

INTRODUÇÃO

O verdadeiro conhecimento, a avaliação verdadeira, não se localizam exclusivamente no sujeito. De certo modo, pode-se dizer que sua localização paradigmática é na realidade; a valoração e o conhecimento humanos corretos derivam de nossa ligação correta com o significado que as coisas já têm onticamente. Em outro sentido, pode-se dizer que o verdadeiro conhecimento e a valoração correta só existem quando essa ligação se constitui. Em ambos os casos, essas duas atividades (para nós) “psicológicas” são onticamente localizadas (TAYLOR, 2005, p. 243).

O ser humano sempre esteve em constante busca por um lugar à que pertencesse. Por esta razão, o homem, ao longo de sua trajetória, encontra-se continuamente estabelecendo seu território e construindo moradias. A apropriação de um espaço possibilitou o advir de um ‘pequeno mundo’ ao indivíduo, tanto exteriormente, quanto interiormente, conferindo-lhe maior clareza perante suas individualidades e personalidade.

A casa é o território psíquico do homem e a interface estabelecida entre ele e seu habitat proporciona referenciais internos, nos quais suscitam em uma identificação. Através dessa relação contínua, o sujeito passa a ver e sentir o espaço, projetando sua própria estrutura psíquica na estrutura da casa, tal qual um espelho. As casas, portanto, são extensões do próprio indivíduo. Assim sendo, seus pertences refletem sua personalidade.

O homem imprime sua marca ao espaço, como também o espaço provoca ao homem o despertar de diversas emoções. “Somos diferentes em lugares diferentes” (BOTTON, 2006, p. 13). Essas diferentes identidades são consequência natural da multiplicidade das necessidades interiores e denominam-se: arquétipos. Cada ser possui um ou mais arquétipo, através do qual são transmitidos seus gostos pessoais; todo ser humano é único, portanto, sua casa também deve ser única, pois cada uma delas deve identificar o arquétipo de seus respectivos moradores, atribuindo-lhe alma e identidade.

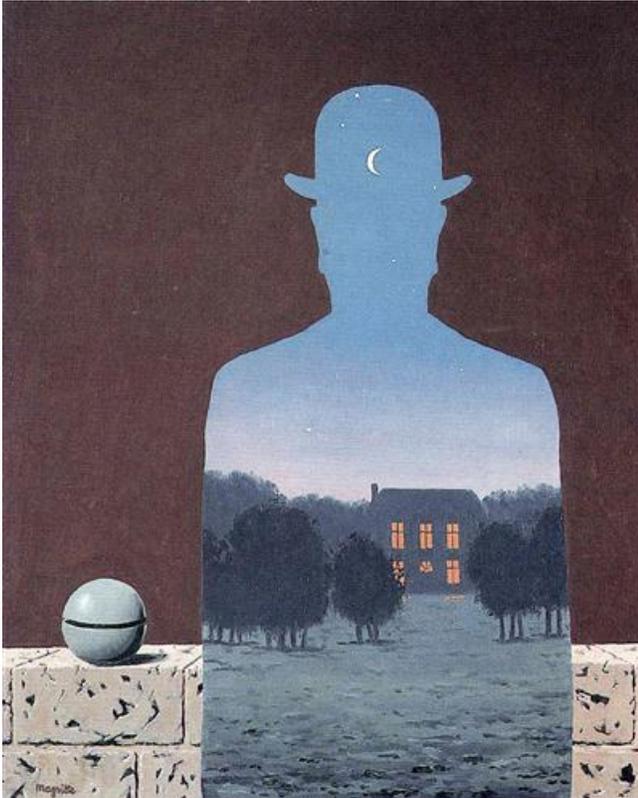
A alma da casa denomina-se *Stimmung*, e é ela que difere a moradia de um simples abrigo à um verdadeiro lar. Entende-se por lar, aqueles lugares cuja perspectiva se adequa à do próprio habitante, permitindo um sentido de identidade e pertencimento em relação ao lugar habitado, tornando-o distinto de qualquer outro lugar no mundo. Para tanto, é necessário atentar-se às emoções resultantes da interação entre o sujeito e seu lar. Existe uma tendência comum de se colocar a cognição em posição antagônica à emoção, porém as emoções são inseparáveis da

cognição constituindo parte necessária dela. Baseado em estudos sobre a emoção, Norman (2008) infere que o ser humano constitui-se de três níveis cerebrais, dos quais resultam os três níveis de design: visceral, comportamental e reflexivo.

O design visceral consiste na importância da estética, aparência e beleza do produto. O comportamental diz respeito à sua função, desempenho e usabilidade; e o reflexivo à satisfação produzida por ter, exibir, e usar algo. Por meio da análise dos três níveis estipulados por Norman, é possível estabelecer os três pilares que sustentam o desenvolvimento de um projeto de interiores: a beleza, a funcionalidade e o conforto do espaço. Esses três pilares são a base para o design de interiores, dos quais combinados constituem o lar. Cada qual desempenha papel igualmente fundamental e primordial na construção do lar, portanto, para se desenvolver um bom design, é preciso apresentar um equilíbrio entre eles.

É tarefa do designer de interiores compreender os locais como territórios psicológicos, atendendo ao modo como são percebidos pelos seus habitantes. Todavia, nem toda pessoa possui a consciência daquilo de que necessita, sendo a função do designer ajudá-lo à descobrir. Este processo de descoberta do cliente é adquirido através da aplicação da anamnese. A anamnese é uma entrevista realizada que busca o levantamento de fatores importantes que influenciarão na concepção do projeto. Após a aplicação desse processo, procede-se para a etapa de criação dos painéis: arquétipo e *stimmung*. Os painéis são uma forma visual de exprimir através de uma coletânea de imagens aquilo que foi coletado por meio da anamnese. O painel arquétipo expressa os principais traços da persona do cliente; já o painel *stimmung* representa os desejos do cliente, a atmosfera que se almeja alcançar no ambiente projetado.

Através do desenvolvimento do processo de anamnese e da elaboração dos painéis visuais, possibilita-se a concepção do *selfie* do sujeito habitante do espaço. Permitindo ao designer de interiores atingir o seu cliente em sua essência e dar seguimento às próximas etapas projetuais. Neste intento, o profissional utiliza-se de suas ferramentas: luz, cor, linha, textura e padronagens, para compor o cenário no qual o usuário irá interpretar o seu papel perante a vida.



O coração que tem fé
não gosta de vagar sem uma moradia.
Ele necessita de um ponto fixo para onde retornar,
ele quer uma casa de verdade.

(VESAAS apud NEGREIROS, 2010, p.29)

CAPÍTULO 1

OS ESPAÇOS COMO *SELFIE*
DE SEUS MORADORES

1.OS ESPAÇOS COMO *SELFIE* DE SEUS MORADORES

1.1 Uma breve passagem pela história

Desde os primórdios da civilização os seres humanos procuram um espaço adequado à habitação. Devido ao instinto de sobrevivência, anseia-se por proteção contra as intempéries e possíveis ameaças à própria existência. Por esta razão, ao longo da trajetória da humanidade, é notável a inerente busca pela moradia. No livro *Percepção ambiental e comportamento*, o autor Jun Okamoto menciona uma frase de Flora Davis, a qual diz: “o espaço pode ser tão vital para o homem quanto à comida”.

O homem sempre planejou e construiu seus ambientes para favorecer suas necessidades vivenciais e sociais, através das próprias escolhas, limitadas por fatores físicos, psicológicos e culturais, como forma de estabelecer o seu território. O engenheiro José Coimbra (apud OKAMOTO, 2002, p.32) define o ambiente como sendo um:

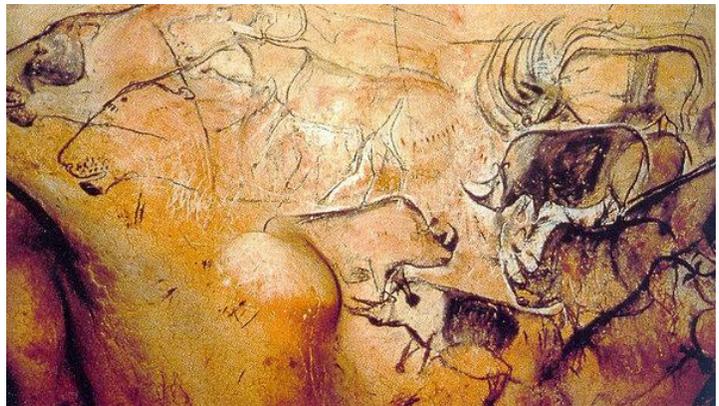


Figura 1: Arte rupestre de caverna francesa é a mais antiga encontrada

Fonte: www.veja.abril.com.br/noticia/ciencia

[...] Conjunto de elementos físico-químicos, ecossistemas naturais e sociais em que se insere o homem, individual e socialmente, num processo de interação que atenda ao desenvolvimento das suas atividades, à preservação dos recursos naturais e das características essenciais do entorno, dentro de padrões de qualidade definidos.

Considerando como exemplo as pinturas rupestres em cavernas do período pré-histórico, um artigo publicado em Maio de 2012 pela revista *Veja*- baseado num estudo publicado pela também revista *Proceedings of the National Academy of Sciences*- comprova que os desenhos encontrados na caverna Chauvet, no Sul da França, são os mais antigos já descobertos, datando de mais de 40 mil anos atrás. Ou seja, ao menos ao longo de quarenta milênios, o homem enxerga a necessidade, ainda que inconsciente, de transmitir e registrar em seu território sua inscrição, fragmentos de seu cotidiano que constituem o seu ‘eu’.

A comunicação visual, portanto, é o mais antigo registro da história humana. Através das pinturas nas cavernas é que pôde-se preservar o relato da concepção de mundo, sob a perspectiva

daqueles que viviam naquele tempo.

O homem marca instintivamente o seu território para criar a noção de propriedade; ao imprimir as mãos sobre superfícies rochosas de seu habitat ele “se apresentava” como morador daquele espaço. Já as pinturas rupestres comunicavam anseios, medos e a forma como ele via o mundo. Nossos ancestrais faziam registros iconográficos que lhes pareciam importantes ser lembrados, tal quais as fotos que nos dias atuais colocamos sobre estantes, aparadores e mesas (CIANCIARDI, 2010).



Figura 2: Ilustração de Pawel Kuczynski, artista gráfico polonês.

Fonte: www.pawelkuczynski.com

Se antes, o homem primitivo expressava-se através da pintura, hoje, o homem moderno expressa-se na composição de interiores em que habita. No entanto, apesar desse comportamento ser característico, somente milhares de anos depois – mais precisamente no século XVIII, após a Idade Média- é que foi concebível conferir em palavras o significado de tal prática (RYBCZYNSKI, 1996). Palavras como ‘conforto’ e ‘sentimental’ adquiriram seu significado contemporâneo há mais de

duzentos anos atrás, e isso só tornou-se possível com o aparecimento da vida interior.

Pode-se considerar estranho, porém não havia essa percepção ainda. Não que a sociedade daquela época não usufrísse ou não experienciasse essas emoções, meramente não havia consciência nem tão pouco preocupação quanto a essas questões. A verdade é que, até então, princípios como privacidade e intimidade – considerados essenciais nos dias de hoje- não eram julgados importantes. Durante a Idade Média, presava-se mais as formalidades e expressões públicas, conferindo à vida particular um papel secundário.



Figura 3: *Saint Jerome in His Study* – gravura de Albrecht Dürer (1514).
 Fonte: Livro *Casa, pequena história de uma ideia* (RYBCZYNSKI, 1996, p.28).

1996, p.32), que relata:

[...] Era pouco provável que alguém do século XVI tivesse seu próprio quarto. Foi mais de cem anos mais tarde que surgiram os cômodos onde os indivíduos pudessem ficar a sós- eram chamados de “privacidades”. Então, apesar do título da gravura [...] se referir ao cômodo como escritório, ele era, na realidade, uma sala de múltiplas funções, todas elas públicas. [...] As casas eram cheias de gente, muito mais do que hoje em dia, e não se conhecia a privacidade. Além disso, os cômodos não tinham funções específicas; ao meio-dia, o atril era retirado e as pessoas sentavam-se à mesa e faziam sua refeição. No final da tarde, a mesa era desmontada e o banco logo virava um sofá. À noite, o que era sala de estar virava quarto de dormir.

Por conta disso, era praticamente impossível desfrutar de uma vida particular. Todavia, no decorrer dos séculos, mudanças foram ocorrendo tanto em âmbitos sociais e comportamentais quanto em políticos e econômicos. A vida doméstica, enfim, começava a sofrer novas alterações.

Com o declínio do feudalismo e o surgimento da burguesia, muitas pessoas não mais viviam e trabalhavam no mesmo local. O implemento da tecnologia também foi um fator considerável, tendo em vista que a descoberta da eletricidade tornara-se um divisor de águas, proporcionando o surgimento de eletrodomésticos que, por conseguinte, foram determinantes na composição dos interiores das residências. Contudo, outras mudanças estavam ocorrendo, não em termos de

tecnologia, mas de modos e atitudes. A valorização da infância, o distanciamento dos criados, a feminização da casa foram conquistas que modificaram o habitat de forma enfática, mas que, vale ressaltar, ocorreram de maneira natural e até mesmo inconsciente. A atenuação das tarefas domésticas contribuiu para uma maior facilidade em seu processo de construção, se estendendo a todas as partes da casa.

Neste mesmo período desenvolveu-se o primeiro estilo voltado exclusivamente para o interior das casas: o Rococó¹. Havia-se finalmente dado maior ênfase ao interior dos espaços do que ao exterior. O que confirma a transição que a sociedade estava sofrendo, apontando para a emergência de algo novo na consciência humana: o advento do mundo interior do indivíduo e da família.

Nas palavras de John Lukacs (apud RYBCZYNSKI, p.48): “Enquanto as pessoas na Idade Média tinham pouca autoconsciência, o interior de suas casas era vazio [...]. Os móveis internos das casas surgiram junto com os móveis internos das mentes”.



Figura 4: Quarto da rainha Maria Antonieta, uma das precursoras do estilo rococó.
Fonte: espacodahistoriasempre.blogspot.com.br

¹ Rococó é o estilo artístico que surgiu na França usado na decoração de interiores. O termo deriva do francês *rocaille*, que significa ‘embrechado’, técnica de incrustação de conchas, por se usar muito como elementos decorativos.

1.2 A casa como reflexo do ‘eu’

Através das transformações sofridas na sociedade, possibilitou-se aos indivíduos obter maior clareza quanto ao próprio mundo. Não somente o internalizado, como também o exteriorizado, pois, a escolha de habitar em um espaço é também a escolha de um pequeno mundo para si mesmo. E neste mundo devem estabelecer-se relações de orientação, identificação e pertencimento. Como afirma Bachelard² (2000, p. 24), a casa é “o nosso primeiro universo”.

Assim sendo, a casa, como entidade física, é o meio pelo qual o ser é capaz de se inserir no mundo. Por esta razão, faz-se necessário a existência de um refúgio para proteção de seus estados mentais, sociais e emocionais. Constantemente, sente-se mais emoção do que se é permitido demonstrar socialmente. É nos momentos em que afloram tais sentimentos, que surge a necessidade de um lugar em privacidade para deixá-los fluir. Uma vez cumprida a tarefa social imposta, a identidade pessoal é recuperada ao regressar-se ao próprio habitat. A identidade pessoal é, portanto, um componente de habitar doméstico.

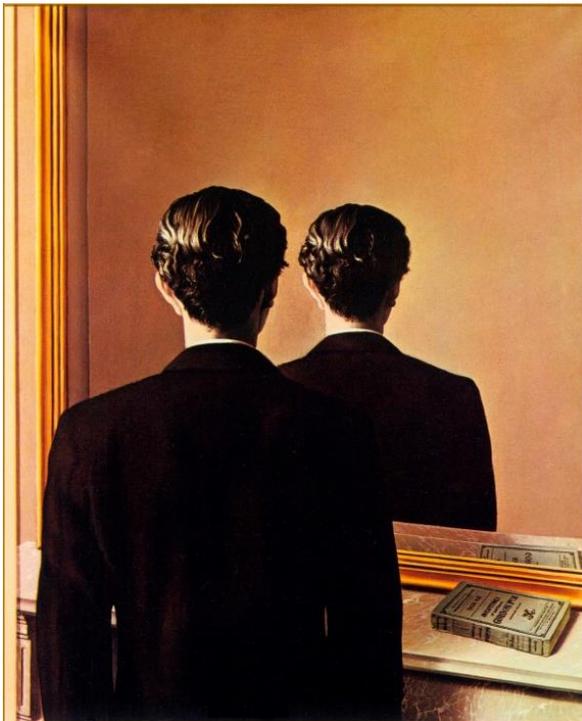


Figura 5: *Not to be Reproduced* – René Magritte (1937)

Fonte: en.wikipedia.org/wiki/Not_to_be_Reproduced

O psicólogo Alvin August de Sá (apud NEGREIROS, 2010, p.87), analisa a relação estabelecida entre o homem e o espaço de sua habitação e observa que a habitação é "o território psíquico do indivíduo". Ao relacionar-se com o espaço habitado, este o oferece referenciais internos, nos quais o indivíduo é capaz de identificar-se. Conforme Sá, é através dessa relação contínua e profundamente projetiva que o sujeito passa a ver e sentir o espaço através de seus conteúdos psíquicos. E o faz projetando sua própria estrutura psíquica na estrutura física do espaço, tal qual um espelho, encontrando nele equivalentes para os seus próprios impulsos, dinamismos internos, conflitos e necessidades.

² Gaston Bachelard (1884 – † 1962) filósofo e poeta francês.

Essa projeção reflete-se na própria percepção que o morador tem desse espaço, na forma como ele a vivencia e a interpreta. Esse espelho é um meio ao qual o sujeito contempla sua imagem separada de si, fora de si. Tal qual declara Emanuele Coccia em *A vida sensível* (2010, p.19):

Para observar a si mesmo, ouvir a si mesmo, faz-se necessário, para todo animal, constituir a própria imagem fora de si, em um espaço exterior: é no espelho que conseguimos devir sensíveis e é ao espelho (e não exatamente aos nossos corpos) que demandamos nossa imagem.

Correlacionando as citações de Sá e Coccia, pode-se extrair que o espaço arquitetônico é a uma concretização do espaço existencial do homem. Seja consciente, ou inconscientemente, cada indivíduo usufrui do ambiente doméstico para revelar algo sobre si mesmo. Assim sendo, a casa torna-se o intermédio ao qual se expressa o ‘eu interior’, onde é possível ocorrer o desnudamento do que realmente somos. A relação entre o homem e seu entorno é um processo de duas vias, uma interação real, pois o ser humano é constituído de dois universos: um exterior, em constante processo de adaptação ao meio, e outro interior.

O que diferencia o homem de um animal é que este age apenas para sua sobrevivência mediante seu instinto, enquanto o homem busca por significados e sentidos na vida, por meio de valores, ideais e sonhos (OKAMOTO, 2002). Coccia (2010) também cita a importância dos sonhos, e alega que sonhar significa imaginar, e é a capacidade de imaginar que assegura a existência e constitui o vivente. Exatamente pelo motivo ao qual a composição do ambiente doméstico é resultante de tudo aquilo com o qual se é sonhado, conscientemente ou não, o espaço desvela, assim como ocorre nos sonhos, muito daquilo que diz respeito ao que esconde-se no íntimo. O animal vive o seu dia a dia, mas o homem vive o vir-à-ser.

Como dito, o espaço físico que abriga o habitar doméstico funciona como um meio de seus habitantes estabelecerem uma identidade com o mundo em que se inserem. E que essa mesma casa física também funciona como canal de comunicação em relação a seus próprios ocupantes, mandando-lhes, através de sua forma construída e de sua organização espacial, mensagens cotidianas que indicam formas e padrões de usos para aquele espaço.

A construção de espaços também é uma forma de linguagem, só que não-verbal. “Construímos pelo mesmo motivo que escrevemos: para registrar o que é importante para nós.” (BOTTON, 2006, p. 121). Essa comunicação não-verbal entre o ambiente e seus moradores juntamente com seus hábitos cotidianos, ocorrem de acordo com o entendimento que se obtêm sobre os preceitos comportamentais fornecidos pela casa.

A moradia detém um sistema de comunicação não-verbal que resulta no esboço da personalidade de seus moradores. Dispondo das palavras do arquiteto Sig Bergamin: “Ela tem sua própria voz; é uma tolice não tentar ouvi-la” (apud CIANCIARDI, 2010). O escutar essa voz consiste na decifração da individualidade de seus moradores e suas vidas. Quando as construções falam algo, elas também o fazem usando citações, isto é, despertando lembranças e fazendo referências à contextos vistos anteriormente. Elas comunicam por meio de associações.

De acordo com Albert Mehrabian (PEASE, 2005), pioneira da pesquisa da linguagem corporal na década de 1950, em toda comunicação interpessoal cerca de 7% da mensagem é verbal, 38% é vocal (tom de voz) e 55% é não-verbal. Ou seja, o ser humano está muito mais propenso à comunicação não-verbal. O fato é que há uma correspondência entre o interno e o externo. As casas são extensões do próprio indivíduo. Assim sendo, seus pertences refletem sua personalidade.

O homem e suas extensões constituem um sistema inter-relacionado. É um erro dos maiores agir como se o homem fosse uma coisa, e sua casa ou suas cidades, sua tecnologia ou seu idioma fossem outra coisa. Em razão dos inter-relacionamentos entre o ser humano e suas extensões, cabe-nos prestar uma atenção muito maior aos tipos de extensão que criamos, não só para nós mesmos mas para outros para quem elas possam não se adequar bem. O relacionamento do homem com suas extensões é simplesmente uma continuação e uma forma especializada do relacionamento de organismos em geral com seu meio ambiente.” (HALL, 2005, p.233).

Da mesma forma que arqueólogos são capazes de reconstituir um animal pré-histórico através dos fragmentos de sua ossada, ou através de pinturas rupestres compreender hábitos e costumes de uma época, é possível compreender um período histórico, por meio de seu estilo artístico vigente. Através de uma cadeira de um período estilístico específico, por exemplo, pode-se analisar o interior doméstico e o comportamento de seus moradores sob o ponto de vista de sua estrutura e decisões compositivas. Os métodos e materiais exprimem o espírito e a atitude de um povo e de uma época, o que lhes confere um enorme significado. Como exemplifica o livro *Casa, pequena história de uma ideia* (1996, p.211) no seguinte trecho:

Um *fauteuil* Luís XV não reflete só a decoração do cômodo ao qual ele devia pertencer, mas também a encantadora elegância da época. Uma cadeira georgiana Windsor de mogno brilhante, com as suas ripas de madeira entalhadas, é a essência do comedimento cavalheiresco. Uma cadeira vitoriana excessivamente estofada, com tecidos ricos e sobrecobertas de renda, representa tanto o conservadorismo daquela época quanto o seu desejo por comodidade física. Uma chaise longue Art Deco, estofada com pele de zebra e incrustada com madrepérola, exhibe o prazer tátil e voluptuoso do luxo.



Figura 6: Fauteuil Luís XV Figura 7: Cadeira Georgiana Windsor Figura 8: Cadeira Vitoriana Figura 9: Chaise Long Art Deco
Fonte: www.pinterest.com

Desta maneira, os objetos que compõe os espaços, mais do que corresponder ao aspecto estético e utilitário, eles antes, correspondem à identidade do morador. Os ambiente devem ter o intuito de trazer à tona partes importantes, mas efêmeras do próprio ser. Os acessórios domésticos, reunidos e utilizados para compor o interior das casas, podem ser considerados memoriais de identidade, uma espécie de colcha de retalhos da personalidade de cada indivíduo. Cabe ao designer de interiores juntar os recortes, à fim de completar o *patchwork* do cliente.

É preciso compreender os locais como territórios psicológicos, atendendo ao modo como são percebidos pelos seus habitantes. Imprimir sentido à moradia, concedendo-lhe maior estima que um mero abrigo. Converter em público o mundo privado de ser de cada pessoa. Tomar o espaço e resigná-lo aos propósitos de seus moradores, fazendo com que o reflita assim como um espelho. Pois, o lugar onde se habita é fundamental para determinar aquilo em que se é capaz de acreditar.

O princípio para admitir-se a importância do interior das habitações é a percepção de que as pessoas são diferentes em lugares diferentes; e a convicção de que é tarefa do designer de interiores esclarecer de quem poderia idealmente tornar-se. “Um quarto feio pode coagular vagas desconfianças quanto ao que está faltando na vida, enquanto outro ensolarado [...] é capaz de dar sustentação às nossas maiores esperanças” (BOTTON, 2006, p.12). As identidades estão permanentemente associadas ao lugar onde se vive. “Nós modelamos a arquitetura e por ela somos

modelados” (CHURCHILL apud, OKAMOTO, 2002).

Se apenas um ambiente consegue influenciar as emoções de seu usuário, se o humor pode ser alterado de acordo com a cor das paredes, é possível se ter uma ideia do que acontece nos lugares que submete-se conviver diariamente. O ser humano é sensível ao seu entorno, e esta característica procede de sua própria psicologia. Cada pessoa reside em si mesma muitas identidades diferentes, que em determinadas situações requer o afastamento do que julga-se ser o ‘eu’ verdadeiro.

Infelizmente, o eu de que sentimos falta nesses momentos, o aspecto autêntico, criativo, espontâneo e indefinível da nossa personalidade, não nos pertence para que possamos evocá-lo à vontade. O nosso acesso a ele é, a um grau modesto, determinado pelos lugares onde estamos, pela cor dos tijolos, a altura dos tetos e o traçado das ruas. Num quarto de hotel estrangulado por três vias expressas ou numa área devastada com prédios enormes e mal conservados nosso otimismo e propósito tendem a se exaurir, como água num vaso furado. Começamos a esquecer que um dia tivemos ambições ou motivos para nos sentir animados e cheios de esperança (BOTTON, 2006, p.106).

O indivíduo está sujeito ao que o cerca e anseia que as construções mantenham-se fiéis, como uma espécie de molde psicológico do próprio ser. Formas materiais compõe o entorno de cada ser, porque comunicam aquilo de que se necessita interiormente, sofrendo uma influência mútua entre o homem e seu habitat.

O homem imprime sua marca ao espaço, como também o espaço provoca ao homem o despertar de diversas emoções. Se, através de um objeto, é possível deduzir personalidades a partir de características aparentemente insignificantes, como no exemplo dado por Botton (2006, p.87): “a mudança de poucos graus no ângulo da borda pode transformar uma taça de vinho de recatada em arrogante”, é devido ao motivo de se ter adquirido esta habilidade com relação aos humanos, suas expressões faciais e gesticulações corporais.

Os gestos falam mais alto que as palavras. As pessoas estão predispostas à julgá-los antes mesmo do discurso do outro. Existe a sensibilidade quanto aos movimentos do corpo, porém falta a compreensão dos mesmos (PEASE, 2005). As pessoas também são predispostas a antropomorfizar, ou seja, a projetar emoções e traços humanos a qualquer ser inanimado, ou não. Mesmo quando os objetos não se parecem nada com pessoas é fácil imaginar que tipos de personalidades humanas poderiam ter.

Os princípios de criar designs prazerosos de interação efetiva entre as pessoas e produtos são exatamente os mesmos que sustentam a interação prazerosa e efetiva entre os indivíduos. Existe uma tendência intrínseca nos seres humanos em observar prédios ou móveis e associá-los às circunstâncias históricas e pessoais, fazendo com que, conseqüentemente, estilos arquitetônicos e decorativos tornem-se souvenirs emocionais dos momentos e cenários vivenciados. O design e a arquitetura exprimem o modo de vida que deve desenvolver-se mais adequadamente no interior e no exterior dos espaços. Ao mesmo tempo que oferecem proteção e abrigo, influenciam o indivíduo a se tornar tipos específicos de pessoas.

As diferentes identidades são consequência natural da multiplicidade das necessidades interiores. Deve haver tantos tipos de estilos, quanto tipos de gente. É através do estilo que as pessoas transmitem seus gostos pessoais, sua visão do belo e suas necessidades psicológicas à sociedade.

O psicanalista Carl G. Jung denominou esses diferentes tipos de personalidades que se encontram dentro de uma pessoa de ‘arquétipos’. Jung estudou formas primitivas da mente e criou teorias de arquétipos que explicam o comportamento e a busca por autoconhecimento. Foram considerados cinco tipos de arquétipos que desempenham papéis importantes na personalidade humana: *persona* ou máscara, *animus*, *anima*, sombra e o eu (*self*). Jung dizia que o indivíduo deve saber lidar com os vários papéis que assume na vida, ou seja, deve saber conviver com vários personagens.

A *persona* é a máscara usada pelo sujeito ao interagir com o coletivo e o seu núcleo familiar, à fim de representá-lo na forma como ele deseja ser visto perante o mundo. Assim sendo, a *persona* não corresponde à verdadeira personalidade do indivíduo, ela se assemelha à ideia de desempenho de papel, ao qual o sujeito age da maneira como entende ser necessário agir mediante à diferentes situações impostas pela sociedade. O *animus* simboliza o lado masculino da psique feminina, da mesma forma que o *anima* simboliza o lado feminino da psique masculina. O arquétipo da sombra consiste no lado mais sombrio da personalidade. Para Jung, esse arquétipo representa o lado animalesco do ser, os desejos imorais, violentos e inaceitáveis. No entanto, a sombra possui também o lado positivo, responsável pela espontaneidade, pela criatividade e pela emoção profunda, características necessárias para o total desenvolvimento humano.

O maior de todos os arquétipos, Jung julgou ser o ‘eu’ ou o *self*, que é considerado o organizador da personalidade humana. Foi ao ‘eu’ que Jung classificou como principal arquétipo do inconsciente coletivo, sem a presença do ‘eu’, os demais arquétipos do inconsciente coletivo não conseguem ter firmeza e união. Do ponto de vista de Jung, a meta final de qualquer personalidade é chegar a um estado de auto realização e de autoconhecimento.

O livro *The domain book of intuitive home design*, escrito por Judy George (1998), também disserta sobre os diferentes tipos arquetipais. No caso, trata-se dos arquétipos intuitivos, os estilos exteriorizados pelas pessoas nos ambientes que habitam. Considera-se, então, a existência de quatro gêneros arquetipais, aos quais englobam características que cada indivíduo poderá identificar-se de acordo com a própria personalidade e tendência, sendo eles: o visionário, o artesão, o idealista e o aventureiro.



Figura 10: Arquétipo Visionário
Fonte: Revista Casa Cor nº02, p.73.

O visionário se adequa ao perfil de sujeitos perfeccionistas, individualistas, que buscam um nível elevado de sucesso. A casa é seu espaço no mundo, seu lar é um santuário, por isso apreciam a privacidade. São pessoas envolvidas com a cultura, com tendências à arte, à música e à literatura. Por isso, seus ambientes possuem móveis e utensílios exclusivos, designs assinados, bibliotecas repletas de livros. Definitivamente não se trata de um estilo simples, o visionário aprecia a decoração clássica que remete à antiguidade; dão ênfase ao luxo e ao conforto.

O artesão se encaixa na descrição de um perfil mais transcendental. Trata-se de um ser espiritualista, em contato com a natureza, prefere viver no campo, buscando uma maior e melhor ligação com o seu interior. Sua casa utiliza



Figura 11: Arquétipo Artesão
Fonte: Livro *Total Design* (CLODAGH, 2001, p.104).



Figura 12: Arquétipo Idealista
Fonte: Livro *Total Design* (CLODAGH, 2001, p.25).



Figura 13: Arquétipo Aventureiro
Fonte: Livro *Etcetera* (COURT, 2009, p.122).

principalmente de materiais naturais como a madeira, a pedra, o papel, tecidos como o linho, o algodão e a renda. Dão preferência pela mobília artesanal, feita à mão. Seus ambientes são casuais, aconchegantes e repletos de objetos pessoais que carregam consigo a história de seus moradores.

Por sua vez, confere ao idealista as características de ser lógico, sistemático e disciplinado. É o arquétipo mais racional dos quatro. Por esse motivo presa muito pela funcionalidade de seus ambientes. Sua casa é composta predominantemente de materiais como o vidro, o concreto, o alumínio, o aço e o cromo e sua decoração mais minimalista e monocromática. A residência do idealista não possui muitos objetos, apenas aquilo que lhe julga necessário, e estes geralmente são retos e lisos, sem texturas. A tecnologia, assim como também o estilo modernista são traços marcantes deste arquétipo.

Por fim, o último dos arquétipos, todavia não o menos importante: o aventureiro. O aventureiro pode ser considerado o mais excêntrico de todos os outros. Advém de uma personalidade mais criativa, festiva e dramática e seus ambientes não diferem disso. Para o aventureiro, a casa é um local de estimulação. Seu espaço é divertido, dotado de cores fortes, mobiliários étnicos e estampas, um ambiente desarranjado, porém dinâmico, com muitas peças de recordações e suvenires de viagens pelo mundo.

Com base nos arquétipos de Jung e os do livro *The domain book of intuitive home design*, pode-se realizar uma analogia juntamente com outro livro denominado: *A boa vida*, de Iñaki Ábalos (2003). Neste, o autor faz uma visita guiada, como assim mesmo chama, às diferentes casas de personalidades da época. Através do que, se torna possível traçar paralelos entre as construções,

seus moradores e respectivos tipos arquetípos. Quatro residências foram visitadas: a do filósofo Martin Heidegger, do ator Jacques Tati, do pintor Pablo Picasso e empresário Andy Warhol.

No capítulo *Heidegger em seu refúgio: a casa existencialista*, tem-se uma ideia de como é a habitação de Martin como se circunstancialmente fosse possível morar ali:

Habitar para Heidegger, não é um ato simples, nem insubstancial. Seu pensamento existencial está estreitamente vinculado ao tema metafórico da casa, que se apodera de seu próprio sistema filosófico até com ele identificar-se: A linguagem é a casa do Ser. Em seu lugar, o homem habita” (ÁBALOS, 2003, p.44).

Adentrando a cabana de Heidegger o que primeiro chama a atenção é que não há ali espaço para a representação pública, para as festas, para os convidados. A casa é pequena e permanece voltada ao seu interior, tendo a família como centro. O espaço interior da casa existencial não é espetacular; de maneira que carece de objetos técnicos. Ela é feita de materiais naturais como pedras, tijolos e madeira.



Figura 14: Martín Heidegger e sua esposa, Elfriede.

Fonte: malomil.blogspot.com.br

Com respaldo nessas informações, pode-se correlacionar o perfil de Heidegger ao de um artesão. Sua cabana foi construída na Floresta Negra em Todtnauberg, Alemanha, o que expressa sua vontade de estar próximo à natureza e íntimo de si. Assim como a casa do artesão, a cabana consiste de materiais advindos da natureza. Analisando as imagens também se é capaz de inferir a predominância da simplicidade e o apreço ao ambiente familiar (GEORGE, 1998).

No capítulo que se segue, *A máquina de morar de Jacques Tati: a casa positivista*, introduz-se uma casa avessa à de Heidegger. Na verdade não se trata da residência de Tati, mas sim, do filme em que dirige e atua: *Mon Oncle*³. Nele critica-se, com humor, o contraste entre dois mundos, duas formas de viver em meados do século XX quando o modernismo passa a refletir na vida cotidiana e doméstica da sociedade da época. Um deles é o mundo da modernidade exagerada e o outro é

³ Meu Tio: filme ítalo-francês de 1958, do gênero comédia. É uma sátira à mecanização e à modernidade tecnológica.



Figura 15: A casa dos Arpel – cena do filme *Mon Oncle* (1958).

Fonte: www.imdb.com/media

representado pela cidade tradicional.

Estes dois mundos são representados no filme de Tati em três níveis diferentes: o habitante, sua casa e o entorno cotidiano, ou o bairro. Um dos personagens mais interessantes é a criança, que será o elo de ligação entre esses dois mundos completamente diferentes. Esta criança mora em um bairro da moda, numa casa moderna e tem uma família moderna. Já seu tio, Monsieur Hulot,

representado por Tati, vive na parte antiga da cidade em uma casa antiga. A Villa Arpel, onde a criança mora, é uma bolha super moderna fechada para o exterior através de um muro que a separa do resto da vizinhança. Ao contrário disso, a casa do tio faz parte de um bairro de casas, onde as saudações casuais e o contato com a vizinhança é inevitável.

Esta casa moderna, ou positivista, representada no filme e descrita no livro se assemelha ao arquétipo idealista, citado anteriormente. Nela, obviamente, não cabem materiais naturais, aqueles mesmos característicos do artesão; está proibida a construção com materiais que não possuam, em si mesmos, uma condição moderna. Por isso, prevalece o uso dos metais, do concreto e principalmente do vidro. Não há qualquer vislumbre de individualização do espaço, o que há é a funcionalização e o uso de mecanismos tecnológicos.

Prosseguindo no livro, analisa-se agora a residência do pintor Pablo Picasso, no capítulo denominado: *Picasso em férias: a casa fenomenológica*. Em sua casa “reina uma esplêndida desordem aparente, uma profusão de objetos pessoais, telas, potes de pintura e pincéis, cadeiras e mesas, cerâmicas e pratos amontoados aleatoriamente” (ÁBALOS, 2003, p.101). Esta casa é rodeada por coleções de objetos sentimentais que constituem a memória de sua atividade. Há um colorido, uma certa despreocupação com a organização sistemática. Uma despreensão típica de um sujeito em plena férias, como bem colocado no título do capítulo.

Fundamentado nisso, enxerga-se uma semelhança entre o habitat de Picasso e o tipo arquetipal aventureiro. Ambos possuem a excentricidade como destaque. As cores e estampas são atributos importantes e o desarranjo do espaço se faz presente conjuntamente.

Por último, o exemplo da casa de Andy Warhol: empresário, pintor e cineasta norte-americano, bem como uma figura maior do movimento de *pop art*. Para Warhol não há natureza, não há campo: “Sou um rapaz da cidade”, alega. *The Factory*, ou *A Fábrica*, como era chamado, foi um estúdio, localizado no bairro Soho em Nova Iorque. Por se tratar de um sujeito extremamente engajado aos movimentos culturais e ligado à arte é que talvez possa-se traçar uma semelhança entre ele e o tipo visionário. O glamour e a exclusividade também são traços presentes nos dois perfis, pois o visionário aprecia ambientes únicos. Apesar da despreensão, Andy visava pelo luxo e conforto.



Figura 16: Casa de Pablo Picasso em Cannes, França.

Fonte: gosee.us/prev/616x616/images/content2/118-128-hr.jpg



Figura 17: Andy Warhol em seu loft em Nova Iorque: *The silver Factory*.

Fonte: www.design-party.com

Como bem colocado por Iñaki Ábalos (2003, p.201): “os arquétipos, porém, são caricaturas, e não é fácil aceitar que a vida, isso que está aí por fora com toda a sua brutalidade e incoerência, possa se ‘domesticar’ de forma tão elementar”. Tal qual citado ao longo deste texto, cada ser é dotado de múltiplas facetas, por vezes ambíguas e complexas, muitas ainda sem conhecimento, sendo necessário o exercício da autopercepção para melhor compreendê-las.

Não se pode, portanto, sintetizar a personalidade do ser humano tendo apenas um leque de quatro opções. Todavia, elas existem para serem apropriadas como modelos, não absolutos, mas maleáveis, passíveis de combinações. Uma pessoa supostamente artesã, pode carregar consigo vestígios de idealista, com pitadas de aventureiro. Todo ser humano é único, possui impressões digitais únicas, portanto, sua casa também é única e deve ser concebida de forma individualizada, pois cada uma delas identifica o arquétipo de seus moradores. É preciso levar em conta todo o contexto. Assim como Renzo Piano⁴ declarou: “A arquitetura é como um iceberg, a parte visível é muito pequena em relação ao que está oculto. O que fica além da fachada de um edifício é vida”.

Corroborando com as palavras de Piano, Sardello (apud, ALEXANDER, 2006, p.35) também diz:

A imagem da moradia evoca os aspectos arquetipais e permanentes da Terra, os quais estão interligados com o desejo do ser humano de sentir-se em casa no mundo. A residência é, então, muito mais do que uma caixa na qual se vive, pois ela constitui realmente uma atividade da alma, que por isso mesmo deve ser resgatada da esfera dos objetos modernos desprovidos de sensibilidade. Cada um dos seus recantos, e cada cômodo, seja ele um quarto, a sala, a escada, a cozinha ou o corredor, possui uma estrutura distinta que anima os diferentes aspectos da alma.

1.3 A alma da casa

A primordial função da casa é a de preservar valores pessoais. Por isso, considerá-la unicamente como um bem de utilidade material, vê-la como um objeto que pode ser mensurado e avaliado segundo valores econômicos e não humanos, significa despersonalizá-la, ocasionando a perda de sua real essência.

Uma casa não é um aglomerado de objetos espalhados pelo espaço, mas a vida vivida cotidianamente. Mesmo que os objetos aparentem ter valor em si mesmos, é apenas por meio do sujeito que este valor lhe é conferido, atribuindo-lhe alma e identidade. Portanto, o habitar doméstico transforma a casa, tal qual a alma anima o corpo.

É imprescindível analisar a casa sob a perspectiva de seus habitantes, transcendendo a materialidade da qual se constitui, sua estrutura física que a faz ser um objeto. No decorrer do texto, foi observado a inter-relação entre o homem e o espaço e suas influências mútuas. Essa relação, no

⁴ Renzo Piano (1937 -): arquiteto e político italiano.

entanto, se torna capaz apenas através do convívio diário do morador com sua moradia. Deve haver um cotidiano de habitação, do qual poderão surgir mudanças à fim de fortalecer a atmosfera doméstica.

Em *Casa, pequena história de uma ideia*, o autor Witold Rybczynski (1996, p.55) faz uma passagem pelos interiores das casas da nobreza e alta burguesia do século XVII na Europa, chamadas de *hôtels*, e diz:

Não havia sensação de aconchego nestas casas. Havia muitos móveis bonitos, mas pareciam desconfortavelmente abandonados junto às paredes dos grandes aposentos [...] eles não tinham a atmosfera doméstica que é decorrente da atividade humana. O que faltava a estes interiores era o que Mario Praz⁵, em um artigo idiossincrático sobre a filosofia da decoração de interiores, chamou de *Stimmung* – o senso de intimidade que é provocado por um aposento e por sua decoração. *Stimmung* é uma característica de interiores menos relacionada à funcionalidade do que à maneira como o aposento comunica a personalidade do seu dono- o modo como reflete a sua alma.

Entende-se por *Stimmung*, todo sentimento projetado no ambiente. Trata-se da atmosfera criada dentro do espaço, da alma da casa. Em um nível mais profundo, a alma da casa é o alicerce para o encontro com o próprio ‘eu’: aquilo que o sujeito realmente é, e quem gostaria de ser. Pelo fato das residências possuírem a capacidade de representar a personalidade de seus habitantes, desencadeia-se um processo de reaproximação com o próprio interior. Através da compreensão daquilo que é fundamental ou não no espaço doméstico, cria-se um espelho da moradia interior- que é a alma- e com isso, finalmente surge a sensação de ‘sentir-se em casa’.

Todo e qualquer indivíduo, em algum momento da vida, passou por uma situação em que tenha se sentido desconfortável ou deslocado em determinado lugar. Isso se dá, principalmente, pela tendência de se buscar a sensação de pertencimento aos locais em que se encontra. Anseia-se, ainda que temporariamente, tornar os ambientes agradáveis para se viver. Mesmo que, em muitas situações, essa tentativa não obtenha sucesso, sua importância reside no fato de ser uma das principais aspirações do homem a de criar-se um lar.

Uma casa, por si só, não pode ser classificada como um lar. Para tal, é necessário transcender a condição de objeto arquitetônico inanimado, destinado ao abrigo do ser humano.

⁵ Mario Praz (1896- †1982): italiano, crítico de arte de literatura.

Transcender a definição- que o arquiteto Norberg-Schulz critica- baseada no ponto de vista material, alegando ser um costume caracterizar o habitar como sendo “ter um teto sobre nossas cabeças e um certo número de metros quadrados à nossa disposição” (apud NEGREIROS, 2010, p.17).

A verdade é que não se pode ter uma visão estritamente racional ao projetar-se uma casa. A casa deve ser percebida subjetivamente, sob um olhar mais sensível e emocional. A palavra ‘lar’, de acordo com o dicionário Michaelis, dentre seus significados, entende-se por: casa de habitação; família. Uma definição semelhante tecida por Rybczynski (1996), diz que o lar consiste na união e equilíbrio entre os aspectos: morada e abrigo, casa e família, propriedade e afeição. Em complementação à isso, Juhani Pallasmaa⁶, também explica que o lar é um local onde as memórias, os desejos, os sentimentos, a história, o passado e presente se apresentam; é o lugar dos rituais e hábitos cotidianos.

Se a casa é grande ou pequena, não importa, o que importa realmente é ter a noção de que existe um lugar ao qual se pertence verdadeiramente. Cada qual possui um espaço ao qual chama de lar, e cada qual o enxerga de maneira diferente. Lar pode ser um aeroporto ou uma biblioteca, um jardim ou um trailer de comida na beira da estrada. Entende-se por lar, aqueles lugares cuja perspectiva se adequa à própria.

A afeição pelo lar é, por sua vez, um reconhecimento do quanto ele se faz necessário no sentido físico e principalmente no sentido psicológico. A identidade não é autodeterminada, por isso é preciso um refúgio que proteja os estados mentais do ser humano para compensar essa vulnerabilidade. É preciso que os espaços se alinhem às versões almejadas pelo morador e mantenham vivos seus aspectos principais.

Casa e lar se conectam na medida em que seus habitantes domésticos permitem ser tomados por um sentido de identidade e pertencimento em relação ao lugar habitado, tornando-o distinto de qualquer outro lugar no mundo. A casa, como estrutura e materialidade, deve acolher aqueles que a habitam e suprir às suas necessidades físicas e emocionais, que ao longo do tempo em que é habitada, passa a incorporar os valores desses habitantes, tornando-se o lugar para serem vividas

⁶ Juhani Pallasmaa (1936-), arquiteto finlandês.

cotidianamente suas intimidades.

Para se construir uma noção de lar, laços afetivos devem ser desenvolvidos, porém isso só é possível quando o lugar habitado adquire significado para o indivíduo. Através da identificação é que ele passa a ser parte importante do conjunto, trata-se de um processo pessoal. Percebe-se, portanto, que designar uma alma à casa equivale a encontrar a própria alma. Assim, passa-se a ter consciência do mundo espiritual e seu entorno. Através da compreensão daquilo que é fundamental ou não no espaço doméstico, acaba-se por criar a alma da casa. Por isso, impedir que o indivíduo deixe sua marca no espaço ao qual habita, é impedir que o mesmo expresse sua verdadeira personalidade.

Em contrapartida à isso, Le Corbusier⁷, em seu pensamento modernista, afirmava que a casa deveria ser “tão útil quanto uma máquina de escrever”, e recomendava que as casas do futuro fossem ascéticas, limpas, disciplinadas e econômicas. Segundo ele, as necessidades humanas eram universais e podiam ser uniformizadas. Ele visualizava a casa como um objeto produzido em massa, assim como uma máquina- ‘máquina de morar’, como ele mesmo denominou, ao qual o indivíduo deveria se adaptar.

Le Corbusier elaborou, ‘cientificamente’, uma lista de requisitos das funções que uma casa deveria proporcionar, sendo elas: 1. Proteção contra o calor, o frio, a chuva, ladrões e curiosos; 2. Um receptáculo de luz e sol; 3. Um determinado número de células apropriadas para cozinhar, trabalhar e ter uma vida pessoal. Logo, qualquer tipo de ornamentação era considerada abominação. “O que (o homem moderno) precisa é de uma cela de monge, bem iluminada e aquecida, com um canto de onde possa olhar as estrelas”, alegou (apud BOTTON, 2006, p.59).

Por sua maneira extremamente racional, sua ideologia rígida e radical, essa nova concepção moderna da habitação recebeu diversas críticas. Não se pode comparar um ser humano à um robô, sendo assim, não se pode conceder-lhe uma máquina como moradia. A ideia de Corbusier foge totalmente da percepção de lar. Qualquer sinal de personificação do morador é vetado nessa casa moderna. Esta seria, então, a casa dos Arpel, no filme *Mon Oncle*, citado anteriormente no texto.

⁷ Le Corbusier (1887- †1965): arquiteto franco-suíço, figura importante da arquitetura moderna do séc. XX.

Sua teoria, à primeira vista, pode parecer revolucionária e atraente, mas, uma vez colocada em prática, as falhas vêm à tona. Foi o que aconteceu no projeto de Villa Savoye, iniciado em 1929. Alain de Botton conta no livro *Arquitetura da Felicidade* (2006) a história. Tratava-se de um casal, os Savoye, que queriam construir uma casa de campo. Após inúmeros croquis a casa foi finalizada em 1931. Porém, logo apresentou diversos problemas construtivos, sendo os mais graves relativos à impermeabilização da laje de cobertura, pois o telhado havia sido construído em linha reta, não dando vazão à água da chuva, consequentemente inundando o interior da casa. Corbusier costumava considerar o cliente apenas um meio para realização da sua arquitetura e pouco se importou com os problemas de habitabilidade.



Figura 18 Villa Savoye, projeto de Le Corbusier (1929).

Fonte: www.bc.edu/bc_org/avp/cas/fnart/Corbu/savoye1.jpg

Por conta desses vazamentos, o filho do casal contraiu pneumonia e passou um ano no hospital. Consequência disso, foi a profunda insatisfação dos Savoye perante a casa, considerando até a possibilidade de processar o arquiteto. Correspondências hostis foram trocadas durante anos e em uma dessas cartas, Madame Savoye escreveu: “Após inúmeros pedidos de minha parte, o senhor finalmente reconheceu que esta casa que construiu em 1929 é inabitável” (BOTTON, 2006, p. 66). No entanto, esta casa inabitável é considerada uma das casas mais belas já construídas.

Mesmo após oito décadas, o sucedido na casa de campo dos Savoye não surpreende. Situações como essa, não são atípicas nos dias de hoje. É comum ver uma maior consideração por modismos, uma procura por aquilo que cause boa impressão ao próximo, esquecendo-se de si próprio, visando a superficialidade. Muitas pessoas, possivelmente, nunca viveram realmente em lares, mesmo possuindo moradia. Pois, na visão da grande maioria, o lar é um mero símbolo de bom gosto e status, ou seja, limita-se à representação da criatividade do seu proprietário e da posição social que ocupa. Por esta razão, cultiva-se atualmente um interesse quase que generalizado

pelas casas, apenas com uma simples visita às bancas de jornal, pode-se observar a enorme quantidade de revistas que tratam sobre as casas perfeitas.

Na década de 1980 ocorreu o *boom* do design. Sua popularização fez com que a palavra perdesse seu real significado, transformando-a em um termo multiuso. A perda do conceito, concedeu-lhe um sentido duplo da palavra: por um lado como termo genérico e, por outro lado, como termo específico para atividades criativas. O prefixo *designer* sofreu uma degradação chegando a sugerir superficialidade. Distanciando-se cada vez mais da ideia de solução inteligente de problemas, o design se aproximou do efêmero, da moda, do obsoletismo rápido, da glamourização do mundo dos objetos. Essa natureza perecível da aparência, contribui com a incessante busca pelo novo, uma constante renovação da produção, exigindo um número cada vez maior de designers com ideias novas.

Como afirma o autor Gui Bonsiepe, em seu livro *Design, Cultura e Sociedade* (2011, p.18):

O design se transformou em evento midiático, em espetáculo – acompanhado por um número respeitável de revistas que funcionam como caixas de ressonância para esse fim. Até os centros de promoção do design se encontram expostos a essa cumplicidade dos veículos de comunicação, correndo o risco de desvirtuar seu objetivo de difundir design como resolução inteligente de problemas, e não apenas o *styling*.

O psicólogo Robert Sardello (apud, ALEXANDER, 2006, p.35), já havia evidenciado essa questão também no âmbito da arquitetura, ao declarar que: “Toda vez que a arquitetura se transforma em ‘egotetura’, passamos a viver e trabalhar em um espaço inflado, vazio e monótono, que não nos oferece nenhuma confiança”.

Quando o objetivo da edificação de uma casa é apenas o de chamar a atenção, ela acaba por repelir seus moradores, pois são construídas a partir de sentimentos de orgulho e prestígio. Portanto, tal lugar, nunca é de fato um lar, tendo em vista que seus valores subjetivos foram deixados de lado. Enfim, esse tipo de habitação constitui aquilo de que Sardello previu: um espaço vazio.

Enganam-se aqueles que pensam que esse fenômeno é atual. No século XVII, quando a concepção de conforto e privacidade não tinham ainda sido descobertas, os móveis de decoração daquelas casas, tinham o papel, sobretudo, de mostrar a prosperidade do seu proprietário. Os arquitetos da época estavam mais interessados, assim como os de hoje em dia, na aparência dos

prédios do que no seu desempenho no habitar doméstico. Davam mais atenção ao exterior do que ao interior.

A noção cultural de uma casa ideal vem sendo herdada ao longo dos tempos, pois qualquer indivíduo nutre o desejo de viver de maneira ideal dentro de uma moradia perfeita. Ilude-se aquele que acreditar ser possível extrair a felicidade das páginas de uma revista, como se as suas instruções de compra fossem capazes de oferecer a casa perfeita.

Tende-se à transformação das casas em corpos frígidos, isto é, em lugares impecavelmente decorados de acordo com os ditames da moda, os quais, por mais que sejam maravilhosos em aparência, nunca despertam o sentimento de o conforto e pertencimento. Ao falar em conforto, Rybczynski diferencia ‘aconchego’ e ‘arrumação’, afirmando não possuírem o mesmo significado:

Se o tivessem, todas as pessoas morariam em réplicas das casas estéreis e impessoais que aparecem nas revistas de arquitetura e decoração. O que falta a estes cômodos, ou o que os fotógrafos habilidosos retiraram com cuidado, é qualquer vestígio de ocupação humana. Apesar dos vasos artisticamente colocados e dos livros de arte despreocupadamente posicionados, falta a marca dos moradores” (RYBCZYNSKI, 1996, p.31).

O que falta a esses cômodos é justamente o *Stimmung*. Uma casa de verdade será sempre um lugar capaz de nutrir, em todos os sentidos, os anseios da alma e fornecer segurança e paz necessárias. Portanto, uma casa autêntica não poderia mesmo ser decorada com cenário frio das caríssimas mobílias do momento. Um lar será sempre um refúgio, um santuário.

Arquitetos e designers de interiores necessitam ter consciência do habitat doméstico e atentar para o caráter psicológico e sociológico daqueles que o habitam. A casa, como dito, revela a identidade, tal qual uma impressão digital. Se não for dessa forma, vira cenário – e não lar. Em outras palavras, cabe ao designer intervir na realidade, sem se distanciar dela, através de seus projetos, superando as dificuldades e introduzindo mudanças necessárias.

Uma casa só pode ser transformada em lar por seus ocupantes. Sendo assim, o melhor a se fazer é pôr as ferramentas nas mãos de seus moradores. Criar uma casa que passe pelos ciclos de nascer, crescer e morrer, juntamente com seus habitantes. Um espaço suscetível às transformações e adaptações do cotidiano.



Os espaços do homem refletem a qualidade dos seus sentidos e sua mentalidade.

(TUAN, 1983, p.18)

CAPÍTULO 2

O DESIGNER DELINEANDO O *SELFIE*
NOS PROJETOS DE INTERIORES

2. O DESIGNER DELINEANDO O *SELFIE* NOS PROJETOS DE INTERIORES

Como visto no primeiro capítulo, o ser humano encontra-se em constante busca por um lugar em que se sinta pertencido, um lugar que transcenda a simples função de abrigo e que desempenhe um papel de lar. O espaço, apesar de ser uma necessidade biológica de todos, é também uma necessidade psicológica, social e espiritual.

A casa é a imagem e semelhança, reflexo de seu habitante. Deve-se, então, estabelecer um convívio harmonioso mútuo; deve haver uma reciprocidade de valores. Do contrário, esta inter-relação será dotada de conflitos. A casa representa para o indivíduo seu refúgio, o único lugar em que se torna possível expressar-se em essência, manifestar-se em seu estado mais íntimo. No entanto, muitas pessoas encontram-se insatisfeitas com suas próprias casas, tendo a sensação de não fazerem parte do local em que estão inseridas.

Maxwell Gillingham-Ryan, em seu livro *Terapia do Apartamento*, conta sobre diversos casos de moradores descontentes com suas moradias, e como ele passou a perceber esses problemas e tentar solucioná-los. Em um trecho do livro, Gillingham-Ryan (2007, p.13) relata uma experiência própria em sentir-se deslocado:

Em agosto desse mesmo ano eu fui convidado para ir a um jantar na casa da praia do meu chefe. A casa dele era linda! Toda iluminada com velas, algumas flutuando na piscina, a poucos metros da mesa de jantar. Era óbvio que aquela noite tinha lhe custado muito dinheiro e trabalho, desde as numerosas trocas no serviço de mesa até as orquídeas que ornamentavam a sala. Mas, embora o espaço causasse um efeito marcante, faltava ao conjunto interação e um espírito acolhedor. Eu me sentia pouco à vontade e não era o único a ter essa sensação. Meu chefe realmente sabia como deixar tudo mais bonito, mas não tinha ideia do que fazer para que os convidados se sentissem bem; e o ambiente que ele criara não tinha ajudado em nada. Marcante nem sempre é sinônimo de confortável.

É necessário se ter a compreensão de que os seres humanos são muito mais sensíveis aos ambientes que habitam do que se imagina. Ao adentra-se em um espaço tudo é absorvido pelo sujeito. O seu corpo pode percorrer apenas uma pequena distância, mas os seus olhos percorrem o cômodo inteiro, captando todas as partes. Aquilo que se vê, bem como aquilo que se sente, exerce total influência sobre o habitante e o afeta. Em decorrência disso, os ambientes possuem grande poder e são capazes de criar uma atmosfera acolhedora ou hostil, fazendo-o se sentir pouco à vontade ou então confortável e bem-vindo.

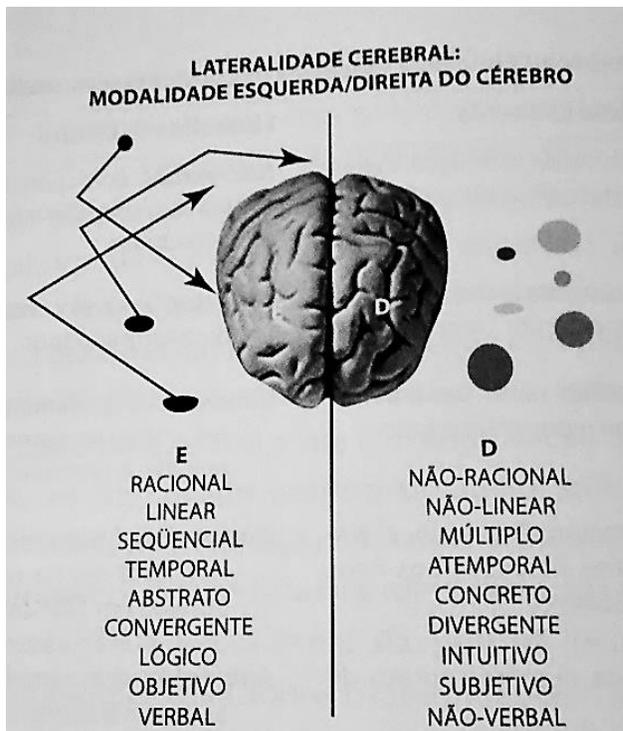


Figura 19: Ilustração do funcionamento de cada um dos hemisférios cerebrais.

Fonte: Livro *Percepção ambiental e comportamento* (OKAMOTO, 2002, p.90).

A questão é que, não se tem noção do quanto o efeito dessas sensações afetam a vida de cada um cotidianamente. Carece atentar-se às emoções resultantes da interface estabelecida entre o homem e seu lar. Tomar medidas paliativas não auxiliará na resolução dos problemas e conflitos gerados, pois o indivíduo continuará carregando em si, seus maus hábitos e sua bagagem emocional. Interage-se com o ambiente construído através das sensações e emoções.

Segundo Donald A. Norman, no livro *Design Emocional* (2008), existe uma tendência comum, de se colocar cognição em posição antagônica à emoção; de referir-se ao sentimento e pensamento como opostos, um

registrando estados subjetivos, o outro reportando-se à realidade objetiva. Esse contraste vem de uma longa tradição intelectual que se orgulha do raciocínio lógico.

A sociedade atual visa o favorecimento da racionalização na educação. É dado maior importância ao uso do lado esquerdo do cérebro, responsável pelo pensamento lógico, em detrimento do lado direito, responsável pelo pensamento simbólico e as emoções. Por causa dessa formação racional, ao interagir-se uns com os outros, o ser humano opta por camuflar sentimentos e emoções, por as considerarem uma expressão de vulnerabilidade.

“Tolice!”, como mesmo escreveu Norman (2008, p.27), “as emoções são inseparáveis da cognição constituindo parte necessária dela. Tudo o que fazemos, tudo o que pensamos tem um toque de emoção, frequentemente inconsciente”. Portanto, tentar dissociá-las, ou mesmo dar primazia à uma delas, é refutar o fato de que o ser humano é composto por esses dois opostos cerebrais que necessitam um do outro para melhor implicação.

Deve-se então, pensá-las como forças, assim como o símbolo de *Yin e Yang* da cultura oriental, que se completam e não se repelem. Como bem explanado por Aloísio Leoni Schmid, em *A ideia de conforto* (2005, p. 41): “Não é *yin* melhor que *yang*; são apostos que se complementam para formar o *Tao*, o todo”. Ambos são maneiras de conhecer. Schmid ainda afirma em outro fragmento do texto (2005, p.16):

Yin e Yang não são categorias diferentes, mas aspectos extremos de uma mesma totalidade, faces da mesma moeda. Capra acusa a civilização patriarcal de ter favorecido os homens em detrimento das mulheres, a ciência em detrimento da religião, yang em detrimento de yin. [...] A separação entre o corpo e o intelecto, uma manifestação associada, é o cogito ergo sum (penso, logo existo) de Descartes, que há quase meio milênio tem forçado os ocidentais a igualar a própria identidade com sua mente racional, e não com o organismo todo.

As emoções são capazes de alterar a maneira de se pensar e servem como guias constantes para o comportamento apropriado. Do ponto de vista biológico, as emoções são manifestações corporais úteis para determinar ou caracterizar os atos do indivíduo. As emoções são fenômenos de curta duração, que interrompem o fluxo normal das ações. Por conseguinte, a emoção é um elemento necessário da vida, afetando a maneira como o homem se sente, como se comporta e como pensa.

Em oposição ao que é de comum pensamento, a emoção torna o ser mais inteligente. Pois, sem emoções, a habilidade de tomada de decisões fica prejudicada. “A emoção está sempre fazendo juízos de valor, apresentando informações imediatas a respeito do mundo: aqui está o perigo em potencial, lá está o conforto em potencial; isto é bom, aquilo é ruim” (NORMAN, 2008, p.30). Pode-se entender as emoções, então, como fenômenos mentais importantes que complementam a percepção da razão. De certo modo, delineiam as ideias e dão tempero à racionalização, desde a motivação para a tomada de decisões, até um resolver deixar tudo como está.

O sistema emocional também é intimamente ligado ao comportamento, preparando o corpo para responder apropriadamente a uma dada situação. Reações como irritação, ansiedade fazem parte da experiência de emoção. As emoções implicam julgamentos e preparam o corpo em consonância com eles. Elas dão colorido a toda experiência humana, incluindo os níveis mais altos do pensamento.

Em paralelo às emoções, há também um outro ponto importante: a estética, atratividade e a beleza. Os matemáticos, por exemplo, afirmam que a expressão de seus teoremas é orientada por critérios estéticos- noções de elegância e simplicidade que respondem a uma necessidade humana. O fato é que, objetos esteticamente agradáveis são mais fáceis de lidar e produzem resultados mais efetivos. Sua atratividade produz emoções positivas, fazendo com que os processos mentais sejam mais criativos, mais tolerantes diante de pequenas dificuldades. Norman, denomina este fenômeno de: design visceral.

2.1 Design Visceral, Comportamental e Reflexivo

A partir de estudos sobre emoção, Norman (2008) indica que o homem é composto por três diferentes níveis de estruturas do cérebro: o nível visceral, o nível comportamental e o nível reflexivo. Essas três dimensões muito diferentes, estão sempre entrelaçadas, cada um desempenha papel fundamental no comportamento humano, cada um tem papel igualmente crítico no design. Não é possível ter design sem todas as três. Todavia, o mais importante é que todos esses três componentes combinam ao mesmo tempo emoções e cognição.



Figura 20: Três bules de chá que ilustram três diferentes aspectos do design: o visceral, o comportamental e o reflexivo.

Fonte: Livro *Design emocional* (NORMAN, 2008,p.25).

O nível visceral reside no pré-consciente do sujeito, antecedendo o pensamento. É através dele que os pré-julgamentos são concebidos, onde se formam as primeiras impressões, sendo os aspectos visuais e físicos de extrema relevância para a tomada de decisão. O comportamental, diz respeito aos processos cerebrais que controlam a maior parte das ações: como andar de bicicleta, tocar um instrumento musical, dirigir um carro; refere-se à funcionalidade e efetividade do uso de algo. E o reflexivo, é responsável pela parte contemplativa do cérebro, o aspecto simbólico, a satisfação pessoal do indivíduo. Transportando esse conhecimento para o âmbito do design, Norman apresenta o que denomina: ‘os três níveis de design’.

Design visceral consiste na importância da estética, da beleza do produto. Diz respeito ao impacto inicial, à sua aparência, toque e sensação. Neste caso, tudo o que envolve o exterior do objeto ou espaço, aquilo que se é capaz de enxergar, que se é palpável. Por isso, fatores como beleza, limpeza e estética são fundamentais.

A palavra ‘visceral’, tem como significado, em seu sentido figurado, aquilo proveniente do mais profundo interior do indivíduo. Está associado, portanto, à uma emoção intrínseca, inevitável do ser humano, que escapa à razão e à lógica. Design, por sua vez, significa criar, projetar objetos ou espaços. Ambos em conjunto formam o preceito para concepção de produtos esteticamente agradáveis.

Em seu livro, Norman (2008, p.82) chega afirmar que “objetos atraentes, de fato, funcionam melhor - sua atratividade produz emoções positivas, fazendo com que os processos mentais sejam mais criativos, mais tolerantes diante de pequenas dificuldades. Precisa dar uma sensação boa e ter boa aparência”. Assim sendo, o ser humano possui uma propensão à associar beleza e emoção.

O design visceral é todo relacionado ao impacto emocional imediato. Atribui-se caracteres como bom ou ruim, seguro ou perigoso, simples ou complexo, à um ambiente, por exemplo, no instante em que se adentra nele. Esse, quase que instantâneo julgamento, determinará a forma de interação entre usuário-espaço que ocorrerá, implicando num relacionamento positivo ou negativo. Prevalece, então, o dito popular de que ‘a primeira impressão é a que vale’.

A pré-concepção é um traço inerente à toda e qualquer pessoa, pois é por meio dela que se obtém auxílio nas tomadas de decisões cotidianas. É como se fosse uma seleção instintiva. Todavia, deve-se esclarecer que cada ser dispõe de seus próprios princípios, por este motivo, aspectos como político, econômico e cultural, interferem de maneira veemente, influenciando nos julgamentos.

Os parâmetros estéticos, por exemplo, variam de acordo com etnia, nível social, história e diversos outros conjuntos, sem deixar de considerar, também, o nível individual. O que uma cultura julga ser atraente, uma outra pode não fazer o mesmo. Isso ocorre, porque as culturas envolvem rupturas e conflitos de geração, fazendo com que a concepção de beleza passe por modificações. Esse fenômeno pode atormentar o designer que almeja projetar algo que será atraente para todo mundo: a aceitação de uma pessoa pode ser a rejeição de outra.



Figura 21: ‘Mulheres-girafa’, tribo tailandesa cuja tradição é a de alongar os pescoços das mulheres com colares.

Fonte: curiosidadeseculturas.blogspot.com

O fato é que, os discursos acerca da beleza não podem ser reduzidos à um padrão, já que são múltiplas as interpretações da beleza criadas na história que podem ser revividas e ressignificadas. Desse modo, se olharmos uma mesma cultura em diferentes épocas, iremos perceber que o ideal de beleza é alterado, criado e recriado, estabelecendo a compreensão daquilo que se tem como feio e belo.

Essa relatividade se estende à todo o campo da estética e se aplica ao design. Como visto no primeiro capítulo, o episódio da casa de campo, projetada por Le Corbusier para o casal Savoye. A casa, considerada um ícone da arquitetura e design modernista, não agradara seus moradores. Outro

exemplo, citado por Alain de Botton em *Arquitetura da Felicidade* (2006, p.45), mostra a divergência de gostos de um casal ao construir sua casa, e a excêntrica, quiçá duvidosa, solução dada pelo arquiteto em voga:

Em meados do século dezoito, um aristocrata local e a sua mulher decidiram construir uma casa. Ambos apaixonados por arquitetura, o Visconde Bangor e Lady Anne Bligh descobriram, não obstante, que não conseguiam concordar quanto a um estilo apropriado. O visconde era um classicista. [...] Anne, em contraste, era mais entusiasmada pelo gótico [...] A briga foi ficando cada vez pior, até que o arquiteto do casal surgiu com uma solução de engenhosidade salomônica; ele dividiria a casa em duas. A metade da frente seria construída no estilo clássico, os fundos no gótico. O acordo continuou no interior [...].

O que é uma casa bonita? Como alguém pode dizer que sabe o que é atraente? Como alguém pode julgar estilos diferentes ou defender uma escolha particular contra gostos alheios opostos? Argumentos sobre o que é belo são tão difíceis quanto debates sobre o que é certo e o que é errado, pois, engloba uma percepção individual que depende do contexto e do universo do sujeito que a observa.

Contudo, Bruno Zevi, arquiteto italiano, define a arquitetura bela como sendo “um espaço interior que nos atrai, nos eleva, nos subjuga espiritualmente; a arquitetura feia será aquela que tem um espaço interior que nos aborrece e nos repele” (ZEVI apud NEGREIROS, 2010, p.60). Em contrapartida, Botton (2006, p.218) afirma: “Poderíamos dizer que nada na arquitetura é feio em si mesmo; está simplesmente no lugar errado ou foi feito no tamanho errado, enquanto a beleza é a

filha do relacionamento coerente entre as partes”.

Dizer que uma obra de arquitetura ou design é bela, é enxergá-la como uma representação de valores fundamentais para o desenvolvimento do indivíduo, uma transferência de seus ideais individuais num meio material. Anseia-se que as construções não apenas exerçam uma função específica, mas também tenham uma certa aparência, que contribuam para um determinado estado de espírito. Sugere, portanto, mais do que uma simples afeição estética; implica uma atração pelo estilo particular de vida que esta moradia proporciona.

O belo consiste naquilo que é dotado suficientemente de atrativos capazes de resistir às projeções positivas ou negativas do sujeito. Trata-se da personificação de boas qualidades ao ambiente habitado, ocasionando uma satisfação aos seus habitantes. Essa satisfação é a expressão material da concepção que o indivíduo tem sobre o que seja viver bem.

“O belo é a promessa de felicidade”, disse Stendhal⁸. Compreendendo que a humanidade está sempre em conflito com relação aos seus gostos visuais assim como aos seus valores éticos, ele observou: "existem tantos estilos de beleza quanto visões de felicidade" (STENDHAL apud BOTTON, 2006, p.98).

Por este motivo, o dever do designer de interiores é transformar algo útil, prático, funcional em uma coisa bela. Perceber as diferentes personalidades e gostos, visando refleti-los da melhor maneira aos ambientes em que se vive, pois, todo ser humano busca viver em ambientes esteticamente agradáveis. Freud⁹ associava essa tendência de afeto por aquilo que fosse atraente à saúde psicológica.

Todavia, a aparência é apenas um dos fatores, entre outros, com os quais o designer deve atentar-se, não sendo o mais, nem tampouco o menos importante no momento da concepção do projeto. O papel do designer transcende a questão estética, sua função é projetar interiores que comuniquem a personalidade do morador, aquilo que são ou que almejam ser. Para tanto, é necessário se colocar ao lado do fator estético, outros fatores, como o de funcionalidade e conforto.

⁸ Stendhal (1783- †1842): diplomata e importante escritor francês do século XIX.

⁹ Sigmund Freud (1856- †1939): filósofo, criador da psicanálise, nascido na República Tcheca.

Assim como o visceral, o nível comportamental reside no subconsciente do ser humano. Trata-se da experiência do usuário em diz respeito à função, desempenho e usabilidade do produto. Ao alegar-se que os aspectos funcionais de uma casa não são tão importantes quanto o fato desta agradar seus moradores, surge, então, a supressão do útil perante a demanda da aparência. Todavia, a aparência não é um aditivo que pode ser acrescentado a um projeto, ou do qual se pode prescindir à vontade em detrimento da funcionalidade.

O funcionalismo, é fator determinante para convivência em uma casa. Essa é a principal característica do design comportamental: a função vem em primeiro lugar. O que faz um produto? Que função ele desempenha? Essas são as questões relevantes do design comportamental. A aparência realmente não importa; o desempenho importa.

Alguns itens muito bem concebidos em termos de design erram o alvo quando se trata de cumprir seu propósito. Se um descascador de batatas não consegue descascar batatas, ou se um relógio não marca o tempo com precisão, perde sua usabilidade. A usabilidade descreve a facilidade com que o habitante usufrui do seu espaço, compreendendo como ele funciona e como fazê-lo funcionar. Confunde ou frustra a pessoa que o está usando e terá como resultado emoções negativas. Mas, do contrário, se for fácil satisfazer as metas, então o resultado será positivo.

As emoções negativas se manifestam quando o design comportamental é mal concebido, podendo ocasionar frustração. Como, por exemplo, quando constata-se alguma falha de funcionamento, quando a performance da casa e toda sua estrutura deixa de cumprir com seu papel em relação ao habitar doméstico. “Ficamos impotentes diante de uma maçaneta quebrada” (KING apud NEGREIROS, 2010, p.61).



Figura 22: Garrafas d'água; as da esquerda e da direita claramente têm como objetivo agradar no nível visceral; a do meio é eficiente, barata e funciona.

Fonte: Livro *Design emocional* (NORMAN, 2008,p.84).

Assim sendo, compreender exatamente como os moradores usufruirão de suas moradias, é o primeiro passo do design comportamental. Quando há ausência de compreensão, não se torna possível desfrutar devidamente dos ambientes em que se vive.

À primeira vista, acertar na função parece o mais fácil dos critérios a satisfazer, mas na verdade é complicado. As necessidades das pessoas não são tão óbvias quanto se poderia pensar. Muitas só adquirem consciência daquilo de que precisam a partir do momento em que lhes são apresentadas opções. No livro *Espaço e lugar: a perspectiva da experiência*, o autor Yi Fu Tuan escreve (1983, p.114): “O meio ambiente construído define as funções sociais e as relações. As pessoas sabem melhor quem elas são e como devem se comportar quando o ambiente é planejado pelo homem”.

Faz-se necessário, portanto, centrar-se no ser humano, concentrando-se em compreender e satisfazer suas necessidades. E como dito, a melhor maneira de descobrir quais são estas necessidades é através da observação e compreensão do usuário, idealmente descobertas através da condução de estudos de comportamentos relevantes em seus lares.



Figura 23: Vistas de uma cozinha mal planejada e excessivamente apertada.
Fonte: Livro *A dimensão oculta* (HALL, 2005, p.181).

Em uma cozinha, por exemplo, a altura de uma bancada deveria ser adequada ao indivíduo que a usufruirá, não obrigatoriamente tendo que seguir normas estabelecidas com base em parâmetros universais. A disposição mais útil dos aparelhos domésticos varia de uma casa à outra. Nas palavras de Lillian Gilbreth (apud RYBCZYNSKI, 1996, p.198): “deixe-se guiar pela conveniência e não pela tradição [...] Leve em consideração as personalidades e os hábitos de sua família, inclusive os seus”.

Para ser adequado e funcional, um projeto deve estar, então, o mais próximo possível de traduzir as necessidades e desejos atuais de seus habitantes. Deve-se levar em conta, a vertente do design comportamental desde o princípio da concepção de um projeto.

A funcionalidade e usabilidade advindas do design comportamental são fundamentais para manutenção do habitar doméstico. Porém, não podem ser vistas como absolutas e independentes. Em sua concepção extrema, encontra-se o funcionalismo pregado pelo Modernismo dos anos 50, mais especificamente pela Bauhaus¹⁰. Na visão destes o importante era a racionalização da produção e não seus efeitos sobre as pessoas. Interessava-se por exemplo em como produzir eficientemente uma bela luminária, ignorando o efeito produzido no ambiente. Le Corbusier, decisivo mentor do movimento, propagava a ideia da casa como máquina de morar e pedia às pessoas menos sentimentalismo e mais objetividade ao tratar da casa. Porém, deve-se lembrar que mesmo autor da expressão ‘máquina de morar’ também disse que arquitetura é para emocionar, portanto, estaria além da utilidade.

Em contrapartida, o design reflexivo é o âmbito em que a consciência e os mais altos níveis de sentimento, emoções e cognição residem. É somente nele que o pleno impacto tanto do pensamento quanto da emoção são experimentados. Nos níveis inferiores, visceral e comportamental, existe apenas afeto, mas sem interpretação ou consciência. Interpretação, compreensão e raciocínio só ocorrem no nível reflexivo.

Dos três níveis, o reflexivo é o mais vulnerável à variabilidade através de cultura, experiência, grau de instrução e diferenças individuais. O design reflexivo cobre um território muito vasto. Tudo nele diz respeito à mensagem, à cultura, ao significado de um produto ou seu uso e às lembranças pessoais que alguma coisa evoca. Esta é a essência do design reflexivo: tudo está na mente do observador.

Existe uma outra distinção entre os níveis: o tempo. Os níveis visceral e comportamental se referem ao ‘agora’, seus sentimentos e experiências enquanto se está de fato vendo ou usando o produto. Mas o nível reflexivo se estende por muito mais tempo- por meio da reflexão lembra-se

¹⁰ Bauhaus: fundada por Walter Gropius em 25 de abril de 1919. Foi uma escola de design, artes plásticas e arquitetura de vanguarda na Alemanha. A Bauhaus foi uma das maiores e mais importantes expressões do Modernismo no design e na arquitetura, sendo a primeira escola de design do mundo.

do passado e considera-se o futuro.

O design reflexivo tem a ver com relações de longo prazo, com os sentimentos de satisfação produzidos por ter, exibir, e usar algo. De acordo com os irmãos Grimm¹¹, essa satisfação infere em um dos significados da palavra ‘conforto’ no idioma alemão; utiliza-se, hoje, o termo *behaglich* para o confortável; este adjetivo deriva do particípio *umhegt*, estado de alguém que se sente cercado, envolto, acolhido. Tal qual a ideia de ‘ninho’ citada por Bachelard (2000).

O conforto, então, seria o bem-estar doméstico do indivíduo, fruto da interação prolongada deste com o ambiente habitado, consequência do design reflexivo no espaço. Todavia, seu conceito é relativo; o conforto é muito específico a cada povo diferente, é algo pessoal, em que a razão do conforto de um pode parecer desagradável ao outro.

No livro *Casa: pequena história de uma ideia*, Rybczynski (1996, p.88) fala da dificuldade em conceituar-se o conforto, tendo em vista ser uma sensação individual relativa e de impraticável quantificação. Citando como exemplo, o ato de ‘sentar’ em diferentes culturas:

As posturas diferentes, assim como os utensílios para comer (garfo e faca, pauzinhos ou as mãos, por exemplo), dividem o mundo tão profundamente quanto as fronteiras políticas. Quanto à postura, existem dois lados: os que se sentam no alto (o assim chamado mundo ocidental) e os que se agacham (todos os outros). Apesar de não haver uma cortina de ferro que separe esses dois lados, ninguém se sente à vontade na posição do outro. Quando saio para comer com amigos orientais, logo sinto o desconforto de sentar no chão, as costas sem sustentação, as pernas dormentes. Mas as pessoas que se agacham também não gostam de se sentar no alto.

O design reflexivo, portanto, só se torna possível através da interface diária entre morador e moradia. Através das experiências estabelecidas ao longo do convívio é que as memórias poderão ser construídas, alimentando, assim, o repertório de vivências do indivíduo e sua consciência perante o espaço doméstico. Contudo, cabe ao designer propiciar um ambiente favorável à tal interação. “Produtos preenchem necessidades; experiências preenchem desejos” (BONSIEPE, 2011, p.60).

¹¹ Jacob (1785- †1863) e Wilhelm Grimm (1786 -†1859): escritores alemães de fábulas infantis, Também deram grandes contribuições à língua alemã com um dicionário (O Grande Dicionário Alemão - *Deutsches Wörterbuch*) e estudos de linguística e folclore.

2.2 Equilíbrio e harmonia

Por meio da análise dos três níveis estipulados por Norman, foi possível estabelecer os três pilares que sustentam o desenvolvimento de um projeto de interiores: a beleza, a funcionalidade e o conforto do espaço, ou como mesmo denominou Rybczynski (1996): encanto visual, utilidade e bem-estar. Esses três pilares são a base para o design de interiores, dos quais combinados constituem o lar. Contudo, na ausência de um, o projeto se torna frágil, a estrutura desmorona, pois cada qual desempenha papel igualmente fundamental e primordial na construção do lar.

Todavia, esses são atributos que dependem de cada indivíduo e o contexto em que se aplica. Como bem explicitou o geógrafo chinês Yi Fu Tuan, autor do livro *Espaço e lugar: a perspectiva da experiência* (1983, p.65):

O espaço é, sem dúvida, mais do que um ponto de vista ou um sentimento complexo e fugaz. É uma condição para a sobrevivência biológica. Mas a questão de quanto espaço um homem necessita para viver confortavelmente não tem uma resposta simples. O espaço como recurso é uma apreciação cultural. [...] O nível de aspiração, sem dúvida, afeta o que cada um considera como espaço adequado. A aspiração é condicionada culturalmente.

Questões como o que seria considerado bonito, ou útil, ou o que traria bem-estar às pessoas, são relativas aos anseios individuais de cada ser humano. São as ‘nuanças’, denominadas por Bachelard (2000), que diferenciam os indivíduos; as nuances devem ser consideradas fenômeno psicológico estrutural e formam o espaço vital de acordo com todas dialéticas da vida. Levando em conta a singularidade das pessoas, como criar, então, um ambiente que incorpore os três atributos?

A alternativa, portanto, é a de buscar o equilíbrio. A busca do equilíbrio entre os aspectos técnicos dos objetos e seus aspectos semânticos é o núcleo central do trabalho do designer, sem privilegiar um lado ou outro. A polaridade entre o material e o simbólico, entre estrutura externa e interna, é uma característica típica dos artefatos, enquanto eles são instrumentos e simultaneamente portadores de valores e significados.

Quando encontra-se o balanceamento entre toda e qualquer adversidade em um projeto- como o antigo e o atual, o natural e o artificial, o luxuoso e o modesto, o masculino e o feminino, o *yin* e o *yang*- torna-se possível alcançar um resultado satisfatório. “O equilíbrio é, então, a referência visual mais forte e firme do homem, sua base consciente e inconsciente para fazer

avaliações visuais” (DONDIS, 2007, p.32).

Como defesa contra uma sensação de complicações excessivas, ambientes projetados que dão a impressão de regularidade e previsibilidade atraem e são mais aceitos pelas pessoas, pois têm a capacidade de descansar a mente. Através de construções ordenadas, obtém-se a sensação de haver domado possíveis imprevisibilidades que um indivíduo possa estar sujeito em sua moradia, conferindo-lhe um sentimento de comando e controle. “Não gostamos muito, afinal, de surpresas constantes” (BOTTON, 2006, p.180).

Para se desenvolver um bom design, é preciso apresentar um equilíbrio entre capacidade técnica e beleza. Nachmanovitch (apud OKAMOTO, 2002, p. 206) dizia que: “À medida que acompanhamos o fluxo do nosso próprio processo criativo, oscilamos entre os dois polos. Se perdemos alegria, nosso trabalho se torna grave e formal. Se abandonamos o sagrado, nosso trabalho perde o contato com a terra em que vivemos.”



Figura 24: Vila Farnsworth de Mies Van der Rohe (1929).
Fonte: www.farnsworthhouse.org/gallery

Um exemplo da predominância estética em detrimento da funcionalidade e conforto é a famosa Vila Farnsworth, projetada por Mies Van der Rohe¹². Batizada de *glass house* (casa de vidro), essa construção antológica do Modernismo satisfaz todas as aspirações de seu movimento, sendo muito apreciada por arquitetos da época e considerada sem precedentes.

“Menos conhecido, entretanto, é o relato de sua proprietária, de como se ressentia, naquela casa, da falta de privacidade.” (SCHMID, 2005, p. 96).

¹² Ludwig Mies van der Rohe (1886 - †1969): arquiteto alemão e professor da Bauhaus, considerado um dos principais nomes da arquitetura do século XX.

Qual seria a função da casa senão a de conceder privacidade à seus habitantes? “A intimidade tem necessidade do âmago de um ninho”, disse Bachelard (2000, p. 78). Uma vez que essa necessidade não é provida, torna-se difícil a percepção de lar.

O historiador Reyner Banham sintetizou bem a situação: conquista de invólucros de vidro invisivelmente servidos satisfaz claramente uma das maiores ambições estéticas da arquitetura moderna mas, em o fazendo, afundou um de seus imperativos morais mais básicos, aquele da expressão honesta da função, e um real conflito de intenções pode ser percebido nos edifícios e no discurso arquitetônico do início dos anos 50. (SCHMID, 2005 p. 11).

Todavia, esse fato não se deteve apenas à meados do século XX, como dito por Reyner Banham, mas se estende até os dias atuais. Ao andar pelas metrópoles, é perceptível a enorme quantidade de prédios inteiros envidraçados. Suntuosos e modernos externamente, porém repletos de medidas paliativas internamente. Além da questão da privacidade, nesses ambientes há falta de conforto ambiental. A



Figura 25: Exemplo de edifícios envidraçados.

Fonte: www.artecentrista.blogspot.com

transparência por meio das fachadas envidraçadas atende o efeito plástico, porém expõe os edifícios, obrigando à utilização de elementos de sombreamento (persianas) e resfriamento interno (ar condicionado).

Outro exemplo da imposição da aparência sob os demais aspectos, deve-se recordar, é a residência visitada por Maxwell em *Terapia do apartamento*, citada anteriormente. No caso, ele visitara a casa do chefe; uma casa extraordinária em quesitos estéticos, porém não acolhedora. Recordando sua frase: “marcante não é sinônimo de confortável” (2007, p.13). O excesso do pitoresco de uma morada pode ocultar a sua intimidade.

O fato é que, quando sobrepuja-se um atributo em detrimento ao outro, prejudica-se o conjunto, fazendo com que se perca pelo caminho o real propósito da construção de uma moradia

que é a de acolher seu morador, fisicamente, psicologicamente e emocionalmente. A casa deve ser um reservatório de lembranças e sonhos. Sonhos estes, citados no capítulo anterior, em que Coccia declarou ser de suma importância para a formação de cada indivíduo. “Vive a casa em sua realidade e em sua virtualidade, através do pensamento e dos sonhos. [...] E muitos sonhadores querem encontrar na casa, no quarto, uma roupa que se ajuste a eles”. (BACHELARD, 2000, p.25).

O design bem sucedido cria a aparência daquele mundo que é a contraparte do ‘eu’. Para o ‘eu’ individual, esse mundo é a casa. A casa é a própria pessoa, sua forma e seu esforço mais imediato. Evidentemente, nenhum produto individual pode esperar satisfazer todo mundo. Existem condições psicológicas, padrões sociais e comportamento, fatores de ordem política e econômica, os quais exercem, em conjunto, enorme influência sobre a percepção e a expressão de cada um.

Então, se as decisões ou escolhas com relação ao espaço do habitar doméstico estão submetidas ao contexto cultural de quem as define, elas estão sujeitas ao que cada cultura considera como principal componente de uma visão de mundo. Para tanto, deve haver uma consonância, uma harmonia com o(s) principal(ais) interessado(s), visando suprir suas necessidades e anseios. O designer deve conhecer o seu público-alvo.

O fracasso em se criar ambientes agradáveis reflete, no final, um fracasso tanto de psicologia quanto de projeto. É um exemplo material da tendência de não compreender o que cada pessoa é, e o que as deixará satisfeitas. Os melhores designs são os criados para si mesmo e esse é o tipo de design mais apropriado, um design em harmonia com os estilos de vida individuais.

Nessas redes de relações, dever-se-ia constantemente perguntar qual o padrão que liga o homem ao seu local de moradia, de trabalho, de lazer, de convivência social, enfim a todo o meio ambiente, para que haja um desenvolvimento vital, harmonioso e equilibrado, de forma holística, contraposto à fragmentação do modelo atual. Esse padrão é a qualidade de vida (OKAMOTO, 2002, p.250).

2.3 O processo de cognição do usuário

Como mencionado, a tarefa do designer de interiores é a de compreender seu(s) cliente(s) com o intuito de proporcionar a maior veracidade de sua persona expressa em sua moradia. Tal qual o trecho do poema de Noel Arnaud¹³: ‘sou o espaço onde estou’.

Os espaços influenciam as pessoas, por isso devem estar adequados aos propósitos e anseios individuais de cada um. É necessário buscar o equilíbrio entre o estético, a funcionalidade e o conforto dos ambientes. Todavia, como foi visto, nem toda pessoa possui a consciência daquilo de que necessita, sendo a função do designer ajudá-lo à descobrir.

O processo de descoberta do cliente é adquirido através da aplicação da anamnese. Anamnese (do grego *ana*, trazer de novo e *mnesis*, memória) é uma entrevista realizada que busca relembrar todos os fatos relacionados ao espaço e seus habitantes. Serve para o levantamento de características importantes que influenciarão na concepção do projeto.

A anamnese é um processo utilizado principalmente por profissionais da área da saúde, sendo dividida em diversas etapas. Dentre as fases do interrogatório que constitui a anamnese estão: a identificação, queixa principal, história da doença atual, histórico médico, histórico familiar, história pessoal e hábitos de vida. Transpassando para o âmbito do design de interiores, portanto, é possível obter as seguintes etapas:

- **Identificação do cliente:** visa-se coletar informações referentes ao cliente entrevistado, como nome, faixa etária, etnia, estilo pessoal e preferências. Essa é a fase de descoberta da personalidade do cliente.
- **Queixa principal:** Levantamento de problemas atuais que gostaria de ser mudado. Geralmente o motivo que leva o cliente à procurar auxílio do profissional de design de interiores.

¹³ Noël Arnaud, poema *L'état d'ébauche* citado por Bachelard em *Poética do espaço* (2000, p.146).

- **Vida familiar:** questões sobre sua família e suas condições de trabalho e vida. Quantas pessoas residem na casa, se há assiduidade de visitas, se possuem empregadas domésticas, animais de estimação, etc.
- **Anseios pessoais:** quais os desejos do cliente e o que ele espera obter do projeto. Como por exemplo um espaço de lazer, um *homeoffice*, ou um *closet*. Se espera um ambiente sofisticado ou descontraído, tranquilo ou divertido. É realizado o programa de necessidades.
- **Hábitos de vida:** Questionar sobre lazer e recreação, sono e repouso, refeições, *hobbys*, rotina de trabalho, enfim, compreender o funcionamento da casa em seu cotidiano.

Tendo como base essas cinco etapas será possível elaborar uma entrevista com o cliente de maneira mais eficaz, coletando o máximo de informações à fim de obter maior conhecimento sobre o indivíduo para a elaboração do ambiente a ser habitado.

O processo de anamnese pode ser desenvolvido de diversas formas, estando sujeito aos métodos individuais de cada profissional ou empresa. Pode-se notar essas nuances ao analisar-se os três exemplos seguintes de modelos de entrevistas.

2.3.1 Exemplo 1: Arquiteto Glaucus Cianciardi

Entrevista residencial

1.0 Cliente									
Nome									
Endereço									
e-mail									
Tefefone		Residencial		Comercial		celularm			
2.0 Usuário									
Usuário		Idade		Profissão		Outros			
3.0 Rotina doméstica/semana									
Tempo para desfrutar da casa									
Manutenção									
Final de semana									
Convidados									
4.0 Espaços									
	Problemas estruturais	Função	Tempo de permanência	Metragem	Armazenagem	Nº usuários			
Sala									
Lavabo									
Copa									
5.0 Preferências pessoais									
Usuário	Estilo	Cor	Textura	Iluminação	Hobby	Lojas	Revistas	Animais	Plantas

6.0 Elementos existentes					
Usuário	Coleções	Quadros	Mobiliário	Outros	
7.0 Programa de Necessidades					
Obra					
Usuário (s):				Croqui	
Espaço					
metragem	Pd-				
Área (m ²)	Piso	Parede	Forro		
Problemas estruturais					
Função					
Armazenagem					
Elementos existentes					
Preferências pessoais					
Estilo					
Cor					
Textura					
Iluminação					
Hobby					
Outros					
Partido					
			Folha n°	data	

2.3.2 Exemplo 2: ADHARA Escritório de Arquitetura e Engenharia

Roteiro Para Entrevista com o Proprietário

Informações gerais:

Nome:	Órgão/cargo:
Endereço:	Profissão:
Email:	Telefones:

Questionário:

1. Quantas pessoas moram na casa?
2. Quantas pessoas frequentam a casa nos finais de semana?
3. Que atividades são desenvolvidas no fim de semana?
4. Que tipos de eventos acontecem na família?
5. Qual a frequência destes eventos? semanal quinzenal mensal bimestral trimestral semestral anual
6. Como se procedem estes eventos?
7. A família recebe hóspedes? sim não
8. Qual a frequência? semanal quinzenal mensal bimestral trimestral semestral anual
9. Por quanto tempo é a estada?
10. A família possui animais de estimação? Pretende adquirir outro(s)?
11. Existe alguma planta da qual não queira se desfazer?
12. Quem/Quando?

	Quem	Quando	Quem	Quando
Cozinha				
Faz reformas				
Cuida do quintal				
Gosta de visitas				
Assiste Tv				
Recebe hóspedes				
Prepara café da manhã				
Arruma a casa				

13. Qual o estilo arquitetônico que mais agrada a família?
14. Que tipo de acabamento o(s) agrada?
15. Qual o uso interno/externo que se pretende dar à casa?
16. Quais os cômodos mais importantes?
17. Possui móveis para a nova construção?
18. Existem móveis que deseja adquirir para a nova construção?
19. Algum desejo especial?

2.3.3 Exemplo 3: Entrevista livro *10 Princípios do bom design de interiores* (LEE, 2011, pg.212)

1. Com que frequência você vai usar o aposento, e a que horas do dia ele será mais usado (por exemplo todos os dias, apenas à noite, uma vez por semana)?
2. Quem vai usar o aposento (crianças, empregados)?
3. O aposento é um espaço formal onde se poderá receber convidados? Isto irá afetar seu estilo e aparência?
4. O aposento terá mais que uma função (sala de estar e escritório)? Estas funções serão exercidas no mesmo espaço ou terão que ser fisicamente separadas?
5. O aposento serve de passagem a outras partes da casa ou apartamento ou tem ligação com outro aposento (banheiro de suíte com passagem para o quarto, ou cozinha com ligação à sala de jantar)?
6. Existe algum estilo de época específico que você queira reproduzir (art déco, por exemplo)?
7. Os seus móveis são de alguma época específica ou correspondem a algum estilo em particular?
8. Você prefere um estilo visual eclético ou um que siga um esquema consistente?
9. Algum objeto (quadro, escultura, móvel) inspira ou define como você quer que o seu ambiente seja?
10. As pessoas que vão compartilhar do espaço têm conceitos diferentes de decoração?
11. Qual o tamanho do espaço a ser decorado?
12. Se é um espaço pequeno, você quer fazê-lo parecer maior?
13. Se é um espaço grande, você quer fazê-lo parecer mais aconchegante ou criar espaços menores dentro deste espaço maior?
14. Como vão ser usados os móveis já existentes? Você vai ter que se livrar de algumas peças e substituí-las por outras novas?
15. Quanta luz natural o aposento recebe? Existem horas do dia em que há luz solar em excesso ou em que o aposento recebe iluminação natural suficiente?
16. Que tipo iluminação ou combinação de luzes você deseja para cada cômodo (ou seja, luzes de teto, abajures, lustres de pé)?
17. Você quer destacar certos objetos no ambiente como por exemplo um quadro ou a chaminé da lareira?
18. O que é mais apropriado cores vivas estimulantes, tonalidades calmantes ou uma paleta neutra e a oportunidade de usar acessórios e móveis em cores mais brilhantes?
19. Se o seu esquema decorativo segue algum período específico existem paletas de cores que sejam pertinentes à decoração da época e que podem ajudar a recriar o tipo de ambiência?
20. Alguém, seja você, seja alguma das outras pessoas que irão compartilhar o ambiente, tem uma cor favorita que possa ser base para o esquema cromático?
21. Existe algum objeto ou móvel que possa influenciar na escolha de cores?
22. No cômodo sendo decorado, existem detalhes especiais para os quais você queira chamar a atenção?
23. Existem características ou detalhes que você queira ocultar ou dos quais queira desviar a atenção?
24. Quando alguém entra no seu aposento, o que você quer que seja percebido em primeiro lugar?

Uma vez realizado o processo de anamnese, torna-se possível compreender melhor os aspectos da personalidade e do estilo do cliente.

Estilo é a combinação de formatos, padrões, texturas e cores no mobiliário, que expressa as ideias emocionais e intelectuais de um período cronológico do passado ou do presente. Por essa razão, o estilo é extremamente subjetivo, e todos nós temos nossas preferências. Seja qual for o seu estilo preferido, tudo funcionará melhor se você se basear nele. Coerência é o objetivo. O estilo estabelece uma atmosfera e você não vai querer misturar várias atmosferas diferentes no mesmo ambiente (GILLINGHAM-RYAN, 2007, p.111).

Tendo em mãos os dados obtidos, inicia-se a etapa da criação dos painéis. Os painéis são uma forma visual de exprimir através de imagens aquilo que foi coletado por meio da entrevista. As imagens são essenciais para a compreensão, todo e qualquer indivíduo é afetado por elas, sendo, portanto, sensíveis à elas (COCCIA, 2010). Tal qual a máxima popular: ‘uma imagem vale mais do que mil palavras’.

Nestes painéis, são reunidas uma coletânea de imagens que resumem e traduzem as principais características do cliente e aquilo que se é almejado. Ao mirar-se nos painéis o cliente consegue compreender como os outros os vêem, o que objetiva e a forma pela qual o designer faz a interface entre a sua persona e o espaço a ser composto. Como bem coloca Okamoto (2001, p.198). “O envolvimento da pessoa em completar as imagens faculta uma sensação de alegria”, pois denota que o profissional compreendeu as suas necessidades físicas e psicológicas. Por isso, ao apresentar-se os painéis, eles devem ser capazes de proporcionar ao cliente, com clareza, uma identificação.

O primeiro painel a ser elaborado denomina-se: painel arquétipo. Como visto no primeiro capítulo, os arquétipos equivalem à personalidade do indivíduo. Assim sendo, o painel arquétipo será aquele que expressará os principais traços da persona do cliente; se ele consiste em uma pessoa extrovertida ou introvertida, dinâmica ou calma, etc. O segundo painel trata-se do *stimmung*, a alma da casa, como observado anteriormente. Neste painel serão contempladas imagens que representem os desejos do cliente, a atmosfera que se almeja alcançar, e que servirão de inspiração para a elaboração do projeto.



Figura 26: Painel Arquétipo
Fonte: Autor



Figura 27: Painel *Stimmung*
Fonte: Autor

Através do desenvolvimento do processo de anamnese e da elaboração dos painéis visuais, possibilita-se a concepção do *selfie* do sujeito habitante do espaço. O *selfie* é o reflexo do indivíduo e ao mesmo tempo a imagem que este pretende reproduzir de si mesmo à sociedade. Obtendo maior conhecimento do *selfie*, portanto, torna-se possível dar seguimento às próximas etapas projetuais. Nas palavras de Schmid (2005, p.329):

A casa não pode se limitar a abrigo do corpo, se as necessidades não se limitam ao físico. O ambiente construído é mais que um conjunto selecionado de variáveis e parâmetros sujeitos ao cartesianismo das normas. Efetivamente tornado arquitetura, é algo contínuo e complexo; não se resume àquilo que pode ser montado numa bancada de teste de laboratório; tampouco cabe dentro de uma moldura solenemente pendurada numa parede branca de galeria. É um meio efetivo de vida, em que ela acontece no plano físico, sentimental e intelectual.

Corroborando com o conceito delineado por Schmid, Glaucus Cianciardi acrescenta que:

Como em um processo arqueológico, o designer de interiores escava a fundo a personalidade do seu cliente, junta os fragmentos de sua existência, investigando à minúcia o usuário do espaço. Assim permitindo a este profissional atingir o seu cliente em sua essência, de forma a melhor atender as suas prerrogativas de uma boa vida. Neste intento, o profissional utiliza-se de suas ferramentas projetuais: luz, cor, linha, textura e padronagens, para compor o cenário no qual o usuário irá interpretar o seu papel perante a vida.



A casa é a própria pessoa, sua forma e seu esforço mais imediato; eu diria, seu sofrimento.

(MICHELET apud BACHELARD, 2000, p.113).

CAPÍTULO 3

AS FERRAMENTAS DO DESIGN DE
INTERIORES NA CONCEPÇÃO DO
SELFIE DE SEUS USUÁRIOS

3. AS FERRAMENTAS DO DESIGN DE INTERIORES NA CONCEPÇÃO DO *SELFIE* DE SEUS USUÁRIOS

Com base em todo o estudo analisado no decorrer deste trabalho, viu-se que a casa consiste na imagem refletida de seus moradores; numa extensão de seu próprio ser. Como forma de expressão do ‘eu’, a casa passa a fazer parte de uma terceira pele do indivíduo.

Hundertwasser¹⁴, arquiteto austríaco do século XX, desenvolveu um preceito de que o ser humano é composto por cinco peles, denominando de ‘Teoria das 5 peles’. Fundamentado nessa teoria, o homem, então, seria formado pelas seguintes instâncias: a primeira pele como a epiderme; a segunda pele como a vestimenta; a terceira pele como sua moradia; a quarta pele como a identidade e o meio social; e a quinta pele como o meio ambiente e a natureza.

Conforme Hundertwasser, a terceira pele, que é a casa do homem, transcende o simples e tradicional conceito de moradia, englobando todos os aspectos que ela constitui e deve exercer, como desempenho, lazer, espiritualidade, proteção, entre outros. As camadas que mais representam o sujeito fora de si mesmo, portanto, são a vestimenta (moda) e a sua morada (design de interiores). Segundo Coccia (2010), o sujeito existe enquanto aparência, só há possibilidade de enxergar-se a si mesmo através de uma auto representação; por isso o ato de vestir-se transforma-se numa forma de expressão do ser humano, pois através de sua vestimenta e de seus adornos, que são as particularidades deste indivíduo, demonstram seu modo de ser. A moda, assim como o design de interiores, é uma maneira de ser ao mesmo tempo singular e plural, pois incorpora-se

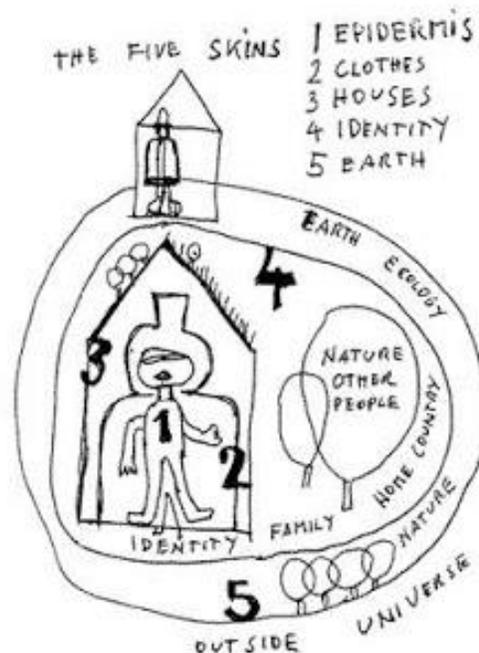


Figura 28: A teoria das cinco peles do indivíduo de Hundertwasser

Fonte: www.hundertwasser.com/skin

¹⁴ Friedensreich Hundertwasser (1928- † 2000): arquiteto ícone de Viena. Suas áreas de conhecimento foram a pintura e a arquitetura, sendo de grande influência na arquitetura orgânica moderna, na qual substituiu a monotonia por variedade.

do mundo aquilo que em nada se assemelha com o seu próprio ser, ao mesmo tempo que emite-se à este mesmo mundo suas mais íntimas características da personalidade.

Deve-se pensar, portanto, na casa tal qual um corpo humano. Da mesma forma que o corpo, a casa deve ser considerada um organismo vivo passível de constantes transformações, ao qual, assim como um ser humano, evolui ao longo do tempo. Um organismo que se desenvolve quando bem cuidado e se deteriora quando negligenciado. “Casas saudáveis são como pessoas saudáveis” (GILLINGHAM-RYAN, 2007, p.28).

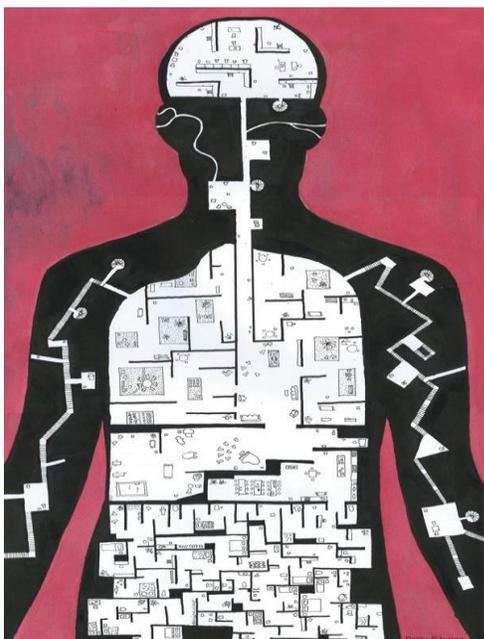


Figura 29: Ilustração baseada na comparação de Frederick Kiesler entre o corpo humano e a casa.
Fonte: www.pinterest.com

Nas palavras de Bachelard (2000, p.62): “A casa vivida não é uma caixa inerte. O espaço habitado transcende o espaço geométrico”. Assim sendo, a casa necessita comportar os hábitos de seus moradores e suas metamorfoses. No entanto, para se abrigar os hábitos, faz-se necessário que a casa seja habitada cotidianamente, pois é através dessa prática diária que ela se adequa aos seus usuários. O homem, portanto, é a medida física e psicológica do ser humano.

A casa como *selfie* de seus moradores deve ser entendida como extensão de seu ser, de seu corpo, dessa forma, carece fazer parte do indivíduo de maneira natural, sofrendo transformações juntamente com seus habitantes.

Em *Terapia do Apartamento*, Gillingham-Ryan (2007) exemplifica a casa tal qual a estrutura humana, delegando atributos anatômicos aos seus componentes construtivos. De acordo com ele, a casa seria composta por quatro elementos: ossos, respiração, coração e cabeça.

Para ‘ossos’, estariam associados tudo aquilo ao qual compõe a estrutura da casa, seu esqueleto, sendo estes as paredes, o chão, o teto, as janelas. A maneira como os móveis são dispostos em uma casa determina o modo como ela respira, constituindo, então, a respiração. O coração, é o meio ao qual a casa se expressa emocionalmente através do estilo: as cores, as texturas e as formas. Por fim, a cabeça seria a expressão de seu propósito, como a casa é utilizada e quais atividades são realizadas.

Além de sua estrutura física, para se compreender o homem é preciso conhecer a natureza de seus sistemas receptores, ou seja, como este reconhece um estímulo no ambiente interno ou externo e como a informação recebida a partir desses receptores pode sofrer alterações através da cultura. Edward Hall (2005), divide o equipamento sensorial do ser humano em duas categorias: 1. receptores remotos: análise de objetos distantes (olhos, ouvidos e nariz); 2. Receptores imediatos: análise de objetos próximos (tato, as sensações que recebemos pela pele).

A percepção que o indivíduo adquire do espaço está intimamente relacionado à sua própria percepção do 'eu'. A criação do espaço arquitetônico é a criação do espaço vivencial, tanto para o indivíduo quanto para o meio social. Para criá-lo, utilizam-se os sentidos perceptivos, os sistemas visual, tátil e cinestésico, cujo desenvolvimento pode ser inibido ou estimulado pelo ambiente. A cinestesia¹⁵, a visão e o tato são experiências que permitem aos seres humanos ter sentimentos intensos pelos ambientes em que habitam.

De acordo com o dicionário Aurélio, a palavra cinestesia significa: sensibilidade nos movimentos; o mesmo que propriocepção, ou seja, percepção da posição, deslocamento, equilíbrio, peso e distribuição do próprio corpo e das suas partes. Desta maneira, o espaço cinestésico é um fator importante ao se projetar ambientes, principalmente aqueles utilizados cotidianamente por seus usuários. Como disse Tuan (1983, p.13), “movimentos tão simples como esticar os braços e as pernas são básicos para que tomemos consciência do espaço. O espaço é experienciado quando há lugar para se mover”. Gillingham-Ryan (2007), denomina este princípio de 'fluxo', referindo-se ao movimento da energia através do espaço. Este fluxo, faz-se necessário em um lar, à fim de que este seja um ambiente que propicie conforto e facilidade para a vivência.

Contudo, ter um espaço cinestésico adequado não necessariamente está relacionado à sua dimensão, mas sim ao seu acondicionamento. Ambientes grandes ou pequenos devem permitir um espaço mínimo imprescindível para a boa disposição dos móveis, antecipando as necessidades e atividades ali realizadas.

¹⁵ Difere-se do termo Sinestesia, cujo significado é: fenômeno neurológico que consiste na produção de duas sensações de natureza diferente por um único estímulo.

Percorrer um espaço com tranquilidade e de forma automática e inconsciente passa a ser um ato agradável, o que não acontece ao se atravessar uma sala cheia de objetos colocados irregularmente, exigindo atenção, contorções do corpo para desviar-se, dando a sensação de desconforto e irritação. [...] Enfim, para qualquer ação de movimento geral de percurso [...], deve-se considerar o espaço circundante necessário para movimentar-se de maneira confortável e fluente, propiciando o desembaraço do corpo e o prazer de executar esses movimentos de forma harmoniosa” (OKAMOTO, 2002, p.161-162).

A sensação de espaciosidade é determinada muito mais pela clareza e fluxo do ambiente do que pelos seus metros quadrados. Como no trecho descrito por Hall em seu livro *A dimensão oculta* (2005, p.66):

Pensemos por um instante nos hotéis americanos. Considero que em sua maioria os quartos são pequenos demais porque não consigo me movimentar neles sem colidir com a mobília. Se pedirem a qualquer americano que compare dois aposentos de tamanho idêntico, o que lhe permitir a maior variedade de movimentos livres geralmente será considerado o maior. Há decerto uma enorme necessidade de aperfeiçoamento na disposição dos espaços internos para que as pessoas não estejam sempre expostas ao risco de colisão umas com as outras.

Paralelamente à cinestesia, encontra-se o tato. O órgão responsável por esse sentido é o maior órgão do corpo humano: a pele. Ele é o meio essencial pela qual o indivíduo consegue distinguir sensações térmicas (frio ou calor), de texturas (liso ou rugoso; macio ou duro) e de conforto, proporcionando tanto sensações agradáveis quanto desagradáveis. Maurice Merleau-Ponty, no livro *Fenomenologia da percepção* (2011) disserta que toda sensação é espacial, pois ela estabelece-se por meio da experiências entre o sujeito e o espaço. Por conseguinte, nenhuma sensação é pontual, toda sensorialidade supõe um certo campo, como por exemplo, o campo da visão.

Segundo Okamoto a visão é a principal responsável da percepção de mundo de um indivíduo. A visão, capacita o sujeito a enxergar o espaço à distância, abrangendo seu campo visual, possibilitando antecipar prováveis obstáculos pelo trajeto percorrido.

Os antigos projetistas do jardim japonês pareciam ter alguma compreensão [...] do espaço e a experiência visual. [...] Não se trata apenas de seus jardins terem sido projetados para ser apreciados com os olhos; na experiência de caminhar por um jardim japonês está embutida mais do que a quantidade costumeira de sensações musculares. [...]O visitante é obrigado a ficar atento à medida que atravessa um laguinho pisando em pedras dispostas a intervalos irregulares: a cada rocha é preciso que ele pare e olhe para baixo para ver onde pisar em seguida. É proposital que até mesmo os músculos do pescoço sejam acionados. (HALL, 2005, p.64).

A experiência visual humana é essencial no aprendizado para que o indivíduo seja capaz de compreender o meio ambiente e reagir a ele. Como mencionado no início deste trabalho, a informação visual é o mais antigo registro da história humana; devido à isso, os indivíduos geralmente desconsideram a necessidade de



Figura 30: Jardim Japonês Kyoto Ryokan

Fonte: www.ryokan-yachiyo.com

‘aprender a ver’. Todavia, se houvesse um alfabetismo visual, (DONDIS, 2007) tornaria-se possível compreender o fato de que aquilo que se é visto não é o mesmo para todos os seres humanos e, portanto, não pode ser usado como ponto de referência universal. Duas pessoas em uma mesma situação, utilizando seu aparato visual, enxergam de maneira diferente, pois nem todos os homens se relacionam com o mundo ao seu redor da mesma forma.

A visão é uma ferramenta natural do organismo humano. Contudo, a percepção é um processo de capacitação. Ouvir não confere ao indivíduo a capacidade de escrever música, da mesma forma que ver não confere a capacidade de compreensão das manifestações visuais.

O homem é impelido por estímulos internos e externos, tendo conhecimento destes fatores torna-se possível interferir em seu habitat com o intuito de que o estímulo externo contribua para sua melhora e bem estar físico e mental. É preciso ter em mente o estudo do comportamento relacionado ao ambiente em que se vive. Levar em conta a estrutura espacial, linguagem arquitetônica, significados e valores culturais desses espaços, propiciando uma reação aos estímulos ambientais que originam, orientam e favorecem a qualidade de vida de seus moradores.

Como dito, um espaço só pode ser transformado em lar através de seus habitantes. Assim sendo, o melhor que um designer pode fazer é pôr as ferramentas nas mãos deles. “Qualquer acontecimento visual é uma forma com conteúdo, mas o conteúdo é extremamente influenciado pela importância das partes constitutivas, como a cor, o tom, a textura, a dimensão, a proporção e suas relações compositivas como significado” (DONDIS, 2007, p.22).

3.1 Os elementos do design de interiores

Ao projetar-se um ambiente, uma série de elementos visuais são compostos. Esses elementos constituem a substância básica daquilo que se é visto. A linguagem visual é o fundamento da concepção do design de interiores, e sua compreensão possibilita a ampliação do processo criativo. Os principais elementos visuais utilizados em um projeto são: linha, forma, textura, cor, luz e padronagem; e é por meio destes ao qual criam-se objetos, ambientes e experiências.

Deve-se dar importância à estes fatores, pois são indispensáveis no estabelecimento da inter-relação entre o homem e sua moradia. Os estímulos visuais influenciam tanto no nível físico quanto no nível psicológico do ser humano. No entanto, eles devem ser conduzidos de forma à alcançar o resultado e significado pretendidos. Deve-se considerar o meio em si, aos quais os estilos e limitações determinarão os métodos de resolução abordados.

Na criação de mensagens visuais, o significado não se encontra apenas nos efeitos cumulativos da disposição dos elementos básicos, mas também no mecanismo perceptivo universalmente compartilhado pelo organismo humano. Colocando em termos mais simples: criamos um design a partir de inúmeras cores e formas, texturas, tons, e proporções relativas; relacionamos interativamente esses elementos; temos em vista um significado. O resultado é a composição, a intenção do artista, do fotógrafo ou do designer (DONDIS, 2007, p.30).

O primeiro elemento, a linha, consiste na sequência de determinados pontos consecutivos, um conjunto de pontos conectados, conferindo dinâmica e movimento ao traço. Entre as propriedades da linha estão sua espessura (fina ou grossa), e sua continuidade (contínua ou tracejada). Todavia, além de transmitirem informações lógicas, o elemento da linha também pode suscitar a sensorialidade.

Na composição dos ambientes no design de interiores, podem ser utilizados três tipos diferentes de linha, sendo reta, curva ou irregular; podendo ser orientadas em três direções diversas: vertical, horizontal ou diagonal. Sob o ponto de vista do design de interiores, o que realmente interessa, são as sensações, as emoções que as linhas imprimem, conforme sua forma. Quando combinados, esses tipos conferem ao espaço sensações e efeitos variados, pois cada um possui a capacidade de proporcionar caracteres distintos. Como mesmo explicita Miriam Gurgel no livro *Projetando espaços: design de interiores* (2011, p.29): “Nossos olhos inconscientemente seguirão

a orientação das linhas de um ambiente. O modo e o tipo de linha num projeto adicionarão diferentes características a ele”.

Tão refinada é a habilidade para detectar paralelos com seres humanos nas formas, texturas e cores que pode-se interpretar uma personalidade a partir da forma mais humilde que há. Uma linha é eloquente o bastante. Uma linha reta sinalizará alguém estável e sem graça, uma ondulada parecerá afetada e calma, e outra ceia de pontas remeterá a uma pessoa zangada e confusa (BOTTON, 2006, p.89).

As linhas retas, por exemplo, remetem ao estilo modernista, atribuindo à um caráter mais masculino, sério, direto e inflexível. Elas trazem sensação de artificialidade e constância ao cômodo, pois opostamente às linhas curvas, as linhas retas são frutos da intervenção do ser humano em seu meio ambiente, deixando-o austero.



Figura 31: Projeto Arq. Fred Benedetti e Fernanda Abs.
Fonte: Revista Casa Cor, nº02, p. 393

Se orientadas verticalmente, as linhas alongam e sofisticam o clima da composição, conferindo ao espaço um aumento de altitude, ou seja, em apartamentos com pé direito mais baixo, por exemplo, usufruir de linhas dispostas verticalmente, acresceria a sensação de pé direito mais alto. Por outro lado, se utilizadas horizontalmente, torna-se possível aumentar a largura ou comprimento dos ambientes, dando impressão de espaços mais amplos. A linha horizontal ajuda a relaxar e proporciona uma característica mais calma e tranquila.



Figura 32: Projeto Arq. Helena Viscomi.
Fonte: Revista Casa Cor, nº02, p. 203

Todavia, se a intenção for a de sugerir movimento e maior dinâmica ao cômodo, deve-se dispô-las em diagonal. A linha inclinada torna-se ardilosa em sua aplicação na composição dos espaços, pois ao mesmo tempo que imprime movimento, também

pode imprimir sensação de confusão, de desordem e instabilidade. Seu uso precisa ser muito bem

dosado para não causar conflitos. O mesmo ocorre com as linhas irregulares, ou ‘quebradas’. “A linha quebrada está relacionada a um efeito menos estável e mais intranquilo. Está ligada ao movimento, conferindo uma característica mais dinâmica ao ambiente. Deve, entretanto, ser utilizada com ressalvas, já que pode adicionar um componente inquietante à composição” (GURGEL, 2011, p.30).

As linhas curvas são antagônicas às retas. Enquanto a reta é estática, não transmite movimento, as curvas remetem à feminilidade, dão organicidade e proporcionam sensação de naturalidade e maior suavidade, pois advêm das formas arredondadas da natureza. Nos interiores, móveis com linhas retas e cantos vivos podem oferecer perigos no que tange à acessibilidade e à circulação. Móveis com cantos arredondados e orgânicos favorecem melhor a acessibilidade e segurança, em total contraponto à linha reta. As curvas e formas orgânicas também são mais afáveis aos olhos, ou seja, diferentemente dos traços retilíneos, proporcionam um efeito mais convidativo e acolhedor ao ambiente. A linha curva, portanto, é mais delicada, sua sinuosidade oferece leveza ao espaço.



Figura 33: Vista interna do Museu Guggenheim, projeto de Frank Lloyd Wright

Fonte: Revista Casa Cor, nº02, p. 109

Nas palavras do arquiteto Oscar Niemeyer¹⁶, que sempre buscou empregar as linhas curvilíneas em seus projetos:

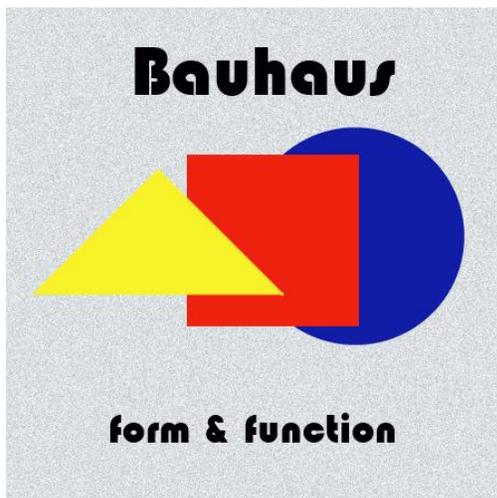
Não é o ângulo reto que me atrai, nem a linha reta, dura, inflexível criada pelo homem. O que me atrai é a curva livre e sensual, a curva que encontro no curso sinuoso dos nossos rios, nas nuvens do céu, no corpo da mulher preferida. De curvas é feito todo o universo, o universo curvo de Einstein.

¹⁶Oscar Niemeyer (1907 - † 2012): arquiteto brasileiro, considerado uma das figuras-chave no desenvolvimento da arquitetura moderna.

Um conjunto de linhas, portanto, delimita a forma, o segundo elemento visual. A forma dos objetos, das paredes, do espaço e seu contorno são interligados. A forma e/ou contorno retos, angulares ou curvos adicionarão ao ambiente as mesmas características que linhas retas, oblíquas e curvas proporcionariam, já que serão formadas por elas. A forma, no entanto, pode ser bidimensional ou tridimensional, diferentemente da linha.

Em *Sintaxe da linguagem visual*, Dondis (1997) relata que a linha descreve uma forma; o percurso e o movimento da linha geram um plano. Este plano, por sua vez, possui comprimento, largura e volume. Dentre todas as formas existentes, pode-se sintetizá-las em três principais: o quadrado, o círculo e o triângulo, cada um com suas características específicas. Mediante à estas formas e suas variações compositivas é que todas as outras formas geométricas podem ser originadas.

O quadrado é a forma geométrica mais simples e objetiva. Composto por duas linhas verticais e duas horizontais, formando quatro ângulos retos. Possui uma forma estática e limitada, conferindo anti-dinamismo ao seu aspecto. É a forma da inteligência e da razão, e representa permanência. O quadrado é a forma básica do espaço. O círculo, por sua vez, propicia uma sensação de movimento contínuo e infinidade. A curva é a forma que recorda a natureza, assim como também o divino. Em algumas culturas a forma circular é considerada como a mais perfeita de todas. O triângulo consiste em uma figura plana composta de três segmentos de reta. Por esta razão, sua forma faz alusão às tríades: início, meio e fim; corpo, alma e espírito.



Essas três formas básicas citadas, juntamente com as três cores primárias, foram base de estudo e viraram símbolo da escola Bauhaus, ao qual desenvolveram a denominada: teoria do design. O quadrado estaria relacionado ao vermelho, o círculo ao azul e o triângulo ao amarelo.

Figura 34: Slogan da Bauhaus
Fonte: www.bauhausdesign.com.br

A combinação entre linhas e formas compõem o que designa-se de textura, o terceiro elemento visual do design de interiores. A textura refere-se às características de uma superfície, gerando no espaço pontos de interesse, diversidade e estímulo sensorial; é avaliada e apreciada quase exclusivamente pelo tato, mesmo quando se apresenta em termos visuais. Tudo que nos cerca possui alguma textura, seja ela sensível aos sentidos do tato ou visão.

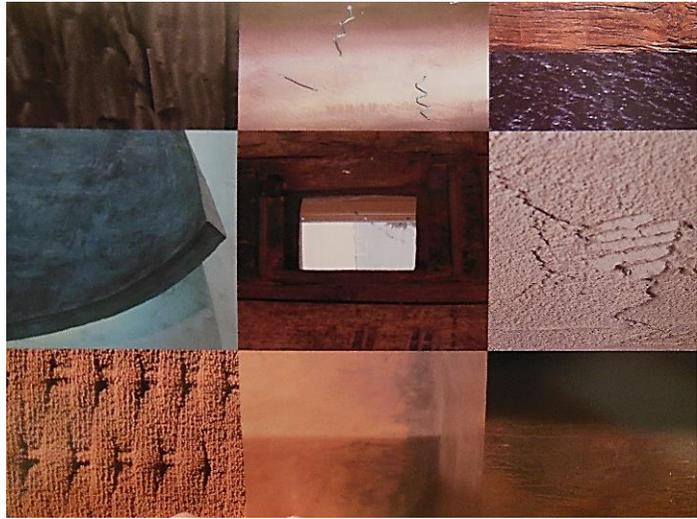


Figura 35: Texturas

Fonte: Livro *Total Design* (CLODAGH, 2001, p.116)

Podemos sentir as texturas e podemos ver as texturas. Novamente, o importante no projeto, serão as sensações que estas texturas proporcionarão.

As texturas visuais são bidimensionais, apresentadas em superfícies, como por exemplo, os veios de uma madeira. As texturas táteis, por sua vez, são tridimensionais, como por exemplo as pedras e tecidos. Podemos ter texturas lisas ou rugosas, finas ou grossas, leves ou pesadas, claras ou escuras, brilhantes ou opacas.

As texturas brilhantes, lisas e claras refletirão mais o som, a luz e o calor, ao mesmo tempo que são de fácil manutenção; as cores dos materiais parecerão mais intensas, e os objetos e as superfícies onde forem aplicadas parecerão mais próximos do observador. Por outro lado, as texturas opacas e rugosas absorverão mais o som, a luz e o calor incidente e terão uma manutenção um pouco mais difícil; as cores das superfícies serão mais suaves, e os objetos e superfícies parecerão mais distantes, deixando os ambientes mais escuros (GURGEL, 2011).

As texturas possuem uma função visual, ou seja, devem-se relacionar com o contexto em que está inserida, à fim de aperfeiçoar o intento do projeto. Comumente é utilizada como fator secundário, agindo como suporte e reforço à imagem principal reforçando o conceito visual do trabalho. Portanto, o tipo de textura a ser utilizado será o que melhor atender às características das atividades que serão desenvolvidas em cada ambiente, bem como ao estilo escolhido para este.

No livro *Percepção Ambiental e Comportamento*, Jun Okamoto (2002) disserta sobre o fato de que os ocidentais estão começando a descobrir seus negligenciados sentidos e que cada vez mais tem tomado consciência de sua privação de experiências sensoriais ocasionadas pela sociedade tecnológica em que vivem. É preciso que haja um aprimoramento sensorial e que o indivíduo torne a sentir as texturas da vida, valorizando-as como condição para recuperar a beleza dos sentidos. Como bem explanado por Maurice Merleau-Ponty (2011, p.315): “Meu corpo é a textura comum de todos os objetos e é, pelo menos em relação ao mundo percebido, o instrumento geral de minha ‘compreensão’”.

Edward Hall (2005, p.63) também exemplifica casos bem sucedidos em que foram considerados os sentidos perceptivos e aplicados em projetos diferentes texturas, tal qual relata no trecho:

Grande parte do sucesso de Frank Lloyd Wright como arquiteto deveu-se a seu reconhecimento dos muitos modos diferentes pelos quais as pessoas vivenciam o espaço. O antigo Hotel Imperial em Tóquio oferece ao hóspede ocidental um constante lembrete visual, cinestésico e tátil de que se encontra num mundo diferente. As mudanças de níveis, as escadarias circulares, íntimas, fechadas por paredes, que levam aos andares superiores, bem como a pequena escala, são todas experiências novas. [...]

Hall acrescenta:

[...] Os longos corredores têm sua escala ajustada por meio da manutenção das paredes a uma distância acessível. Wright, um artista no uso da textura, empregou os tijolos mais grosseiros possíveis, separando-os então com uma argamassa lisa, dourada, recuada mais de um centímetro da superfície. Ao caminhar por esses corredores, o hóspede quase sente o impulso de passar os dedos pelos sulcos. Mas a intenção de Wright não era que as pessoas fizessem isso; o tijolo é tão grosseiro que seguir esse impulso envolveria o risco de machucar seriamente um dedo. Com esse recurso, Wright realça a experiência do espaço, fazendo com que as pessoas se envolvam pessoalmente com as superfícies do prédio.

A vida exige uma riqueza de experiências sensoriais, especialmente através da visão. É por meio dela que o homem é capaz de estabelecer contato com o mundo e suas complexidades. Contudo, o que seria da visão sem a cor? “Como em qualquer ambiente em que predominasse a cor cinza, teríamos a sensação da visão sem ver, da vida sem viver. Seríamos como Palinuro¹⁷, enterrado vivo e condenado a sentir todas as coisas em seu túmulo, um morto-vivo” (DONDIS,

¹⁷ Na mitologia romana, Palinuro é o timoneiro do navio de Eneias; ele cai no mar numa noite, depois que o deus Sono o faz dormir, quando conduz a frota para a Itália. O episódio é descrito no fim do Livro V da Eneida, obra-prima do poeta romano Virgílio.

2007, p. 108).

Nas pinturas rupestres dos homens primitivos, já era possível notar a preocupação pelo uso das cores e sua aplicabilidade. Aristóteles¹⁸, por sua vez, foi o que desenvolveu a mais antiga teoria das cores de que se tem conhecimento e inferiu que as cores seriam propriedades dos objetos, assim como peso, material; além de concluir a existência de seis colorações, sendo elas: vermelho, verde, azul, amarelo, branco e preto. Em contrapartida, Leonardo da Vinci refutou a concepção de que a cor seria atributo dos objetos, mas sim atributo da luz.

Guiados pelos dados perceptivos, estudiosos do assunto puderam iniciar um levantamento de classificação e nomenclatura das cores, segundo suas características e formas de manifestação. O fato é que atualmente dispõe-se de um círculo cromático criado para representar os espectros visíveis ao olho humano. O círculo cromático consiste em doze diferentes cores, onde agrupam-se as cores primárias, secundárias e terciárias.

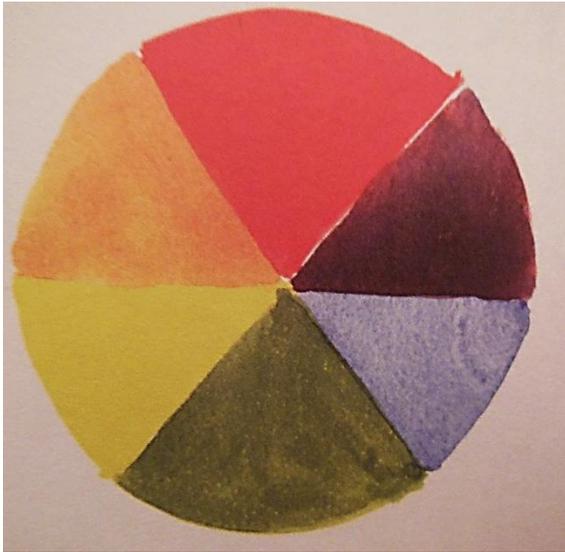


Figura 36: Círculo cromático com as cores primárias e secundárias.

Fonte: Livro *Projetando espaços: design de interiores* (GURGEL, 2011, p.50)

As cores primárias consistem nas três cores indecomponíveis que, misturadas em proporções variáveis, produzem todas as cores do espectro, sendo elas: o vermelho, o amarelo e o azul. As cores secundárias, são aquelas compostas por duas cores primárias, como por exemplo, o verde (azul+amarelo), o laranja (vermelho+amarelo), o roxo (azul+vermelho). E as cores terciárias, são o intermédio entre uma cor secundária e qualquer das duas primárias que lhe dão origem. O branco e o preto, no entanto, são apenas resultado da presença ou ausência de luz, não sendo considerada no círculo. O branco é a reflexão total das sete cores e o preto é a ausência total de luz, onde as cores não são refletidas, e sim absorvidas.

¹⁸ Aristóteles (384 a.C - † 322 a.C): filósofo grego, juntamente com Platão e Sócrates, é visto como um dos fundadores da filosofia ocidental.

Cada cor possui uma vibração quente ou fria. Cores quentes como vermelho, laranja e amarelo trazem o elemento fogo ao espaço. Azul, verde, e cores pastel tendem à esfriar o ambiente. Cores neutras remetem à ligação à terra. O cinza tranquiliza a mente, porém necessita de uma cor contraposta para que não se torne depressivo (CLODAGH, 2001). Se a pessoa experimenta uma cor azul, com o intuito de atribuir características e atitudes que convém ao vermelho, por exemplo, uma luta interior é travada, que só poderá ser vencida a partir do momento em que o sujeito adote uma postura que corresponda à cor azul. Faz-se necessário, portanto, estar sempre em harmonia com o contexto e as intenções.

A cor influi muito na personalidade do ser humano. Uma pessoa trabalha, estuda, produz e vive melhor, quando rodeada por cores apropriadas às suas tarefas e à sua vida. As cores são utilizadas, tanto no interior quanto no exterior dos espaços, com o intuito de proporcionar sensações na percepção humana. Elas podem se combinar de diversas formas de modo à ocasionar o efeito almejado. Existem inúmeros tipos de personalidades e para cada tipo existe uma cor relacionada.

Por meio da cor, também torna-se possível criar ambientes calmos ou dinâmicos, por exemplo, apenas através das proporções entre cores quentes e frias utilizadas. A cor tem a capacidade de estimular tanto visual quanto emocionalmente o indivíduo, conferindo-lhe mais que atributos decorativos, interferindo na maneira que o ser humano sente e reage ao seu ambiente circundante.

A cor do meio ambiente influi através dos olhos e da pele. Eis por que a cor nos influencia diretamente o ânimo, o biorritmo, a saúde e o sentimento. Um restaurante semi-frio e de cor pastel torna o ambiente tranquilo para a refeição, favorecendo a conversação e a maior permanência. No entanto, as cores vibrantes como o vermelho e o alaranjado do Mc Donald's foram cientificamente especificadas para que o usuário como e se retire imediatamente, favorecendo a maior rotatividade de comensais (OKAMOTO, 2002, p.219).

O vermelho é a cor de grande poder de atração, extremamente excitante, alegre e juvenil e é a cor que mais se destaca visualmente. Não é ideal para ambientes onde as pessoas permanecerão por longo período de tempo, pois é estimulante e pode tornar o ambiente opressivo, estressante e irritante. O Azul, por sua vez, é uma cor tranquilizante e repousante; alivia o estresse e a tensão, podendo ser aplicado em locais de trabalho, pois ajudarão a acalmar a comunicação e a fala entre as pessoas, assim como também em dormitórios e ambientes para relaxar, uma vez que causam sonolência. O amarelo tem relação com a luz, por isso traz claridade ao ambiente, colaborando com

a capacidade de realização, criatividade e intelecto. Não é indicado para quartos de dormir, visto que estimula o funcionamento do cérebro. O verde é a cor mais calma existente. Relaxante, tranquiliza e conforta, equilibrando as emoções. O laranja é de todas as cores a mais dinâmica e está ligada ao movimento e à ação. Em salas de estudo ou trabalho ajudam a acelerar o raciocínio, porém possui grande poder de dispersão, além de estimular o apetite. O roxo é uma cor suntuosa e sóbria; está ligado à espiritualidade e ajuda no desenvolvimento da percepção. É ideal para closets e sala de vestir pois elevam a autoestima. (GURGEL, 2011).

Aqui a experiência da cor confirma e faz compreender as correlações estabelecidas pela psicologia indutiva. Comumente o verde passa por uma cor “repouante”. “Ele me fecha em mim mesmo e me põe em paz”, diz uma doente. Ele “não nos pede nada e não nos convoca a nada”, diz Kandinsky. O azul parece “cedes ao nosso olhar”, diz Goethe. Ao contrário, o vermelho “entranha-se no olho”, diz Goethe ainda. O vermelho “dilacera”, o amarelo é “picante”, diz um doente de Goldstein. De uma maneira geral, temos de um lado, com o vermelho e o amarelo, “a experiência de um arranchamento, de um movimento que se distancia do centro”, e de um outro lado, com o azul e o verde, temos a experiência do “repouso e da concentração”. (...) A cor, antes de ser vista, anuncia-se então pela experiência de uma certa atitude do corpo que só convém a ela e a determina com precisão (MERLEAU-PONTY, 2011, p.284).

O impacto emocional das cores em diversas combinações ou sobreposições vai depender, em grande parte, daquele que observa. Desta forma, a escolha da paleta de cores certa é um componente fundamental na criação de um lar. A escolha da cor é algo muito pessoal e a maneira com que a cor age dentro de um espaço é puramente uma questão de conjectura. Algumas pessoas acreditam que cores pálidas são frias e podem até sentir-se fisicamente com frio, enquanto outros as acham leves e refrescantes, por outro lado, cores fortes podem ser, para alguns, claustrofóbicas e incômodas.

A cor tem vida própria, muda constantemente de acordo com a luz do ambiente. A cor afeta profundamente o espaço e o humor de seus habitantes. Assim, ao ser transportada à composição do lar, ela não somente altera sua atmosfera,

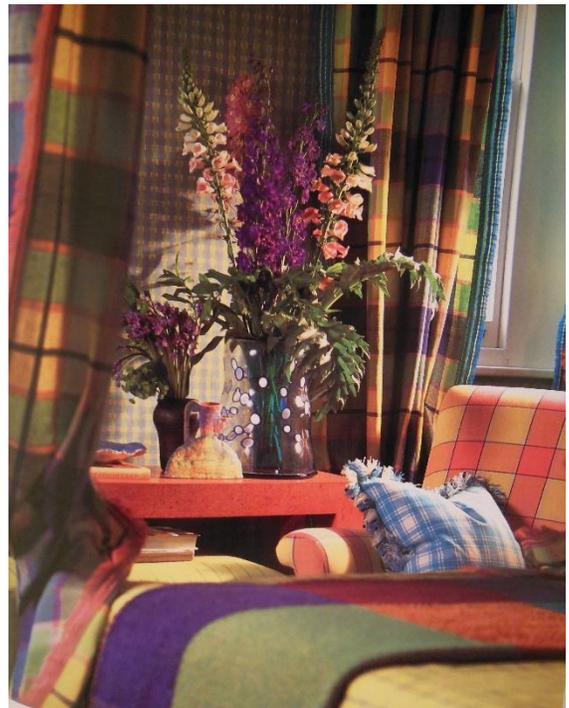


Figura 37: Ambiente colorido.

Fonte: Livro *Tricia Guild on Color* (GUILD, 1997, p.13)

como também as emoções daqueles que nela vivem, e tudo de uma forma sutil porém eficaz. Deve-se, portanto, usufruí-las à favor de seus usuários, e não em detrimento à eles.

“Tantas pessoas parecem evitar o uso da cor em suas casas por receio de não acertarem a mão. Na busca pelo bom gosto, elas tomam o caminho covarde de evitar riscos, aceitando matizes pálidos e burocráticos, em padronagens tímidas. Ignorância e timidez não são motivos para se viver preso em uma caixinha sem graça! Bege é brochante! Falta de cor é falta de coragem! Trucide o trivial! Cores fortes alegram a vida. Quando você estiver no seu leito de morte você vai querer se lembrar do seu sofá fúcsia. Cor faz uma casa ser memorável e dá sentimento e emoção como nenhum outros elemento de decoração”, Jonathan Adler, ceramista e designer Nova York (LEE, 2011, p.109).

A cor não tem existência material, é apenas sensação produzida por certas organizações nervosas sob a ação da luz, mais precisamente, é a sensação provocada pela ação da luz sobre o órgão da visão. Sem luz, portanto, não há cor, forma, linha, e demais elementos compositivos. Sem a incidência da luz, nem mesmo o mais branco dos brancos pode ser visto. Desta forma, quer seja provida por fontes naturais ou artificiais, a luz é um elo fundamental da capacidade fisiológica de se ver e é o quinto elemento primordial na composição dos interiores.

Por melhor que funcione o aparato fisiológico da visão, os olhos, o sistema nervoso, o cérebro, ou por maior que seja o número de coisas que o meio ambiente nos ponha diante dos olhos, numa circunstância em que predomine o escuro absoluto somos todos cegos. O aparato da visão humana tem importância secundária; a luz é a chave de nossa força visual (DONDIS, 2007, p.109).

“Luz é o que se vê e nos faz ver” (SILVA, 2004, p.20). Luz é vida. Luz traz energia. Luz é essencial para o bem estar. Iluminar significa clarificar, esclarecer, assim sendo, é um processo de revelação. Assim como as cores, o componente luminotécnico tem o poder de atuar na emoção, na psique, no humor, no estado de espírito das pessoas, podendo alterar a atmosfera de um ambiente pelo simples toque no interruptor. A má aplicação da iluminação em um ambiente, pode prejudicar veementemente mesmo o melhor dos projetos, da mesma forma que um mau projeto pode se beneficiar de artifícios iluminativos. Dessa forma, a luz pode transformar qualquer ambiente e criar diferentes atmosferas. Com o domínio de suas propriedades podem-se conseguir soluções criativas e originais. O importante num projeto de iluminação é que ele seja funcional, prático, criativo e flexível.

A luz define forma, planos e volumes, valoriza texturas, cria movimentos, define contrastes, muda geometrias e cria ilusões, influencia o humor, a ambiência e cria atmosferas, define hierarquias dentro do espaço e campos visuais. Uma boa iluminação exerce uma influência positiva

na performance visual e reduz o número de erros na execução de tarefas. O que definirá sua função será para que tipo de atividade ela é destinada: se ela servirá para tarefas laborativas e produtivas, como por exemplo escritórios, ou tarefas não laborativas, de lazer, como restaurantes, lojas. Deve-se atentar ao fato de que cada uma delas exigirá condições diferenciadas de iluminação. Tanto a iluminação natural e artificial objetivam a obtenção de boas condições de visão como aspectos psicoestéticos¹⁹ relativos ao uso da luz para caracterização dos espaços. É importante atentar-se ao fato de que os projetos sempre terão dois tipos de percepção: uma diurna, onde quase tudo pode ser visto sob luz natural; e outra noturna, onde os ambientes se transformam ao acender-se uma lâmpada.

Ao se projetar um ambiente, é necessário fornecer iluminação natural, ao qual pode-se obter através de janelas, claraboias e portas. Essa iluminação não é constante, no sentido que varia consoante as horas do dia, devido à posição do sol e disposição do recinto. Por isso, deve estar sempre combinada à uma segunda fonte, a artificial. A iluminação artificial é fundamental para se complementar e dinamizar os interiores dos espaços. Ela consiste em dois sistemas, um principal e outro secundário. No sistema principal visa-se conceder ao ambiente uma resolução funcional, enquanto que no sistema secundário a preocupação está em dar maior ênfase à personalidade e ambientação por meio de uma abordagem mais criativa.

O sistema principal é composto por uma iluminação geral, localizada ou local. A luz geral oferece uma iluminância horizontal com uma boa uniformidade e com distribuição regular de luz pelo ambiente. A luz localizada consiste em luminárias estrategicamente posicionadas para iluminar determinadas áreas em que serão desenvolvidas tarefas específicas. Já a luz local será uma iluminação próxima da tarefa visual e do plano de trabalho iluminando uma área pequena.

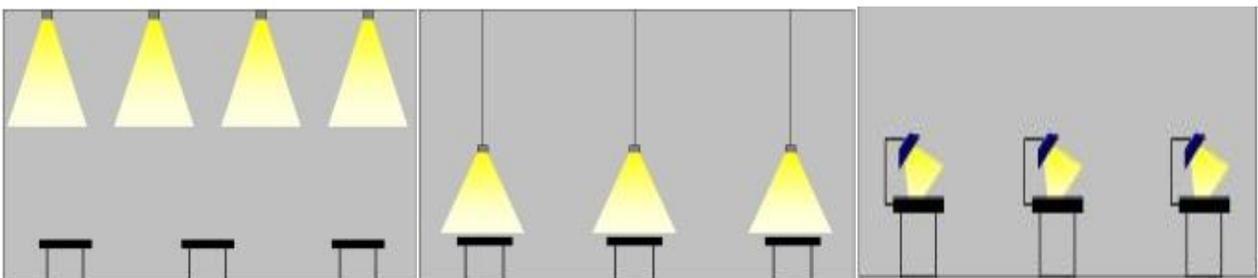


Figura 38: À esquerda, sistema de iluminação geral. Ao centro, sistema de iluminação local. À direita, sistema de iluminação localizada.

Fonte: www.portalsaofrancisco.com.br

¹⁹ Psicoestética: percepção subjetiva da avaliação estética, com base na visão, toque, audição e olfato, que contribuem para o bem-estar da pessoa.



O sistema secundário, por sua vez, subdivide-se em quatro categorias de luzes: a luz de destaque (onde coloca-se ênfase em determinados aspectos do interior arquitetônico, como um objeto ou uma superfície, chamando a atenção do olhar), a luz de efeito (o interesse é a própria luz e seu efeito sobre o ambiente), a luz decorativa (não importa a iluminação, mas o objeto que produz a luz, ou seja, a luminária) e a luz arquitetônica (posicionamento da luz dentro de elementos arquitetônicos do espaço).

Tratamos a iluminação artificial com tanta naturalidade, que acabamos não dando muita importância a ela, entramos no aposento, ‘acendemos a luz’ e, se a lâmpada não estiver ‘queimada’ e não faltar energia, o ambiente se ilumina e estamos satisfeitos, tanto que nunca percebemos a iluminação de um local, e sim outros detalhes como a decoração, as cores, os quadros, elementos decorativos e o bem-estar que sentimos. [...] Um bom projeto de iluminação deve dar ao ambiente uma identidade, valorizando os aspectos decorativos e proporcionando conforto visual para as atividades exercidas pelas pessoas que utilizam o espaço (MANCUSO, 1998, p.82).

A combinação entre luz, cor, textura, forma e linha resulta no que denomina-se: padronagem. A padronagem é uma composição visual que possui como característica fundamental a repetição de formas e demais elementos gráficos projetada para a aplicação sobre superfícies, portanto está ligada diretamente às sensações. Ela pode ser empregada em paredes, pisos, mobiliário, tecidos, entre outros, atribuindo identidade às superfícies revestidas e possuindo uma função decorativa ao ambiente. Infinitos são os seus padrões, podendo alternar entre lineares, florais, geométricos, étnicos, xadrezes, entre outros.

A escolha de uma padronagem poderá variar segundo o tamanho do ambiente, do móvel ou do complemento onde será aplicada. Padronagens pequenas afastam as superfícies; as grandes aproximam a superfície do observador. Pastilhas de vidro compõe melhor um ambiente pequeno, como por exemplo um lavabo, ampliando a sensação de espaço. Contudo, grandes azulejos se adequam melhor à amplos ambientes. Um tecido com estampa grande terá mais chance de sucesso se aplicado num sofá do que no acento de uma cadeira (GURGEL, 2011).

Figura 39: Diferentes tipos de estampas.

Fonte: Livro *Tricia Guild on Color* (GUILD, 1997, p.59)

No entanto, ao utilizar-se da padronagem, mais do que em qualquer outro elemento compositivo, faz-se necessário ter moderação, pois os excessos poderão acarretar em atordoamento, ocasionando inquietação e até mesmo irritação àqueles expostos à ela.

A seleção da padronagem é pessoal. Os padrões são simbólicos e são imbuídos de significados culturais. Estão intrinsecamente ligados como o estilo e cor, com textura e com a memória. O reconhecimento de uma padronagem é uma hierarquia cognitiva de significados, definições, momentos e detalhes. Como um quebra-cabeça, no design de interiores, a padronagem deve fazer parte do projeto (RODEMANN, 1999, p.7).

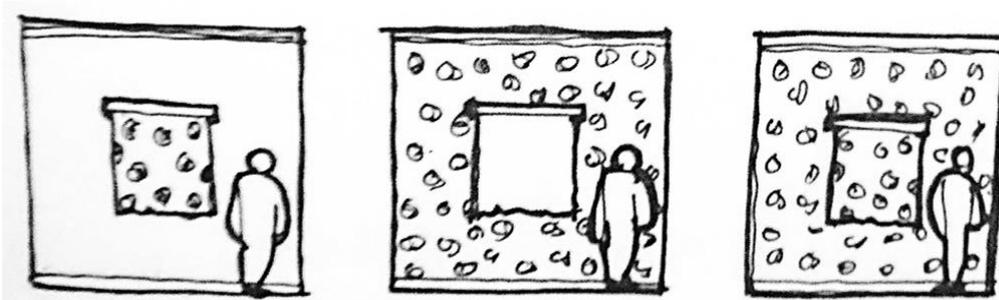


Figura 40: Diferentes tipos de aplicação, alteram completamente o resultado da composição.

Fonte: Livro *Projetando espaços: design de interiores* (GURGEL, 2011, p.33)

3.2 As ferramentas na concepção do espaço na ‘egonomia’²⁰

A maneira pela qual o profissional designer de interiores estipula e escolhe os elementos compositivos de um projeto, resulta numa mensagem ao habitante do espaço. O design é um processo criativo que utiliza forma, linhas, texturas, padronagens, luz e cor para solucionar problemas e cumprir determinado intuito. O resultado projetual final, portanto, será fortemente influenciado por sua função e necessidades, pelos materiais utilizados com suas características próprias, por seu objetivo e particularidades do cliente.

Nas palavras de Miriam Gurgel (2011, p.26): “Design não é sobre a ‘sua’ ideia ou ‘seu’ conceito preestabelecido sobre as coisas. Design é sobre necessidade e soluções criativas e apropriadas para elas”. Acrescentando, o design de interiores deve sempre estar voltado ao outro, e não à si mesmo, preocupando-se em satisfazer as expectativas atribuídas. Faz-se necessário o levantamento correto das diferentes necessidades e atividades que serão realizadas de cada ambiente, família, indivíduo como ser único e complexo, do contrário, se tornará impossível alcançar a conquista e o êxito de um bom projeto.

A coleta de informações físicas e emocionais relevantes, realizada por meio da anamnese

²⁰ Segundo Faith Popcorn, egonomia é o processo do indivíduo ver-se refletido no espaço.

ou entrevista é, sem dúvida, essencial na concepção de um projeto. Ela auxiliará no alcance dos objetivos de forma organizada, poupando tempo e mantendo o projeto na direção certa. Nada deve ser por acaso; o designer de interiores deve utilizar conscientemente as ferramentas disponíveis para atingir um objetivo claro e específico. “Aquele que confiar somente em sua sensibilidade e suposta criatividade, não chegará muito longe e poderá fracassar.” (BONSIEPE, 2011, p.231).

Primeiramente, e acima de tudo, deve-se ter sempre em mente que não existe a moradia ‘perfeita’. Principalmente porque cada ser nutre uma ideia particular a respeito da casa e de seu ‘eu’. Cada ser humano possui um habitat cotidiano referente à sua vida interior. Charles Taylor, autor do livro *As fontes do self: a construção da indentidade moderna* (2005) diz que a ‘vida cotidiana’ designa aspectos da vida humana referentes ao trabalho, à família, aquilo de que se precisa para manter e renovar a vida.

Como dito, a casa é uma extensão do homem, por isso tentar dissociá-lo, pensando-o apenas como uma coisa só, é refutar o fato de o ser humano é constituído por diversos âmbitos que influenciam e estabelecem o relacionamento entre este e seu meio ambiente. Deste modo, o trabalho do designer de interiores consistirá em aproximar-se o máximo possível em proporcionar um bom relacionamento entre o habitante e o espaço, conferindo-lhe bem-estar e identificação.

A capacidade de execução de um bom projeto é uma grandeza diretamente proporcional à capacidade de entendimento do cliente. As ferramentas (como a palavra mesmo já diz), serão instrumentos que concederão assistência ao procedimento e darão prosseguimento àquilo que foi obtido por meio da concepção do ser habitante do espaço e seus anseios. “Antes de ser agente transformador do espaço, você precisa ser agente detector de emoções” (MANCUSO, 1998 p. 68).

O verdadeiro conhecimento, a avaliação verdadeira, não se localizam exclusivamente no sujeito. De certo modo, pode-se dizer que sua localização paradigmática é na realidade; a valoração e o conhecimento humanos corretos derivam de nossa ligação correta com o significado que as coisas já têm onticamente²¹. Em outro sentido, pode-se dizer que o verdadeiro conhecimento e a valoração correta só existem quando essa ligação se constitui. Em ambos os casos, essas duas atividades (para nós) “psicológicas” são onticamente localizadas (TAYLOR, 2005, p. 243).

²¹ Ôntico: referente ou inerente ao ser, ao ente e às suas características.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho presente teve como objetivo destacar a importância no âmbito psicológico e emocional do profissional de design de interiores na concepção de seus projetos. Há uma inter-relação mútua de influências estabelecidas entre o habitante e o espaço. Desta forma, o designer de interiores exerce grande importância na determinação da qualidade de vida de seus clientes.

No decorrer do primeiro capítulo, foi visto que a casa, como espaço físico que abriga o habitar doméstico, funciona como um meio de seus habitantes estabelecerem uma identidade com o mundo em que se inserem. Esta identificação e sentimento de pertencimento são os principais atributos que diferirão um simples abrigo de um verdadeiro lar.

No segundo capítulo, foi possível discorrer sobre os aspectos que constituem a base de um bom projeto. A beleza, a funcionalidade e o conforto, devem sempre estar em constante harmonia, estabelecendo um equilíbrio para melhor obtenção de resultados. Todavia, destacou-se a importância da casa ser analisada sob a perspectiva de seus habitantes. Mais do que proporcionar valores estéticos e funcionais, ou de status social, o designer de interiores deve procurar compreender seus clientes e suas necessidades.

A partir destes preceitos, então, pôde-se estabelecer no terceiro capítulo, os atributos objetivos concernentes à um projeto: linha, forma, textura, cor, luz e padronagem. Porém, apesar de se tratarem de aspectos utilitários, a autora visou permanecer a análise sob a perspectiva psicológica e seu impacto sobre os seres humanos, buscando sempre apresentar uma visão mais humanista da área.

O trabalho conclui, dando ênfase ao fato de que dentre todas as ferramentas disponíveis e fundamentais no design de interiores, uma das mais preocupantes e talvez a mais árdua, será sempre a de compreender os locais como territórios psicológicos, atendendo ao modo como são percebidos pelas pessoas em cada atividade.

É imprescindível analisar a casa sob a ótica de seus habitantes, no mobiliário, na construção, no entorno. O ser humano é dirigido pelas emoções e sua memória é feita de sons, de cores, de texturas, de gostos. Porque a casa seria diferente? O verdadeiro lar deve ir além do jazigo do corpo,

visto que os anseios do ser humano não se restringem apenas à parâmetros físicos. O ambiente construído deve transcender a materialidade da qual se constitui e se tornar um meio efetivo de atender as prerrogativas de uma boa vida. Assim sendo termina-se esta pesquisa, mas nunca a pesquisa.

REFERÊNCIAS

- ÁBALOS, Iñaki. **A boa vida: visita guiada às casas da modernidade**. Barcelona: GG-Gustavo Gili, 2003. 207p.
- ALEXANDER, Jane. **A alma da casa: como transformar a sua casa num santuário**. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006. 360 p.
- BACHELARD, Gaston. **A poética do espaço**. São Paulo: Martin Fontes, 2000. 242 p.
- BONSIEPE, Gui. **Design, Cultura e Sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011. 270 p.
- BOTTON, Alain de. **Arquitetura da Felicidade**. Rio de Janeiro: Rocco, 2007. 272 p.
- CAMARGO, Érica Negreiros. **Casa, doce lar: O ambiente doméstico percebido e vivenciado**. São Paulo: Annablume, 2010. 320 p.
- CARNEIRO, Alexandre. **Linhas curvas de Niemeyer são expressão da cultura brasileira**. Disponível em: < www.em.com.br/app/noticia/especiais/oscar niemeyer/2012/12/06/internas_Oscar_niemeyer,334958/linhas-curvas-de-niemeyer-são-expressao-da-cultura-brasileira.shtml > Acesso em: 26 de setembro de 2014.
- CIANCIARDI, Glaucus. **Psicologia da Decoração**. Revista Mente e Cérebro, 2010.
- CIANCIARDI, Glaucus. **Psicologia do Habitat**. Apresentação em slides.
- CLODAGH. **Total design: contemplate, cleanse, clarify, and create your personal spaces**. Nova Iorque: Clarkson Potter, 2001. 224p.
- COCCIA, Emanuele. **A vida sensível**. Florianópolis: Cultura e Barbárie, 2010, 96 p.
- COURT, Sibella. **Etcetera etc.: creating beautiful interiors with the things you love**. Austrália: Murdoch Books, 2011. 255 p.
- DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000. 236p.

FOP UNICAMP. **Áreas de semiologia e patologia: exame clínico.** Disponível em: <www.fop.unicamp.br/ddo/patologia/downloads/db301_un1_ExameClinico.pdf>. Acesso em: 01 de setembro de 2014.

GEORGE, Judy. **The domain book: how to decorate using your personality type.** New York: Clarkson N. Potter, 1998. 192 p.

GILLINGHAM-RYAN, Maxwell. **Terapia do apartamento: transforme seu lar em oito semanas.** São Paulo: Pensamento, 2007. 289 p.

GUILD, Tricia. **Tricia Guild on Color: decoration, furnishing, display.** New York: Rizzoli, 1997. 192 p.

GURGEL, Miriam. **Projetando espaços: design de interiores.** 4. ed. São Paulo: Senac, 2011. 224 p.

HALL, Edward T. **A dimensão oculta.** São Paulo: Martins Fontes, 2005. 258 p.

LEE, Vinny. **10 princípios do bom design de interiores.** Londres: G. Ermakoff casa editorial, 2011. 216 p.

MANCUSO, Clarice. **Arquitetura de interiores e decoração.** Porto Alegre Sulina, 1998. 256p.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção.** 4. ed. São Paulo: Martin Fontes, 2011. 662 p.

NORMAN, Donald A. **Design Emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia.** Rio de Janeiro: Rocco, 2008. 278 p.

OKAMOTO, Jun. **Percepção Ambiental e Comportamento: Visão holística da percepção ambiental na arquitetura e na comunicação.** São Paulo: Plêiade, 2002. 200 p.

PACIEVITCH, Thais. **Anatomia humana: tato.** Disponível em: <www.infoescola.com/anatomia-humana/tato/>. Acesso em: 25 de setembro de 2014.

PEASE, Allan e Barbara. **Desvendando os segredos da linguagem corporal.** Rio de Janeiro: Sextante, 2005. 271 p.

REVISTA PSIQUE. **Coletividade inconsciente.** Disponível em: <sociologiacienciaevida.uol.com.br/ESPS/Edicoes/57/artigo184590-1.asp>. Acesso em: 02 de agosto de 2014.

RODEMANN, Patricia. **Patterns in Interior Environments: Perception, Psychology and Practice.** Nova Iorque: Wiley, 1999. 276 p.

RYBCZYNSKI, Witold. **Casa, pequena história de uma ideia.** Rio de Janeiro: Record, 1996. 261 p.

SCHMID, Aloísio Leoni. **A ideia de conforto: reflexões sobre o ambiente construído.** Curitiba: Pacto Ambiental, 2005. 338 p.

SILVA, Mauri Luiz da. **Luz, lâmpadas e iluminação.** 3. ed. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2004. 157 p.

TAYLOR, Charles. **As fontes do self: a construção da identidade moderna.** 2. ed. São Paulo: Loyola, 2005. 672 p.

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência.** São Paulo: Difel, 1983. 250 p.

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI. **Teoria das Cinco Peles e uma Trilogia Interdisciplinar.** Disponível em: <www.sitios.anhembi.br/damt/arquivos/14.pdf>. Acesso em: 15 de setembro de 2014.

UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ. **Teoria da forma - ponto / linha / plano.** Disponível em: <www.ensp.fiocruz.br/portal-ensp/_uploads/documentos-pessoais/documento-pessoal_314.pdf>. Acesso em: 26 de setembro de 2014.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL. **Design de interiores: a padronagem como elemento compositivo no ambiente contemporâneo.** Disponível em: <www.lume.ufrgs.br/handle/10183/36398>. Acesso em: 27 de setembro de 2014.

VEJA CIÊNCIA. **Arte rupestre de caverna francesa é a mais antiga já encontrada, diz estudo.** Disponível em: <veja.abril.com.br/noticia/ciencia/arte-rupestre-de-caverna-francesa-e-a-mais-antiga-encontrada-diz-estudo>. Acesso em: 31 de julho de 2014.