

SUSTENTABILIDADE NO DESIGN DE INTERIORES

SUSTAINABILITY IN TO THE INTERIORS DESIGN

Eliana Maria Tancredi Zmyslowski ⁱ

homem, espaço e sustentabilidade

Frente às várias áreas profissionais, o Design de Interiores tem um “papel” importante na contribuição do desenvolvimento da sustentabilidade. Podemos dizer que ele está diretamente ligado ao desenvolvimento sustentável do planeta, pois interfere diretamente nas relações entre um indivíduo e seu espaço. Considerar um espaço limite de um indivíduo, é transformar esse espaço na razão de sua sobrevivência, assim, os sistemas naturais e artificiais de ventilação, de iluminação, de produtos, de materiais, de certa forma, interferem no projeto de interiores dos espaços. No projeto de interiores devemos considerar os elementos fundamentais que atuam na sustentabilidade e, que se inter-relacionam com os espaços e as atividades humanas, trazendo ações de equilíbrio do homem com o espaço em que habita. Este artigo estuda a sustentabilidade no Design de Interiores não só como uma conscientização ambiental das pessoas mas como uma premissa de novos valores aos produtos e espaços.

man , space and sustainability

Before several professional areas, the Interiors Design has an important role in contributing to the planet's sustainability development. We can affirm that because it directly interferes in the relation of one individual and his environment. To consider one's space limit is to transform this space in a reason for his survival, so the natural and artificial ventilation system, lighting, products, materials, somehow interfere in the interiors spaces project. In t Textos publicados na internet he project, we must consider the fundamental elements that act in sustainability, which somehow mixes with the spaces and human activities, balancing the person with the space he lives. This article studies the sustainability in Interiors Design, not only about environmental consciousness, but like a premise of new values in products and spaces.

1. Introdução

O Design de Interiores é complexo dentro de sua atuação, relacionam alguns elementos, entre eles, peças, mobiliário, revestimentos, produtos ao espaço utilizado pelas pessoas. Refere-se à relação de acesso e o uso desses elementos entre os espaços e ao meio ambiente. O Design de interiores é o estudo que se aplica a todos os tipos de interiores (ambientes) e exteriores (fachadas e jardins), sejam eles; residenciais ou comerciais, de recreação ou de transporte. Por isso que o designer de interiores como profissional atuante na área, é visto como um especialista no planejamento dos espaços com os quais as pessoas têm contato mais próximo, como as residências, locais de trabalho, locais públicos e de lazer.

Na contemporaneidade percebe-se um envolvimento do indivíduo cada vez mais sempre presente nos espaços. Envolvimento que pode estar marcado pela integração de uma relação experimental do indivíduo com os espaços, seja ela, física, social ou emocional. Interação que é feita através do perfil do sujeito como cliente que impõe nesse perfil, suas vontades, anseios e desejos, que interagem com o espaço a ser estudado.

Assim podemos dizer que o Design de Interiores está diretamente ligado ao processo de desenvolvimento sustentável do planeta, pois interfere diretamente nas relações do indivíduo, seu espaço e o meio ambiente.

2. Projeto de Interiores: produtos e serviços sustentáveis

O projeto de interiores dos espaços desde a sua criação pode ser norteado com especificações que determinam e visem baixo impacto ambiental, sejam elas pelos produtos, serviços, até pela salubridade, responsabilidade e consciência dos usuários desses espaços. Portanto cabe ao designer de interiores, como criador e gestor de um projeto, conhecer e informar as responsabilidades do conhecimento do ciclo de vida dos materiais e produtos que compõem um projeto de interiores.

Quando se fala em projeto de interiores sustentável muitos já pensam em técnicas sofisticadas na sua composição, mas há premissas básicas que qualquer designer deveria atender, entre elas: a *energia* – uso de energia renovável e otimização energética, a *água* – origem, racionalização e minimização de resíduos, o *ambiente* – qualidade do ar e conforto (iluminação natural e artificial), e os *materiais* (revestimentos e peças) – origem, uso e reciclagem (gerenciamento do lixo).

O tema da sustentabilidade nos últimos anos vem sendo direcionado para diversas áreas de atuações o que causa uma interdisciplinaridade relacionada diretamente ao projeto de interiores, esta interdisciplinaridade aborda diferentes profissionais em um só projeto. Ao citarmos um projeto de interiores de um ambiente como uma sala de estar, na composição das peças desse ambiente, o sofá, por exemplo, deve ter todos os elementos envolvidos no desenvolvimento da sustentabilidade, incorporando desde o plantio e a colheita correta das árvores que servirão como matéria prima da fabricação desse sofá, até a resina que protegerá o tecido dessa peça. Desta forma, muitos profissionais de diversas áreas de atuações participam, sejam diretamente ou indiretamente, de um projeto de interiores. Percebemos que cada peça do mobiliário de um ambiente, como esse sofá, deve ser executada com materiais de baixo impacto ambiental, e até o projeto de iluminação deve ser desenvolvido com foco em eficiência energética que faz parte do projeto de interiores desse ambiente.

Verificamos que algumas soluções na fabricação dos produtos, já estão atestadas e devem ser cada vez mais utilizadas pelos profissionais, como madeiras de manejo sustentável, restos e sobras de materiais, materiais alternativos, como bambus, cascas de coco para revestimentos, pastilhas feitas com chifres e ossos, além de objetos feitos em couro. Hoje encontramos estudos que centralizam informações para as pessoas que desejam adquirir conhecimentos sobre alguns produtos e revestimentos sustentáveis, por exemplo, a “Materioteca Ecológica”, que faz parte do *Projeto Mateco*ⁱⁱ. Percebemos também que em um projeto de interiores outros produtos também atuam indiretamente na sustentabilidade como válvulas e bacias sanitárias que reduzem o consumo de água.

Para tanto é notável a existência de uma preocupação quanto a todo o processo de fabricação e uso de materiais, produtos e até os serviços em um projeto de interiores. A busca por explicações e conhecimentos que acercam a sustentabilidade ambiental aplicado em um projeto de interiores, leva a um objetivo geral de estudos e discussões para todos os professores, alunos, clientes, profissionais, fornecedores que atuam no Design de Interiores. Cada vez mais devemos falar no assunto conscientizando as pessoas dos problemas e das soluções que rodeiam o tema.

”O maior acesso à informação potencializa mudanças comportamentais necessárias para um agir orientado para a defesa do interesse geral.....Nesses tempos em que a informação assume um papel cada vez mais relevante, o ciberespaço, a multimídia, a Internet e a educação para a cidadania representam a possibilidade de motivar e sensibilizar as pessoas para transformar as diversas formas de participação na defesa da qualidade de vida”. (Jacobi,2006,p:1)

Portanto a o consumirmos qualquer tipo de produtos, sejam eles para um projeto de Interiores ou não, devemos pensar além do ato de comprar esses produtos, considerando a

responsabilidade social que temos enquanto consumidor; procurar obter informações mais profundas sobre os produtos e assim até identificarmos o histórico da empresa que está por trás dele. Segundo “Heloisa de Mello”, gerente de operações do *Instituto Akatu*ⁱⁱⁱ no produto deve conter implícito de que forma o item foi produzido. O profissional da área de Design de Interiores, o designer, deve tomar instruções dos produtos auxiliando seu cliente através do conhecimento e pesquisa da empresa/marca desses produtos.

3. A configuração do espaço: comportamento e estilos de vida do usuário

Verificamos que o homem contemporâneo passa a sua maior parte do dia em espaços fechados se utilizando cada vez mais dos interiores desses espaços, sejam eles; o carro, o shopping, o dormitório, o escritório, a casa. Citamos de exemplo um indivíduo que dorme, estuda, trabalha e se locomove de um espaço ao outro dentro de um veículo. Entre outras atividades corriqueiras do seu dia-dia, podemos dizer que ele passa quase que o seu dia e noite inteiros dentro de *espaços fechados*^{iv}, como: o dormitório, a sala de aula, o escritório, o carro e etc.

Tal fato nos permite perceber que na contemporaneidade a uma humanização nos espaços, ou seja, um envolvimento cada vez mais presente das pessoas nos espaços, seja para criar (designer) e/ou participar (usuário) desses espaços. O fato do indivíduo querer humanizar os espaços podemos dizer que está relacionado à quantidade de tempo que ele passa dentro desses espaços, o que favorece a busca ao seu “interior”, o “*cocconing*”. O comportamento atual individual do indivíduo acaba exigindo dos espaços bem-estar, conforto, estabilidade ou uma satisfação que ele possa almejar, elementos que dão o tom a um espaço transformando-o em uma espécie de cápsula protetora.

“Por exemplo, em 1981, vimos à emergência do Encasulamento. Embora fosse a época do sexo, drogas e rock and roll, acreditamos que o consumidor futuro estaria ansiando por enroscar-se na cama com uma deliciosa pizza. Criar um casal de filhos, quem sabe iniciar um negócio em casa.” (Popcorn,1997, p: 37).

Segundo “Faith Popcorn”, criadora do verbo encasular e “grande guru” de tendências pessoais e de negócios, identifica as dezesseis principais tendências mundiais para as próximas décadas, entre elas, o *encasulamento*^v.

“Quando cunhamos o termo Encasulamento, queríamos nos referir a entocar-se, encomendar comida em casa e ver os programas favoritos na televisão. O encasulamento evocava imagens calorosas de lares. De ninhos. De carinho. De diversão em casa. De entrar em sintonia com aqueles de quem gostamos”. (Popcorn,1997,p:53).

Entre outras tendências “Popcorn” (1997) cita também o *S.O.S. (Salve O Social)* – que diagnostica a proteção de nosso planeta ameaçado de extinção, onde precisamos redescobrir uma consciência social com base em uma mistura de ética, educação, meio ambiente e compaixão.

“O Click para o futuro será tornar o mundo seguro para nós e para nossos filhos e proteger nosso próprio mundo. Provavelmente o maior desafio da Tendência S.O.S. é ter que decidir o que salvar....

Se cada um de nós se esforçar , de verdade confiando nos fatos e não em táticas assustadoras – os resultados serão coletivos. Não é avassalador. Ainda estamos aqui. Ainda podemos ter um Click. Nunca deixe de ter esperança”. (Popcorn,1997,p:354).

Ambas tendências acima citadas por “Popcorn”(1997), estabelecem uma complexa relação entre o homem e o espaço, sendo eles a casa e/ou planeta. Dados diagnosticados há alguns anos atrás, mas que ainda podem ser percebidos cada vez presentes nos espaços residenciais e comerciais nos projetos de interiores. Contudo nos faz pensar a uma organização e construção desses espaços, que diretamente transferem um atendimento das necessidades, anseios e desejos, que são específicos e individuais para cada usuário de seu espaço.

Os habitantes de uma casa e/ou do planeta, por serem usuários desses espaços, fazem desse um lugar, um ambiente próprio, um lugar produzido pelos aspectos dos usuários que utilizam esse espaço. Um lugar caracterizado que, por muitas vezes pode ser até um espaço imaginário e inatingível. Para isso percebemos que para um espaço ser próprio ele precisa ter a participação não só física e social de um indivíduo, mas também emocional. A casa e/ou planeta é um *espaço-lugar*. Para “Marc Auge” (1994, p:80) o espaço é produzido pela prática dos lugares.

“Na realidade concreta do mundo de hoje, os lugares e os espaços, os lugares e os não-lugares misturam-se, interpenetram-se. A possibilidade do não-lugar nunca está ausente de qualquer lugar que seja. A volta ao lugar é o recurso de quem frequenta os não-lugares (e que sonha, por exemplo, com uma residência secundária enraizada nas profundezas da terra). Lugares e não-lugares se opõem (ou se atraem), como as palavras e as noções que permitem descrevê-las”. (Augé, 1994, p:98).

Portanto, a casa e/ou planeta como lugar “certo” de seus habitantes configura mais com os seus usuários em um contato físico, social e emocional, do que em uma relação de um espaço limitado para acomodar seus habitantes. Tal idéia nos possibilita citar e entender a proposta do artigo que “Suzana Barreto Martins” estabelece na leitura das *Cinco Peles de Hunderwasser*^{vi}. Tal artigo é descrito no livro de “Pires” (2008) para argumentar a sobrevivência do ser humano em sua existência terrena.

“Correspondem as *Cinco Peles* : a primeira pele – a epiderme, a segunda pele – a vestimenta, a terceira pele – a casa do homem, a quarta pele – o meio social e a identidade e a quinta pele – a humanidade, a natureza e o meio ambiente.(Pires,2008, p:321).

Pensar um humano com cinco peles é, de alguma forma, sugerir outras possibilidades para seus limites e suas fronteiras. Uma pele que incorpora em diferentes dimensões e de múltiplas formas, uma vez que se apresenta como sendo muito mais do que uma simples membrana física, não só como uma capa, mas como dimensão e extensão do próprio corpo. Contudo podemos dizer que a casa e/ou planeta é uma extensão do corpo, portanto cabe a cada um fazer sua parte no processo de desenvolvimento da sustentabilidade.

4. Consumo e o indivíduo: consumidor e suas exigências

Como citamos anteriormente, verificamos na sociedade de consumo em que vivemos, uma influência muito forte a nos direcionarmos ao bem estar, higiene, conforto, estabilidade, e etc. Fatores que influenciam o perfil de um indivíduo que como um consumidor cada vez mais está consciente e exigente na escolha de seus produtos. Ele imagina um produto e deseja ter esse produto conforme sua imaginação.

“Agora se cria e se produz em função das exigências do usuário e do consumidor... Desejamos algo que nos represente e que responda aos nossos sonhos e desejos”.(Ferlauto,2003, p:74).

Cada vez mais é notável uma nova geração de usuários que qualificam valorizando seus produtos e seus espaços. Para isso, contamos com as novas tecnologias (NT) que nos possibilita termos aquilo que desejamos dentro de um processo sustentável. Por exemplo, as tintas, revestimentos, vernizes, colas, resinas, impermeabilizantes, carpetes, selantes, madeira compensada com baixos teores ou isentas de insumos voláteis e/ou derivados de petróleo, com o intuito de não agredir o meio ambiente e a saúde dos moradores entre incorporam ao desenvolvimento da sustentabilidade. Produtos que possuem identificações que se dão a partir de alguns critérios, como índices de emissões, toxicidade, volume das emissões de Compostos Orgânicos Voláteis (COVs) e duração e níveis de exposição e acúmulo.

Verificamos ao fazermos uma escolha aos produtos e revestimentos sustentáveis que eles podem beneficiar a saúde do indivíduo. Uma simples escolha equivocada na tinta é capaz de poluir o interior de um espaço. Assim o impacto das práticas de consumo pelos indivíduos está diretamente relacionado à evolução dos espaços. Consumir bons hábitos, produtos e serviços, está relacionado a construir bons espaços. Desta forma, o consumo pode e deve ser um aliado para a conservação e preservação do meio ambiente, pelas exigências de um “bom” consumidor.

Assim podemos dizer que consumir com responsabilidade é um dever de todo indivíduo, e partindo desse princípio que o consumidor deve ser responsável pela escolha de seus produtos, embora por muitas vezes ele deve ser auxiliado por profissionais da área que o ajudarão a fazer as escolhas de produtos e serviços melhores e adequados para seus espaços. Desta forma estará contribuindo para que o meio ambiente seja preservado e incluindo-o no contexto da denominação da era dos “bens de consumo”.

5. Educação e informação: práticas sustentáveis

Ao fazer uma análise do estudo da sustentabilidade, que estamos vivendo em um desequilíbrio ecológico no planeta, resultado de um modelo civilizacional insustentável, seja pela devastação das florestas, pelo aquecimento global acelerado e que grande parte dos indivíduos está desinformada ou desinteressada diante das questões ambientais. Para isso, devemos conseguir mais participação e conscientização dos indivíduos no processo do desenvolvimento da sustentabilidade. A sensibilização é um fator de grande importância em todo processo sustentável.

“A educação para a cidadania representa a possibilidade de motivar e sensibilizar as pessoas para que transformem as diversas formas de participação em potenciais caminhos de dinamização da sociedade e de concretização de uma proposta de sociabilidade, baseada na educação para a participação”. (Jacobi,2006.p.3).

Muitos esforços deverão existir a tal gravidade e urgência ao problema da crise ecológica e a necessidade a respostas responsáveis por parte dos pesquisadores, designers, designers de interiores, arquitetos, engenheiros, e também os formadores destes profissionais, para que os princípios da sustentabilidade sejam absorvidos e incorporados no ato de criar,projetar e executar produtos e serviços na área do Design de Interiores.

“A Educação Ambiental é um importante instrumento de sensibilização em busca da consciência ambiental da população, podendo levar a mudanças de atitude e à realização de ações em prol do ambiente, visando a preservação ou a conservação e buscando a melhoria da qualidade ambiental. A Educação Ambiental deve ser amplamente empregada na sensibilização da comunidade de forma direcionada e específica para cada público-alvo (estudantes de diferentes níveis e comunidade em geral) ampliando a capacidade da população para participar da gestão pública dos bens naturais a que tem direito”. (Santos, 2005, pgs: 75 e 76).

Quanto mais informamos e sensibilizarmos os indivíduos, mais se potencializa as mudanças e transformações comportamentais individuais desses indivíduos que diretamente contribuirão para ações e atitudes de interesse global. Atualmente, percebemos que em qualquer lugar do mundo que jogar um papel de bala pela janela do carro, ou pontas de cigarros no chão, não são bem vistos com “bons olhos” pelos indivíduos.

“O aumento do público consumidor, a desterritorialização e a diversificação das formas de apropriação provocaram uma ruptura com os modos de gestão herdados do passado”.(Bueno e Camargo,2008,p:14).

Percebemos que muitas ações e atitudes fogem de tradições antigas e hierárquicas que eram cultivadas no passado.Nossos avôs ou até nossos pais, não estavam preocupados com o “fim” do lixo descartável,com as latas e plásticos, ou então, com o desperdício da água e de energia elétrica, hoje, recebemos críticas da juventude para que haja contribuição no processo do desenvolvimento sustentável do planeta.

Portanto quando ouvimos a expressão: você é aquilo que consome?! Estamos dizendo que escolhemos os produtos que fazem parte de nossas vidas diariamente,produtos que falam muito sobre o nosso jeito, nosso espaço e a relação que estabelecemos com a sociedade.Nossos espaços são produzidos por nós como se ficassem com a nossa identidade.

Dessa maneira, obtendo consciência desse poder de escolha, do livre arbítrio, podemos usá-lo a nosso favor e diretamente ao meio ambiente. Produzimos bons projetos para construímos bons espaços com bons produtos para vivermos bem em nossos espaços (casa e/ou planeta).

Podemos justificar como um bom projeto de interiores aquele que trabalha com a percepção ambiental, a sensibilização e a conscientização da sustentabilidade. Enfatizando que muitas mudanças e transformações necessárias foram, são e deverão ser feitas para que haja um desenvolvimento da sustentabilidade no Design de Interiores.

6. Considerações Finais

Este artigo permitiu diagnosticar a existência de estudos, ações e atitudes ambientalmente corretas nas relações entre um indivíduo consciente. Um desafio que inter-relaciona o espaço, o meio ambiente e o consumo, o que resultará em produtos e consumidores com práticas sustentáveis. Porém, o sucesso de tal desafio só será possível a partir de um “novo olhar” construído através do envolvimento efetivo das ações científica e política, de atitudes e decisões assertivas dos indivíduos e administradores econômicos de todo planeta.

Referências

- Augé, Marc. *Não-Lugares. Introdução a uma antropologia da supermodernidade*. São Paulo, Papirus, 1994.
- Bueno, Maria Lucia e Camargo, Luis Otavio de Lima (orgs). *Cultura e consumo: estilos de vida na contemporaneidade*. São Paulo. Editora SENAC São Paulo. 2008.
- Ferlauto, Cláudio. *A Fôrma e a Forma: as palavras e as imagens do design*. São Paulo: Rosari, 2003.
- Jacobi, Pedro. *Educação Ambiental e Cidadania*.
<<http://www.sigrh.sp.gov.br/sigrh/basecon/congressocomitesdebacia/cddaee/word97/educacaoambiental.doc>>. Acesso em 22 abril 2009.
- Oliveira, Marcio, R.R. . *As cinco peles do humano negativos de uma narrativa contemporânea*. UERJ, 2006 <<http://WWW.nepef.UFSC.br.abomidia/arquivos/produção/2006/marcioromeuoliveira.pdf>> Acesso em 22 abril de 2009.
- Santos, Maurício Takahashi dos. *Consciência Ambiental e Mudança de atitude*. 2005. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. UFSC, Florianópolis. <<http://www.tede.ufsc.br/teses/PEPS4775.pdf>> Acesso em 22 abril 2009.
- Pires, Dorotéia Baduy (org). *Design de moda: olhares diversos*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.
- Popcorn, Faith, MARIGOLD, Lys. *Click: 16 tendências que irão transformar sua vida, seu trabalho e seus negócios no futuro*. Tradução de Ana Gibson. Rio de Janeiro. Campus, 1997.

ⁱ Universidade Anhembi Morumbi – São Paulo – Brasil - eliana.zmyslowski@globo.com

ⁱⁱ O Projeto Mateco também desenvolve uma materioteca ecológica específica para Comunicação Visual dentro da empresa Kojima, um dos apoiadores do Projeto.

ⁱⁱⁱ Entidade que divulga o consumo consciente. O embrião do Instituto Akatu pelo Consumo Consciente surgiu no ano 2000, dentro do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. Site www.akatu.org.br.

^{iv} Vários fatores levam os indivíduos a procurarem espaços fechados, entre eles, segurança, conforto, prazer, necessidade e etc.

^v Impulso de ficar dentro de casa, quando o lado de fora se torna muito difícil e ameaçador. Um número cada vez maior de pessoas está transformando suas casas em verdadeiros ninhos - fazem nova decoração, assistem filmes pela TV a cabo, utilizam a Internet para fazer compras e usam a secretária eletrônica para filtrar o mundo exterior. A segurança do lar é o que importa.

^{vi} Pintor, artista gráfico e arquiteto (Viena, 15 de dezembro de 1928 —19 de fevereiro de 2000). Friedrich Stowasser, mais conhecido pelo nome de Friedensreich Hundertwasser neto do conhecido filósofo Joseph

Maria Stowasser. Suas áreas de conhecimento foram a pintura e a arquitetura, sendo de grande influência na arquitetura orgânica moderna.