

O significado dos materiais e objetos: um novo olhar para além do ambiente construído

*The meaning of materials and objects:
a new look beyond the built environment*

Simone Maria Brandão Marques de Abreu
Maria Regina Álvares Correia Dias

Resumo: Projetar espaços às necessidades de seus habitantes é o desafio do designer de ambientes na atualidade. Observa-se, por meio de estudo realizado, que os ambientes são projetados, em sua maioria, pelos aspectos funcionais, contribuindo pouco com a significação do ambiente e por isso, com o compromisso social do designer. O principal desafio está na falta de critério mais seguro e consistente na especificação dos materiais e objetos. Um olhar para o significado do material e objeto poderá contribuir para novas escolhas, ampliando as possibilidades de ambientes de maior sentido.

Palavras-chave: materiais, aspectos sensoriais, design emocional, significados dos materiais, ensino do design.

Abstract: Designing spaces to the needs of its inhabitants is the challenge of today's environment designer. It is observed, by means of a study, that the environments are designed, for the most part, by the functional aspects, contributing little to the significance of the environment and therefore, to the social commitment of the designer. The main challenge is the lack of safer and more consistent criteria for specifying materials and objects. A look at the meaning of the material and object can contribute to new choices, expanding the possibilities of more meaningful environments.

Keywords: materials, sensory aspects, emotional design, meanings of materials, design teaching.

Introdução

Os tempos vividos pela sociedade atual são profundamente marcados pelo impacto da globalização que trouxe interação e aproximação de pessoas, uma interligação com o mundo e uma dinamização da economia, política, sociedade e cultura. Essa transformação atinge todas as áreas do conhecimento, bem como a do design, que precisa apoiar-se nas disciplinas que auxiliem na interpretação do sujeito, mas também na decodificação da realidade contemporânea, ora não mais entendidas somente por cálculos exatos, ou melhor, pela objetividade. As questões afetivas, psicológicas e emocionais, valores esses subjetivos, antes percebidos como secundárias, agora são imprescindíveis para a construção de produtos e serviços de identidade, portanto inovadores e sustentáveis.

Encontrar uma nova maneira de projetar, de solucionar problemas, de apresentar novas formas tangíveis daquilo que vem das emoções, desejos e afeto do usuário é um dos maiores desafios para o designer. De acordo com Moraes (2011), atualmente a necessidade de se dar forma a um produto é mais uma questão semântica, comunicativa e ergonômica do que tecnológica.

Durante o processo de elaboração de projeto de design de ambientes, inúmeras são as questões que emergem para que ambientes estejam de acordo com aquele usuário e/ou grupo social que se relacionará com o lugar planejado. Projetar espaços às necessidades de seus habitantes é o desafio do designer de ambientes, que necessitará entender melhor os aspectos funcionais, simbólicos, psicológicos e da relação entre humano e o ambiente. Perceber melhor o sujeito, suas necessidades, sua forma de ver o mundo são alguns dos objetivos a serem atingidos por esse profissional. É um processo complexo, mas necessário, para garantir uma ocupação significativa, constituindo vínculos de pertencimento, induzindo ao bem-estar e à qualidade de vida.

A intangibilidade da linguagem que um ambiente possui, seu conceito e como o designer poderá atuar no arranjo espacial de tal forma que essa linguagem possa ser concretizada por meio da especificação dos materiais e objetos empregados são pontos que levam às seguintes questões: Como atender de forma tangível as sensações de um ambiente, por exemplo, requintado ou de aconchego, de discreto ou suntuoso, de nostálgico ou contemporâneo? Que materiais ou acabamentos são empregados nos ambientes capazes de interpretar tais sensações? Se um ambiente é resultado do arranjo de um conjunto de materiais, sejam eles: metais, cerâmica, polímeros e compósitos e esses agregados de texturas, cores, formas e ainda por objetos sustentados de história e emoção e que também se expressam pelos materiais que são construídos. Estabelece-se então como pergunta: como aplicar esses materiais e objetos de maneira tangível e eficaz à linguagem não verbal construída para o ambiente, seja esse ambiente interno ou externo, residencial ou corporativo, seja ele espaço público ou privado?

O ambiente apresentado na Figura 1 demonstra um diferencial formal na solução do revestimento dos pilares e teto. Lâminas de madeira foram cortadas e montadas de forma a dar movimento. Qual a sensação que esse ambiente proporciona? Qual a razão da escolha da madeira e o que esse material e forma comunicam? Qual o motivo das escolhas? O piso é de cimento queimado e as cadeiras em madeira ebanizada que contrastam na cor e forma com a madeira mel do teto e pilares. A disposição do mobiliário, escolha dos objetos, a cor, interferem na ideia conceitual estabelecida?



*Figura 1: Questões acerca do ambiente, exemplo Banq Restaurant, em Boston
Fonte: Adaptada pelas autoras a partir de: www.raguke.com*

Para Lefebvre, citado por Christian Schmid (2012), o espaço não existe por si mesmo, ele é produzido por seres humanos que constroem nele sua vida. Como se o espaço geométrico fosse neutro e as pessoas que o habitam é que o modificam em algo de pertencimento, transformando-se em lugar, segundo Nóbrega e Cavalcante (2011). A construção do ambiente é essa conversão do espaço em lugar, que adequadamente projetado, com cores, formas e materiais, tangibiliza a maneira de ser dos sujeitos que o habitam. Se adequadamente interpretado pelo designer, construirá sentido e, por fim, conforto que, de acordo com Rybczynski (2002), envolve uma combinação de sensações não só físicas, mas também emocionais e intelectuais. Essa é a maior relevância de um projeto de design, saber colocar de forma tangível o que é subjetivo, o que é percebido por cada indivíduo, e isso é o que faz um ambiente ter pertencimento. Portanto, os designers de ambientes necessitam de estar conscientes dos aspectos objetivos de projeto e ainda dos aspectos subjetivos, tal como estima, desejos, emoções, símbolos, dentre outros.

Materiais e objetos no design de ambientes

Segundo Ashby e Johnson (2011) vivemos em um mundo de materiais e são eles que dão substância a tudo que vemos e tocamos. Segundo os autores, os materiais são a matéria de que é feito o design de produtos. Se considerando que o produto aqui referido é o ambiente, a matéria dos ambientes é o material. E se pensarmos que os objetos são produtos de materiais, ambientes são construídos por materiais e objetos. Para Brown e Farrelly (2014, p. 90) “para os designers de interiores, os materiais são a substância da criação da noção de lugar”.

Ashby e Johnson (2011) classificam os atributos técnicos dos materiais em família, classe, membro e perfil técnico (Figura 2). Essa classificação de materiais está baseada em entendimento científico da natureza dos átomos que os materiais contêm e das ligações entre esses átomos. Os materiais classificam-se em quatro grandes grupos estruturais: metais, polímeros, cerâmicos e compósitos.

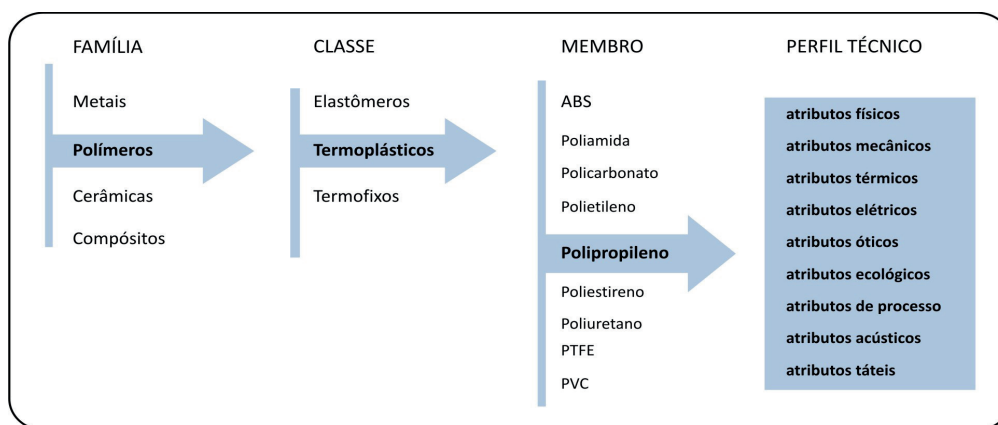


Figura 2: Classificação dos materiais. Fonte: Ashby e Johnson (2011, p. 57).

Segundo Ashby e Johnson (2011), os metais são aqueles compostos a partir da interação de um ou mais átomos, possuem elétrons livres que se movimentam dentro de um campo elétrico, por isso conduzem bem a eletricidade e refletem luz. São eles: aço, alumínio, cobre, níquel, zinco, titânio, magnésio e tungstênio. São rígidos, fortes, duros, pesados, dúcteis, fáceis de usinar e podem ser unidos de várias maneiras, permitindo uma flexibilidade no design.

Além disso, os metais permitem muitos efeitos de luz dada sua característica de brilho, quando necessário, mas também podem receber texturas acetinadas, foscas, desde as mais delicadas, até aspectos rústicos, enferrujados, telados, recortes. Sua superfície pode ser pintada, pode também receber banhos químicos, polimentos e diversos outros acabamentos superficiais. A Figura 3 mostra os metais mais utilizados em ambientes e suas aplicações.

MATERIAL	METAL	APLICAÇÃO
	aço inox colorido - polido e escovado	mobiliário/equipamentos/ revestimento paredes
	chapa aço inox	mobiliário/equipamentos/ revestimento paredes/bojos de pia
	chapa de aço corten	mobiliário/revestimento paredes/objetos
	chapa de alumínio polido	mobiliário/equipamentos/ revestimento paredes
	chapa de alumínio texturizado	mobiliário/equipamentos/ revestimento paredes e pisos
	chapa de cobre polido	mobiliário/ revestimento paredes
	chapa de latão	mobiliário/ objetos
	ferro fundido	objetos
	pastilha de aço inox polido	paredes
	tela metálica	mobiliário/ revestimento paredes

Figura 3: Materiais metálicos utilizados em ambientes. Fonte: ABREU, 2015, p. 52.

Os polímeros constituem uma estrutura molecular que consiste na repetição de pequenas unidades chamadas meros, por isso – polímeros. São divididos em naturais e sintéticos. As madeiras, lã e couro são exemplos de materiais poliméricos naturais, enquanto que os plásticos em geral são sintéticos.

Os polímeros plásticos são divididos em termoplásticos que são aqueles que amolecem quando aquecidos e endurecem quando resfriados. Podem ser misturados dando uma gama de efeitos visuais e táteis. Dentre eles estão o acrílico, policarbonato, polietileno, polipropileno, poliéster, poliamida (nylon), PVC e vinílicos. Os polímeros termofixos são rígidos, resistentes e duráveis.

A resistência dos polímeros não se altera com o calor. Solidificados com o calor não amolecem mais. Por isso, dificulta o processo de reciclagem. Alguns deles: melamínico, tintas, laminados decorativos do tipo ‘fórmica’, poliuretanos, fenólicos, epóxis e silicones. Por fim, os polímeros elastômeros que possuem propriedades elásticas. O termo borracha é um sinônimo usual de elastômero, possuem alto nível de amortecimento e flexibilidade. Os polímeros plásticos podem ser conhecidos como fibras, películas, peças inteiriças moldadas por pressão e espuma. São flexíveis quanto à cor, forma, acabamentos, translucidez e rigidez. Por serem derivados do petróleo, recurso não renovável, são considerados como agressivos ao meio ambiente. Contudo, os biopolímeros estão em pleno desenvolvimento, inclusive com aplicações voltadas para a área de materiais decorativos. A Figura 4 mostra os polímeros mais utilizados em ambientes e suas aplicações.












MATERIAL	POLÍMERO				
	NATURAL	TERMOPLÁSTICO	TERMOFIXO	ELASTÔMERO	APLICAÇÃO
	madeira				mobiliário/ revestimento de piso/ parede/ teto
	couro				mobiliário/ revestimento parede
	lã				tecido
		acrílico			mobiliário/ tecido/ tapete/ carpete/ objeto/ cobertura
		policarbonato			mobiliário/ tecido/ tapete/carpete/ telha/ objeto/ coberturas
		poliéster			tecido/ tapete/ carpete/ objeto/ fibra
		poliamida (nylon)			fibras/ tecido/ objetos
		PVC			revestimento piso
			laminado melamínico (fórmica)		revestimento móveis/ piso/ parede
			tintas		revestimento piso/ parede/ teto mobiliário
				EVA	revestimento piso

Figura 4: Materiais poliméricos utilizados em ambientes. Fonte: ABREU, 2015, p. 53.

Os materiais cerâmicos são compostos inorgânicos cristalinos, onde predominam o tipo de ligação química iônica ou covalente. Os materiais que se enquadram como cerâmicos inclui aqueles compostos por materiais argilosos, cimento e vidro. Estes materiais são tipicamente isolantes térmicos e elétricos, em decorrência do tipo de ligação química, que não possui elétrons livres para a condução de eletricidade e calor.

Essa família de materiais é, geralmente, mais resistente às elevadas temperaturas e à abrasão que os materiais metálicos e polímeros. Além disso, esses materiais possuem, em geral, elevada dureza e elevada fragilidade e ainda, alto grau de reciclabilidade.

Cerâmicas tradicionais, com base em argila, sílica e feldspato, são macias e fáceis de moldar antes de queimadas. Podem criar tijolos, louças, porcelanas, azulejos, ladrilhos, peças para banheiros e telhas. Cerâmicas térmicas consistem em compostos puros ou quase puros, sintetizados por reações químicas, são encontradas no uso típico: próteses ósseas, implantes dentários, ferramentas de corte, brocas, materiais para matrizes e montagens. A Figura 5 apresenta alguns exemplos de cerâmicas utilizadas em ambientes.



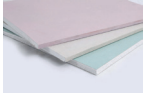




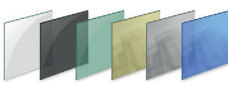
MATERIAL	CERÂMICAS	APLICAÇÃO
	cerâmica	revestimento paredes/ pisos/ objetos
	espelho	revestimento parede/ objetos
	gesso	paredes/ tetos
	louça sanitária	vasos/ pias/ bojos/ bidê/ tanque
	telha	cobertura
	tijolo	paredes/ pisos
	tijolo de vidro	paredes
	vidro	mobiliário/ objetos/ divisórias

Figura 5: Materiais cerâmicos utilizadas em ambientes. Fonte: ABREU, 2015, p. 54.

Os compósitos são materiais caracterizados pela união macroscópica de dois ou mais materiais distintos, visando aglutinar propriedades e alcançar outras não encontradas nos componentes individualmente. O desenvolvimento desta família de materiais foi impulsionado pelas necessidades aeronáuticas e bélicas de materiais que unissem elevadas resistência e leveza. Em geral são constituídos de uma matriz (material de liga), como a resina, e uma fase dispersa (partículas ou fibras). Produtos como o MDF, o aglomerado, o compensado, são exemplos de compósitos inspirados em produtos naturais. Além desses, os cimentícios – tijolo de concreto, o ladrilho hidráulico, placas de cimentício e a fibra de vidro.

Para Brown e Farrelly (2014) compreender o processo de seleção, composição e combinação dos materiais é essencial para um projeto de design de ambientes. “A maneira como os materiais são utilizados em um ambiente interno pode ser influenciado pelo contexto histórico, cultural e físico, assim como as tradições e convenções absorvidas pelo projetista” (BROWN E FARELLY, 2014, p. 7). Nesse contexto, os materiais são escolhidos pelo designer não somente pelas questões físicas de aparência ou composição química, bem como pela sua linguagem percebida. A Figura 6 mostra exemplos típicos de compósitos utilizados em ambientes.











MATERIAL	COMPÓSITO	APLICAÇÃO
	aglomerado	mobiliário
	bloco	paredes
	cimentício	revestimento paredes/piso
	compensado	mobiliário
	corian	bancadas/mobiliário
	fibra de vidro	banheiras/piscinas/mobiliário
	ladrilho hidráulico	revestimento paredes/piso
	MDF	mobiliário/revestimento paredes/divisórias
	papel	Revestimentos de paredes internas
	selestone	bancadas/revestimento paredes/piso

Figura 6: Materiais compósitos utilizados em ambientes. Fonte: ABREU, 2015, p. 56.

Significado dos materiais

O espaço material é um conjunto de lugares exteriores ao sujeito, pode ser representado como imaginário, isto é, definido como uma realidade interior do ser. O espaço pode ser utilizado para exprimir uma ideia, uma realidade abstrata contida no indivíduo que está habitando nesse lugar. “O espaço é uma realidade organizada psiquicamente a partir da relação entre espaço próprio do corpo e ambiente exterior” (FISCHER, 1994, p. 47). Tentar definir os significados dos materiais com suas formas, cores, texturas e os objetos pela dimensão psicológica, isto é, aquela de estreita relação do indivíduo com o espaço, seria de extrema complexidade, pois cada indivíduo percebe o mundo por uma única realidade.

Fischer (1994) afirma que existe uma linguagem conjunta apreendida e articulada pela sociedade, historicamente transmitida e apoiada em símbolos, e que, através dessa linguagem, os homens se comunicam, transmitem e desenvolvem o seu saber - esse é o papel da cultura. Existe uma construção de ideias, de saberes, de realidades em conformidade com um modelo, mais ou menos flexível, advinda de uma maneira de ver e sentir o mundo de um grupo de pessoas, “as nossas atitudes, atividades, julgamentos são pelo menos parcialmente idênticos aos dos outros” (FISCHER, 1994, p. 56). Então, materiais com suas cores, formas e texturas possuem uma linguagem cultural que se expressa no ambiente de maneira subjetiva. Para Hall (2005, p. 8), devemos aprender a interpretar as comunicações silenciosas com a mesma facilidade com que interpretamos as impressas e faladas.

Manzini (1993) enfatiza que o material natural possui uma linguagem interpretativa: ele leva tempo para ser sedimentado, criando possibilidades de memória. O artificial é tudo aquilo que se produz velocemente, capaz de não realizar sedimento, “qualquer análise do reconhecimento do artificial e do percurso da experiência terá sempre como ponto de partida situar a experiência no tempo, quantificar-lhe duração e determinar o modo como se relaciona com a memória” (MANZINI, 1993, p. 31).

Um material homogêneo, superfície plana, arestas vivas, “a máquina produz, exclusivamente uma ordem que para a Natureza é improvável” (MANZINI, 1993, p. 31). A linha reta produz uma sensação de algo artificial, produzida

pela indústria, dando a ideia do artificial, proporcionando um conceito mais técnico, de pouco pertencimento. “Para o artífice, um nó da madeira ou um veio na pedra são obstáculos, mas também um estímulo à variação. Para uma máquina são defeitos” (MANZINI, 1993, p. 32). O natural é real e possível de variação. O natural é orgânico, flexível, livre, doméstico; o industrializado é reto, fixo, artificial, próprio ao espaço de trabalho. “A madeira já foi tocada, cheirada, rasgada, dobrada e cortada de mil maneiras, submetida a esforços mecânicos [...] queimada, carbonizada, destilada e já com certeza alguém, algures, a tentou comer [...]” (MANZINI, 1993, p. 36).

O reconhecimento dos materiais se faz pelo que a memória conseguiu absorver. O material novo não terá o mesmo reconhecimento que um antigo. Os novos materiais, segundo Manzini (1993, p. 41) são maquinaria de cena no grande espetáculo das comunicações, da imaginação informatizada, da inteligência artificial. Logo, materiais antigos transmitem uma ideia de memória, valores culturais, próprios para comunicar atributos como precioso, quente e doméstico e os novos traduzem contemporaneidade, informação, o dissimulado.

No princípio, no período neolítico, a madeira, pedra, chifre e pele; mais tarde a lã, fibras vegetais, argila, na industrialização o aço, em seguida o plástico. Esses materiais traduzem sua história, cria-se num novo ambiente térmico e cultural, cujo lema pode ser ‘menos matéria, menos energia, mais informação’ (MANZINI, 1993, p. 43). Construções maciças, duráveis e pesadas, o peso é tradicional, esses materiais utilizados para essas construções significam peso. “As construções tinham sempre vistas como marcas maciças, bem enraizadas no solo com as suas paredes sólidas. Eis que, de repente, tomaram um aspecto transparente [...] a própria imagem da leveza” (MANZINI, 1993, p. 116). O vidro, transparência e leveza, o novo, o industrial e a metrópole, são conceitos desse material interligado à realidade cultural.

Manzini (1993, p. 119) chama atenção para o fato de que a homogeneidade e as limitações dos materiais e técnicas disponíveis em uma dada área e tempo conduziram certa uniformidade na substância material de tudo o que se construía.

A Figura 7 demonstra como os materiais naturais traduzem os significados expostos de cultura, pertencimento, individualidade; o mesmo acontece com a Figura 8, na qual os materiais industrializados e artificiais traduzem uma linguagem fria e impessoal.



Figura 7: Significado do natural. Fonte: www.elianepinheiro.com

LINGUAGEM	MATERIAL
sedimentado - memória	pele argila /cerâmica fibra vegetal vegetal chifre madeira pedra
valores culturais	
durável - tradicional	
tempo - antigo	
artesão - preciso - quente	
variação	
flexível - livre - doméstico	
orgânico	
subjetivo - privado	
cores neutras - terra	

Fonte: ABREU, 2015, p. 58

A uniformidade nos leva a uma ideia de limitação de materiais disponíveis para a construção de algo. “Hoje, a multiplicação de materiais e técnicas, por um lado, e dos comportamentos por outro, permitem decompor o *habitat* em formatos diferentes, adaptados a necessidades culturais e funcionais” (MANZINI, 1993, p 119).



Figura 8: Significado do artificial. Fonte: ark-arquitetura.blogspot.com.

LINGUAGEM	MATERIAL
veloz - novo	plástico vidro aço melamínicos corian selestone
homogêneo	
reto - superfícies planas	
frio	
máquina - industrial - função	
contemporâneo - moderno	
transparência - leveza	
metrópole - higiene	
objetivo - público	
formas - cores	

Fonte: ABREU, 2015, p. 59

Os comportamentos e a cultura dos usuários auxiliam na definição dos vários significados hoje encontrados na composição dos objetos – construções (objetos habitáveis), mobiliário e arranjos. Enfim, o diferenciado faz parte da construção do atual, do novo; a uniformidade das formas, cores, e arranjos simétricos, por exemplo, fazem parte da tradição.

Significado dos objetos

Os objetos segundo Baudrillard (2004) são classificados como um mundo de produtos inventado pelo homem com o objetivo primeiro de atender às suas necessidades. Diante de uma proliferação crescente, as necessidades se multiplicaram e esses objetos também sofrem mutação e expansão ao ponto de faltar vocabulário para designá-los. Estamos imersos em um mundo de objetos arranjados ou não em um ambiente e que comunicam “não se trata, pois, dos objetos definidos segundo sua função [...] mas dos processos pelos quais as pessoas entram em relação com eles e da sistemática da conduta e das relações humanas que disso resulta” (BAUDRILLARD, 2004, p. 11). Para o autor, o mundo dos objetos é um sistema que abrange muito mais que seu uso, estende-se ao seu significado e permite que o homem entre em contato com sua própria cultura.

Moles *et al.* (1972) consideram o objeto como sendo um elemento essencial que nos cerca, primeiro contato do homem com o mundo, manipulado semioticamente por ser possuidor de nome para designá-lo, diferenciando-o de outro objeto. Por essa razão, torna-se um vetor de comunicação, “elemento de cultura, o objeto é a concretização de um grande número de ações do homem da sociedade e se inscreve no plano das mensagens que o meio social envia ao indivíduo” (MOLES, *et al.*, 1972, p. 11). Moles (1981) ressalta que, com a massificação da vida socializada, há um enfraquecimento da presença do indivíduo, criando espaço a ser preenchido pelo objeto, transformado objetos em bens que geram desejos, passando a ter “função e portadores de signos e reveladores sociais, oposição do privado e do público e o artificial em oposição ao natural” (MOLES, *et al.*, 1981, p. 11).

O objeto cede lugar à imagem do próprio indivíduo, possuidor desse objeto, que é motivado a destacar-se dentro do coletivo e, quando não atende, o objeto é trocado por outro que desempenhe melhor papel. “Nesse sentido, vemos as relações sociais de trabalho e a produção material da cultura material constantemente alteradas pelo processo de fetichização dos objetos” (DOHMANN, 2013, p. 35). Os objetos não são mais adquiridos pelo seu valor de uso, atributo óbvio, mas, sim, pelo que eles significam. Diminuídos na sua responsabilidade funcional, os objetos passam a ser um potencial de significados, sinais que codificam uma cultura, expressões materializadas da sociedade. “É através dessa linguagem conotativa como certas coisas, das mais básicas e úteis às mais sofisticadas, conseguem ‘falar’ muito além da sua função” (DOHMANN, 2013, p. 38). Por isso, para reconhecer acerca das civilizações do passado, reporta-se ao estudo dos objetos, que fornecem dados para reconstruir a história dos modos de viver do homem (COSTA, 2013, p. 81). Refletem, portanto, a própria imagem do homem e o contexto no qual foi manufaturado através de seus materiais, formas, cores e texturas e as identidades sociais que representam.

É nessa lógica que Sudjic (2010) conceitua os objetos de luxo, como sendo aqueles que possuem requisitos suficientes para serem considerados fora do comum. A linguagem é não manter-se igual, é estar superior à massa. Isso pelo fato de que o luxo não é construído dentro do princípio funcional e sim do desejo, do fantástico. Não basta parecer caro, mas precisa sinalizar valor e ambição. Luta-se tanto pela sobrevivência de uma maneira objetiva e cansativa que se precisa mesclar com o desejo, dar um tempo desse mundo e se entregar ao luxo. “Luxo era a trégua que a humanidade encontrava para si na luta diária pela sobrevivência” (SUDJIC, 2010, p. 91). O luxo passa a ser um sinal de alívio e de *status*, entendendo que nem todos conseguem ‘se dar ao luxo’ de ter desejos. O luxo, então, é ter aquilo que não se tem. Mas na contemporaneidade tudo se tem, então, como obter objetos de luxo? É reinventar, se não o luxo não sobrevive. É possuir objetos como um *laptop* com brilhantes. Sua função será a mesma, mas o objeto ganha um novo valor, o de que nem todos podem possuí-lo. Por ser puro consumo, ele abastece as indústrias

ocidentais, segundo Sudjic (2010) e passa a ser sinônimo de objetos artificiais, industrializados e de fascínio. Enfim, luxo não é só fabricar artigos diferenciados, mas também difíceis de manterem-se. Afinal, um lençol de linho precisa ser passado toda vez que for usado. São detalhes que convencem o consumidor a gastar dinheiro para sentir-se anestesiado diante a realidade. “Luxo é a maneira de propiciar um alívio da implacável maré de bens que ameaça nos afogar” (SUDJIC, 2010, p. 129).

Nessa perspectiva, ambientes luxuosos seriam aqueles que ultrapassam o sentido de realidade. Eles são efêmeros, pois necessitam de serem reavaliados constantemente, por isso não são sustentáveis. Materiais que estão fora do padrão, tanto do ponto de vista conceitual, como estético e econômico. Objetos que não traduzem o natural, pelo fato da natureza estar em todos os lugares e para todos, luxo é algo diferente, exclusivo, não sugere igualdade, democracia ou inclusão. Porém, pode-se destacar que, pelo fato da escassez de reservas naturais na atualidade, entende-se como possível traduzir a natureza como luxo.

Os espaços são constituídos por um conjunto de objetos e suas inter-relações que expressam a materialidade do indivíduo e de uma cultura e não somente pelas suas funções, mas primordialmente, pelos seus significados. Os móveis, objetos que são a base do arranjo de um ambiente, funcionam como signos de pertencimento e de diferenciação social nas sociedades. Eles não existem de maneira isolada, pois integram uma complexa “coreografia de interações” (SUDJIC, 2010, p. 54). “A configuração do mobiliário está relacionada à organização familiar e societária de uma época, uma vez que as modificações nos espaços domésticos são indícios importantes para análise dos espaços de viver, da relação entre público e privado, e da percepção do conforto” (COSTA, 2013, p. 85). “Os móveis se contemplam, se oprimem, se enredam em uma unidade que é menos espacial que de ordem moral” (BAUDRILLARD, 2004, p. 22). Percebe-se que o ambiente, para que atenda ao usuário, ou para que possa construir um discurso homem e ambiente, necessário se faz estar muito mais centrado ‘na alma’ do objeto que seu próprio arranjo no espaço.

Costa (2013) elucida que, no regime patriarcal, rígido e fechado entre 1870 e 1920, os móveis carregavam valores de uma sociedade tradicional e conotavam eternidade, eram fabricados para durar. O arranjo das salas de estar sugeriam pouca ou nenhuma mobilidade e suas superfícies eram lustradas e ebanizadas, sofrendo restrições formais e, além disso, demonstravam a prosperidade do proprietário, é o que afirma Rybczynski (2002). Na atualidade a casa moderna é influenciada por novas práticas de consumo e os móveis deixam de ser “depositário do afeto e da memória familiares para serem escolhidos de acordo com sua forma, cor e função na composição do conjunto” (COSTA, 2013, p. 91).

Barroso (2015) enfatiza que as casas não são museus ou galerias de arte. Uma casa para ser um “lar” é uma extensão da vida das pessoas que nela habitam. Mudam com o tempo. Evoluem com suas preferências. Trazem um novo gosto adquirido. Mudam de cor, de estilo assim como as pessoas mudam de penteado, de roupas, de companhias e crenças, os verdadeiros lares são também mutantes. Para o autor, nossa cultura está impregnada de histórias, lendas, memórias e de um mundo material único e singular. Neste universo material nascem e florescem artefatos que trazem consigo as raízes do lugar. Sua história, seu passado, seus mitos, crenças e ritos. Estes objetos são expressão de nossa cultura. O artesanato e a arte popular são portadores de uma visão de futuro, muito mais que um olhar ao passado, eles renovam-se continuamente, impulsionados pelo mercado e pelo desejo permanente de criar.

A tarefa fundamental de um designer é participar com o cliente da escolha de materiais e peças, funcionais ou de decoração, ofertadas no mercado, ou feitas artesanalmente na região. A descoberta de um elemento artesanal que possa substituir outro importado ou sem um atributo diferenciador significativo, é aquilo que fará o ambiente trazer consigo a personalidade do lugar. [...] É necessário conhecer, tomar intimidade, se aproximar, para depois gostar, amar ou respeitar. Entender que por detrás de uma peça artesanal reside uma singularidade, uma exclusividade, um luxo emocional. [...] Para os que pensam em decorar suas casas digo: luxo é ter um espaço próprio, único, personalizado, com sua

cara, seu jeito de ser e de viver, onde você se sinte bem, recompensado, energizado e feliz. Para os designers duas atitudes éticas fundamentais: o respeito com o gosto e com o dinheiro de seu cliente. Trabalhe com ele e não para ele. Seja capaz de aportar com seu amplo repertório tecnológico e cultural aquilo que o cliente talvez desconheça e de repente nem sabe que necessita. Traduza o desejo e expectativa em surpresa e encantamento (BARROSO, 2015).

Considerações finais

O ambiente construído é dotado de significado a partir do momento que é organizado por materiais e objetos atribuídos de sentido. Isso poderá ser alcançado na medida em que o profissional designer buscar compreender e enfatizar as questões intangíveis do usuário, como: sua história, sua visão de mundo, seus afetos, suas emoções, seus sonhos e ainda das experiências que eles gostariam de ter, interpretar essas experiências, com o intuito de alterar significados, portanto gerar novos resultados.

Então, projetos que consideram os aspectos intangíveis podem apresentar uma oportunidade estratégica de ambientes com novos conceitos e principalmente que atendam ao princípio de que ambientes também são dotados de valores de estima, de desejos e de símbolos.

Essa abordagem irá exigir muito mais dos designers de ambientes nas interpretações do intangível, incluindo uma visão sistêmica para esse processo. Seria valoroso, talvez, propor no *briefing* questões direcionadas às emoções, desejos e experiências do usuário, objetivando perceber melhor quem é esse homem que irá usufruir desse espaço, cultural, social e psicologicamente falando. Nesse sentido, reforça-se a importância de trazer para o ensino uma análise crítica do que seja a projeção de ambientes nos seus aspectos intangíveis.

Por fim, buscar e interpretar os aspectos subjetivos do ser é algo muito difícil, mas esse desafio é estímulo para o designer, estímulo à curiosidade, estímulo para ser criativo, estímulo para conhecer o outro, sua expressão, sua história, sua visão de mundo.

Referências

ABREU, Simone Maria Brandão Marques. **Aspectos subjetivos relacionados ao Design de Ambientes: um desafio no processo projetual**. 2015, 135 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2015.

ASHBY, Michael. F.; JOHNSON, Kara. **Materiais e design: arte e ciência da seleção de materiais no design de produto**. Trad. Arlete Simille Marques. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

BARROSO, Eduardo. **O luxo emocional e o sentido de pertencimento na decoração de interiores**. Texto apresentado no Lançamento da Casa Cor Espírito Santo, em Vitória, 24/03/2015. Disponível em: <http://eduardobarroso.blogspot.com.br/2015/03/o-luxo-emocional-e-o-sentido-de.html>. Acesso em 10 jun. de 2015.

BROWN, Rachel; FARRELLY, Lorraine. **Materiais no design de interiores**. Trad. Alexandre Salvaterra. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do Design**. São Paulo: Blucher, 2008.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

CALVALCANTE, Sílvia; NÓBREGA, Lana M. A. Espaço e lugar. In: CAVALCANTE, Sílvia; ELALI, Gleice A. **Temas básicos em psicologia ambiental**. Petrópolis: Vozes, 2011.

CAMPOS DE CARVALHO, Mara I.; CALVALCANTE, Sílvia; NÓBREGA, Lana M. A. **Ambiente**. In: CAVALCANTE, Sílvia; ELALI, Gleice A. **Temas básicos em psicologia ambiental**. Petrópolis: Vozes, 2011.

- COSTA, Glória. O mobiliário da casa brasileira (1920-1959). O sentido social e simbólico dos “deuses domésticos”. In: DOHMANN, Marcos (Org.). **A Experiência do material: a cultura do objeto**. Rio de Janeiro: Rio Books, 2013.
- DAMAZIO, Vera. **Design e emoção: alguns pensamentos sobre artefatos de memória**. Universidade do Rio de Janeiro, 2008. Artigo disponível em: <http://www.dad.pucio.br/labmemo/artefatos_de_memoria.pdf>. Acesso em: 05 mai. 2013.
- DOHMANN, Marcos (Org.). **A experiência material: a cultura do objeto**. Rio de Janeiro: Rio Books, 2013.
- FISCHER, Gustave-N. **Psicologia social do ambiente**. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.
- FORTY, Adrian. **Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- LEFEBVRE, Henri. **De l'État, tome III: le mode de production étatique**. Paris: Union Générale d'Editions, 1977.
- LIMA, Marco A.M. **Introdução aos materiais e processos para designes**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2006.
- MANZINI, Ezio. **A matéria da invenção**. Trad. Pedro Afonso Dias. Lisboa: Centro Português de Design, 1993.
- MOLES, Abraham A; BAUDRILLARD, Jean; BOUDON, Pierre; LIER, Henri Van; WAHL, Eberhard. **Semiótica dos objetos**. Petrópolis: Vozes, 1972.
- MOLES, Abraham A. **Teoria dos objetos**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1981.
- MORAES, Dijon De. **Metaprojeto design do design**. São Paulo: Blucher, 2010.
- MORAES, Dijon De. Metaprojeto como modelo projetual. In: MORAES, Dijon; DIAS, Regina Álvares; CONSELHO, Rosemary Bom (Eds.). **Cadernos de estudos avançados em design: método**, v. 5. Barbacena: EdUEMG, 2011, p. 35-51.
- MORAES, Dijon; DIAS, Regina Álvares; CONSELHO, Rosemary Bom (Ed.). In: **Cadernos de estudos avançados em design: método**. Barbacena: EdUEMG, 2011.
- RYBCZYNSKI, Witold. **Casa: pequena história de uma ideia**. Trad. Betina Von Staas. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- SHIMID, Aloísio Leoni. **A ideia de conforto: reflexões sobre o ambiente construído**. Curitiba: Pactoambiental, 2005.
- SCHMID, Christian. A teoria da produção do espaço de Henri Lefebvre: em direção a uma dialética tridimensional. Trad. Marta Inez Medeiros Marques e Marcelo Barreto. In: **GEOUSP – espaço e tempo**, São Paulo, n. 32, 2012, pp. 89-109.
- SILVA, Helga S.; SANTOS, Mauro C. O. O significado do conforto no ambiente residencial. In: **Cadernos PROARQ**, Rio de Janeiro, n. 18, 2012, pp. 137-151.
- SUDJIC, Deyan. **A linguagem das coisas**. Trad. Adalgisa Campos da Silva. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.
- TUAN, Yi-Fu. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência**. Trad. Livia de Oliveira. Londrina: Eduel, 2013.

Simone Maria Brandão Marques de Abreu é graduada em Design de Ambientes (Decoração) pela FUMA/MG, mestre em Design pela UEMG (2015); especialista em Educação pela UEMG. Atualmente é Doutoranda em Design pela UEMG. Atua como professora da Escola de Design - UEMG desde 1996. Coordenadora do Centro de Estudos em Design de Ambientes - CEDA ED/UEMG. Foi Coordenadora do Curso *Lato Sensu* de Design de Móveis da Escola de Design/UEMG; Subcoordenadora e Coordenadora do Curso de Design de Ambientes ED/UEMG; Vice-diretora e Diretora dessa mesma instituição. Atua na área de ensino e pesquisa nos seguintes temas: ambiências, materiais e linguagem.

Maria Regina Álvares Correia Dias é graduada em Design Industrial pela FUMA/MG, mestrado em Engenharia de Produção e doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento na UFSC. É professora nos cursos de graduação, mestrado e doutorado da Escola de Design da UEMG, onde também coordena o Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa. Atuou como designer no LBDI, em Florianópolis, Itautech, Paradesign, Ethermídia e Pixeldesign. Áreas de pesquisa: História do design em Minas Gerais; Materiais, linguagem e design; Teoria, cultura e pesquisa em Design; Métodos e inovação em Design; Ergonomia, usabilidade e Interfaces.