada em seus costumes, leis, religião, artes, ciências, crenças, mitos e valores morais. Ela está sempre em constante mudança, assim, pode-se afirmar que é algo dinâmico. Através da cultura a humanidade alcança sua própria identidade, conserva seu estilo de vida, manifesta e retrata sobre sua ideologia e sentimentos, constroem, criam e mudam a partir do comportamento individual e coletivo.

O design de interiores distingue-se do termo "decoração", pois não se refere apenas à escolha de objetos. O design de interiores é responsável não somente pela concepção de artefatos que irão constituir a cultura material, mas também da cultura imaterial. Portanto, deve representar os hábitos e as particularidades de uma sociedade, podendo também, colaborar na solidificação de novos estilos de vida.

Nesse contexto, deve-se atentar não somente no projeto em si, mas em todo o complexo que compõe as atividades onde eles são dominantes. O ambiente, assim, deve ser pensado como um espaço que é preparado para receber materiais, mobiliário e revestimentos que, em conjunto promovam a valorização da identidade cultural, do território, e contribuam para tornar visível a história por trás das escolhas dos itens que irão compor o projeto.

Assim, o designer de interiores deve desempenhar o papel de facilitador e beneficiador dos produtos e projetos no âmbito material e imaterial, proporcionando a preservação e o reconhecimento das identidades e culturas por meio de produtos locais, que são demonstrações culturais fortemente associadas ao corpo social que os projetou. Isso consequentemente proporciona ao cliente o prazer de apreciar uma imagem favorável do território em que o produto ou ambiente se origina.

**Felipe Pontes Gonçalves**  
Designer de Interiores.  
João Pessoa - PB

## **Experiências do usuário X competência profissional.**

“Experiências importam. Experiências são tudo que temos na vida, são o que fazem a nossa vida. E nós, como designers, temos um dom muito especial: nós criamos experiências. Experiências que empoderam, divertem e deleitam.” (BALKAN, Aral. *A Happy Grain of Sand*. NDC, Oslo. 2012.)

Somos todos atraídos por um bom design. Tal afirmação endossa a capacidade que um bom projeto de interiores tem em conectar, envolver, convidar a entrar e preparar o usuário para as experiências que se sucederão. Ouso dizer que, pegando como exemplo um espaço comercial, antes mesmo de consumir qualquer produto, consumimos o ambiente.

São muitas as relações estabelecidas entre o usuário e o ambiente construído. Relações de afeto e de preferência em detrimento de outro espaço e a ativação do

emocional e do afetivo são algumas das capacidades que um projeto de interiores estabelece quando projetado junto e para o usuário. Visto isso, considerar esse usuário como parte significante do contexto que engloba todo o processo de criação é uma expertise genuína de um bom designer de interiores que foca no pleno uso dos espaços que projeta.

Toda a complexidade de um projeto de interiores se rende ao conhecimento acadêmico e domínio dos fundamentos do design, das técnicas e suas práticas, em suma, ao repertório do profissional que o torna apto a gerar experiências dentro de um ambiente construído. E gerar experiências é ir além do ato de projetar. É buscar significação nas coisas, materializar o conceito de projeto e transcender anseios e expectativas do cliente e do usuário, através de situações, sensações e da atmosfera expressa através da composição dos elementos do espaço.

Preocupações com as questões da percepção do espaço, satisfação e experiências geradas em seu interior são tão importantes quanto as questões físicas, estéticas e construtivas. A utilização de recursos que estimulam os sentidos, funcionando como veículo transmissor de mensagens garantem ao ambiente um papel de condutor de sensações, transformando conceitos do design em elementos tangíveis e proporcionando diferentes experiências através das interações entre o espaço projetado e o usuário, atribuindo significados aos elementos da composição.

O ato de projetar vai muito além do conhecimento e da aplicação de materiais, revestimentos e acabamentos, do conforto ambiental, lumínico, da psicologia ambiental e da ergonomia. Para gerar experiências, hoje, é preciso dominar o intangível. É preciso conhecer profundamente o meio onde se atua, promover através dos espaços interiores uma troca com o outro, promover a aproximação, a intimidade. Diferentes estímulos geram diferentes reações que geram diferentes experiências. E sim, experiências importam.

**Celeste Maldonado**  
Designer de Interiores  
Rio de Janeiro - RJ.

## **O *test drive*: TCC, inimigo ou aliado?**

Todos que já passaram por esta fase da vida concordam: o TCC (trabalho de conclusão de curso) tira o sono!

São meses e meses de mais trabalho e menos fins de semana livres, que já não eram muitos. Você está na reta final dos seus quatro, cinco (ou mais) anos de faculdade. Está cansado, ansioso e um pouco nervoso por começar a sua vida profissional, certo? Então vamos à pergunta que permeia nossos pensamentos: tem necessidade? O que o TCC quer provar?

Bem, pensemos da seguinte maneira: talvez não seja exatamente a melhor forma de provar que você aprendeu, mas certamente de testar seus limites com uma boa

mostra do que lhe espera lá fora! O TCC é sua maior oportunidade de elaborar seu primeiro projeto pensando em todos os seus aspectos, usando todo o conhecimento que adquiriu, do início ao fim.

Sua chance de compreender todo o processo, recapitular e perceber onde persistem dúvidas e inseguranças em relação ao conteúdo, além de, por último, mas não menos importante, mostrar o seu melhor! Se engana quem pensa que a faculdade o deixará preparado para toda e qualquer situação relacionada à sua vida profissional. A graduação faz seu papel de dar toda a base necessária e, atentemos ao termo: BASE. Ela nos prepara para pensar criticamente, nos engrandece e enriquece nosso conteúdo técnico. O restante está em nossas mãos.

Então segure esta dica: tenha o TCC como seu aliado. Enxergue o seu trabalho de conclusão não como uma forma de se provar ao mundo ou à banca avaliadora, mas de provar o mundo lá fora em uma pequena mordida. Extraia o máximo do seu orientador, dê o seu melhor e, depois de passada esta etapa, orgulhe-se dele! Não tenha dúvidas de que ele lhe trará mais segurança para começar sua trajetória.

**Mona Alves**  
Designer de Interiores  
Rio de Janeiro – RJ.

### **. Espaço como camada do corpo.**

Espaço começa de dentro, vem de alma e ocupa um corpo. Corpo como primeira camada de um ser, o vestimos e o abrigamos dentro de um espaço, este que como a roupa que usamos, é reflexo de uma verdade individual.

Construir um ambiente vem de auto conhecer-se, vem de um processo de entender as próprias necessidades, atendê-las e para além de supri-las, também estimular. Fazer do espaço um propulsionador de ações ou não ações. Um processo de retroalimentação, aquilo que damos, o que recebemos e o que construímos de volta.

O espaço é capaz de transmitir tantas possibilidades de sensações. Tudo vai caminhar por onde se objetiva ir, de quereres à memórias relacionando cores, formas, luz, sombra, texturas, cheiros, funcionalidades e técnicas. Aquilo que se constrói estimula e atua sob o corpo e sob quem somos. Está aí o fascínio de ser designer de interiores, criar ambientes alinhados com necessidades, desejos e individualidades de seres, com a capacidade de transformá-los.

**Cláu Estefânia**  
Designer de Interiores  
Rio de Janeiro - RJ.

## **O ambiente enquanto cena: escolhas compostivas e a tríade forma-imagem-texto.**

Ao projetar um ambiente, um dos objetivos do designer é despertar percepções no usuário. Estas percepções são de ordem imagética e buscam criar uma experiência cognitiva, que propicie as sensações de conforto e bem-estar. O designer deve considerar o caminho que será percorrido pelos olhos do usuário, a depender de seu ponto de vista. O ambiente projetado é, então, uma cena cuja relação entre elementos de maior ou menor pregnância conduzirá o olhar e a experiência do usuário.

Desta forma, podemos conceber o ambiente como uma fotografia, em que os elementos visuais imprimem no usuário um momentum, que é constituído por formas, luz, contraste, cor e não-cor e todos os aspectos físicos relativos à vivência concreta. A cena será definida pela composição formal de cada objeto e suas características únicas, relação com o espaço, contraste com outros elementos, semelhança entre formas, assim como características de luz e sombra singulares daquele lugar. A relação destes elementos resultará numa imagem, que será lida e impactará cada indivíduo de modo singular, pois a experiência também é composta por elementos iminentemente relacionados à vivência sensível individual, como o repertório cultural, personalidade, gostos pessoais. Ou seja, para além de propiciar uma experiência visual, um ambiente pressupõe, também, uma experiência individual, única e singular.

Santaella (1983), em seu livro “O que é semiótica?”, aponta que os elementos visuais representam forças que interagem entre si, fornecendo interpretações, constituindo símbolos e signos. Essa fotografia, ou imagem, sintetiza relações e escolhas compostivas determinadas pelo designer, que serão significadas através da percepção individual e subjetiva. E é justamente este o objeto do designer: a percepção de seu cliente.

Ou seja, ao encarar o paradigma projetual, o designer precisa acessar a individualidade do usuário, assim como conhecer as características do ambiente proposto, como sua função, localização, aspectos físicos, relação com o sol, fluxos de vento. As decisões projetuais e escolhas compostivas devem, portanto, buscar conciliar a subjetividade e as características do ambiente proposto. Desta maneira, o espaço tridimensional é traduzido em imagem, em um processo visual e de memória, para logo em seguida ser sintetizado em um significado.

Todo projeto visual é também um texto a ser lido, uma forma que encaminha uma imagem, que é lida na experiência do olhar. Logo, a concepção da forma, entendida na relação entre os elementos compostivos, fornece uma imagem que é passível de leitura e interpretação, tal como um texto, isto é, a tríade forma-imagem-texto. O designer, portanto, deve estar atento ao que o espaço/equipamento concebido comunica, entendendo como algo que pertence ao campo da linguagem e, logo, possui códigos, relações e significados. Ao encampar este paradigma, o designer tem a possibilidade de compor um ambiente-experiência único para o usuário, que possa ser entendido e lido como uma poesia visual.

**Lucas Cavalcanti**

## Seu lar, por outro olhar.

Em tempos onde o medo, a dor, angústias, tristezas e perdas, predominam à nível mundial, em decorrência de uma pandemia, que gera em nós uma incerteza de como e quando, poderemos voltar a viver nossas vidas, com a "normalidade" de outrora, nunca ouvimos tanto a seguinte expressão: #FICAEMCASA Diante de tudo isso, parei para refletir sobre as inúmeras postagens em redes sociais, quanto ao "tédio" de passar as 24 horas de cada dia, "presos" entre as paredes do nosso lar. Muitas vezes os pequenos detalhes, nos passam despercebidos, na correria do dia-a-dia, mas hoje, certamente estão sendo descobertos, observados e até mesmo alterados (quando possível), em meio a essa quarentena.

Já pensou se cada um de nós, tivéssemos uma casa, onde em seu interior, tudo nos proporcionasse conforto, com funcionalidade e ainda fosse belo aos nossos olhos? Que em suas paredes, estivessem estampadas as cores que amamos, ornadas por objetos que nos encantam... tornando-se verdadeiros murais, impregnados de nossos gostos e costumes? Onde todos os mobiliários, fossem ergonomicamente pensados e projetados, com o objetivo de nos proporcionar conforto e bem estar?

Moramos em um país tropical, nossa capital possui destaque pelo verde exuberante da natureza... por que dentro do nosso lar, tudo tem que ser tão frio? Sem vida! Podemos estar entre quatro paredes e rodeados de plantas? Sim! E falo com exatidão, vocês não fazem ideia do quanto isso, nesse momento, poderia nos fazer bem! A nossa percepção em um entorno, ladeado por plantas, flores, vida... melhoraria em muito, a nossa paz de espírito.

Foi exatamente por tudo isso, e ainda mais, que escolhi cursar design de interiores. É muito fácil nos sentir felizes, ao trabalhar com aquilo que amamos, mas nos tornar um profissional realizado, é algo extremamente excepcional. E é assim que iremos nos sentir, ao proporcionar ao cliente, um imóvel aconchegante, que reflete a sua personalidade, um lugar onde ele possa contar a sua permanência a cada dia, já pensando de forma saudosa, no momento de poder voltar as ruas, deixando o aninho do seu lar, após essa fase ruim.

Então, que tal aproveitarmos esse momento, tentando personalizar o nosso lar?

Sei que diante dessa crise que nos acerca, fica difícil pensar em gastos, mas como citei anteriormente, muitas mudanças podem partir de pequenos detalhes. Se você pode arcar com alguns custos no momento, procure um profissional de Design de Interiores, muitos estão conseguindo trabalhar em home office, e são extremamente preparados para identificar o que você está precisando. Mas se você não pode acrescentar mais despesas em seu orçamento, sugiro que visite os perfis desses mesmos profissionais, sites específicos, busquem inspirações... fechem os olhos e olhem para dentro de si

mesmos, procurem enxergar o seu lar com outros olhos, e acrescente nesse novo olhar... cores novas em algumas paredes, vasinhos de plantas na janela, uma horta vertical na cozinha, algumas flores do Jardim por sobre a mesa, alguns quadrinhos que até podem ser pintados e montados por você... reproveite aquelas peças jogadas que não se usa mais, tira os livros do interior do armário e expõe nas prateleiras...

Como disse Charles Chaplin, "Não devemos ter medo dos confrontos. Até os planetas se chocam e do caos nascem estrelas."

Ousem! Criem! Tragam harmonia, conforto, amor, fé, esperança e paz para o seu lar. #FICAEMCASA

**Mercia Machado**  
Designer de Interiores.  
Santa Rita – PB.

## **O isolamento social e o Design de Interiores.**

Em meio à pandemia, como medida de segurança, nos mantemos em isolamento social. Alguns trancados nos seus domicílios, outros saindo para o trabalho, provendo um serviço indispensável. E, ainda, os que ficaram “presos” nos lugares nos quais se encontravam quando foi decretada a quarentena geral. O que esta situação nos mostra em relação ao Design de Interiores?

Eis que, estando numa nova rotina em casa, temos tempo para nos incomodar com aquele ponto com defeito, com a falta da tomada para carregar o celular, enquanto estamos no sofá, com a sensação de estar em um cômodo minúsculo ou em como é custosa a limpeza de revestimentos escolhidos de forma errada. Aí, vem em mente se a parede seria legal com uma cor, uma textura, ou conjunto de quadros, e como um mobiliário planejado ajudaria a manter o lugar em ordem.

Nos estabelecimentos comerciais que estão abertos ao público, um layout bem projetado provavelmente minimizou a dificuldade em administrar o grande fluxo, nos dias das compras “para estocagem de emergência”. Aqueles com setor preparado para delivery, rapidamente se adaptaram à nova demanda. Nos espaços da área de saúde, é comprovado que o ambiente agradável influencia no ânimo de profissionais e pode auxiliar na recuperação dos pacientes. Além disso, bom projeto facilita a organização e o gerenciamento em picos de atendimento.

Lembrando de quem mora sozinho, como deve ser chato permanecer em um ambiente “sem vida”, falando com as paredes! As pessoas com filhos em idade escolar também precisaram adaptar suas salas para circuitos de brincadeiras ou para as aulas via internet. Para os que estão trabalhando em casa, um espaço improvisado pode não atender da mesma forma que um home office, mesmo aquele pequeno, aproveitando o espaço embaixo da escada. As reuniões por videoconferência precisam de ambiente adequado em termos de privacidade, acústica, fluxo luminoso, e um mínimo de conforto para se manterem ali, por um bom tempo, na jornada de trabalho.

É da natureza humana intervir no ambiente, buscando fazê-lo ideal. Este é um momento para avaliarmos a forma como lidamos com o local em que “(con)vivemos”. Num bom projeto, consideram-se aspectos térmicos, melhorando a questão do calor, promove-se economia de energia elétrica, bem aproveitando a luminosidade natural. É visível que o projeto deixado para depois poderia nos ser bastante útil agora.

Muito será ponderado sobre os espaços internos. Quem conquistou o sonho de ter “a casa dos seus sonhos” está com a grande vantagem no quesito bem-estar. E haverá gente pensando que um projeto de interiores poderia ter deixado seu imóvel mais aconchegante, seguro, confortável e divertido... Enfim, com mais “cara de lar”.

**Audilene Angélica de Araújo Silva**  
Designer de Interiores  
Nova Floresta - PB

## **Design de Interiores...Técnica e sensibilidade!**

Muitos de nós sabemos que o Designer de Interiores elabora projetos para espaços residenciais, comerciais, corporativos, promocionais, cenográficos e efêmeros. Sua atuação integra as vertentes do design, a arquitetura e a engenharia.

É essencial na organização dos espaços e de seus componentes (materiais, revestimentos, equipamentos de interiores), aliando funcionalidade, arte, criatividade, estética, tecnologia, ergonomia e conforto ambiental, contemplando aspectos socioculturais, ambientais, psicológicos e econômicos. Diante do exposto...

***Design de Interiores não é apenas o ato de decorar! Essa etapa é a última, a cereja do bolo, posta depois de toda a certeza de que o espetáculo da eficiência e eficácia, dedicada ao uso, ao humano, se instala e se instaura, não em um estalo, mas em cada detalhe!***

Sabemos, também, que este profissional planeja, cria, desenvolve e gerencia projetos de espaços internos, considerando fatores estéticos, simbólicos, ergonômicos, socioculturais e produtivos, otimizando espaços construídos e adequando espaços interiores às suas particularidades e às singularidades individuais ou de grupos, contribuindo, efetivamente, para a qualidade de vida humana. Portanto...

***Design de Interiores é abraçar, envolver, acolher, conquistar, agradar, tocar, sentir, curtir, cuidar... fazer amar, fazer funcionar, fazer bonito, fazer com excelência, fazer valer a pena, cada milésimo de segundo dedicado ao projeto!***

Realiza pesquisa de tendências, 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. Então...

***Sim...Design de interiores é poesia, é arte, enxertadas em técnica, conhecimento, habilidades e competências advindas, não de dias ou meses, mas sim de anos de estudo! ...***

Em suma, Design de Interiores é conhecimento e habilidade, tecnologia e simplicidade, pureza e voluptuosidade, alegria e felicidade, inovação e criatividade, indivíduo e coletividade... é técnica e sensibilidade!

*Design de Interiores é (tudo) isso e muito mais...!!!*

**Neandro Nascimento**  
Designer de Interiores  
Fortaleza - CE



## As conquistas e desafios dos designers de interiores.

Com 40 anos de história e muitas lutas alcançadas, em nome da ABD (Associação Brasileira de Designers de Interiores), gostaria de pontuar: vemos que somente com o apoio de toda a classe e os associados é que conseguimos fazer mudanças fundamentais e benéficas a todos os profissionais que representamos. Temos a consciência de que esta parceria é essencial para seguirmos com nossas conquistas, tanto no âmbito acadêmico quanto profissional.

Juntos, fomos responsáveis pelo Projeto de Lei que regulamentou a profissão de Designer de Interiores no Brasil e por toda a movimentação nacional da classe, garantindo sua atuação no país. A profissão de Designer de Interiores foi regulamentada no final do ano de 2016 com a aprovação da lei 13.369 – uma grande e demorada vitória da ABD.

Para tal, contamos com uma estrutura fixa em Brasília, que dá continuidade aos trabalhos da valorização da profissão frente aos objetivos da entidade e nos possibilite a abertura com outros grupos de interesse similares, como outras associações, trazendo força e fazendo ouvir a voz dos designers de interiores por todo o Brasil. Este grupo também atuou no trabalho de Harmonização entre CAU, Crea e Associações impactadas pela Resolução 51, resolução que tinha por objetivo a reserva de mercado para os arquitetos e que prejudicou 14 profissões.

Com tamanha representatividade pelo Brasil, nossa incansável batalha e atuação tem como sede São Paulo-SP. Além disso, estamos com diretórios regionais nos estados da Bahia, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Minas Gerais, Mato Grosso do Sul, Paraná, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Santa Catarina e o Distrito Federal. Assim, multiplicamos, compartilhamos e discutimos em cada região do país nossos ideais para o setor.

Outro ponto relevante do nosso escopo de trabalho é ressaltar que a função de um Designer de Interiores vai muito além das questões estéticas. A profissão tem grande importância no modo de vida da sociedade e leva em consideração a qualidade de vida de seus usuários.

### PROJETOS ACADÊMICOS.

O ABD Acadêmico, composto pelo Conselho Acadêmico - composto por mestres, doutores e pesquisadores da área, além da Coordenação Acadêmica, onde participam professores, atua junto às instituições de ensino, apoiando escolas e conselhos. O grupo também é responsável pelo Concurso Láurea Máxima Brasil Design de Interiores, que premia os melhores trabalhos de conclusão de curso (TCC) elaborados individualmente por estudantes que estão finalizando o curso.

Outro produto do ABD Acadêmico é a revista Intramuros, material de edição anual que reúne artigos científicos e projetos de pesquisas sobre a área. O segmento também desenvolve e publica textos sobre o mercado de design de interiores no blog da ABD.

Agora, informo uma super novidade: esse ano, temos a estreia do Prêmio ABD *Design Award* que pretende comemorar os 40 anos de ABD premiando os melhores profissionais do mercado.

E como tudo o que é bom a gente conta no final, a ABD lançará, também para celebrar seu 40º aniversário, uma série de aulas a distância e o Café com ABD, onde semanalmente falaremos sobre um tema relevante para a profissão de Designer de Interiores.

Com o compromisso também de contribuir para novos negócios no mercado, em 2020 a ABD quer aproximar ainda mais os designers de interiores de empresas Brasil afora.

## Há 40 anos a maior defensora da excelência da profissão do Designer de Interiores no Brasil

Colaborar, acompanhar, formar e inspirar. Este é o papel que a Associação Brasileira de Designers de Interiores desempenha desde 1980.

Hoje, cerca de 55 mil Designers de Interiores em atuação - sejam eles técnicos, graduados ou estudantes ainda em formação - têm seus interesses defendidos e promovidos perante a entidades públicas, privadas e a sociedade civil.

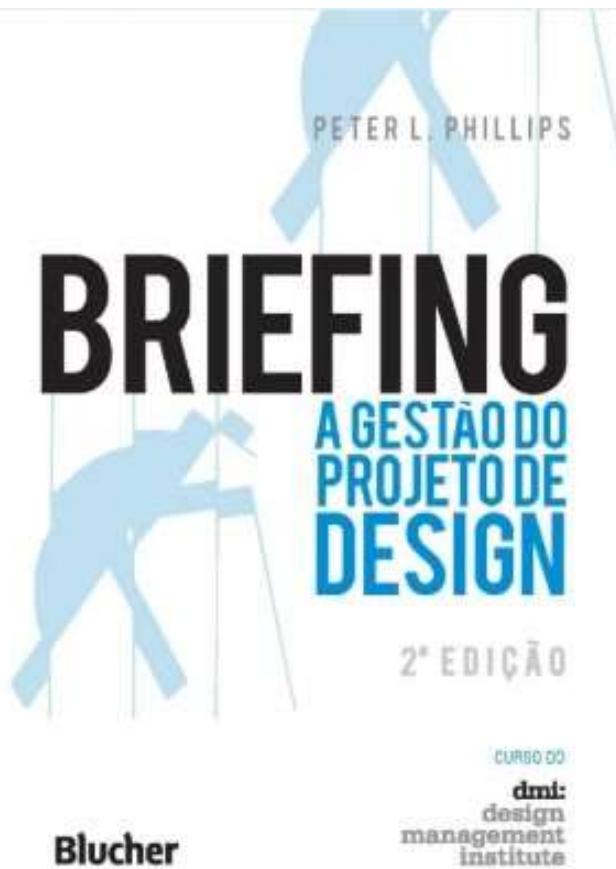
Ao se associar à ABD você apoia o fortalecimento da classe e, ainda, tem acesso à descontos e serviços, pensados exclusivamente para você, Designer de Interiores!

Acesse [abd.org.br](http://abd.org.br) e associe-se!



in f @ABDOFICIAL  
tw @ABD\_OFICIAL





Há quem pense que a criatividade não possa ser formalizada, normalizada ou descrita. Este é um dos motivos pelos quais designers ainda hoje relutam em produzir um briefing antes de começar seus trabalhos, assim como as empresas acreditam que isto seja uma perda de tempo.

Contudo, um bom briefing pode poupar muito trabalho e evitar problemas burocráticos durante a criação. A estruturação de recursos e objetivos guia a criação não restringindo-a, mas fundamentando e potencializando os resultados obtidos.

De forma clara e concisa, o livro auxilia profissionais a entenderem a importância do briefing e como produzi-lo de maneira eficaz. Escrito baseado na experiência profissional do autor, é fácil identificar paralelos com o cotidiano das empresas e dos designers.

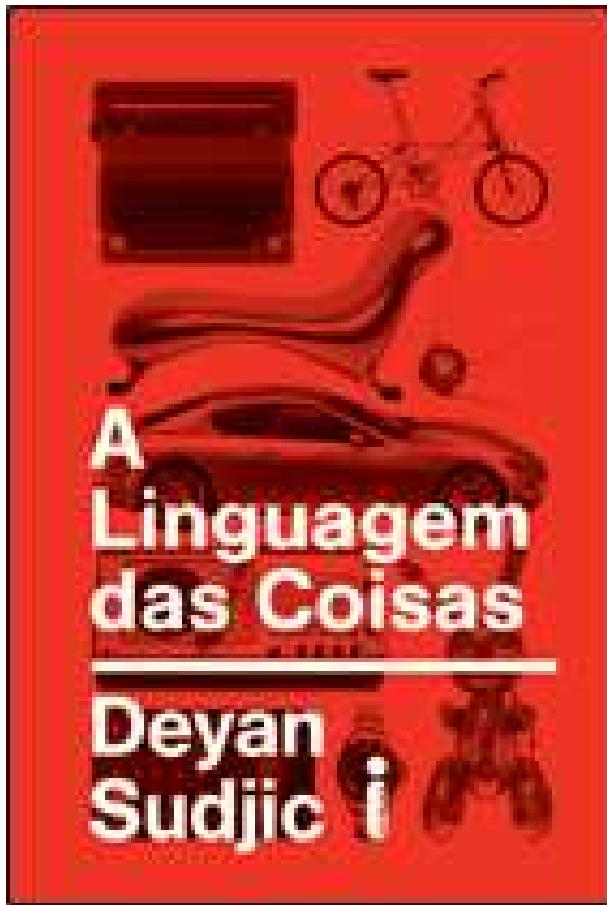
ISBN: 9788521209515

Páginas: 229

Formato: 17x24 cm

Ano: 2015

Editora Blucher



A linguagem das coisas é um livro cativante, que aborda com clareza os encantos de uma variedade de ícones: carros, móveis e projetos arquitetônicos, e relembrar como certos objetos, que se tornaram paradigmas do desenho industrial, continuam a influenciar a indústria, o comércio e o marketing hoje.

Dos excessos das passarelas ao humor inspirado por um utensílio de cozinha com grife, o autor mostra como podemos ser manipulados e seduzidos pelas coisas que possuímos ou desejamos possuir. E, ao expor as engrenagens da engenharia do consumo, torna evidentes os truques da fabricação do bom gosto e suas consequências.

Com charme e invejável sagacidade, A linguagem das coisas trata dessas e de muitas outras questões. Provocante e corajoso, explora detalhes saborosos, como os motivos que levam os designers a sonhar com sua assinatura em uma cadeira ou uma luminária, e questiona em que ponto termina o design e começa a arte, fazendo dessa uma leitura obrigatória para todos os que compreendem o design como algo que vai além da beleza das formas.

ISBN: 978-85-98078-76-2

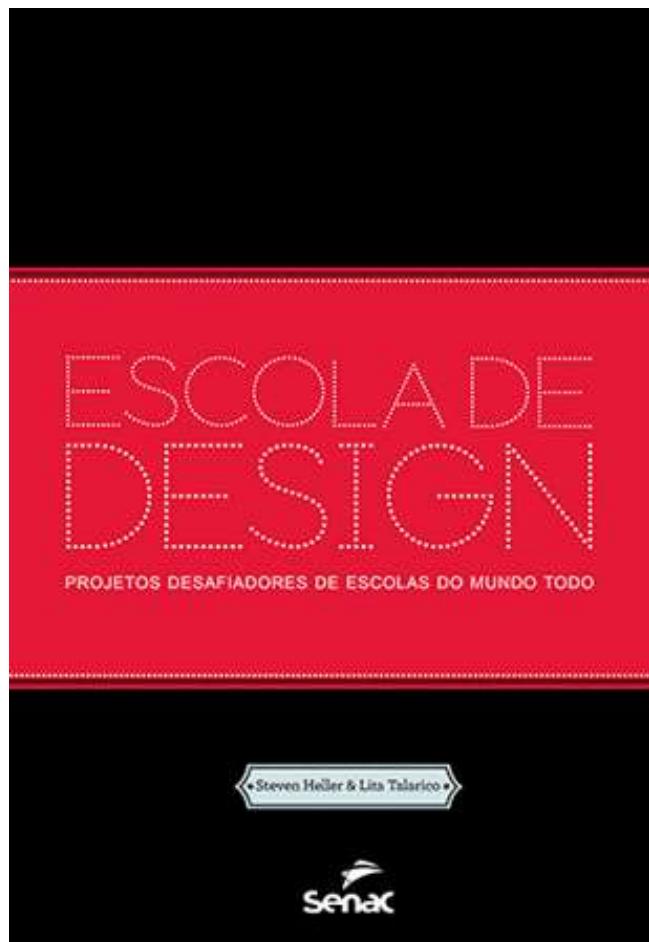
Páginas: 224

Formato: 14 x 21

Tradução: Adalgisa Campos da Silva

Ano: 2010

Editora Intrínseca

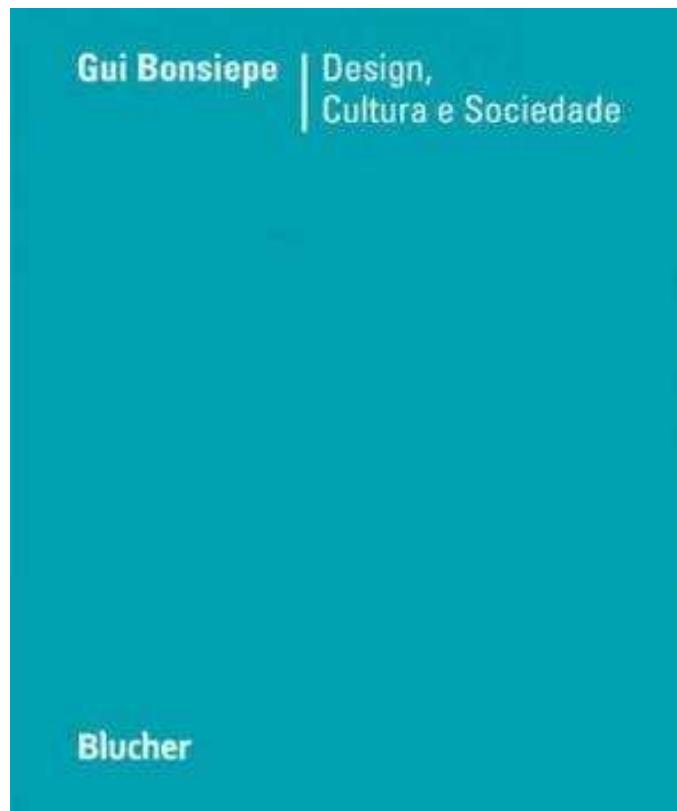


Escola de design: projetos desafiadores de escolas do mundo todo é uma antologia ricamente ilustrada e sem igual, com mais de cinquenta dos trabalhos mais desafiadores propostos em sala de aula por escolas de design do mundo todo, abrangendo desde tipografia básica a responsabilidade social. De materiais impressos aos suportes mais inusitados, os alunos são instigados a irem além dos limites de forma e conteúdo.

De que forma se aprende a resolver problemas de design? Como as diferenças culturais afetam a maneira como se ensina design? Qual a expectativa dos alunos em relação aos trabalhos propostos em sala de aula? O que os professores esperam que seja aprendido?

As respostas podem ser encontradas neste compêndio surpreendente de projetos selecionados de instituições como a Alto University School of Arts, de Helsinque, Finlândia; a Academia de Belas Artes de Bolonha, Itália; a Universidade das Artes de Berlim, Alemanha; e muitas outras, incluindo o Centro Universitário Senac - Santo Amaro.

ISBN: 9788539608768  
Número de Páginas: 224  
Formato: 18 X 26  
Ano: 2016  
Editora(s): SENAC SÃO PAULO



Este livro de Gui Bonsiepe apresenta uma inquietante análise sobre a evolução do design ao longo do século XX, registrando seus principais sucessos e descaminhos. De um lado, relata o desenvolvimento do design, delineado pelas várias políticas econômicas e sociais. De outro, mostra a vacilante trajetória diante do despreparo, acomodação e oportunismo dos seus principais protagonistas. Mas não se limita a analisar e criticar, pois apresenta sugestões sobre os caminhos possíveis no futuro.»

O autor tornou-se referência mundial na análise das diferenças políticas e econômicas entre o Centro e a Periferia, com seus inevitáveis reflexos na área de design.

Segundo o autor, o design perdeu a sua substância quando passou a cuidar das superficialidades, colocando-se a serviço da beleza cosmética e lucros fáceis do mercado.

Bonsiepe sugere criar uma ciência do design. Para isso, é necessário investir na pesquisa em design para gerar conhecimentos e formar um sólido arcabouço, como acontece com outras disciplinas consolidadas das ciências. Essa ciência do design permitiria criar as bases teóricas e, a partir daí, melhorar a prática projetual. Com isso, o design estaria mais preparado e pronto para oferecer soluções efetivas aos grandes problemas que afligem os povos da América Latina desde a época colonial.

ISBN: 9788521205326

Páginas: 270

Formato: 20,5x25,5 cm

Ano: 2011

Editora Blucher

## O bicho papão chamado concorrência.

A disputa existe desde que o mundo é mundo entre os seres humanos e os animais. Seja pela comida, por emprego, por companheiros, estamos sempre procurando nos colocar em situações de vitória. Se você pensar que neste exato momento milhares de designers estão no mercado disputando cliente e trabalho, provavelmente desistirá da luta assim quer pôr seus pés fora da universidade. Técnico, tecnológico ou bacharelado ninguém consegue ficar livre desta guerra.

Mas será que é uma guerra mesmo? E é realmente necessário participar dela? O mercado de trabalho funciona como um funil que separa o joio do trigo? Mas quantos joios estão fazendo sucesso e você que se considera o trigo da melhor qualidade ainda não alcançou o esperado sucesso? O que estamos fazendo de errado?

Alguns fatores podem estar contribuindo para isso. Mas não é somente essa temível concorrência. O fato é que estamos olhando e nos preocupando com o inimigo errado. A perspectiva não está certa. O inimigo não é a concorrência, muito pelo contrário, ela é nossa aliada nesta suposta batalha pelo sucesso. O inimigo somos nós, que lutamos contra nossa fragilidade e despreparo.

A natureza é sabia, quanto uma espécie se torna fraca perante o resto dos seus iguais ela é sacrificada, morre e não deixa descendentes que serão tão fracos quanto ela. Ela elitiza a espécie boa tornando a cada geração mais forte. Só os fortes sobrevivem. No mercado de trabalho é a mesma coisa. Quando saímos da faculdade / universidade achamos que o que se tinha para aprender foi aprendido. E não é verdade. O que não se percebe, é que o curso nos dá uma base e neste momento nos cabe a tarefa de solidificar esse alicerce e construir os outros andares. O conhecimento deve ser continuo. Àqueles que não procuram se atualizar dentro e fora da sua profissão, se estagna e tudo que fica parado, apodrece.

Com a globalização dos meios de informação, ficar por dentro das novas tecnologias seja em especificações, materiais ou ferramentas de trabalho, não são mais restritos de quem viaja o mundo ou tem dinheiro para se atualizar. Não há desculpa que justifique sua falta de informação. Se atualizar através de cursos diretamente ou indiretamente ligados a profissão de designer é obrigatório para um excelente profissional. Quanto mais você se prepara, mais qualidade você oferece ao seu cliente.

Esse é o primeiro tópico a ser analisado: seu conhecimento, até onde ele alcança? Onde sou bom e onde sou mediano? Reforce seus pontos positivos e ative os fracos, estudando, pesquisando.

Nunca podemos dizer, que já sabemos tudo que precisamos. Sempre tem algo a aprender e melhorar.

O segundo tópico é o pessoal. Qual é o perfil profissional que você passa para seus clientes? Uma maioria dos profissionais da nossa área considera que podemos separar nossa conduta profissional, que é pública, da privada. Não se pode rezar para o santo e para o diabo ao mesmo tempo. Aquilo que somos, nossa essência, tem que ser verdadeira, não podemos ter dois discursos diferentes para cada situação, porque isso cansa e não perdura. Nossa conduta perante a sociedade se reflete no profissional que somos.

Quando o cliente quer entrar em contato com o profissional, com certeza ele já o procurou nas redes sociais, já teve informações de amigos, já vasculhou o portfólio dele em algum lugar. E se nessas buscas ele pode ou não encontrar coisas não muito condizentes com o profissional que ele procura. Veja as redes sociais dos profissionais bem-sucedidos neste mercado e você não encontrará nenhuma postagem que demonstre suas ideologias religiosas ou políticas. Restrinja o grupo de possíveis clientes com esses assuntos, que é muito pessoal, e você restringirá também seu staff profissional.

Não quero com isso que você não seja uma pessoa sem opinião, mas guarde-a para quem compactua com elas. Opinião é igual a DNA cada um tem o seu, e devemos respeitar todas, mas opine quando solicitarem e seja fiel a suas convicções se assim o desejar. O cliente quer ver em você profissionalismo, respeito e confiança. Mostrar sua família, seus amigos, seus passeios, viagens é muito saudável, mostra para ele que você valoriza as coisas boas da vida. Mas tenha cuidado como que mostra, estamos sempre sendo julgados pela nossa ações e palavras.

Terceiro tópico, respeito. Você respeita seu cliente? Escuta o que ele diz, ou só ouve? Sim, há uma diferença entre ouvir e escutar. Àquele que escuta, guarda as informações passadas, mas não as entende. Àquele que ouve, apreende todas as informações, as processa, seleciona e procede de acordo com elas. Se o cliente diz: detesto azul, a primeira opção do profissional é oferecer a cor azul. Oi? Não entendeu o que foi pedido. Ter a capacidade da empatia com nosso cliente é importante, se colocar na situação do outro, entender suas dificuldades, planejamentos e desejos reais, faz parte do nosso trabalho. Dar um feedback após o trabalho concluído, acompanhar a obra, mostrar que ele é o número um e não mais um.

Nosso cliente é como uma criança que está vendo o mundo pela primeira vez, cabe a nós guia-lo e ensiná-lo a ver como funciona nosso mundinho do design. Ele irá aprender a ter bom gosto, a distinguir uma dicroica boa, da falsa; saberá que aquela cor lhe trará tristeza ou alegria; e que não, não pode derrubar a parede da sala para cozinha senão o prédio com certeza cairá. Quantos conhecimentos podemos passar para ele. Como é gratificante perceber que pegamos um leigo, e o deixamos com mais esperdices.

Mais importante que ganhar um cliente é tê-lo por toda nossa vida profissional. Tipo de pai para filho. Respeite-o com a você mesmo.

Portanto se faça essa pergunta: Que profissional eu sou?; qual profissional eu quero ser? Estou seguindo uma norma de conduta condizente como pessoal e profissional? Se espelhe no que é bom, se atualize, faça cursos, viaje quando puder, olhe o mundo com o olhar curioso de uma criança, trabalhe cada projeto como se fosse para você, e quando menos esperar, o sucesso que tanto almeja, virá. Não concorra contra você, e sim com e para você. Não se preocupe com fulano ou sicrano. Cuide da sua carreira, faça a sua parte, o seu melhor e com certeza obterá os louros de uma profissão solida e ascendente.



**Laura Ramos Estrela**

**Designer de Interiores**

Mestra em Educação pelo Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Tiradentes, na linha de Educação e Comunicação - UNIT (2014). Especialização em Magistério Superior pela Universidade Tiradentes - UNIT ( 2008), bacharel em Composição de Interiores pela Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ ( 1982). Foi Coordenadora do Curso Tecnológico em Design de Interiores - UNIT, onde foi Presidente do NDE do curso. É Líder do grupo de Pesquisa Design, Ergonomia e Arte - DEA , certificado pelo CNPq. . Membro do NUP- Núcleo de projeto de Arquitetura e Design de Interiores-UNIT. Dirige escritório próprio de Projetos de Design de Interiores.



## **Sobre essa edição.**

Todo o material aqui apresentado foi produzido voluntariamente por nossos colaboradores.

O Projeto Design de Interiores Brasil busca parcerias e patrocínios para que possa crescer e produzir mais conteúdos de qualidade, com a intenção de informar à sociedade sobre o que realmente é e o que pode fazer o designer de interiores além de desenvolver atividades focadas nos mercados possíveis para os profissionais de Design de Interiores brasileiros.

Caso sua empresa tenha gostado da Revista DIntBR e deseje nos apoiar, entre em contato conosco para firmarmos uma parceria ou patrocínio.

© Design de Interiores Brasil - DIntBR.

@designdeinterioresbr

(15) 999185-1018

[contato@revistadintbr.com.br](mailto:contato@revistadintbr.com.br)

