

A Pesquisa com Usuário no processo projetual de Design de Interiores Residencial

The User Survey in the design process of Residential Interior Design

SALES, Emilly Silva; Bacharel em Decoração. EBA-UFBA.

mllyssales@gmail.com

SANTOS, Emyle dos Santos; Doutora em Artes Visuais. EBA-UFBA.

emyles@ufba.br

As complexidades presentes na área de design de interiores vem sendo cada dia mais pesquisada, sobretudo no que diz respeito a processos metodológicos e estratégias projetuais. Contudo, ainda pouco se discute sobre formas de abordagem colaborativa e empática para com o usuário. Tendo em vista a necessidade de levantamento de informações para subsidiar um processo de imersão reflexivo e uma definição do programa de necessidades que seja mais participativa, neste artigo apresenta-se uma proposta de abordagem projetual abrangendo a pesquisa com o usuário, a fim de auxiliar no desenvolvimento de projetos de design de interiores residenciais mais alinhados com a realidade e as expectativas do cliente. As atividades propostas tiveram como base teórica os conceitos e métodos de aproximação descritos por Sanders e Dandavate (1999) e Fadigas (2016).

Palavras-chave: Projetos residenciais; Sondas culturais; Design de interiores.

The complexities present in the area of interior design have been increasingly researched, especially with regard to methodological and programming processes. However, there is still little discussion about forms of collaborative and empathic approach to the user. To be the implementation and evaluation of information which is to subsidize the analysis in the implementation of the immersion and definition of the program has been found in the proposal of this study of residual residences design plus walls with customer reality as well as their perspectives and expectations about space. The advertising activities were based on the conceptions and categories of approach methods by Sanders and Dandavate (1999) and Fadigas (2016).

Keywords: Residential projects; Cultural probes; Interior design.

1 Introdução

O design de interiores é uma área que vem sendo cada vez mais focalizada, tanto a nível de projeção de espaços, como no nível de pesquisas acadêmicas. Contudo, pouco se discute acerca de uma abordagem participativa e empática com os usuários no processo de desenvolvimento de tais projetos, sobretudo aqueles que envolvem o âmbito residencial. Essa modalidade de projeto se destaca pela relativa complexidade, visto que envolve grande subjetividade e inúmeros entendimentos acerca das dimensões do ambiente. Entende-se que o designer de interiores deve atender tanto ao sentido prático, suprimindo as necessidades decorrentes das atividades realizadas no ambiente; quanto ao sentido estético, contribuindo com a fruição dos indivíduos dentro deste. Porém, atingir tal patamar se torna uma atividade complexa, uma vez que ambos os sentidos são compostos por conceitos que variam de acordo com cada indivíduo. Assim, Gibbs (2013) destaca a importância de o profissional saber interpretar as ideias dos clientes, desenvolvendo-as de modo a alcançar resultados viáveis.

Evidenciando as diferentes perspectivas projetuais entre o designer e o cliente, Moraes (2016, p.33) coloca que,

Entre os valores do designer, expostos durante as conversações, estão: a experiência profissional, o conhecimento sobre o campo do design, além dos valores pessoais que formam sua personalidade. Já o cliente, além desses valores pessoais, traz às conversações as noções de como o artefato seria usado e como se encaixaria na vida das pessoas ou nas suas próprias vidas (no caso dele ser o usuário, também). Estes valores, de uma forma geral, servem de base para como o designer e o cliente acessam o projeto.

Apresenta-se como opção de aproximação com essa problemática, processos projetuais que incluem a abordagem na pesquisa com o usuário, a fim de proporcionar o desenvolvimento de projetos residenciais mais alinhados com a realidade do cliente, assim como com as suas perspectivas sobre o espaço. Visando captar as expectativas do cliente sobre o projeto, observa-se a insuficiência dos métodos tradicionais empregados nos processos de aproximação com o cliente, pois, muitas vezes, esses levantamentos, feitos na fase preliminar do projeto, buscam dados objetivos sobre o usuário e suas necessidades. Tais levantamentos se mostram adequados para diversas definições do projeto, como avaliação das funções exercidas no ambiente, definições de situações ergonômicas, dimensionais e limitações do projeto. Por outro lado, tais informações podem ser insuficientes para o desenvolvimento completo do projeto, uma vez que os dados coletados muitas vezes não consideram os aspectos intangíveis do usuário. Preece *et al.* (2002) *apud* Souza Fialho (2014, p.03) corroboram com a questão acima quando apontam a fragilidade do uso da entrevista e de outros métodos de coleta de dados. Para eles,

É comum que os usuários, tão familiarizados com seus ambientes e tarefas diárias, desconsiderem a importância de determinadas ações ou conhecimentos cotidianos, esquecendo-se de mencioná-los durante as entrevistas ou durante a aplicação de outros métodos de coleta de dados.

Uma série de autores que discorrem acerca da qualidade ambiental em projetos ou sobre a abordagem metodológica do design em relação ao cliente, apresentam as razões pelas quais os projetos não são bem-sucedidos. Para Moraes (2016) o conflito de expectativas de cliente e designer é um dos problemas corriqueiros no processo de construção de um projeto. Na opinião de Tuan (1983, p.07),

Na extensa literatura sobre qualidade ambiental, relativamente poucas obras tentam compreender o que as pessoas sentem sobre o espaço e lugar, considerar as diferentes maneiras de experienciar (sensório-motora, tátil, visual, conceitual) e interpretar o espaço e lugar como imagens de sentimentos complexos - muitas vezes ambivalentes. Os planejadores profissionais, com sua necessidade urgente de agir, apressam demais a produção de modelos e inventários. Por sua vez, o leigo aceita sem muita hesitação, dos planejadores carismáticos e dos propagandistas, slogans sobre o meio ambiente que tenha recebido através da mídia, esquecendo-se facilmente a rica informação derivada da experiência, da qual dependem estas abstrações.

Devido ao caráter pessoal e subjetivo dessa relação pessoa-espaço e da grande probabilidade de que o profissional não consiga extrair efetivamente a essência da experiência do usuário referente aos ambientes em questão, acredita-se que cabe ao usuário e/ou cliente tentar relatar ou detalhar as suas sensações em relação ao ambiente, de preferência da forma mais autônoma possível e sem se sentir intimidado pela presença do designer de interiores, sendo capaz de refletir sobre as suas reais expectativas, anseios e necessidades. Nesse sentido, a fim de viabilizar tal experiência, propõe-se o uso da ferramenta da auto documentação para auxiliar no desenvolvimento de projetos de design de interiores residenciais.

Dentre as possibilidades oferecidas pela auto documentação, optou-se neste estudo pelo desenvolvimento e aplicação de uma Sonda Cultural, analisando as suas possíveis contribuições, assim, desenvolveu-se um estudo de caso considerando o projeto de design de interiores residencial na cidade de Elísio Medrado - Bahia, considerando os dados obtidos com a Sonda Cultural.¹

Entende-se que este trabalho é um levantamento de natureza qualitativa e teve enquanto procedimento metodológico base o levantamento bibliográfico a fim de uma maior aproximação com os temas chave da pesquisa. Num segundo momento, foi realizado um estudo de caso que considerou o entendimento do espaço residencial e suas dimensões e da etnografia aplicada ao design, visando a aplicação do método da Sonda Cultural, com o uso ferramentas inspiradas na abordagem etnográfica, para a avaliação e desenvolvimento de uma proposta projetual de design de interiores residencial na cidade de Elísio Medrado - Bahia.

2 O espaço residencial e suas dimensões: alguns conceitos

[...] A casa é, à primeira vista, um objeto rigidamente geométrico. Somos tentados a analisá-la racionalmente. Sua realidade inicial é visível e tangível. É feita de sólidos bem talhados, de vigas bem encaixadas. A linha reta predomina. O fio de prumo deixou-lhe a marca de sua sabedoria, de seu equilíbrio. Tal objeto geométrico deveria resistir a metáforas que acolhem o corpo humano, a alma humana. Mas a transposição para o humano ocorre de imediato, assim que encaramos a casa como um espaço de conforto e intimidade, como um espaço que deve condensar e defender a intimidade. Abre-se então, fora de toda racionalidade, o campo do onirismo. (BACHELARD, 1996 p.63-64)

¹Este artigo foi desenvolvido com base no trabalho de conclusão de curso desenvolvido pela discente Emilly Silva Sales na disciplina EBA019 - Prática Profissional em Decoração na Escola de Belas Artes da UFBA sob a orientação da professora Dr^a. Emyle dos Santos Santos no semestre 2017.1.

Pensar no espaço residencial é uma atividade complexa e propensa a diferentes compreensões e perspectivas. É natural pensar nesse espaço “em termos materiais e quantitativos”, com um ponto de vista técnico e arquitetônico, mas a casa vai além da estrutura física, pois, a forma como os indivíduos se relacionam dentro desse espaço e com esse espaço, cria aspectos subjetivos a serem considerados.

Na literatura consultada, observa-se a recorrência da estreita relação do conceito de casa como um abrigo não apenas físico, mas um espaço de acolhimento de sonhos e lembranças. Para Bachelard (1996, p.26) “[...] a casa abriga o devaneio, a casa protege o sonhador, a casa permite sonhar em paz”. Semelhantemente, Tuan (1983, p.184) descreve que a casa pode ser uma edificação comum, mas que nossa relação com esse espaço, atribui-lhe significados especiais, transformando-os em um lugar, uma vez que, “[...] Proporciona abrigo; a sua hierarquia de espaços corresponde às necessidades sociais; é uma área onde uns se preocupam com os outros, um reservatório de lembranças e sonhos.”

Se faz necessário, neste ponto, esclarecer que o enfoque dado a esta pesquisa, no caso, a relação e as questões subjetivas do espaço residencial habitado, não indica a exclusão dos aspectos técnicos, projetuais e arquitetônicos materializados na casa. As reflexões tecidas até aqui fornecem subsídios que respondem a justificativa deste estudo, pois, entender a casa como um espaço que o usuário impregna suas histórias, impressões e marcas, traz uma maior responsabilidade ao profissional de design de interiores que busca uma relação empática com o espaço projetado. Nesse sentido, Fadigas (2016, p.107), corrobora com tal pensamento quando afirma que,

Para analisar o espaço residencial é necessário, no primeiro momento, a compreensão das dimensões deste ambiente. [...] os espaços construídos são compostos por aspectos tangíveis, como por exemplo a estrutura física (paredes, piso, teto e móveis) e os aspectos intangíveis trata-se do lugar configurado a partir da experiência dos moradores que ali habitam, pois, as vivências diárias, móveis e objetos inseridos, conferem a este ambiente status de abrigo, de relacionamentos e emoções. Neste invólucro, os moradores passam a atribuir significados diversos a esse espaço.

Ao buscar entender o significado da palavra habitar, Filipe (2010, p.301) comenta que “[...] estamos diante de um conceito que transcende o pragmatismo formal, utilitário e quantitativo das acepções estar domiciliado e ocupar como residência [...]” e conclui que “[...] o habitar surge como a própria condição essencial da existência humana, anterior, portanto, a toda arquitetura: habitar é habitar o mundo, ser no mundo, existir.” Assim, Fadigas (2016) e Filipe (2010) apontam para a construção do espaço e a atribuição de valor a partir das experiências dos moradores. Tuan (1983, p.39) semelhantemente, afirma que “[...] o homem, como resultado de sua experiência íntima com seu corpo e com outras pessoas, organiza o espaço a fim de conformá-lo a suas necessidades biológicas e relações sociais.”

Bollnow (1969) *apud* Camargo (2007) lembra da capacidade que a casa possui de estabelecer limites para o habitar privado. Nesse sentido, desenvolve dois conceitos: o espaço exterior - grande, geral e espaço interior - especial e privado. O espaço exterior seria aquele onde praticamos nossas atividades coletivas e públicas e a casa habitada, é apresentada como o refúgio do espaço exterior. É a inserção da casa no mundo que habitamos que transforma a casa não apenas na condição de refúgio, mas também como o lugar “[...] através do qual estabelecemos vínculos e meios de atuarmos nesse mundo [...]”, ou seja, de nos tornarmos familiarizados com ele, é ter “[...] a casa como meio de identificação com o mundo”. (CAMARGO, 2007, p.61)

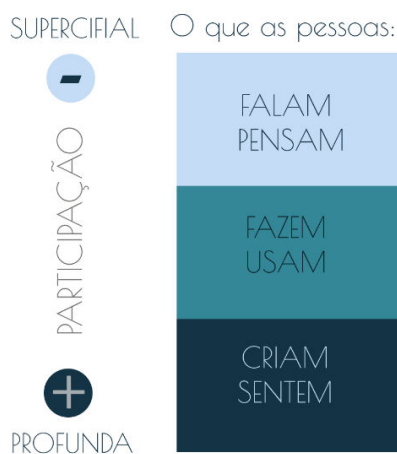
3 A Pesquisa com Usuário e a Sonda Cultural

Para Kujala (2003) *apud* Souza Fialho (2014, p. 34), “[...] o termo envolvimento do usuário pode ser visto como um termo geral que descreve o contato direto com o usuário e pode abranger diversos tipos de abordagens”. A participação do designer na pesquisa com usuários serve pelo menos para dois propósitos-chaves, o primeiro é o conhecimento que o designer possui como uma ferramenta que permite analisar as informações da pesquisa dentro do contexto em que acontece. Assim, “[...] o designer filtra as informações, sabendo diferenciar quando deve considerá-las ou quando deve considerar as entrelinhas do que foi percebido, de acordo com os vários fatores envolvidos no projeto.” (HANINGTON, 2013, *apud* SOUZA FIALHO, 2014, p.5)

Isto torna possível um rápido balanceamento de soluções criativas, como também as limitações do projeto. O segundo propósito chave seria a empatia entre o designer e o usuário através da imersão e o contato direto com ele, o que “[...] leva o designer a se sentir responsável por corresponder às expectativas das pessoas que contribuíram para a pesquisa.” (HANINGTON, 2013, *apud* SOUZA FIALHO, 2014, p.5)

Sanders e Dandavate (1999) *apud* Souza Fialho (2014) elaboraram uma estrutura (Figura 1) demonstrando como envolver as pessoas em diferentes etapas do processo de design e com níveis diferentes de participação, que atendem a diferentes objetivos dentro do projeto, a profundidade que o designer pode obter do comportamento do usuário depende da interação dele nos métodos utilizados.

Figura 1 – Estrutura de envolvimento das pessoas nas etapas de processos em design e os níveis de participação.



Fonte: Sanders e Dandavate (1999) *apud* Souza Fialho (2014, p.42), adaptado pelas autoras (2017).

Os autores dividem a estrutura em três grupos de métodos: **Falar|Pensar**, que vem do ouvir o que as pessoas têm para falar, interpretando e fazendo interferências sobre o que pensam, “[...] considerados uma categoria primária em relação ao nível de profundidade dos dados coletados, pois fornecem informações consideradas superficiais já que não se tem como comprovar a veracidade do que foi dito pelas pessoas.” (SANDERS; DANDAVATE, 1999 *apud* SOUZA FIALHO, 2014, p.42). Os métodos **Fazer|Usar**, apoia-se em assistir o que as pessoas fazem e observar o que usam, apresentando um nível intermediário de profundidade e possibilitam aos pesquisadores validarem através da observação se existe coerência entre o falar e usar, afigurando-se na pesquisa com o caráter avaliativo e exploratório. Os métodos **Criar|Sentir** apresentam o nível mais profundo das informações coletadas, já que

[...] são métodos que fornecem a perspectiva sobre o que as pessoas não conseguem expressar através de palavras ou de ações cotidianas - necessidades e desejos latentes. Permitem a participação do usuário de forma mais ativa do que nas categorias anteriores, por meio de métodos de auto documentação e de criação coletiva. (SANDERS; DANDAVATE, 1999 apud SOUZA FIALHO, 2014, p.43)

Os métodos que incluem questionários, entrevistas, grupos focais e discussões de grupo, pertencem a primeira categoria de métodos, que se estabelece no que as pessoas falam, “[...] tipicamente produzem conhecimento sobre grandes grupos de pessoas, representados por números, estatísticas e tabelas”, são métodos que permitem a expressão por meio da comunicação verbal. Souza Fialho (2014, p.46) destaca a “[...] confusão entre o que as pessoas relatam e como se comportam de fato” como um dos erros que podem comprometer a veracidade dos dados. Contudo, o autor conclui que os métodos da categoria **Falar|Pensar** constituem uma outra conjuntura, quando não aplicados isoladamente. A conjunção dessa categoria com os métodos **Fazer|Usar** e **Criar|Sentir**, possibilita o esclarecimento de ações e a complementação de informações coletadas nos outros métodos.

A terceira categoria é pautada na participação do usuário, sendo que os métodos **Criar|Sentir** são provenientes das práticas de Design Participativo, originário da Escandinávia e conhecido atualmente por co-criação/co-design, esses são métodos que as pessoas participam de forma mais ativa, possibilitando o acesso aos sentimentos e sonhos das pessoas através do que elas criam, “[...] partindo do princípio de que todas as pessoas são criativas, desde que utilizem ferramentas adequadas para se expressar.” (SOUZA FIALHO, 2014, p.51). Essa categoria é dividida em métodos de auto documentação, que funcionam através de ferramentas ofertadas pelo designer, em que o material serve de inspiração para o projeto, e de métodos de criação coletiva que os usuários participam do processo de construção de alternativas para o projeto. (SOUZA FIALHO, 2014)

Os métodos de auto documentação, objetos investigados neste estudo são indicados nas categorias **Fazer|Usar** e **Criar|Sentir**. Souza Fialho (2014) aponta que a auto documentação é baseada em métodos etnográficos e indicada quando o pesquisador não pode ir ao ambiente da pesquisa. Ao se tratar de pesquisa no ambiente residencial, é benéfico o fato do pesquisador não estar no ambiente estudado, sua presença poderia alterar algumas ações do usuário. Outro ponto positivo da auto documentação no processo projetual do ambiente residencial é a participação ativa do usuário na pesquisa. Finalmente, destaca-se a possibilidade que as ferramentas possuem de guiar, provocar e estimular o usuário a uma reflexão sobre o seu espaço residencial.

Boehner (2007) *apud* Kira (2016, p.103) define as Sondas Culturais como “[...] objetos projetados, pacotes físicos que contém tarefas provocativas, oblíquas e de entendimento aberto para dar suporte ao envolvimento inicial dos/as participantes no processo de design.” As sondas, quando alinhadas no sentido do enquadramento do problema ou necessidade, se direcionam para um processo reflexivo, “[...] pois não se baseiam em um pensamento cristalizado, e sim na exploração e levantamento de informações que subsidiem a reflexão.” (LESNOVSKI; COSTA, 2016, p. 986). O ato de reflexão gerado pelo uso da Sonda Cultural é uma interessante ferramenta para o design de interiores, tendo em vista o déficit de observação do espaço residencial por parte dos usuários, assim, a referida ferramenta torna-se fundamental para auxiliar na determinação das necessidades do projeto com a participação ativa e consciente do usuário.

3.1 As ferramentas Design Kit e a Corais

A construção da Sonda partiu do interesse em encontrar cenários e experiências nos quais os designers desejam observar os usuários, mergulhando na complexidade do ambiente estudado, “[...] nesta etapa, estereótipos e estigmas começam a ser deixados de lado, os pesquisadores e designers começam um processo de empatia com as diferentes situações envolvidas, que os mostra novas perspectivas e possibilidades de intervenções.” (METTELMAKI, 2016 *apud* CASTRO *et al.*, 2015, p. 1209)

Foram analisadas algumas ferramentas de auto documentação em plataformas online, dentre elas duas se destacaram, a Design Kit que é uma plataforma de aprendizagem online da IDEO (2010) e contém os principais métodos e ferramentas de aplicação de design centrado no ser humano. A outra referência nesse sentido é a Corais, uma plataforma online destinada a projetos colaborativos. Esta conta com um espaço denominado árvore de conhecimento, que armazena conhecimentos disponíveis para execução de projetos de forma colaborativa. Todos os usuários cadastrados podem contribuir e “[...] expandir o conhecimento da comunidade seja acrescentando ou corrigindo as informações disponíveis, bem como criar novos conhecimentos e compartilhar as experiências com o uso dos métodos e ferramentas” (FREDERICK VAN AMSTEL, 2013). A partir dessas duas referências, foi elaborado o Quadro 1 com as ferramentas mais representativas e aplicáveis para projetos de design de interiores.

Quadro 1 - Ferramentas aplicáveis ao design de interiores.

Ferramenta	Definição	Fonte
Auto-documentação	“É uma ferramenta da pesquisa etnográfica, que permite ao pesquisador estender suas possibilidades de contato com o universo do pesquisado de modo menos intrusivo que a observação participante, pois deixa a cargo do pesquisado o registro dos aspectos mais significativos de seu discurso. É o pesquisador que trará as imagens, e por parte de “seu recorte da realidade” o pesquisador poderá interpretar elementos importantes do contexto.”	Corais
Um dia na vida	“Um dia na vida é uma agenda para visualizar a rotina do usuário. É feito para compreender as atividades de rotina, os lugares que o usuário vai com frequência e os meios de transporte e de comunicação utilizados no dia-a-dia. Esse método é útil para identificar problemas nas transições entre uma atividade e outra.”	Corais
	“Um Foto jornal é uma maneira direta e muito visual de vislumbrar como uma pessoa vive sua vida e também ajuda a capacitar os indivíduos a contar suas próprias histórias. Com apenas um simples prompt e algumas instruções, você pode ter uma visão da vida de alguém que você simplesmente não conseguiria por conta própria. Usamos esse método para ir além de uma entrevista presencial para entender melhor o contexto de uma pessoa, as pessoas que a cercam, a dinâmica da comunidade e a jornada de como ela usa um produto ou serviço. As	

Foto Jornal	fotos jornais podem ajudar a criar uma base para discussões mais ricas, pois preparam um indivíduo antes de uma entrevista, o que significa que eles começam a pensar sobre o assunto com alguns dias de antecedência.”	Design Kit (IDEO)
Classificar Cartão	“Este exercício simples o ajudará a identificar o que é mais importante para as pessoas para quem você está projetando. Um Card Sort é uma maneira rápida e fácil de iniciar uma conversa sobre o que é mais importante para as pessoas para quem você está projetando. Ao colocar um baralho de cartas, cada um com uma palavra ou uma única imagem, nas mãos de alguém e, em seguida, pedir para classificá-los em ordem de preferência, você obterá uma grande visão do que realmente importa. Você também pode usar o exercício Card Sort para iniciar uma conversa mais profunda sobre o que ele ou ela valoriza e por quê.”	Design Kit (IDEO)

Fonte: autoras (2017)

4 Aplicação da Sonda Cultural: Estudo de caso

O estudo foi realizado no município de Elísio Medrado, localizado na região do Recôncavo Sul baiano, a 270 km da capital Salvador. A população total do município é de aproximadamente 7.947 habitantes, dos quais 49,87% residem na área urbana e 59,13% na área rural (IBGE, 2010). A grande diversidade da cidade, tanto histórica, como natural e cultural, revelam uma grande potencialidade, ou seja, é uma região de múltiplas possibilidades e profusão de paisagens.

O usuário do espaço estudado, tem 36 anos, formação em Geografia, Serviço Social e especialização em Pedagogia social e atua como professor. Finalizou a construção da casa há três anos, porém os primeiros croquis e desenhos da casa tem dezessete anos, realizados por ele mesmo e sem o acompanhamento de um profissional da área de construção civil. O utente apresenta a sua casa como um projeto de vida e relata que foi cuidadoso ao planejar cada espaço e como esquematizou os desenhos do projeto para o pedreiro compreender. O usuário afirma que a casa atende todas as suas necessidades, mas que a dimensão da casa faz com que ele não se sinta confortável. Assim, entendeu-se que este seria um bom perfil para a realização do estudo de caso, já que o usuário considera todas as suas necessidades atendidas, mas levanta como uma insatisfação aspectos subjetivos do seu habitar naquele espaço. Destarte, este foi convidado a participar de um momento de imersão e reflexão sobre a casa, denominado como: um convite para repensar sua casa.

4.1 Definição de métodos e etapas

A definição dos métodos e ferramentas utilizadas no estudo de caso, se baseia nas categorias de métodos de pesquisa de Sanders e Dandavate (1999), explanadas e exemplificadas por Souza Fialho (2014), (Figura 01), os métodos e ferramentas serão utilizados em diferentes

etapas do levantamento de dados, pois, as etapas se entrecruzam e em muitos momentos se sobrepõem. Assim, a etapa de direcionamentos iniciais e esclarecimentos de resultados serão identificados dentro da categoria Falar|Usar, nas abordagens de essência etnográfica na etapa de auto documentação e criação coletiva, serão identificados como categorias Fazer|Usar e Criar|Sentir.

A escolha dos métodos partiu das recomendações de levantamentos de dados indicados por Fadigas (2016), onde são colocados alguns pontos que devem ser observados pelos designers de interiores no processo de pesquisa para a compreensão da relação morador x casa x luz. Ao analisar as recomendações de levantamentos indicadas por Fadigas (2016), compreendemos que estas são adequadas em qualquer projeto de design de interiores que busca investigar aspectos tangíveis tal qual os intangíveis através de relações afetivas e empáticas. A autora recomenda o levantamento dos seguintes pontos: sentido de proteção, sentido de identificação, sentido de comunicação, valores atribuídos, sentido de privacidade e sentido de cotidiano.

O processo de pesquisa desenrola-se para o usuário em quatro momentos, (1) a entrevista semiestruturada, que é o primeiro contato do designer com o cliente; (2) a designer cria as atividades da Sonda Cultural, visando levantar os dados subjetivos mencionados na entrevista, posteriormente o usuário realiza a auto documentação através da Sonda Cultural; (3) a partir dos dados coletados com a Sonda Cultural é elaborada uma nova entrevista mais aprofundada; (4) finalizando com a criação co-participativa, entre designer e usuário, na concepção de painéis imagéticos. A relação de cada atividade descrita, assim como a categoria de métodos de Sanders e Dandavate (1999) apud Souza Fialho (2014) e os pontos indicados por Fadigas (2016), são apresentados a seguir na Figura 2.

Figura 2 – Relações de categorias, atividades e pontos de levantamentos.

falar usar	fazer usar criar sentir	falar usar	criar sentir
Entrevista semiestruturada	Auto documentação: Sonda Cultural	Entrevista com os dados da Sonda	Criação Coletiva: Painéis
Sentido de Proteção	Sentido de Proteção	Sentido de Proteção	Sentido de Proteção
Sentido de Identificação	Sentido de Identificação	Sentido de Identificação	Sentido de Identificação
Valores atribuídos	Valores atribuídos	Valores atribuídos	Valores atribuídos
Sentido de Privacidade	Sentido de Privacidade	Sentido de Privacidade	Sentido de Privacidade
Sentido de Identidade e Pertencimento	Sentido de Cotidiano	Sentido de Cotidiano	Sentido de Identidade e Pertencimento
	Sentido de Identidade e Pertencimento	Sentido de Identidade e Pertencimento	

Fonte: autoras (2017)

Como descrito no infográfico da Figura 2, no primeiro momento foi utilizada a entrevista semiestruturada, que está dentro da categoria de métodos **Falar|Usar**. Com caráter exploratório e investigativo e de natureza similar a uma conversa, a entrevista semiestruturada auxilia na revelação de aspectos desconhecidos pelo designer e direcionam os

pontos de observação dos métodos subsequentes. A categoria de métodos **Falar|Usar** também é representada na análise junto ao usuário dos dados colhidos na auto documentação.

4.2 Entrevista semiestruturada

A entrevista semiestruturada não foi o primeiro contato da designer com o usuário, ela sondou possíveis casas na sua cidade natal e ao procurar o usuário, o mesmo externou que estava satisfeito com a casa e a única coisa que o incomodava era a segurança, mas conhecendo o projeto e notando que a casa era segura, estruturamos a primeira entrevista com base na ideia de Fadigas (2016) sobre os aspectos intangíveis da residência, tendo como objetivo entender o contexto da casa para o morador, a estrutura para a entrevista abordou quatro pontos: A casa; Um cômodo; Privacidade e insatisfações. O usuário sabia que a entrevista estava sendo gravada, mas isso não aparentou alguma mudança na desenvoltura dele. Segue a entrevista na íntegra.

Casa: Casa para mim é uma extensão do meu próprio corpo, a casa acaba fazendo com o que eu possa ter um espaço mais restrito, um espaço que eu me identifique, um espaço que eu me sinta bem, eu não sou microcosmo, eu habito! (SANTOS, 2017)

O projeto da sua casa: A maior inquietação era minha mãe, queria um espaço que ela pudesse entrar e sair, que fosse um lugar mais plano, que não tivesse tantos degraus, que eu pudesse ficar mais perto dela, esse foi o maior. (SANTOS, 2017)

Antes de morar nessa casa, você morava onde: Eu morava em uma casa na mesma cidade, mas um pouco mais distante, era uma casa um pouco apertada, porque era casa resultante dos projetos populares, veio o projeto e a gente foi contemplado com uma casa, tinha dois quartos, uma sala e uma cozinha tinham dois degraus, esses dois degraus eram uma grande barreira para minha mãe que era paraplégica e não tinha como fazer uma rampa para facilitar a locomoção dela e isso sempre me causou muita angústia, eu sempre coloquei como objetivo fazer uma casa para que ela pudesse circular livremente de maneira independente e autônoma, para ela ser mais feliz. (SANTOS, 2017)

Um cômodo: O quarto porque eu consigo ficar mais tranquilo, eu consigo relaxar consigo receber meus amigos que são bem próximos, só vem em minha casa quem tem muita proximidade comigo, acho o quarto o espaço mais íntimo, muitos discordam, mas eu recebo meus amigos lá tranquilamente, porque é como se fossem da minha família. (SANTOS, 2017)

Privacidade: O único espaço na minha casa que é um pouco mais restrito é meu guarda roupa, na verdade cada espaço da casa passa a ser restrito dependendo do grau de aproximação que eu tenho com as pessoas, se é uma pessoa que eu não tenho aproximação fica na sala, se é uma pessoa que eu tenho um pouco mais de aproximação, circula na casa inteira, como a maioria das pessoas que eu recebo são meus amigos, podem ter acesso a qualquer espaço da casa, principalmente o quarto que é a área mais íntima, o espaço mais íntimo, que a gente acaba tendo o maior apego, maior poder sobre o espaço, mas que para os amigos a gente não se sente incomodado. (SANTOS, 2017)

Dimensão da casa: Na verdade sempre morei eu e mais quatro irmãos, e o que acontece, quando terminei de estudar que consegui meu primeiro emprego, que eu ganhava menos de um salário mínimo, eu disse não, pelo menos já é alguma coisa, vou fazer minha casa do jeito que eu quero, uma casa mais espaçosa que eu possa fazer o que eu quisesse e conseguisse circular tranquilamente, que eu não precise esperar um passar para o outro passar e foi daí que surgiu o objetivo, era algo que eu desejava muito, pena que quando consegui realizar

minha mãe já tinha falecido, então assim, foi um plano que eu comecei buscando um objetivo, mas com o fato da partida dela, houve uma insatisfação, mas... (SANTOS, 2017)

Insatisfação: Pelo fato de minha irmã ter se casado e ter mais dois filhos, minha mãe ter morrido, acabei morando só, então o espaço que eu planejei acabou ficando grande demais para mim, só isso, acho que construir uma casa menor seria o ideal. (SANTOS, 2017)

4.3 Auto documentação: Sonda Cultural

A Sonda Cultural foi o método de auto documentação escolhido tendo em vista seus benefícios para a coleta de dados de um projeto de design de ambiente residencial, se baseando na definição do método por Mattelmaki (2016) *apud* Castro *et al.* (2015, p. 1209) que conceitua que a “Sonda Cultural é um conjunto de métodos que documentam a experiência do usuário em forma de ações, pensamentos, atitudes, sonhos e humor nos seus reais contextos físicos, sociais e culturais.” O autor divide o projeto da sonda em cinco fases: (1) Preparação e projeto da Sonda; (2) Coleta de dados dos usuários com a Sonda; (3) Interpretação da Sonda; (4) Entrevista com usuários utilizando as Sondas; (5) Comunicação de dados do usuário para a interpretação de design.

Com base nos pontos de levantamento de dados indicados por Fadigas (2016), e com a breve percepção de algumas visões do usuário sobre seu espaço obtidas na entrevista semiestruturada, foram determinadas seis atividades para compor o Kit da Sonda Cultural (Figura 3): Conte, Desenhe, Mapeie e Indique, Fotografe, Estabeleça e Perceba.

Figura 3 – Kit da Sonda Cultural.



Fonte: autoras (2017)

A atividade denominada **Conte**, foi criada a fim de comunicar ao designer através da continuação de frases já estabelecidas na relação do usuário com a casa. Para a IDEO, o “[...] registro de experiências, como um diário, permite à equipe entender como os participantes veem suas vidas, a comunidade e seus relacionamentos.” (IDEO, 2010, p.50). Fadigas (2016) corrobora com essa visão quando coloca que o conhecimento das experiências e pontos de vistas do indivíduo através de um processo que transita por aspectos subjetivos e objetivos é necessário para atribuir valores aos locais. As frases estabelecidas convidam o usuário a lembrar, perceber e repensar seu espaço doméstico. Definimos oito frases: “A casa é para mim...”, “As memórias que essa casa me traz...”, “Não me sinto bem em casa, quando...”, “A importância da casa para o meu trabalho é ...”, “Eu me sinto bem em casa, quando...”, “Na minha infância a minha casa...”, “Para minha família e meus amigos a minha casa...”, “Sinto saudade de casa, quando...”. As fichas acompanham um cartão de indicação e orientação da

atividade.

Dentre as demais atividades do Kit, a atividade denominada **Desenhe**, serve de apoio às outras atividades, oferece ao indivíduo a chance de se expressar com o desenho nas atividades da Sonda. Conta com um cartão de identificação e orientação e papéis adesivos para facilitar a colagem em um outro suporte. A atividade **Mapeie e Indique**, documenta a vivência do usuário dentro da casa, a rotina é registrada diariamente e indicada a atividade em cada cômodo. O registro da rotina aproxima o designer da realidade do cliente, proporcionando o entendimento dos fluxos. A atividade **Fotografe**, indica um outro tipo de expressão, o usuário foi convidado a responder com fotografias algumas perguntas. A atividade **Estabeleça**, sugere ao usuário determinar seis coisas que para ele seriam fundamentais para preencher o seu espaço doméstico, e assim, propõe que o usuário complete os seis lados de um cubo de acrílico, podendo utilizar palavras ou desenhos. A ferramenta **Perceba**, oportuniza o usuário refletir durante um período nas ações e artefatos do seu espaço doméstico, determinando as coisas que funcionam bem e as coisas que trazem algum tipo de insatisfação. É disponibilizada uma urna e papéis, com a orientação de o usuário determinar cores diferentes para escrever o que agrada e o que não agrada.

4.4 Entrevista pós Sonda Cultural

A segunda entrevista se deu após o usuário devolver as atividades da Sonda Cultural, no momento da análise do material recebido ficou claro a necessidade de retornar a escutar o usuário por conta de conflitos de dados com a entrevista semiestruturada, outro ponto observado foi que neste momento o usuário já identificava possíveis soluções e causas para as questões antes apresentadas, e tinha uma maior facilidade em responder os questionamentos referentes ao material coletado, o que possibilitou o esclarecimento de ações e complementou as informações. Mesmo as atividades dentro do método falar/ sentir serem consideradas uma categoria primária em relação ao nível de profundidade dos dados coletados, quando não aplicada isoladamente constituem outro cenário, foi bastante válido retornar ao falar/sentir após atividades do fazer/usar e criar/sentir.

4.5 Criação coletiva

Posteriormente foi desenvolvida a etapa de Criação Coletiva, que tinha como intuito a elaboração de painéis imagéticos com referências que representassem conceitos abstratos ou subjetivos. A criação de painéis foi realizada com o uso do Pinterest, uma rede social de compartilhamento de fotos que se assemelha a um quadro de inspirações, onde os usuários podem compartilhar suas imagens e a dos outros utilizadores. O banco de imagens do Pinterest é bastante utilizado por profissionais de áreas visuais e criativas. A proposta foi de ter um momento junto com o cliente para entender quais os aspectos visuais transmitiam as sensações que ele gostaria de ter no ambiente estudado.

Essa plataforma possibilitou o acesso a um banco de imagens selecionadas e organizadas acerca de um tema específico. Começamos a pesquisar projetos de quartos para entendermos quais as sensações que algumas soluções projetuais causavam ao cliente. Ele escolheu no banco de imagens alguns projetos que se identificou e os que de alguma forma o incomodavam. Essa atividade gerou um painel contendo as imagens, as sensações e comentários do usuário sobre os projetos. Posteriormente, continuando com o mesmo processo, o usuário escolheu fotos que passavam as sensações que ele queria no quarto que gerou um outro painel e para finalizar determinou materiais e cores que lhe transmitiam segurança.

5 Resultados

O projeto piloto da Sonda Cultural, apresentou dados significativos para o desenvolvimento do projeto e evidenciou as diferentes perspectivas entre o designer e o cliente em aspectos objetivos e subjetivos, como no entendimento do conceito de segurança e conforto, e na solução dos problemas estabelecidos no processo de reflexão e imersão do cliente. A busca da percepção das situações sob o ponto de vista do usuário permitiu uma compreensão ampla e aprofundada da perspectiva real, não idealizada, do usuário em seu espaço residencial.

As atividades da sonda e dos outros métodos de coleta de dados foram pensadas através do procedimento denominado triangulação, que ofereceu uma maior compreensão das diferentes perspectivas que cada método obteve. Identificou-se nas atividades de imersão, das categorias Fazer|Usar e Criar|Sentir, que foram documentadas pelo cliente, alguns conflitos com os dados colhidos na entrevista semiestruturada, atividade da categoria Falar|Usar, porém, vale destacar que embora os métodos de entrevistas sejam limitados em alguns aspectos, dentro do processo de coleta de dados estabelecido se mostrou bastante eficaz. A entrevista semiestruturada teve caráter exploratório, sendo o primeiro contato com o cliente e determinou os direcionamentos da investigação através dos outros métodos, já a entrevista realizada posteriormente, mediada pelos dados colhidos com a Sonda, possibilitou o esclarecimento de ações, apontou os conflitos de dados e complementou as informações coletadas, reduzindo os riscos de interpretações equivocadas sobre os dados obtidos na auto documentação.

6 Considerações finais

O presente trabalho explorou a potencialidade dos métodos de co-criação e da auto documentação para o desenvolvimento de ferramentas e processos que auxiliem no projeto de design de interiores, nesse sentido, encontrou na Sonda Cultural uma ferramenta a ser experimentada, buscando delinear as possíveis contribuições desta no desenvolvimento de um projeto residencial. Nesse sentido, a Sonda Cultural apresentou um grande potencial para a coleta de dados, indicando direcionamentos para o projeto, apontando contradições e confirmações das experiências do usuário no seu contexto, que não haviam sido identificadas com outras ferramentas de aproximação, possibilitando soluções de projeto mais assertivas, sobretudo por aproximar o Designer de interiores do contexto real do usuário.

A aplicação da Sonda Cultural resultou em uma grande quantidade de dados, por tal razão se indica uma maior atenção no momento da criação das atividades que irão compor a Sonda, a fim de sintetizar as informações. No entanto, ter ferramentas muito focadas em atividades específicas pode interferir na oportunidade de ter uma aproximação mais ampla, possibilitando o acesso às questões subjetivas. Outro importante resultado diz respeito à necessidade de análise aprofundada das atividades da Sonda, assim, sugere-se um estudo posterior acerca das peças gráficas geradas, a fim de torná-las convidativas, induzindo a participação do usuário e facilitando o entendimento das respostas.

Sendo um método de coleta de dados que demanda maior tempo para ser aplicado, sugere-se para aplicações futuras a escolha de atividades que os usuários possam realizar em um período mais curto, pois no projeto de design de interiores o fator tempo é uma variável que nem sempre apresenta disponibilidade alinhada com o ideal, assim, muitas vezes se torna inviável a utilização de determinadas dinâmicas e métodos de concepção e projeção, contudo, é uma área que necessita de um conhecimento aprofundado das relações usuário e espaço, sendo necessário ferramentas de coleta de dados que ofereçam ao designer a compreensão apropriada para projetar o espaço residencial.

Embora reconheça-se as necessidades de melhorias no processo de coleta de dados indicados

neste estudo, concluímos que ele é relevante para o desenvolvimento de um projeto de design de interiores residencial, as sugestões de ajustes indicadas podem minimizar os problemas encontrados durante a aplicação piloto, quando propostas para Sondas Culturais futuras. Considera-se então, que os resultados teóricos e práticos gerados nessa pesquisa podem embasar outros estudos e propostas de ferramentas, contribuindo assim para o desenvolvimento do processo projetual do design de interiores.

7 Referências

BACHELARD, Gaston. **A Poética do Espaço**. São Paulo: Abril Cultural, 1974.

BRASIL. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Elísio Medrado**. 2010. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ba/elisio-medrado/panorama>>. Acesso em: 04 mar. 2017.

CAMARGO, Érica Negreiros de. **Casa, doce lar: o habitar doméstico percebido e vivenciado**. 2007. 381 f. Tese (Doutorado) - Curso de Arquitetura, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cp079413.pdf>>. Acesso em: 01 maio 2016.

CASTRO, Marcelo da Silva *et al.* Construção de sonda cultural: aspectos emocionais na percepção de qualidade do vinho brasileiro. In: Congresso Internacional de Design da Informação, 7., 2015, Brasília. **Anais...**. Brasília: Blucher Design Proceedings, 2015. p. 1208 - 1216. Disponível em: <<http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/construo-de-sonda-cultural-aspectos-emocionais-na-percepo-de-qualidade-do-vinho-brasileiro-20299>>. Acesso em: 10 maio 2017.

FADIGAS, Larissa Braga de Melo. **O design emocional na concepção de projetos luminotécnicos**. 2016. 137 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Artes Visuais, Programa de Pós-graduação em Artes Visuais, Escola de Belas Artes, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016. Disponível em: <http://www.ppgav.eba.ufba.br/sites/ppgav.eba.ufba.br/files/producaocientifica/dissertacao_larissa_fadigas.pdf>. Acesso em: 07 mar. 2017.

FILIPPE, Maíra Longhinotti. Casa: uma poética da terceira pele. **Psicologia & Sociedade**, Florianópolis, v. 2, n. 22, p. 299-308, maio/ago. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-71822010000200010>. Acesso em: 01 maio 2017.

FREDERICK VAN AMSTEL. Instituto Ambiente em Movimento. **Sobre a Plataforma Corais**. 2013. Plataforma é desenvolvida por Frederick van Amstel. Disponível em: <<http://www.corais.org/node/983>>. Acesso em: 01 fev. 2017.

GIBBS, Jenny. **Design de Interiores: guia útil para estudantes e profissionais**. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

IDEO. **Design KIT**. 2010. Disponível em: <<http://www.designkit.org/>>. Acesso em: 02 jan. 2017.

KIRA, Gustavo. **Trajetórias no design de interação de terceira onda: participações, seus rastros, suas viradas**. 2016. 154 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Tecnologia, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2016. Disponível em: <<http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/1883>>. Acesso em: 05 mar. 2017.

LESNOVSKI, Melissa Merino; COSTA, Filipe Campelo Xavier da. BOUNDARY PROBES: considerações sobre instrumentos influenciadores da negociação comercial de serviços de design. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 12., 2016, Belo Horizonte. **Anais...**. Belo Horizonte: Blucher Design Proceedings, 2016. p. 981 - 992. Disponível em: <<http://pdf.blucher.com.br.s3-sa-east-1.amazonaws.com/designproceedings/ped2016/0084.pdf>>. Acesso em: 16 mar. 2017.

MORAES, Daniela Sperb. **Negociações no processo de Design**: um estudo sobre a perspectiva do cliente na validação do projeto. 2016. 93 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <<http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/5414>>. Acesso em: 15 mar. 2017.

SANTOS, Jenivaldo. **Jenivaldo Santos**: depoimento [jul. 2017]. Entrevistadora: Emilly Silva Sales. Elísio medrado, 2017. Entrevista concedida para o desenvolvimento do Projeto de Design de Interiores.

SOUZA FIALHO, Uda Flávia Cunha. **A Pesquisa com Usuários no Processo de Design**: Sugestões a partir de uma Abordagem Etnográfica, 2014. 149 f. Dissertação (Mestrado e Design) - Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/127786>>. Acesso em: 12 maio 2017.

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e lugar**: a perspectiva da experiência. São Paulo: Difel, 1983.