

INSERÇÃO DA ARQUITETURA DE INTERIORES NA CLASSE MÉDIA BRASILEIRA

Mariana Papa¹, Kéthuly Arbuíni², Naiane Teixeira³.

¹ Especialista em design de móveis, UEMG, arqpapa@yahoo.com.br

² Graduando de Arquitetura e Urbanismo, FACIG, kethulyarbuini@outlook.com

³ Graduando de Arquitetura e Urbanismo, FACIG, naianegsteixeira@gmail.com

Resumo – Este artigo retrata o papel do arquiteto e design enquanto agente de transformação no âmbito social, buscando inserir a arquitetura de interiores na Classe C, a nova Classe Média Brasileira, composta por mais de 50% da população, usando os conceitos e métodos defendidos pela Bauhaus, uma das mais importantes escolas de design, que resguardava a importância do contato entre o mundo da arte e da produção, aliando a criação ao processo de desenvolvimento do produto e a adequação do mesmo nas diversas situações socioeconômicas, que podem ser vantajosamente aplicados na realidade enfrentada pelo Brasil atual. O aumento desta nova classe, se deve, principalmente aos programas criados pelos governos de assistência a moradia, com o objetivo de alavancar a economia do país e resolver o déficit habitacional alarmante, e, justamente, o ponto focal do trabalho é desenvolver um mobiliário doméstico que atenda a necessidade deste novo consumidor com base nos estudos realizados.

Palavras-chave: Classe média brasileira; Design; Mobiliário; Planejamento; Bauhaus.

Área do Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo estudar a inserção de móveis populares criados por designers para o ambiente de habitação popular do Brasil. O estudo mostra os benefícios trazidos ao criar esse tipo de mobiliário, que tem suas formas e funções específicas para otimizar e melhorar o uso dos espaços propostos em sua moradia. Normalmente quando os consumidores se deparam com a falta de capital para investir em produtos criados e/ou indicados por profissionais da área de arquitetura/design, os indivíduos da classe média baixa brasileira se veem destinados a comprar mobiliários domésticos e objetos de decoração não satisfatórios criando efeitos negativos em relação a criação, harmonização e funcionalidade dos ambientes.

A falsa concepção de que o profissional vigente da área de arquitetura e design de interiores está ligado somente a produção de conteúdo para as classes mais altas economicamente, ligando-os apenas a questões estéticas, constrói uma visão errônea do que realmente a arquitetura significa para a sociedade. Bonsiepe (2012), defende que o design necessita rever suas atuais abordagens, necessitando retomar os princípios defendidos nos primórdios da profissão, que se distinguem da visão atual voltada puramente para fins lucrativos e artísticos, já que, segundo ele, “[...] antes o papel do designer era comparável ao papel de uma atriz ou de um ator no teatro: posicionar-se ao lado do personagem que representa e não confundir a contingência da pessoa com o papel que está sendo representado no teatro.”

O design tem a função de imprescindível de integrar ciências e tecnologias na vida cotidiana de uma sociedade, concentrando-se na zona intermediária entre produto e usuário, chamada de ‘interfaces’. Dessa maneira, o Design pode contribuir para – aproximando-se da formulação de Bertolt Brecht sobre a literatura – fazer mais habitável o mundo dos artefatos materiais e simbólicos. (BONSIEPE, 2012)

A revolução tecnológica que estamos vivenciando, vinculada a um novo conceito de mecanismos inteligentes, utilizando a conexão entre máquinas e sistemas que controlam de forma autônoma o processo de produção, segundo Schwab (2016), transformará fundamentalmente a forma como trabalhamos, em relação a alcance, escala e complexidade, nos encaminhando para a 4ª

Revolução Industrial. O avanço tecnológico pode auxiliar ou desviar a forma de aplicar o design pela indústria, positivamente, pode se tornar capaz de atender as necessidades dos consumidores não se limitando a formas diferenciadas e demais características apresentadas pelo mobiliário, incluindo o processo de fabricação e os materiais empregados, e, negativamente, se tornando um modelo padrão de confecção, situação, na qual, hipoteticamente, não seriam priorizadas as abordagens de questões mais aprofundadas de ordem histórica e social, quebrando a ligação direta entre o homem e o produto, desvalorizando as metodologias projetuais estudadas e difundidas pelos profissionais da área de design. Quando a tecnologia não é aplicada somente para otimizar os custos investidos e o tempo destinado à execução do produto, é possível encontrar formas de solucionar os problemas gerados no mobiliário encontrado no mercado, fazendo com que os designers e arquitetos projetem levando em consideração as características específicas de cada cliente, encontrando formas de baratear a produção, formando parcerias com indústrias e varejistas, utilizando a produção em grande escala a seu favor, pareando com a proposta de inserir o consumo de móveis de designers na Classe Média e tornar o seu trabalho acessível a todas as classes.

2 METODOLOGIA

A pesquisa tem caráter bibliográfico por buscar questionamentos literários relativos aos temas já antes realizados por autores como Bonsiepe e Curcio, que já realizaram estudos e experimentações de como funciona a inserção de mobiliários que atendam às necessidades da classe média baixa brasileira, visando, principalmente, o valor econômico reduzido, a funcionalidade e a estética. O trabalho utiliza como ponto de partida para as pesquisas realizadas e as conclusões finais, as residências produzidas pelo programa de moradias Minha Casa, Minha Vida, principal programa de habitação de interesse social, inserido na realidade brasileira, tanto pelo governo quanto pela iniciativa privada, que é proposto para a população denominada como a Nova classe Média, que passou a ser a maioria da população no país a partir de 2009.

O artigo se utiliza também de um estudo desenvolvido pelos estudantes do curso de Arquitetura e Urbanismo, da instituição de ensino FACIG (Faculdade de Ciências Gerenciais de Manhuaçu), localizada em Manhuaçu-MG, na disciplina de Arquitetura de Interiores, com a finalidade de explicar e exemplificar as relações entre o ser humano e o produto e a metodologia de desenvolvimento dos mobiliários, desde os processos de criação imaginativa e o seguimento de elaboração de protótipos, a fim de se relacionar as pesquisas de mercado, as técnicas de desenvolvimento de móveis e a aplicação do processo criativo com o estilo de vida dos consumidores e a comunicação do produto com a realidade no qual será inserido.

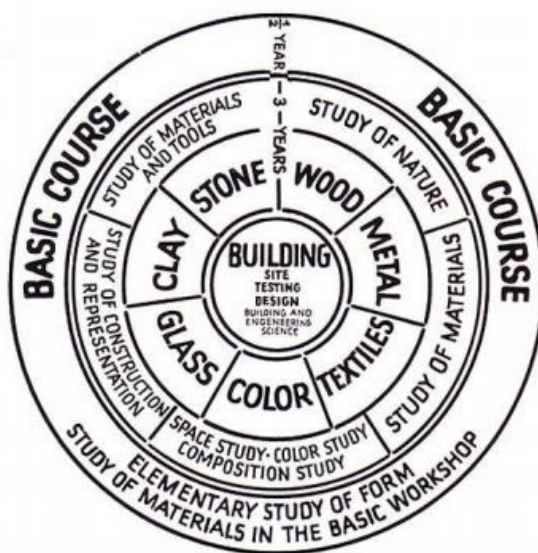
A palavra 'protótipo', segundo os dicionários, é uma versão de um sistema que antecede a principal, sendo, normalmente, uma versão reduzida de teste, que será futuramente aperfeiçoada até que se chegue no resultado esperado, a aplicabilidade desta técnica com a produção de móveis, permite testar a utilização de materiais e processos construtivos antes desconhecidos, voltando-se também para o design sustentável, que tem conquistado seu espaço no mercado e se tornou uma ótima opção para a produção de móveis com baixo valor de investimento, visando eliminar o impacto ambiental negativo gerado nos processos de fabricação.

2.1 PRÍNCÍPIOS DA ARQUITETURA DE INTERIORES E DESIGN SEGUNDO A BAUHAUS

A Bauhaus foi uma das maiores escolas de arquitetura de vanguarda, design e artes plásticas do século XX, sendo a primeira escola de design e uma das mais importantes expressões do movimento conhecido como *Modernismo*, criada e dirigida por Walter Gropius e que, defendeu como fundamento, segundo Argan (2005, p.29) buscar restabelecer o contato entre o mundo da arte e o mundo da produção, baseando o trabalho artístico no princípio da cooperação.

Portanto, o principal objetivo praticado pela escola foi criar uma comunicação direta entre a arte e a construção, aliando a produção artesanal e industrial e defendendo que a diferença entre ambas seria apenas em relação a quantidade e escala e que o domínio tanto da ferramenta de criação quanto da máquina de produção seria crucial para a formação do "artista" proposto pela escola. Observa-se na Figura 1 que a Bauhaus apresenta a grade curricular paralela aos estudos nas áreas de desenhos artísticos e de engenharia formando profissionais voltados para a arquitetura, indústria e área acadêmica, a variar pelas aspirações e aptidões pessoais.

Figura 1 – Diagrama da estrutura curricular da Bauhaus desenvolvido por Walter Gropius.



Fonte: Disponível em: <http://maniacolorida.blogspot.com.br/2013/03/bauhaus-um-conceito-quetranspos-epocas.html>.

Segundo os diretores, quanto a metodologia de ensino, a escola baseava-se no pensamento individual e inalterado, criado em relação as problemáticas enfrentadas por cada profissional. Por sua vez, não se adequava a um estilo determinado, abrindo espaço para que os estudantes pudessem realizar suas criações sem que ficassem confinados a enquadramentos históricos ou quaisquer outras circunstâncias que pudessem ocasionar o bloqueio criativo:

Não é meu propósito introduzir aqui, vindo da Europa, um “estilo moderno”, por assim dizer inteiramente pronto e acabado, mas, sim, um método de abordagem que nos permita tratar um problema de acordo com suas condições peculiares. Quero que o jovem arquiteto seja capaz de encontrar seu próprio caminho, quaisquer que sejam as circunstâncias, que ele crie independentemente formas autênticas, a partir de condições técnicas, econômicas e sociais a ele dadas, em vez de impor uma fórmula aprendida a um ambiente que talvez exija uma solução completamente diversa. (GROPIUS, 1972, p.25).

Segundo Argan (2005, p.48), a metodologia de ensino da Bauhaus se fundamentava em três estágios básicos: a observação, sendo o estudo das técnicas e os materiais que seriam utilizados; a representação, definida como a técnica, sendo a representação visual ou desenhos e os modelos das futuras construções; e, por fim, a composição, sendo a junção de todo o conjunto, estabelecendo a unificação do modelo desenvolvido e do espaço, as definições em relação as cores e usos e a composição por completo. Portanto, essa sistematização dos componentes procura reunir as primícias fundamentais do projeto e da técnica, para que o aluno possa ter uma visão geral de todo o processo de construção e a conscientização da sua atuação em relação a ela.

2.2 A CONSOLIDAÇÃO DA NOVA CLASSE POPULAR BRASILEIRA E A SUA CONTRIBUIÇÃO PARA A ECONOMIA

Quando se discute sobre a casa popular voltada para a área de arquitetura, são inúmeras as características que definem este tipo habitação, porém, quando pesquisado nos dicionários, o seu significado é imprescindível ao que realmente abrange: “Relativo ou pertencente ao povo. Que é usado ou comum entre o povo. Que é do agrado do povo”. (Aurélio, 2014). Na realidade brasileira, entende-se como habitação popular, o tipo de moradia destinada à população de baixa renda ou valor aquisitivo limitado e padrões de vida abaixo do esperado (comparado a dados apresentados pelo IBGE), podendo ser, facilmente associado ao programa de habitação social desenvolvido pelos governos dos

presidentes Lula e Dilma, sendo definida por Folz (2003) como a moradia proletária, ocupada pelos trabalhadores urbanos.

Segundo dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2017), 900 mil pessoas deixaram de fazer parte das classes econômicas *A* e *B*, classificadas como as mais altas em relação a renda mensal e bruta. A situação apresentada pela pesquisa evidencia o declínio dos brasileiros para as camadas menos favorecidas em consequência da forte crise financeira, contribuindo para que a *Classe C* se tornasse a faixa econômica predominante, ultrapassando em 2008 os 50% da população do Brasil. O contexto social do Brasil foi alterado a partir do momento em que esta classe (*Classe C*), foi designada como a *Nova Classe Média Brasileira*, que ocasionou a criação de recursos alternativos no campo de comércios e serviços a fim de atender esta nova parcela da população brasileira.

Na última década, as unidades habitacionais de interesse social, criadas pelos programas de apoio a moradia desenvolvidos pelo governo federal (Minha Casa, Minha Vida), que oferece condições atrativas para o financiamento de moradias para famílias de baixa renda, popularizaram a aquisição de imóveis próprios pela iniciativa privada ou pelo governo, tornando-se uma estratégia para reduzir o déficit habitacional alarmante apresentado no Brasil e impulsionar a economia, principalmente no ramo da construção civil. Segundo o Salão Imobiliário de São Paulo (2009) metade das vendas de imóveis foram classificadas como habitações populares. Tais números foram considerados como vetores para o crescimento do país entre os anos de 2000 e 2012.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Inserindo-se na questão social, o campo da arquitetura de interiores e design, que depende diretamente e indiretamente das questões econômicas vigentes, procurou adaptar-se à nova realidade brasileira a fim de se inserir no novo conceito conquistado para a *moradia popular*, adquirindo características específicas para se adequar ao contexto nacional, viabilizando a atuação dos arquitetos e designers no mercado junto à nova classe efetiva.

Em contrapartida aos modelos de habitações populares do final do século XX, que contava com plantas retilíneas e ortogonais, fachadas lisas com pouca ornamentação e a falta de preocupação em questões como sustentabilidade e economia, a nova *moradia popular*, renova-se buscando a contemporaneidade, dispondo-se de apartamentos que variam aproximadamente entre 40m² a 80m², seguindo a tipologia de áreas sociais integradas e varanda espaçosas, tornando-se o padrão aspiracional de vida dos moradores, aliando as novas tecnologias voltadas para o reaproveitamento das energias renováveis e economia, garantindo a qualidade de vida das pessoas que ali habitam.

Mediante as mudanças ocorridas nas configurações e padronizações das casas populares brasileiras em alta no mercado mobiliário, a preocupação em relação ao interior destas moradias tornou-se um alvo de discussões entre profissionais das áreas de arquitetura e design, logo que há uma escassez de produtos oferecidos no mercado que não são suficientes para suprir as necessidades de mobiliário dos moradores e que nem sempre se adaptam bem ao espaço compacto das residências contemporâneas.

A proposta de realizar um estudo específico voltado para o interior dessas habitações sociais compactas reafirma a necessidade do apoio de um profissional da área de arquitetura e/ou design, uma vez que este profissional trabalha visando unir a funcionalidade de um determinado objeto à sua plasticidade, resultando no conjunto completo para atender às necessidades do cotidiano dos consumidores. Além da forma e função, o designer ainda é responsável pela estrutura, materiais empregados, mecanismo e acabamento, desde o projeto a sua concepção.

A atuação do designer/arquiteto pode influenciar de maneira positiva o aproveitamento dos espaços internos da moradia popular brasileira, mesmo que se faça uso do mobiliário e dos equipamentos disponíveis em lojas populares para o projeto e disposição funcional dentro do espaço construído. (Curcio, 2015)

Obras de diversos autores, dentre eles, o alemão Gui Bonsiepe, defendem a necessidade da atuação do design voltado para o mobiliário de interesse social, buscando o equilíbrio entre a forma, a função e a necessidade, priorizando também a estética e o capital a ser investido. Faz parte do trabalho do design, também, buscar a praticidade e eficácia do produto a ser criado relacionado-se com o indivíduo para o qual está sendo projetado, resguardando-se de buscar no projeto o conceito de simplicidade aliado a estética.

O design enfoca o caráter operacional ou o desempenho dos artefatos materiais e semióticos, desempenhando-o a função e a funcionalidade não em termos de eficiência física, como acontece nas engenharias, mas em termos de comportamento incorporado em uma dinâmica cultural e social. O antes acalorado debate sobre a relação entre forma e função, se acalmou. Não existe uma relação unidirecional entre a forma de um produto e sua função. A simplicidade de uma forma não implica necessariamente uma simplicidade em seu uso. No máximo, pode sugerir. Uma bola de futebol tem uma forma simples, mas o seu manejo é tudo, menos simples. Caso contrário, não existiriam as estrelas do futebol. (Bonsiepe, 2012)

4 CONCLUSÃO

A Nova Classe Média brasileira trouxe consigo uma demanda por mobiliários que se enquadrem nos seus espaços e recursos limitados, criando a necessidade de se desenvolver no mercado móveis de fácil adaptação. Essa procura por uma alternativa diferente do que vinha sendo consumido pelos brasileiros até então, mostrou-se como uma nova oportunidade para o mercado dos varejistas populares, incentivando-os a desenvolverem uma linha exclusiva para atender os pedidos e necessidades do seu novo público alvo. Com o avanço tecnológico, a possibilidade de criação se tornou mais rápida e precisa. O consumidor tem o poder da escolha e tem como opinar, indicando para o varejista a forma que ele pretende consumir determinado tipo de produto. A partir deste ponto, o profissional da área de arquitetura e design de interiores começa a atuar mostrando para o consumidor como adaptar seus mobiliários em espaços menores e os incentiva a consumir objetos criados e personalizados de forma exclusiva para alcançar a intenção desejada.

Se é verdade que edifícios e móveis descritos por nós como belos evocam a felicidade, escondem a real necessidade desses objetos. Ordenamos nossas coisas para criar uma atmosfera de humor e ideias que refletem nossa própria personalidade.” (Bottom, 2006)

A exploração do interior das habitações de interesse social, enfatizando os principais conceitos pesquisados em relação a área de arquitetura e design e a sua atuação no mercado atual, pode ser comparada a definição que Bonsiepe (1980) utilizou para defini-lo: [...] um processo de eleição de critérios de eficiência social e de uso do produto, de racionalização dos recursos disponíveis por meio de transferência dos resultados das pesquisas científicas ao sistema produtivo”.

A popularização do design cresceu significativamente nos últimos anos, alcançando níveis estrepitosos, seja devido as políticas de inclusão, juntamente com o Plano Real, criadas para a estabilização econômica do país ou os programas de financiamento desenvolvidos pelo Governo, que oferecem longas prestações com baixos valores de juros, contribuindo para que a classe menos favorecida, que anteriormente não tinha espaço no mercado, se tornasse o principal público alvo dos lojistas.

A inserção desta nova realidade dentro das faculdades de arquitetura e design permitem que os profissionais busquem mostrar aos estudantes a real necessidade da criação deste novo tipo de mobiliário, voltado, principalmente, para a funcionalidade e versatilidade do produto que se adapta a contextos sociais e econômicos diferenciados, praticando, desta forma, a inclusão de todas as classes no universo do design de interiores.

Como exemplo dessa inserção temos o trabalho desenvolvido pelos estudantes do curso de Arquitetura e Urbanismo, da instituição de ensino FACIG (Faculdade de Ciências Gerenciais de Manhuaçu), orientado pela professora e especialista em design de móveis, Mariana Papa, que teve como ponto de partida a realização de protótipos de cadeiras, possuindo como base de pesquisa os fundamentos defendidos pela escola de design Bauhaus e a inserção do mobiliário personalizado na realidade da Classe Média Brasileira, aliados as pesquisas realizadas nas áreas de ergonomia, estudando as principais relações entre o ser humano e o produto, buscando alternativas eficazes para o conforto do usuário, levando em consideração também, além da funcionalidade, a praticidade e a relação do objeto com o ambiente no qual será inserido.

FIGURA 2, FIGURA 3 e FIGURA 04 – Protótipos de mobiliário desenvolvidos pelos estudantes de Arquitetura e Urbanismo da FACIG (Faculdade de Ciências Gerenciais de Manhuaçu).



Fonte: Arquivo Pessoal.

O principal objetivo deste estudo é a conscientização de que ainda há a falta de preocupação com o mobiliário criado para classe média popular brasileira e é necessária uma preocupação pelos profissionais das áreas do Designer e Arquitetura em impulsionar as ofertas existentes no mercado com um vasto leque de opções de design voltado para essa classe, com intenção de suprir as necessidades a partir da criação de protótipos que serão futuramente construídos e adequados à realidade atual.

FIGURA 5, FIGURA 6 e FIGURA 7 – Protótipos de mobiliário desenvolvidos pelos estudantes de Arquitetura e Urbanismo da FACIG (Faculdade de Ciências Gerenciais de Manhuaçu).



Fonte: Arquivo Pessoal.

5 REFERÊNCIAS

FRANÇA, V. **Classe C investe em design e decoração**. São Paulo: O Estado de São Paulo, 2011. Disponível em: <https://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,classe-c-investe-em-design-e-decoracao-imp-,709974>. Acesso em: 24 out. 2018.

CÚRCIO, G.; LOSCHIAVO, M.C. **Móvel Popular: Design para a nova classe média**. São Paulo: USP, 2017. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/posfau/article/view/118266/127893>. Acesso em: 24 out. 2018.

DEVIDES, M.T. **Design, projeto e produto: O desenvolvimento de móveis nas indústrias do Pólo Moveleiro de Arapongas, PR**. Bauru: UNESP, 2006. Disponível em: <http://web.faac.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/Design/Dissertacoes/mariatereza.pdf>. Acesso em: 24 out. 2018.

SANTOS, V.H. **Metodologia projetuais de design e de design de interiores: Conexões no processo criativo**. Salvador: PPGAV-EBA-UFBA, 2016. Disponível em:

https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/21409/1/Victor_Carvalho_Disserta%C3%A7%C3%A3o.pdf. Acesso em: 24 out. 2018.

CÚRCIO, G.; LOSCHIAVO, M.C. **Design do móvel popular**: Metodologia do projeto do mobiliário para a Nova Classe Média. São Paulo: AU, 2017. Disponível em: <https://au.pini.com.br/2017/05/design-do-movel-popular-metodologia-do-projeto-do-mobiliario-para-a-nova-classe-media/>. Acesso em: 24 out. 2018.

VILLAS BÔAS, B. **Estudos apontam que até 900 mil pessoas deixaram as classes A e B**. Rio de Janeiro: Valor, 2018. Disponível em: <https://www.valor.com.br/brasil/5515501/estudos-apontam-que-ate-900-mil-pessoas-deixaram-classes-e-b>. Acesso em: 24 out. 2018.

BONSIEPE, G. **Design, cultura e sociedade**. São Paulo: Edgar Blucher, 2011.

CURCIO, G. O. F.; KEPPLER, P.; MUylaERT, R. **História revista**. São Paulo: ANER, 2011.

Design atrai mais que qualidade na compra de móveis. São Paulo: Folha de São Paulo, 2013. Disponível em: <http://classificados.folha.uol.com.br/imoveis/1249095-design-atrai-mais-que-qualidade-na-compra-de-moveis.shtml>. Acesso em 24 out. 2018.

FOLZ, R. R. **Mobiliário na habitação popular**. São Carlos: Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, 2002. Dissertação (Mestrado em Tecnologia do Ambiente Construído).

SCALON, C.; SALATA, A. **Uma nova classe média no Brasil da última década? O debate a partir da perspectiva sociológica**. Revista Sociedade e Estado, v. 27, n. 2, maio/ago. 2012, pp. 387-407.

PASSOS, C. A. **A eficiência e a estratégia das empresas que atuam no mercado de bens populares no Brasil**: um estudo sobre o setor de móveis. São Paulo: FEA-USP, 2013.

KRAUSE, C.; BALBIM, R. **O planejamento da habitação de interesse social no Brasil e a sua produção social**: desafios e perspectivas. Brasília: Ipea, 2010.

BONSIEPE, G. **O design e a crise**. São Paulo: Atec, 2012. Disponível em: <http://atec.com.br/blog/sustentabilidade/design-e-a-crise-gui-bonsiepe/>. Acesso em: 28 out. 2018.

SEQUIN, Amanda. **Ambiente 2017**: conheça 19 jovens talentos do design sustentável. Frankfurt: Casa Vogue, 2017. Disponível em: <https://casavogue.globo.com/MostrasExpos/Design/noticia/2017/02/ambiente-2017-conheca-19-jovens-talentos-do-design-sustentavel.html>. Acesso em: 28 out. 2018.

SCHWAB, Klaus. **A Quarta Revolução Industrial**. 1ª Edição. Ravensburg: Edipro, 2016.