



AS BIBLIOTECAS DE IMAGEM ONLINE E SUA INFLUÊNCIA NO PROJETO DE DESIGN DE INTERIORES

Fernanda de Paula Strobino – UNIUV^{1*}

Professora Orientadora: Bruna Polsin Guimarães²

Modalidade de Apresentação: Comunicação Oral

INTRODUÇÃO

O acesso às informações imagéticas no ambiente online é cada vez maior e, nesta era de fartas informações em que vivemos, inúmeras bibliotecas de imagem vêm surgindo. Pode-se observar cotidianamente a quantidade de imagens compartilhadas por usuários da internet nas mais diversas plataformas sociais. Essas imagens passaram a integrar o dia a dia dos usuários, servindo como lazer e como referência para vida pessoal e profissional. Novas interações com a internet e também com as redes sociais vêm mudando a forma com que se planeja e executa funções e tarefas do dia a dia profissional. Sabendo disso, a análise da interferência que um grupo de profissionais recém-formados pode vir a sofrer com a influência das bibliotecas imagéticas, é importante para que se possa compreender como a profissão vem se adaptando aos novos tempos, e assim levantar uma discussão sobre o referido tema a fim de ajudar os mesmos, complementando novos debates que vêm surgindo sobre o assunto. Com isso, trazer uma nova literatura, refletindo sobre a relação entre as bibliotecas de imagem online e a elaboração de projetos de Design de Interiores, por profissionais recém-formados e egressos do curso de arquitetura da UNIUV. Para tal, pesquisaram-se as bibliotecas de imagens mais comuns na internet, e através de pesquisa quali-quantitativa, analisou-se a vinculação do uso das plataformas com o processo inicial da elaboração de projetos, e como é feito o uso das bibliotecas de imagem pelos profissionais da amostra.

METODOLOGIA

As bibliotecas imagéticas também oferecem uma oportunidade para observar como os profissionais e usuários não-designers se relacionam no sentido profissional, portanto a pesquisa foi dividida em etapas, sendo as principais: pesquisa teórica e análise de resultados, e assim levar informações para auxílio dos novos profissionais, e levantar discussão sobre a evolução das profissões ligadas ao design de interiores, pela influência das mídias sociais. Esta pesquisa é de cunho quali-quantitativo, com apoio em pesquisa de campo e referências bibliográficas. Para o desenvolvimento e obtenção de respostas para esta pesquisa, optou-se por aplicar questionários baseados no conhecimento da fundamentação teórica, em respostas autorizadas de profissionais de arquitetura. Então, fez-se um recorte, onde decidiu-se que o questionário será aplicado para profissionais recém-formados, no ano de 2017/2018, no curso de Arquitetura e Urbanismo, pela instituição Centro Universitário de União da Vitória – UNIUV. A aplicação do questionário se deu por

¹ Graduada em Arquitetura e Urbanismo e pós-graduanda em Design de Interiores, ambos pela instituição de ensino Centro Universitário de União da Vitória – UNIUV.

E-mail: arq.fernanda.strobino@gmail.com

² Orientadora, mestranda em Desenvolvimento e Sociedade pela UNIARP, especialista em Projeto de Arquitetura – da Concepção ao Edifício pela PUC - PR. E-mail: prof.brunapolsin@gmail.com



meio online, com fundamentos qualitativos em profundidade e observação destes profissionais, sobre aspectos de desempenho, processo e produto.

REFERENCIAL TEÓRICO, RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Segundo o novo conjunto de relatórios dos sites Hootsuite e We Are Social, de 2019, há mais pessoas nas mídias sociais do que nunca. Consequentemente, o uso das diversas plataformas sociais online vem mudando a forma com que se planejam e se executam funções e tarefas no dia a dia. A mídia social tornou-se de fácil interação para o público com diversos conteúdos e grupos de pessoas, afirma em pesquisa Ciribeli & Paiva (2011, p. 59), que o ser humano possui a necessidade de relacionamento interpessoal. Desse modo com o surgimento das redes sociais criadas especificamente para o compartilhamento de imagens, como o Instagram, Pinterest, Tumblr, deviantART, Behance, Arquigrafia etc., a sociedade cada vez mais alimenta e contribui para que essas bibliotecas online estejam presentes no cotidiano das pessoas. Segundo Sun (2017), em um artigo publicado em seu próprio site, o fluxo intenso de informações a que temos acesso, significa que nossa forma de processar e interpretar informações é completamente diferente de como se fazia algumas décadas atrás, às vezes valorizando muitas vezes mais a imagem do que a construção real propriamente dita. A internet foi agente do entendimento do que é arquitetura e design de interiores, mas também causadora de uma mudança drástica da maneira como se projeta, como se representa e se consome arquitetura, logo o design de interiores. Syed (2017) indaga em seu artigo “Como o Instagram está influenciando o modo como projetamos”, a interferência das bibliotecas imagéticas no resultado final do projeto arquitetônico e do design de interiores, em uma era onde clientes buscam espaços “Instagramizáveis”, palavra criada por ela, ou seja, que ganhem notoriedade através desta plataforma. Na pesquisa pode-se observar que os recém-formados entrevistados conhecem e acessam as plataformas caracterizadas como bibliotecas de imagem e, conforme a obtenção de respostas, as três mais procuradas são: Instagram, Pinterest e Tumblr. A grande nuvem da internet virou um grande portfólio mundial e cosmopolita, portanto não poderia ser diferente que metade dos profissionais entrevistados utilizem essas bibliotecas e redes sociais imagéticas como portfólio profissional. Estas bibliotecas se tornaram um ambiente online colaborativo, e assim, quase a totalidade dos entrevistados recorrem a estas bibliotecas em busca de soluções e referências para o desenvolvimento projetual, e dessa forma se tornaram parte dos projetos de arquitetura e interiores. Percebemos que os profissionais, depois de receber as informações e as imagens retiradas das mesmas plataformas por parte do cliente no briefing, conseguem criar seus próprios projetos, pensando no que melhor se adequa àquele cliente, e não se sentem presos com relação aos limites aos que foram expostos. Portanto, para os profissionais, é de grande importância as imagens referenciais para a criação de seus projetos. Em sua pesquisa, Trichez (2012, p.140), conclui que as imagens referenciais são ferramentas importantes durante o desenvolvimento de projeto, pois gera um aumento do repertório pessoal e um estímulo nas relações de similaridade que a mente faz, e assim proporciona o encontro de ideias mais ousadas e inovadoras. Para Elali (1997, p. 357), o uso do referencial imagético, utilizado como estímulo crítico para um diagnóstico do espaço pelos seus usuários ou profissionais, apresenta-se de modo fundamental à atenção e à discussão do resultado esperado, permitindo o afloramento dos dados de



análise, talvez não previstos inicialmente na pesquisa ou projeto. E por não serem plataformas de uso exclusivo de profissionais, cada vez mais clientes têm acesso e, conseqüentemente, levam suas próprias referências em forma de imagem para o briefing, consultas e reuniões. Conforme conta outro profissional entrevistado, para ele, depois de receber as informações imagéticas do cliente, sente que o processo de criação se torna mais ágil devido à facilitação do reconhecimento do perfil do cliente e dos seus desejos, não considera como um vilão para a criação, e que se pode tirar vários "insights" destas ferramentas e aprimorar ainda mais a qualidade do produto final. Desmistificando o uso das plataformas de bibliotecas imagéticas por profissionais, este trabalho também constituirá uma nova referência bibliográfica, que pretende construir reflexões próprias com relação às referências imagéticas online para a concepção projetual.

REFERÊNCIAS

- CIRIBELI, J. P.; PAIVA, V. H. P. Redes e mídias sociais na internet: realidades e perspectivas de um mundo conectado. **Revista Mediação** - Universidade FUMEC, Vol. 13, Nº 12- janeiro/junho de 2011, Belo Horizonte, p. 57-74, 16 maio 2011. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/509>>. Acesso em: 3 jul. 2019.
- ELALI, G. A. Psicologia e Arquitetura: em busca do *locus* interdisciplinar. **Estudos de psicologia**, Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, Vol. 2, Nº 2 - julho/dezembro de 1997, Natal, p. 349-362. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/261/26120209.pdf>>. Acesso em: 29 ago. 2019.
- KEMP, S. **Digital 2019**: Global Internet use accelerates. [S. I.], We Are Social e Hootsuite, 30 jan. 2019. Disponível em: <<https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates#:~:text=There%20are%204.39%20billion%20internet,since%20this%20time%20last%20year.>>. Acesso em: 27 ago. 2019.
- SUN, J. **The Image of Architecture**. Yale School of Architecture - New Haven, Connecticut, EUA, 2014. Disponível em: <<http://www.jonathan-sun.com/the-image-of-architecture/>>. Acesso em: 24 maio 2019.
- SYED, S. **Como o Instagram está influenciando o modo como projetamos**. ArchDaily, [s. I.], 2017. Disponível em: <<https://www.archdaily.com.br/br/876929/como-o-instagram-esta-influenciando-o-modo-como-projetamos>>. Acesso em: 11 jun. 2019.
- TRICHEZ, C. T. S. **A ideia no processo criativo**: Uma aplicação no projeto de interiores. Orientador: Luiz Salomão Ribas Gomez. 2012. 149 p. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/100497/313387.pdf>>. Acesso em: 23 ago. 2019.