

Caminho possível para o desenvolvimento de projeto de design de ambientes: uma metodologia

A possible way for the development of project of interior design: a methodology

LEITE, Romaine S; Graduação em Design de Ambientes, Escola de Design/UEMG
romaineleite@gmail.com

MEDEIROS, Vivianne N.A.; Graduação em Design de Ambientes, Escola de Design /UEMG
vivi_nardi@yahoo.com.br

SILVA, Thaíse F. B e; Graduação em Design de Ambientes, Escola de Design/UEMG
thaisefbs@hotmail.com

ABREU, Simone M. B. M.; Prof^ª. Especialista em Educação; Escola de Design/UEMG
simonemarques1@gmail.com

MOREIRA, Samantha C.O.; Prof^ª. Mestre em História; Escola de Design/UEMG
samanthacidaley@gmail.com

Resumo

Este artigo traz a tona discussões acerca de um caminho possível para o desenvolvimento de projetos de Design de Ambientes. Ainda na fase inicial dos estudos, verifica-se a necessidade de uma metodologia de projeto eficiente na área do design de ambientes em conformidade com a adotada nas outras áreas do design. Além disso, busca-se a reflexão do que é ser designer de ambientes, sua função social e principalmente como seu trabalho pode contribuir com a melhoria da qualidade de vida das pessoas que vivenciam a complexidade do cotidiano na contemporaneidade.

Palavras Chave: Design; Design de Ambientes; Metodologia de Projeto.

Abstract

This article brings forth discussions about a possible path for the development of projects of Interior Design. Even in the initial phase of studies, there is a need for a efficient design methodology in the areas of interior design in accordance with the adopted in other areas of design. Moreover, the reflection is looked for of the one that is be a interior designer, and its social function mainly as their work can contribute to improving the quality of life of people who experience the complexity of daily life in contemporary.

Keywords: Design; Interior Design; Project Methodology.

Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design

8 a 11 de outubro de 2008 São Paulo – SP Brasil ISBN 978-85-60186-03-7

©2008 Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil)

Reprodução permitida, para uso sem fins comerciais, desde que seja citada a fonte.

Este documento foi publicado exatamente como fornecido pelo(s) autor(es), o(s) qual(is) se responsabiliza(m) pela totalidade de seu conteúdo.

Introdução

A formação técnica e profissional dos designers brasileiros acontece nesse país desde a década de 1950. O entusiasmo e o otimismo próprios do período – marcado pela política desenvolvimentista do governo JK – estimulavam na população urbana o gosto pelo novo. O desenvolvimento urbano e a modernização industrial contribuíram para que a sociedade se mostrasse sedenta de novidades e inovações. Neste contexto, surgiram os primeiros cursos de desenho industrial no Brasil com forte inspiração na pedagogia da Bauhaus ou apadrinhados por integrantes da UfG-Ulm. Cinquenta anos passados, muita coisa mudou: materiais, tecnologias, modos de vida. Formando designers de produto, gráfico, moda e ambientes, hoje são mais de 100 escolas de design no país.

Dizendo dos ambientes - lugares da vida cotidiana - há até bem pouco tempo, seu arranjo e ambiência ficavam a cargo de decoradores, arquitetos ou alguma pessoa de bom gosto e bom senso, capaz de acompanhar tendências e organizar objetos, materiais e cores num espaço determinado. Mais instruída e exigente, vivenciando um cotidiano complexo e dinâmico, a sociedade do século XXI mostra-se receptiva a atuação de um profissional diferenciado capacitado tecnicamente, hábil na compreensão das demandas contemporâneas, na interpretação dos novos modos de vida, na contextualização de subjetividades e na proposição de soluções estratégicas. O designer de ambientes surge na sociedade moderna com o intuito de dar forma, função e essencialmente, sentido aos espaços habitáveis, proporcionando bem estar e qualidade de vida aos usuários dos lugares praticados. Vale dizer que, no nosso entendimento, o que difere o trabalho do designer de ambientes do de outros profissionais especializados no trato dos espaços construídos - como os arquitetos, por exemplo, é a maneira peculiar dos designers verem (experiências, necessidades, desejos e possibilidades dos usuários dos espaços), interpretarem (dados regionais, aspectos culturais e códigos sociais num determinado contexto projetual) e de intervirem (propondo soluções possíveis, viáveis e inovadoras) no objeto de sua atuação profissional. A capacidade do designer de ambientes trabalhar aspectos semióticos, hermenêuticos e fenomenológicos bem como, a proposição de um trabalho interdisciplinar e na transversalidade do processo, muito facilita sua atuação, com vistas a atingir - através de intervenções estéticas e práticas no ambiente - o sensorial do usuário, ou seja, sua maneira de perceber o todo, o outro, os espaços, os objetos e a si mesmo.

O ambiente: um produto do design

Não faz muito tempo, cerca de 10 anos, que as escolas que antes graduavam decoradores passaram a ministrar o curso superior em Design de Ambientes. São nítidas as mudanças substanciais no currículo dos cursos, com novas disciplinas e novo conteúdo, adequando-se à realidade pretendida. Percebe-se, no entanto, certa dificuldade de alguns acadêmicos - bem como do mercado consumidor desse serviço - em compreender o sentido amplo do que é fazer design, e mais especificamente, de ambientes. Entendemos que a falta de conhecimento sobre o assunto compromete o ensino, a atuação profissional, bem como os resultados esperados, como fim, do trabalho desenvolvido pelo designer de ambientes.

Um agravante é que se não nenhuma, muito pouca é a pesquisa e conseqüente bibliografia sobre a teoria do Design de Ambientes, e mais especificamente acerca de uma metodologia de projeto aplicada a essa área do design.

A necessidade eminente de embasamento teórico e métodos eficazes em design de ambientes nos permite a proposição desse estudo que pretende reconhecer, avaliar e certificar uma metodologia aplicada ao projeto de Design de Ambientes, em conformidade com outras áreas do design, respeitando certas especificidades que esta determina.

Necessidade de métodos para o projeto de design de ambientes

Na obra *Design: história, teoria e prática do desenho industrial* (2005, p.251) Bernhard E. Bürdek, citando Christopher Alexander (1964), apresenta ao leitor alguns motivos que demandam, na atualidade, a aplicação de metodologia para o desenvolvimento de projetos de design. A quantidade, a diversidade, bem como a complexidade dos problemas de projeto, aliados à quantidade de informações necessárias para a solução desses problemas – também identificados no trato dos espaços habitáveis – justificam o uso de metodologia de projeto adequada ao trabalho do designer de ambientes. Os problemas de design se tornaram por demais complexos para que sejam tratados de forma intuitiva. Embora essencial, não há sistematizada – que do nosso conhecimento, uma metodologia aplicada ao projeto de design de ambientes, se fazendo urgente um estudo sobre o assunto.

O processo de desenvolvimento de projetos de design de ambientes

É notória a menção de Bernd Löbach (1976) que todo processo de design é também um processo criativo e de solução de problemas. Não deve fugir a essa regra o planejamento dos espaços habitáveis – residências, empresas, instituições, dentre outros (in) comuns no dia-a-dia. Desenvolvido pelo designer de ambientes, o projeto dos lugares da vida cotidiana, deve se mostrar não apenas um conjunto estético e funcionalmente configurado, mas o equacionamento de fatores socioeconômicos, tecnológicos, culturais, históricos, ergonômicos e ecológicos. Essenciais às novas tendências do design, métodos semióticos, hermenêuticos e fenomenológicos são cada vez mais aplicados, diz Bernhard E. Bürdek (2005).

Resultado de um processo de percepção, análise, desenvolvimento e solução, o projeto de design de ambientes vem de encontro às necessidades e aos problemas contemporâneos. Para que o projeto favoreça a qualidade de vida e proporcione bem estar, deve ser adequado e eficiente, levando-se em conta, essencialmente, aspectos que envolvem o cotidiano dos usuários dos espaços.

Ser designer de ambientes é quase sempre ser intérprete do inconsciente coletivo. Investigador dos meios e modos de vida dos indivíduos deve saber ler, nas entrelinhas do discurso, desejos, necessidades, possibilidades e perspectivas para o arranjo e a ambiência do espaço. Organizar tais informações e delas saber tirar proveito é talvez o maior desafio. Para tanto temos o briefing como possibilidade. Peter L. Phillips (2008, p.03) menciona que o briefing bem elaborado, “completo e útil”, serve como “ponto de partida para a descoberta de conceitos criativos”. Decodificar as informações reunidas na elaboração do briefing é um segundo passo do processo, ao qual denominamos conceito de projeto: uma idéia forte, que expresse a intenção, guie a configuração e determine a funcionalidade do projeto. Articulando os princípios da interdisciplinaridade e da transversalidade, o processo segue ao passo seguinte, que é determinar as diretrizes projetuais, quais sejam: 1) Característica e Caráter: estabelecem relações com os atributos que fundaram o conceito do projeto. De um modo

geral, podem ser compreendidos, reciprocamente, como a intenção para a aparência do ambiente e para as sensações impregnadas nos usuários dos espaços. 2) Objeto síntese: considerado a “alma” do ambiente, é o artefato que funda o sentido da existência do espaço habitado. Estabelecendo, ou não, relação com a funcionalidade do espaço, pode estar representado por uma peça do mobiliário – utilitário e/ou decorativo – de essencial importância para o arranjo e ou a ambiência deste. 3) Princípios do Design: auxiliam na seleção e organização dos elementos de uma composição, além de ajudar na elaboração de um conjunto harmonioso e agradável. 4) Elementos da Composição: linhas, formas, volumes, cores, texturas, luzes. Partes de um todo que ganham sentido à medida que são coerentemente determinados e articulados pelo designer, dando vida – e sentido – à configuração do ambiente em questão. Design é também comunicação, e é através dos elementos que configuram o espaço que o ambiente transmite sua mensagem: uma história de vida, a expressão de um sonho, a realização de um desejo.

Tratados aspectos conceituais e estéticos do projeto, cabe conduzir o desenvolvimento do projeto visando aspectos ligados à funcionalidade: tirar partido do organograma para visualizar as relações entre as partes envolvidas no uso e ocupação do espaço projetado, elaborar setorização dos departamentos de uma instituição ou empresa, bem como verificar, através do fluxograma, atividades, itinerários e esforços. Por fim, dá-se a execução do leiaute que, além de estabelecer o arranjo físico do local, indica a dimensão e a localização dos artefatos no espaço disponível, juntamente com outros desenhos como cortes, elevações e perspectivas. O objetivo de representar graficamente as idéias elaboradas.

Conclusões preliminares

Briefing, conceito, organograma, setorização, fluxograma, leiaute. Basicamente essas são as etapas da metodologia de projeto de design de ambientes em estudo. Vale mencionar que a pesquisa apresentada aqui se encontra na fase inicial, podendo sofrer alterações conforme avança o conhecimento e acontecem discussões sobre o assunto. Pretendemos que a metodologia para o projeto de Design de Ambientes esteja sistematizada em conformidade com os métodos adotados, já há algum tempo, nas outras áreas do design – anteriormente experimentadas e de comprovada eficiência, atentando para as peculiaridades do projeto de ambientes.

Método de pesquisa

Estão sendo realizadas leituras de bibliografia específica, pesquisa de campo e entrevistas. Pretende-se como estratégia de validação da pesquisa a aplicação do método na disciplina de Prática Projetual no curso de Design de Ambientes, verificando se os objetivos dos projetos propostos para o desenvolvimento em sala de aula serão alcançados ao final do processo.

Referências Bibliográficas

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1973.

BAXTER, Mike. **Projeto de Produto**: guia prático para o desenvolvimento de novos produtos. São Paulo: Edgard Blücher, 1998.

BÜRDEK, Bernhard E. **Design**: história, teoria e prática do desenho industrial. São Paulo: Edgard Blücher, 2005.

LOBACH, Bernd. **Diseño industrial**. Bases para la configuración de los productos industriales. Barcelona: Gustavo Gili, 1976.

PHILLIPS, Peter L.. **Briefing**: A Gestão do Projeto de Design. São Paulo: Edgard Blücher, 2008.