

**FEBASP – CENTRO UNIVERSITÁRIO BELAS ARTES
DE SÃO PAULO**

LUCIANA LIE ARAKI

**INTERAÇÃO ENTRE DESIGNER DE INTERIORES E
CLIENTE - METODOLOGIAS**

Trabalho de Iniciação Científica

Apresentado à FEBASP – Centro Universitário

Belas Artes de São Paulo

SÃO PAULO

2011

LUCIANA LIE ARAKI

**INTERAÇÃO ENTRE DESIGNER DE INTERIORES E
CLIENTE – METODOLOGIAS**

**TRABALHO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
APRESENTADO À FEBASP – CENTRO UNIVERSITÁRIO
BELAS ARTES DE SÃO PAULO
CURSO: DESIGN DE INTERIORES**

ORIENTADOR:

Profª Ms. Sueli Garcia

SÃO PAULO

2011

FICHA CATALOGRÁFICA

ARAKI, LUCIANA LIE

Interação entre designer de interiores e cliente – metodologias/Luciana Lie Araki - São Paulo, 2011.

Trabalho de Iniciação Científica orientado pela Ms. Sueli Garcia.

1. Gestalt. 2. Percepção. 3. Simbólico.

AGRADECIMENTOS

À minha família e aos meus amigos que me apoiaram e entenderam minha ausência ao longo desse período.

À minha orientadora, Sueli Garcia, que com muita paciência e compreensão tornou possível a conclusão deste trabalho de Iniciação Científica.

A todos os funcionários da FEBASP que me deram suporte e auxílio para o desenvolvimento do mesmo.

E finalmente à Deus que colocaram todas essas pessoas em meu caminho, e que sempre esteve presente em todos os momentos.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
CAPÍTULO 1 - GESTALT	8
CAPÍTULO 2 - RELAÇÃO CORPO-ESPAÇO – FENOMENOLOGIA DA PERCEPÇÃO.....	11
CAPÍTULO 3 - SIMBÓLICO.....	13
CONSIDERAÇÕES FINAIS	16

LISTA DE IMAGENS

FIGURA 1 - CASA COR 2010, “PORÃO” PROJETADO POR JOÃO ARMENTANO. FONTE: HTTP://DELAS.IG.COM.BR . AUTOR: DAVID SANTOS JR/FOTOARENA.	9
FIGURA 2 - AMBIENTE VITORIANO. FONTE E AUTOR DESCONHECIDOS.	10
FIGURA 3 - FOTO EDITADA POR SELMIN ÜNVER ESER. FONTE: WWW.ARCHITECTUREOFLIFE.NET	12
FIGURA 4 - AMBIENTE CRIADO POR TRICIA GUILD. FONTE: HTTP://DECORANDO-A-LA-FRANCESA.BLOGSPOT.COM . AUTOR NÃO DIVULGADO.	13
FIGURA 5 - LIVING CASA COR SÃO PAULO 2011, PROJETO POR JORGE ELIAS. FONTE: CASA.ABRIL.COM.BR . AUTOR DESCONHECIDO.	15
FIGURA 6 - HOME THEATER, PROJETADO POR GABRIELA MULLER. FONTE: REVISTADCASA.UOL.COM.BR . AUTOR DESCONHECIDO.	15

RESUMO

A profissão de Design de Interiores não é regulamentada pelo governo brasileiro, mas é reconhecida por serviços prestados à sociedade. Este profissional tem a responsabilidade de projetar ambientes - públicos e privados - que visem o conforto, o bem-estar, a segurança e o prazer estético de seu público-alvo, considerando também seus costumes, cultura, história, etnia, materiais e tecnologia disponíveis no local. O Designer de Interiores preocupa-se em melhor definir a função dos ambientes projetados, definindo cores, formas e disposição dos objetos, além de se utilizarem destes para sensibilizar os sentidos do ser humano e provocar emoções. Para tal fim, é necessário o estudo da percepção, na qual foram escolhidos nesta pesquisa três caminhos para analisá-la: a gestaltiana, que define e organiza a percepção das formas em um ambiente por meio da visão; a fenomenológica, que descreve e identifica um espaço através dos sentidos humanos; e a simbólica, na qual atribui significados pessoais aos objetos, estes, podendo expressar personalidade, emoções e status.

A reunião destas três formas perceptivas em um espaço é um grande desafio aos Designers de Interiores, porém são de extrema importância, pois elas auxiliam o indivíduo a se reconhecer e conhecer-se em várias fases de sua vida, aconchegando-o em suas mutações e auxiliando-o na sociabilização.

Palavras chave: 1. Gestalt. 2. Percepção. 3. Simbólico.

INTRODUÇÃO

O profissional de Design de Interiores é o responsável por projetar espaços internos (públicos ou privados), cuja arquitetura já se encontra predefinida. Este profissional visa o conforto, o bem-estar, a segurança e o prazer estético dos ocupantes do local e, para isso, o designer de interiores pesquisa e estuda os hábitos de seus clientes considerando os aspectos: histórico, étnico, cultural, tecnológicos, ergonômicos, orçamentário, e os relativos ao meio-ambiente e à saúde.

O profissional preocupa-se com a harmonia da disposição dos objetos, com a iluminação que melhor define a função do ambiente, com a combinação de cores e formas, também cabe a ele provocar emoções e dar aos ambientes o significado que o usuário pretende comunicar aos que freqüentarão o ambiente. Entretanto, para projetar locais deste caráter, é necessário o estudo da percepção, ou seja, formas que sensibilizam os sentidos, e que possibilitam analisar o quanto os interiores nos afetam emocional e psicologicamente. Por esta razão esta pesquisa analisa três caminhos para a percepção: gestaltiana, fenomenológica e simbólica.

CAPÍTULO 1 - GESTALT

A gestalt é uma teoria psicológica e filosófica na qual define e organiza a percepção das formas de um ambiente, de uma obra de arte, de uma construção, entre outros. Ela compreende principalmente o sentido da visão, a qual pode ser educada e sensibilizada para que consiga apreciar o conjunto linha, superfície, cor, luz e volume em um mesmo espaço.

A gestalt promove a estética visual, a harmonia e o equilíbrio entre os elementos do conjunto acima citado, sendo este compreendido através da interpretação que cada elemento pode ter segundo seu repertório: experiências e conhecimentos do observador. Para a gestalt, uma linha horizontal pode parecer monótona, ao contrário de linhas diagonais ou curvas que são dinâmicas. Superfícies postas de forma aleatória e espaçada em um ambiente dão certo ritmo,

além de tornarem-se dinâmicas. Assim como também acontece com as nuances justapostas de uma determinada cor: percorrem-se os olhos rapidamente sobre estas. Mas cores contrastantes chamam mais atenção e fazem com que o olhar permaneça por mais tempo sobre cada uma. Formas desproporcionais em relação a um ambiente causam certo desconforto visual, porém formas de vários tamanhos dão dinamismo ao meio.

Observar a dinâmica do elementos, auxilia na análise de ambientes como segue abaixo:



Figura 1 - Casa Cor 2010, “porão” projetado por João Armentano. Fonte: <http://delas.ig.com.br>. Autor: David Santos Jr/FOTOARENA.

Na foto acima, João Armentano tenta recriar um porão dentro de um dos ambientes da Casa Cor 2010. Paredes e teto são pintados da mesma cor, assim como o revestimento do piso e tapete têm o mesmo matiz que as paredes. Se as estantes não tivessem essa configuração, fossem todas retilíneas e fabricadas do mesmo material, provavelmente este porão ficaria muito mais monótono. Existem poucos objetos que se contrastam com o fundo, e a iluminação pontual não destaca expressivamente nenhum local específico, no entanto ela dá ritmo ao ambiente e faz com que se pare o olhar por mais tempo nos objetos iluminados.



Figura 2 - Ambiente vitoriano. Fonte e autor desconhecidos.

Já neste ambiente vitoriano tudo chama a atenção, seja por sua proporção, pelas cores das estampas ou detalhes dourados. As cores utilizadas também são próximas, mas há contraste do marrom escuro com o bege, além do dinamismo entre os tamanhos e composição das formas. Mas o peso visual está no centro, onde se localiza a lareira com um grande frontão sobre ela e colunas jônicas ao lado, e à esquerda onde há o peso do contraste de cores do vaso com plantas e os seus minuciosos detalhes.

A partir das análises, percebe-se que a teoria da gestalt não está muito relacionada às emoções, um exemplo disto, são as mostras de decoração, nas quais a principal função é uma análise estética do ambiente. Além disto, as análises mostram que a gestalt é feita por comparação, ou seja, sabemos que a segunda imagem é mais dinâmica e mais contrastante após analisar a primeira.

A gestalt está diretamente relacionada com a fenomenologia, pois após o primeiro impacto visual é que se começa a perceber o espaço, já não só como um todo, mas também a cada parte separadamente.

CAPÍTULO 2 - RELAÇÃO CORPO-ESPAÇO – FENOMENOLOGIA DA PERCEPÇÃO

A relação corpo-espaço pode ser compreendida através da fenomenologia da percepção, ou seja, conseguimos identificar e descrever um espaço ou um objeto por meio, novamente, do repertório e pela influência da cultura, emoção, necessidades, valores pessoais e pelo tempo.

Diferentemente da gestalt, a fenomenologia não abrange apenas um sentido, interage com os cinco sentidos do ser humano (tato, olfato, paladar, visão e audição), além de outros como, por exemplo, a propriocepção, mais conhecida como sistema cinestésico e a intuição ou sexto sentido. Cada um destes sentidos tem uma função específica, porém não trabalham sozinhos, são associativos, um precisa do outro para complementar-se. A visão pode ser considerada o principal sentido do ser humano, mas sem o tato não se consegue apreender o significado de cada objeto, por exemplo, consegue-se entender que um sofá é confortável quando o tocamos: sentimos a textura do revestimento, a densidade da espuma, o grau de inclinação do encosto. O mesmo efeito acontece com a audição, quando se identifica um barulho, o cérebro o processa e logo vem a imagem do ato, e isto só é possível após ter passado por uma experiência parecida, ou pela mesma. Este processo também acontece de modo semelhante com o olfato e o paladar, mas, a intuição não acontece pelo raciocínio e lembranças conscientes armazenadas no cérebro, e sim pela memória do corpo: após uma experiência sensorial marcante ou observações não apreendidas pelo cérebro, estas ficam registradas no inconsciente e logo quando se passa por uma ação semelhante ou pela mesma, os fatos passados se reorganizam e o corpo se prepara inconscientemente para recebê-la. Isto é demonstrado no momento em que escolhemos um objeto ou um local no qual se aprecia muito por ser acolhedor, pois a sensação que se sente ao experimentá-lo remete ao útero materno.



Figura 3 - Foto editada por Selmin Ünver Eser. Fonte: www.architectureoflife.net.

Exemplificando: a imagem acima, para alguns, pode transmitir a sensação de aconchego, seja pelo conjunto de cama parecer macio e limpo; pela textura das toalhas e do roupão; pela iluminação natural; pelo caimento suave do tecido do dossel; e pelas cores calmas e tranquilizantes. Mas, talvez, estas mesmas cores poderiam ser percebidas por outras pessoas como cores frias, e se não houvesse a presença das pequenas flores, esta frieza poderia agravar-se.



Figura 4 - Ambiente criado por Tricia Guild. Fonte: <http://decorando-a-la-francesa.blogspot.com>. Autor não divulgado.

Analisando este outro ambiente, criado por Tricia Guild, após o primeiro impacto visual, pode-se dizer quais sensações foram transmitidas: sensação de leveza pela amplitude, pela iluminação zenital, pela pintura no teto, e pelas cores do local; sensação de complexidade devido aos ornamentos das paredes e teto, e às texturas utilizadas; ou sensação de aconchego e alegria pela utilização de cores quentes, e pela presença de almofadas e móveis estofados; e a presença da feminilidade também provocada pela gama de cores, entre outros.

O ambiente da imagem acima também pode transmitir uma gama de outras sensações e significados, compreendidos na leitura dos objetos, formas, cores e outros símbolos.

CAPÍTULO 3 - SIMBÓLICO

A criação de símbolos data desde a época pré-histórica, na qual ocorriam rituais animistas em cavernas, acreditando-se que ao representar uma cena com

pinturas ou esculturas – símbolos – conseguiam prender a essência do ser retratado, e assim, tornar a representação em realidade. Atualmente, ainda se prende a essência do ser em certos objetos ou até mesmo em construções, mas não com a mesma intenção dos ancestrais pré-históricos. Isto porque a essência que está contida em objetos diversos é aquela que representa e expressa o proprietário destes, tornando-o, assim, um animal *symbolicum*.

Os símbolos podem ter significados afetivos e emocionais diversos para cada pessoa, diferindo-se pelas experiências de cada um e pelo tempo em que cada indivíduo se encontra. Também é através deles que a comunicação e a expressão de cada pessoa são possíveis, destacando-se o lar como o principal meio desta comunicação e como o principal símbolo do seu universo ideal.

É a partir deste universo que se consegue agrupar e classificar os símbolos como: individuais, culturais e sociais. Sendo que os símbolos individuais estão presentes nos objetos particulares que tem uma grande carga emocional pessoal, como, por exemplo, uma herança de família, coleções, um presente especial, entre outros.

Já os símbolos culturais estão presentes em objetos familiares a um grupo de indivíduos, como, por exemplo, imagens religiosas, mandalas, objetos místicos, símbolos sexuais, de relacionamento, entre outros. Sendo que alguns deste tipo de símbolo podem auxiliar nas forças vitais e na estrutura mental das pessoas, que, sobrecarregadas de energia psíquica são afetadas emocionalmente por eles, uma vez que a sociedade transferiu a estes objetos suas crenças e mitos.

Os símbolos sociais têm por função principal demonstrar status, além de serem utilizados para intimidar, competir e demonstrar superioridade sobre os outros e perante a sociedade. Eles não necessariamente são representados por objetos de preço elevado, podem ser representados também por peças raras e coleções.

Exemplificando com a imagem abaixo, pode-se perceber claramente qual contexto geral exposto nesta composição realizada por Jorge Elias para a Casa Cor São Paulo 2011. Ele evidencia, principalmente, a sexualidade e a virilidade por meio de símbolos como a foto de Marilyn Monroe expostas na parede posterior, pelas estampas das almofadas no sofá de três lugares e pelas esculturas dispostas simetricamente em cada lado da sala.



Figura 5 - Living Casa Cor São Paulo 2011, projeto por Jorge Elias. Fonte: casa.abril.com.br. Autor desconhecido.



Figura 6 - Home Theater, projetado por Gabriela Muller. Fonte: revistadecasa.uol.com.br. Autor desconhecido.

Já na foto acima, pode-se encontrar alguns símbolos que induzam o observador a supor algumas características dos proprietários do home theater, por exemplo: consegue-se saber que são católicos pela imagem religiosa em cima do aparador, porém não se pode afirmar que sejam muito religiosos, já que a imagem não tem um altar próprio. Outros símbolos presentes nesta fotografia podem induzir o observador a descobrir o local onde o imóvel se encontra ou por qual estilo regional foi influenciado, como, por exemplo, a boneca em formato de cabaça, as cores fortes e as formas das estampas que são símbolos geralmente utilizados na região Nordeste do Brasil. Porém, não há como descrever os significados dos outros objetos, somente se conhecesse intimamente os proprietários do local e sua história.

Independente dos exemplos de símbolos citados acima, pode-se concluir que todos tem um sentido especial para cada ser humano, sendo fundamental na vida de seus proprietários, pois transmitem a eles segurança, equilíbrio, esperanças, ilusões, sonhos e fantasias, ou seja um universo idílico e ideal no qual é permitido emocionar-se.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O profissional de designer de interiores é o responsável por projetar interiores tanto público como privado, viabilizando o conforto para os usuários do local. Mas, principalmente em interiores domésticos, o designer de interiores é o responsável por manter a individualidade de cada morador, expressando seus gostos, características e personalidade nos ambientes, levando em consideração a estética e o conforto em um conceito geral. Por estas razões é de suma importância o conhecimento deste profissional nas áreas perceptivas, para que consiga educar o olhar, analisar e julgar a harmonia das linhas, formas, cores e iluminação, juntamente com o senso do que é confortável, do que faz com que as pessoas se sintam à vontade, e que aguça cada sentido perceptivo dos usuários do local, criando, assim, experiências únicas e agradáveis. A presença de símbolos é o que personalizará estes ambientes, permitindo com que o usuário expresse-se de forma intencional. Sendo o morador representado por estas entidades que emocionam, intimidam, dão segurança, esperança, e equilíbrio psicológico.

E o maior desafio para os designers de interiores é conseguir aplicar conjuntamente estas três sensibilizações da percepção para cada morador, ora conciliando os gostos, características e símbolos em um único ambiente, ora aplicando-os individualmente, sem esquecer de sua funcionalidade também. Mas do final, o que se pretende por estes caminhos é comunicar ao próprio indivíduo aquilo que é de sua natureza, como o ambiente o auxilia a se reconhecer e se conhecer em suas várias fases da vida. Que seja esse espaço que ele se aconchegue em suas mutações e sociabilização.

INTERECTION BETWEEN INTERIOR DESIGNERS AND CLIENTS – METODOLOGIES

ABSTRACT

The profession Interior Design is not regulated by the Brazilian government, but is recognized for services rendered to society. This professional is responsible by to project environments – public and private – aimed at comfort, welfare, safety and aesthetic pleasure for your target audience, and considering also their customs, culture, history, ethnicity, materials and technology available in place. The Interior Designer is worried to better define the function of environments, defining colors, shapes and arrangement of objects, and these are used to sensitize the human senses and cause emotions. To this end, it is necessary to study the perception, which were chosen three ways to analyze it: the gestalt, that defines and organizes the perception of forms in an environment by vision; the phenomenological, that describes and identifies a space by the human senses, and the symbolic, in which personal meanings are attributed to objects that can express personality, emotions and status symbol.

The union of these three perceptive forms in a space is a challenge of Interior Designers, but these ways are extremely important because they help people to recognize them and know who they are in many stages of their life. The environment has to hold people, helping them when they are in the process of changing their minds or when people try to make sociable, or be accepted by society.

Key Words: 1. Gestalt. 2. Perception. 3. Simbolyc.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BACHELARD, Gaston. **Filosofia do não, A; Novo espírito científico, O; Poética do espaço, A.** Tradução de Joaquim José Moura Ramos, Remberto Francisco Kuhnen. 2.ed. [S.l.]: Abril, 1984. (Os pensadores).

CASSIRER, Ernest. **Ensaio sobre o homem: introdução a uma filosofia da cultura humana.** São Paulo: Martins Fontes, 2005.

JUNG, Carl Gustav. **Homem e seus símbolos, O.** Tradução de Maria Lúcia Pinho. Rio de Janeiro: Nova Fronteira:1964.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção.** Tradução de Carlos Alberto Ribeiro de Moura. São Paulo: Pole-Vídeo, 1999.

MUNARI, Bruno. **Fantasia.** Lisboa: Edições 70, 2007.

OSTROWER, Fayga. **Universos da arte.** 9. Ed. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

RYBCZNSKI, Witold. **Casa: a pequena história de uma ideia.** Tradução de Betina Von Staa. Rio de Janeiro: Record, 1999.