

O design de interiores e a educação para a diversidade

Frederico Braida^(*)

Actas de Diseño (2024, abril),
Vol. 45, pp. 179-180. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2021
Fecha de aceptación: febrero 2023
Versión final: abril 2024

Resumo: Este ensaio aborda o tema da educação para a diversidade a partir da perspectiva do ensino do design de interiores. Busca-se contribuir para evidenciar como a abordagem sobre o perfil dos clientes, de maneira crítica e responsável, pode promover a discussão, por exemplo, sobre classe, gênero, raça, etnia e orientação sexual, problematizando o papel do design de interiores frente às desigualdades e à diversidade humana.

Palavras-chave: Identidade – Cultura – Diversidade – Design de interiores –Educação.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 180]

Este ensaio aborda o tema da educação para a diversidade a partir da perspectiva do ensino do design de interiores. Como se sabe, uma das questões centrais do design de interiores são os usuários, as pessoas, os clientes. Nesse sentido, diversos autores internacionais (tais como Mark Karlen, Graeme Brooker e Sally Stone, Francis D. K. Ching e Corky Binggelli, John Coles e Naomi House, Jenny Gibbs, Jennifer Hudson ou Ro Spankie) e nacionais (a exemplo das brasileiras Miriam Gurgel ou Clarice Mancuso) destinam uma atenção especial à abordagem do perfil do cliente.

De acordo com Mancuso (2013, p. 31), por exemplo, “o cliente é o ponto de maior importância, sendo o mesmo o motivo-chave da existência do espaço, daí sabemos compreender suas aspirações para só então transformá-las em projeto”. Portanto, de acordo com a autora, “todo arquiteto e decorador deveria ter algumas aulas de psicologia para melhor entendimento das personalidades dos clientes com os quais vão lidar” (Mancuso, 2013, p. 32). Segundo Gibbs (2010, p. 42), “nos últimos anos, a relação entre designer e cliente mudou de forma sutil, pois o designer passou a adotar uma postura mais consultiva que preceptiva. O designer precisa compreender as necessidades do cliente, além de sua personalidade e estilo, e no segmento comercial deve também considerar amplamente o contexto econômico desses aspectos”. Não é à toa que, nos últimos anos, emergiram e/ou ganharam mais destaques, no mundo do design, conceitos como co-design, cocriação, design centrado no usuário, design de serviços etc. Todas essas conceituações apontam para a necessidade de se pensar no usuário, de se considerar o cliente como elemento fundamental, como sujeito ativo, no processo de projeto.

Também, para Gurgel (2007, p. 17), “todo projeto deve partir da criação de um briefing, ou seja, o perfil do cliente, uma lista de instruções, com todas as especificações relativas a quem se destina(m) o(s) espaço(s) em questão e a necessária inter-relação espacial entre ele(s)”. Assim, a autora endossa o papel fundamental dos usuários, dos clientes. Os clientes devem estar no centro das questões

do projeto, uma vez que o espaço deve ser projetado para a experiência cotidiana dos clientes e não dos projetistas. Também podemos perceber pelas ementas das disciplinas de projeto dos cursos de Design de Interiores, que o perfil do cliente é de grande relevância. Portanto, é exatamente nesse contexto que se apresenta uma excelente oportunidade para a educação para a diversidade, temática transdisciplinar, a qual deve perpassar toda a formação das pessoas, desde o Ensino Básico ao Ensino Superior. No Brasil, a Diretrizes Nacionais Curriculares da Educação Básica, em 2013, já enfatizavam a necessidade de se considerar “a diversidade humana, social, cultural, econômica dos grupos historicamente excluídos.” De acordo com Costa (2018, p.10), “compreendemos que diversidade diz respeito à variedade, pluralidade e diferença. Se analisarmos o contexto em que vivemos, é possível perceber que são poucas as coisas não variáveis. Na realidade, raras são exatamente iguais. Vivemos em um universo ímpar, isto é, composto de elementos diversos”. Costa (2018), a partir de um cartaz da Associação Ilga Portugal propõe uma discussão sobre as diferentes formações familiares, uma vez que o cartaz indaga: “Como é a tua família?” Para essa pergunta, o próprio cartaz propõe algumas alternativas: “duas mães”, “uma mãe e um pai”, “uma mãe”, “dois pais”, “avô, avó e tio”, e conclui: “as famílias são de diferentes tipos e tamanhos”.

Assim, este ensaio tem por objetivo correlacionar o ensino do design de interiores e a educação para a diversidade, a partir da abordagem do perfil dos clientes, a qual tem sido levada a cabo na disciplina Projeto de Interiores da Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil. Portanto, este ensaio é fruto tanto de uma pesquisa de revisão de literatura quanto de uma reflexão elaborada a partir da prática pedagógica em design de interiores.

Na disciplina projeto de interiores, os alunos são levados a refletir sobre diferentes perfis de clientes, a partir de uma diversidade de composição de famílias, cuja proposição é pautada na visibilidade de minorias, na diversidade social. Os perfis que têm sido trabalhados nas últimas turmas são: (1) Mãe solteira + 1 menino (5 anos) + 1 menina (4

anos); (2) Mulher + homem (negro) + neném (menina); (3) Casal homossexual masculino; (4) Executiva solteira (descendência oriental); (5) Trisal (1 mulher + 2 homens) + cachorro; (6) Recém-separada (com filhos adultos + 1 netinho, que não moram com ela, mas na mesma cidade); (7) Mãe viúva + adolescente (não binário); (8) Irmão (com nanismo) + irmã [estudantes, faculdade]; (9) Costureira (transexual) + 2 gatos; (10) Casal homossexual feminino; (11) Líder religioso solteiro; (12) Pai + filho (youtuber de 17 anos); (13) Casal (mulher + homem (cego), casados há 5 anos); (14) Casal de idosos (homem + mulher); e (15) Mulher trans casada.

Assim, os alunos são convidados a se aproximar de uma realidade plural, buscando investigar, em muitas vezes, realidades muito distintas das suas. Segundo Costa (2018, p. 11), “na maioria das vezes, trabalhamos com padrões idealizados que não valorizam o diferente” e é por isso que “fica evidente a urgência de estudos sobre a diversidade em nosso cotidiano e, principalmente, no universo educacional”.

O artigo 5º da Constituição Brasileira afirma que “todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País, a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade”. Assim, cabe a cada um de nós, professores e educadores, a missão de fazer prosperar os preceitos de respeito à diversidade. Logo, a reflexão sobre diferentes perfis de clientes, tal como tem sido experimentada nas aulas de projeto de interiores do autor deste ensaio, mostra-se como uma possibilidade libertadora para o exercício do projeto para o outro, para o diferente, para a multiplicidade e a diversidade humana.

Ao final, espera-se que este ensaio possa contribuir para evidenciar como a abordagem sobre o perfil dos clientes, de maneira crítica e responsável, pode promover a discussão, por exemplo, sobre classe, gênero, raça, etnia e orientação sexual dentro das salas de aula, problematizando o papel do design de interiores frente às desigualdades e à diversidade humana.

Referências

- Costa, M. T. A. (2018). *Formação docente para a diversidade*. IESD Brasil
- Gibbs, J. (2010). *Design de interiores: guia útil para estudantes e profissionais*. Gustavo Gili.

Gurgel, M. (2007). *Projetando espaços: design de interiores*. Editora Senac São Paulo.

Mancuso, C. (2013). *Guia prático do design de interiores*. Editora Sulina.

Abstract: This essay addresses the issue of diversity education from the perspective of interior design teaching. It seeks to contribute to highlighting how approaching the profile of clients in a critical and responsible manner can promote discussion, for example, about class, gender, race, ethnicity and sexual orientation, problematizing the role of interior design in the face of inequalities and human diversity.

Keywords: Identity - Culture - Diversity - Interior design - Education.

Resumen: Este ensayo aborda la cuestión de la educación para la diversidad desde la perspectiva de la enseñanza del diseño de interiores. Pretende contribuir a destacar cómo abordar el perfil de los clientes de forma crítica y responsable puede promover el debate, por ejemplo, sobre clase, género, raza, etnia y orientación sexual, problematizando el papel del diseño de interiores ante las desigualdades y la diversidad humana.

Palabras clave: Identidad - Cultura - Diversidad - Diseño de interiores - Educación.

(* **Frederico Braidá:** frederico.braidá@ufjf.edu.br. Graduado em Arquitetura e Urbanismo (UFJF, 2005). Especialista em Moda, Cultura de Moda e Arte (UFJF, 2015). Especialista em Docência no Ensino Superior e Especialista em Tecnologias e Educação a Distância (FESL, 2019; 2020). Mestre em Urbanismo (UFRJ, 2008). Mestre, Doutor e Pós-doutor em Design (PUC-Rio, 2007; 2012; 2015). Pós-doutor em Matemática (UTFPR, 2021). Professor Associado do Departamento de Projeto, Representação e Tecnologia, da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, da Universidade Federal de Juiz de Fora. Professor Permanente dos Programas de Pós-Graduação em Ambiente Construído (PROAC/UFJF), em Comunicação (PPGCOM/UFJF) e em Gestão e Avaliação da Educação Pública (PPGP/UFJF). Líder do Laboratório de Estudos das Linguagens e Expressões da Arquitetura, Urbanismo e Design (LEAUD/UFJF/CNPq). Autor, juntamente com Vera Nojima, dos livros “Por que design é linguagem?”, “Tríades do design” e “Manifestações da linguagem híbrida no design contemporâneo”. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5018338717420441>.