

INSTITUTO FEDERAL DE ALAGOAS – IFAL
CAMPUS MACEIÓ
DIRETORIA DE ENSINO
DEPARTAMENTO DE ENSINO SUPERIOR
COORDENAÇÃO DE DESIGN
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE INTERIORES

ALDENIR DOS SANTOS COSTA

VIDA COM ESTILO
POP ART

Maceió- AL
2019

ALDENIR DOS SANTOS COSTA

VIDA COM ESTILO
POP ART

Trabalho de Conclusão de Curso
submetido ao Instituto Federal de
Alagoas como parte dos requisitos
necessários para a obtenção do Grau
de Tecnólogo em Design de Interiores.

Orientador: Professora Mestra Iolita
Marques de Lira

Maceió-AL
2019



Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Instituto Federal de Alagoas
Campus Maceió
Biblioteca Benevides Monte

C837v

Costa, Aldenir dos Santos.

Vida com estilo *Pop Art* / Aldenir dos Santos Costa. – 2019.

38 f. : il.

1 CD-ROM: il. color. ; (1 arquivo : 5.699 kilobytes).

Orientação: Prof.^a Esp. Iolita Marques

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Design de Interiores) – Instituto Federal de Alagoas, *Campus Maceió*, Maceió, 2019.

CD-ROM contendo o arquivo no formato PDF do trabalho acadêmico, acondicionado em caixa acrílica (12,5 cm x 14 cm).

Trabalho acadêmico editado em versão impressa e em meio digital.

1. Design de Interiores. 2. Estudo preliminar. 3. *Pop Art* I. Título.

CDD: 745.4

Mariana Duarte de Assunção
Bibliotecária
CRB-4/1673

ALDENIR DOS SANTOS COSTA

VIDA COM ESTILO
POP ART

Trabalho de Conclusão do Curso de Tecnologia em Design de Interiores do Instituto Federal de Alagoas – IFAL, apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de Tecnóloga em Design de Interiores, em 12/09/2019, sob avaliação da banca examinadora composta dos seguintes membros:

Professora Mestra Iolita Marques de Lira
Orientadora/IFAL



Professora Mestra Denise Lages
Avaliadora Interna/IFAL

Professora Esp. Valéria Teles
Avaliadora Interna /IFAL

À memória de minha amada tia **Eugenia.**

Agradecimentos

Agradeço a Deus pela minha existência e pelo seu amor infinito que me proporciona inúmeras dádivas.

Agradeço a todas as pessoas que contribuíram para a conclusão deste projeto. Minha família, meu esposo Tony, meus amigos Max Miller e Janine Amorim. E aos professores que me incentivam a concluir este projeto Denise Lages, Lolita Marques, Miquelina Cavalcante, Roberto Carlos, Rossana Gaia e Valéria Teles.

Agradeço aos demais professores do curso de Design de Interiores do Instituto Federal de Alagoas pelos quais sinto imenso carinho por estarem comprometidos com a profissão docente, sempre inspirando e estimulando.

RESUMO

O processo criativo do profissional *Designer* de Interiores contempla diversos aspectos e propõe atender às necessidades do cliente através dos elementos compositivos do projeto. A pesquisa tem importância fundamental no estabelecimento de parâmetros projetuais, como neste projeto preliminar que utiliza o *Pop Art*, apresentado aqui através de seus aspectos históricos que atribuem significado ao estilo e direciona os elementos para sua caracterização. O programa de necessidades buscou atender às expectativas do cliente, possibilitando elaborar a proposta do Estudo Preliminar e conceber um ambiente contemporâneo, sala de estar e jantar, que reflita a personalidade dos clientes mantendo as características essenciais do estilo.

Palavras chave: *Design* de Interiores, Estudo Preliminar, Processo Criativo.

ABSTRACT

The interior designer professionals creative process covers several aspects and proposes to fulfill the customer needs through the project elements. The research is a key element to establish the project elements. This study case uses the pop art, which is shown here through its historical aspects. They assign meaning and style, as well as point a direction to the project's description. The program had the intent to meet the customers' expectations. By those means, it was possible to create an environment, a living room, which is capable to reflect the customer's personality and keep the essential style characteristics.

Keywords: Interior Design, Preliminary Study, Creative Process.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
2. POP ART, AINDA É CONTEMPORÂNEO?	11
2.1 O <i>Pop Art</i> em <i>Design</i> de Interiores.....	15
3. DESENVOLVENDO O PROJETO	19
3.1 Conhecendo o local, levantamento.....	19
3.2 Construindo o perfil, conhecendo os clientes	22
4. APRESENTANDO O PROJETO.....	26
CONSIDERAÇÕES FINAIS	31
REFERÊNCIAS	32
ANEXOS.....	33

1. INTRODUÇÃO

Ao ingressar no curso de Design de Interiores me deparei com uma realidade diversa da minha. Nas revistas de decoração e nas visitas técnicas, os móveis e objetos de decoração tinham proporções e preços que não condiziam com meus padrões. Os ambientes retratados nas revistas de decoração apresentavam amplos espaços e salas onde era possível acomodar mais de um jogo de estofados, enquanto em minha casa, um apartamento com área total menor que 50 m², mal cabia um sofá de três lugares. Outro fator discrepante para mim foram os preços dos objetos. Essa diferença entre as propostas vistas durante o curso, nas revistas de decoração e os ambientes e orçamentos do meu círculo social me causaram inquietação. O desafio de criar um projeto real, acessível e executável, me estimulou a desenvolver esta pesquisa.

Ambientes com espaço físico restrito não devem ser ignorados, pois são uma demanda considerável que pode ser atendida pelos profissionais de *Design* de Interiores que podem ampliar seu campo de atuação atendendo a este público. Apenas no condomínio, onde moro, há 380 apartamentos, todos no mesmo padrão, planta enxuta com até 50 m². No condomínio, objeto deste estudo, são 160 unidades de apartamentos com 2 e 3 quartos, sendo 50 e 67 m² de área privada em cada apartamento, respectivamente.

Durante a minha pesquisa para o projeto a ser apresentado na conclusão de curso percebi que o estilo *Pop Art* estava presente no meu cotidiano e que seria possível representá-lo de forma menos dispendiosa financeiramente. Assim, decidi unir minha afinidade ao estilo decorativo *Pop Art* ao desejo de responder a minha inquietação e solucionar o problema de espaço físico e orçamento limitados. Por isso, decidi desenvolver um projeto de estudo preliminar para decoração de uma sala de estar e jantar de 14 m² com referências *Pop Art*.

A partir da necessidade de conceber um projeto para decoração de uma sala de estar e jantar adequado aos clientes em termos de estilo e espaço físico disponível surgiu esse estudo preliminar. Considerando-se que os ambientes devem ser pensados pelo profissional de *Design* de Interiores para além da funcionalidade e do conforto, expressar a personalidade dos clientes. (GURGEL, 2013).

Este trabalho apresenta como objetivo geral uma proposta de Estudo Preliminar da decoração de um lar contemporâneo, sala de estar e jantar, com estilo *Pop Art*. Objetiva-se demonstrar que o *Design* de interiores pode ser acessível às pessoas que dispõem de menos espaço e recursos financeiros, em um projeto exequível que ofereça alternativas para adequar-se ao cliente.

Para atingir tal objetivo, faz-se necessário conhecer as características do estilo *Pop Art*, as necessidades dos clientes e fazer um levantamento no local. A pesquisa presente permitirá estabelecer tanto os aspectos técnicos, como as características do estilo pretendido como também perceber os anseios do cliente em relação ao projeto (GURGEL, 2013). Esta pesquisa foi desenvolvida conforme as etapas estabelecidas nos objetivos específicos:

- estudar o estilo *Pop Art* e suas manifestações em *Design* de Interiores.
- avaliar o cliente e conhecer os aspectos peculiares dos indivíduos envolvidos (clientes);
- avaliar o local através do levantamento métrico e fotográfico;
- relacionar as características do estilo *Pop Art*, e como aplicá-las no estudo preliminar.

Neste estudo a pesquisa foi feita através de revisão bibliográfica, entrevista com o cliente, observação e levantamento no local (GURGEL, 2013). Assim, a metodologia adotada para estabelecer as características do estilo decorativo *Pop Art* foi pesquisa descritiva com revisão bibliográfica de caráter exploratório (RAMPAZZO, 2005).

A pesquisa exploratória busca maior familiaridade com o tema investigado para entender como ele funciona (RAMPAZZO, 2005). Por isso, para adequar o estilo *Pop Art* a este projeto foram levantados os estudos dos registros de diversos autores sobre *Pop Art* sobre o processo criativo em *Design* de Interiores.

A organização do texto deste documento está dividida em quatro seções:

A primeira seção introduz e expõe uma breve contextualização apresentando a problemática vislumbrada, assim como objetivos gerais e específicos.

A primeira seção apresenta a descrição da metodologia adotada.

A segunda seção apresenta as características gerais do estilo *Pop Art*.

A terceira seção relaciona os dados coletados utilizados para elaborar o perfil do cliente assim como também apresenta o levantamento do ambiente.

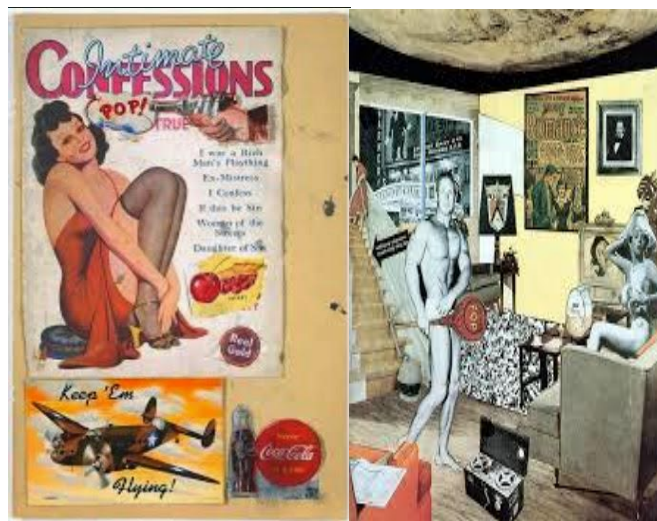
A quarta seção apresenta a proposta projetual, Estudo Preliminar, para a ambientação da sala de estar e jantar do apartamento com características representativas do estilo *Pop Art* da identidade do cliente.

2. POP ART, AINDA É CONTEMPORÂNEO?

O estilo *Pop Art* surgiu no final de 1950, na Inglaterra, a partir do movimento organizado por artistas e intelectuais que se reuniram para analisar o cenário da sociedade, dos meios de produção e da cultura de massa, que se desenvolviam graças aos avanços tecnológicos (OSTERWOLD, 2013. TAMBINI, 2002).

Desse debate sobre aspectos sociológicos e a arte, nasceu o *Independent Group*, que organizou a conferência *Bunk*, em 1952, e a exposição “*This is tomorrow*” (*Este é o amanhã*), em 1956 na qual as colagens de “*I was a Rich Man’s Plaything*” (*Eu era brinquedo de homem rico*), 1947, de Eduardo Paolozzi e, “*Just what is it that makes today’s homes so diferente, so appealing*”, (*O que exatamente torna os lares de hoje tão diferentes, tão atraentes?*), 1956, de Richard Hamilton, consideradas as primeiras manifestações do estilo *Pop Art*, foram apresentadas (OSTERWOLD, 2013).

Figuras 1 e 2: Eu era o brinquedo de um homem rico e O que torna os lares de hoje tão diferentes, tão atraentes?



Fonte: Osterwold, 2013.

Nas figuras 1 e 2, as obras “*I was a Rich Man’s Plaything*”, 1947 e “*Just what is it that makes today’s homes so diferente, so appealing*”, 1956 de Eduardo Paolozzi e Richard Hamilton, pioneiros da *Pop Art* têm as mesmas características de trivialidade e criação que evidenciam a *Pop Art*: *pin-up*, militarismo, combinações

verbais que ironizam sobre a sociedade de consumo e disponibilidade de bens e pessoas (OSTERWOLD, 2013).

O estilo *Pop Art* está associado ao cenário da época. Os acontecimentos das décadas 1940 e 1950 influenciaram o estilo, no mundo pós II Guerra no qual avanços tecnológicos alavancaram os meios de produção de bens e de comunicação, assim como desenvolveram as estratégias de marketing que visavam estimular o consumo por meio de estereótipos. A temática *Pop Art* revela a padronização imposta pela mídia de consumo de massa e a conseqüente perda da individualidade onde os sofrimentos e frustrações pessoais não cabem numa cultura hedonista, nesse sentido, cada artista trabalha sua visão crítica sobre a sociedade (OSTERWOLD, 2013. TAMBINI, 2002).

Figura 3: Marilyns



fonte : Google (on line), 2013.

Na figura 3, a obra *Marilyn Diptych* (1962) , de Andy Wahrol, usando técnicas de serigrafia o artista revela a figura do ser humano reproduzida em série tal como um objeto. (OSTERWOLD, 2013).

figura 4: Lata de Sopa



Fonte: Osterwold, 2013

Nas figuras 3 e 4 percebemos como Andy Warhol apropria-se dos meios de reprodução mecânica e utiliza técnicas de serigrafia em seus trabalhos. Warhol produziu e reproduziu rótulos e cartazes como obras de arte. Fez do banal e vulgar a substância da arte. E fez a arte em si um produto midiático e industrial. Na década de 1960 tornou-se comum emoldurar cartazes para utilizar como peças decorativas. (OSTERWOLD, 2013. TAMBINI, 2002).

Enquanto Roy Lichtenstein aplicava técnicas comuns em revistas de quadrinhos, cores primárias e pontilhismo, como seu estilo para representar os temas do *Pop Art* ao retratar o perfeccionismo artificial dos estereótipos e generalizar as emoções humanas numa concepção popular. (Osterwold, 2013, p.11, 183 e184)

Figura 5: M-Maybe



Fonte : Osterwold, 2013, p. 187

Na figura 5 o quadro M-Maybe de Roy Lichtenstein, 1965, com o estilo de revista em quadrinhos mostra a pintura em uma linguagem direta e artificial em oposição a arte abstrata (OSTERWOLD, 2013)

Embora usando técnicas diferentes Andy Warhol e Roy Lichtenstein retrataram a relação entre a sociedade e os meios de comunicação. Revelando que o *Pop Art* não é apenas um estilo, mas as expressões artísticas que expressam a atmosfera da década de 1960, no seio de uma sociedade do bemestar, da superabundância, caracterizada pela facilidade em dispor dos objetos e dos seres humanos, dentro do contexto de uma comercialização crescente. O estilo oscila entre as perspectivas eufóricas do progresso e as pessimistas de uma catástrofe (OSTERWOLD, 2013).

Figura 6: Bellevue II



Figura 7: Drowning Girl



Fonte : Osterwold

As obras Bellevue II de Andy Wahrol, 1963 e Drowning Girl de Roy Lichtenstein, 1963, figuras 6 e 7, embora utilizem técnicas diferentes, ambas retratam a indiferença da sociedade que, conforme aponta o autor Osterwold, tornou-se um espectador das catástrofes alheias (OSTERWOLD, 2013).

Figura 8: em 2019



Fonte: Araújo (G1 on line)

Na figura 8, que retrata uma cena real de um grave acidente, ocorrido em fevereiro de 2019 que vitimou o jornalista Ricardo Eugênio Boechat e o piloto Ronaldo Quatrucci, e uma ilustração feita por Angelo France, demonstra que assim como em 1960 a sociedade nos dias atuais permanece indiferente a catástrofe alheia. Na cena pode-se perceber que enquanto uma mulher tenta socorrer o caminhoneiro preso às ferragens, outra pessoa apenas filma as cenas do grave acidente (ARAÚJO, 12/02/2019, G1-SP on line) .

Podemos concluir que a temática *Pop Art* prevalece relevante por refletir sobre a sociedade industrial capitalista e tecnológica, sobre os absurdos de uma sociedade totalmente midiaticizada, graças a sua relação com os meios de comunicação, consumismo e tecnologia (OSTERWOLD, 2013) .

2.1 O *Pop Art* em *Design* de Interiores

O *design* dos diversos produtos considerados ícones do *Pop Art*, foram fortemente influenciados pelos eventos das décadas anteriores (1940,1950) e apresentavam características associadas à modernidade e/ou ficção científica. Eram despojados e baratos, produzidos em plástico, o que permitia também a aplicação de cores e formas arredondadas, influência da ciência aerodinâmica. (TAMBINI, 2002, p. 21)

Figura 8: cadeira DAR



Fonte: Google

Cadeira DAR (D-dining A-armchair R-Rod as iniciais indicam características da cadeira no caso desta figura significa, em tradução livre, que a cadeira é indicada para sala de jantar, tem apoio para os braços e pés em metal). E foi a primeira cadeira com assento em plástico sem emendas, desenvolvida pelo designer Charles Eames, com conhecimentos adquiridos ao trabalhar para o governo dos Estados Unidos fazendo testes para aplicação de novos materiais (plástico) para a indústria bélica. (TAMBINI, 2003, p.19,)

Outro móvel icônico a poltrona esfera, desenvolvida em 1963-65 por Eero Aarnio com características futuristas de ficção científica podia ser equipada com alto falantes ou aparelho telefônico (TAMBINI, 2003, P. 37).

Figura 9: poltrona esfera



FONTE: TAMBINI, 2013

Poltrona esfera, denominada de poltrona da era espacial por Tambini, é mais um exemplo da influência da tecnologia no *design* da década de 1960 e, conseqüentemente no estilo *Pop Art*. (2002, p. 37)

Figura 10: esmalte MM



Fonte: google

Atualmente pode-se observar a presença do estilo *Pop Art* em diversas manifestações que demonstram que o estilo que surgiu na década de 1960,

consagrou-se como um produto que é popular e um grande negócio assim como Richard Hamilton declarou (OSTERWOLD, 2013, p.74).

Figura 11: pin up



Fonte : Lins, 2019

Nas figuras 10 e 11, produtos com motivos *Pop Art* demonstram a popularidade do estilo na contemporaneidade.

Figura12: sala de estar pop



Fonte: Marcelo Tabach, ed. Globo 1

Nesta sala de estar decorada com estilo *Pop Art* destacam-se a presença de pôsteres, cores primárias, preto e branco. Além do contraste proporcionado pela

inclusão de peças de estilos diversos que atribuem caráter urbano e despojado ao ambiente, típico do estilo *Pop Art* (TENÓRIO, 2016).

Figura 13: estante para coleção



Fonte: blog submundo HQ 1

A figura 13 apresenta elementos associados a cultura de massa em design de interiores, numa estante com exposição de coleções de DVD's, livros, revistas e *figure action*.

Assim, podemos concluir que o estilo *Pop Art* está associado à tecnologia, as cores vibrantes, principalmente as cores primárias, formas arredondadas, materiais alternativos e baratos, *pôsters*¹, *figure actions*, e a indústria midiática do cinema e da publicidade (TENÓRIO, 2016).

¹ *figure action* (figura de ação) é uma figura em plástico de um personagem que pode mudar de posição, ou seja, pode mudar sua posição de ação. Elas são freqüentemente de filmes, animes, de videogames, ou de programas de televisão. (Figure action, Origem: Wikipédia, a enciclopédia livre, consulta em 01/12/2018).

3. DESENVOLVENDO O PROJETO

Seguindo as etapas do processo criativo elencadas por Gurgel essa seção trata do levantamento do perfil do cliente e do local. A autora afirma que “não existe ‘o que’, se não houver ‘para quem’”, com essa frase a autora destaca a importância em conhecer o cliente para quem o projeto será desenvolvido. Para a autora, a primeira etapa do processo criativo em *design* de interiores é conhecer o cliente.

Ainda segundo Gurgel (p.17, 2013) “todo projeto deve partir 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)” (GURGEL, 2013, P. 17).

Para fazer o levantamento das características dos clientes deste projeto, um estudo preliminar para sala de estar e jantar com estilo decorativo *Pop Art*, foi feita uma entrevista com os clientes para conhecer suas particularidades, temperamento, anseios, *hobbies* e expectativas em relação ao projeto. E a partir das informações coletadas foram elaboradas tabelas com os dados mais relevantes para servir de referência na formação do *briefing*. (GURGEL, 2013).

3.1 Conhecendo o local, levantamento

A sala de estar e jantar objeto deste estudo, fica em um apartamento do residencial *Infinity Coast*, em construção, no bairro Jacarecica em Maceió, Alagoas.

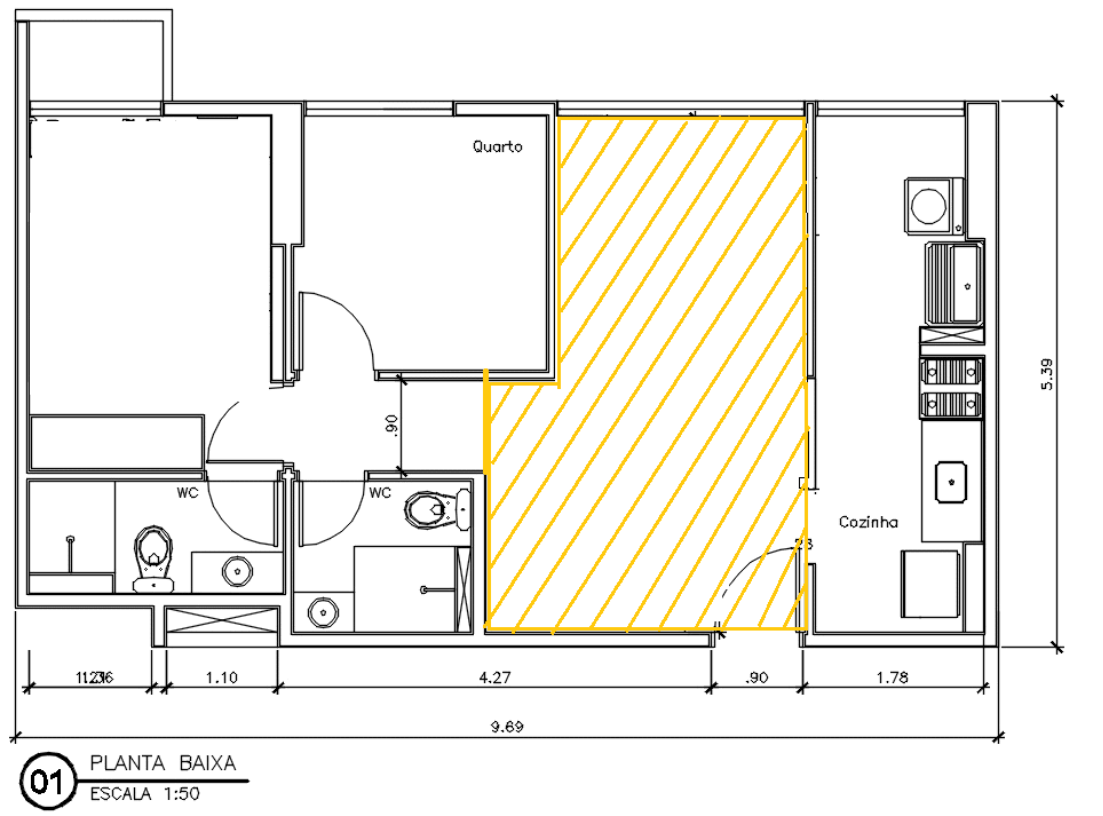
Figura 14: empreendimento



Fonte: site expoimovel.com, 2018

Fotos de divulgação do empreendimento composto por duas torres de apartamentos residenciais.

Figura 15: planta baixa



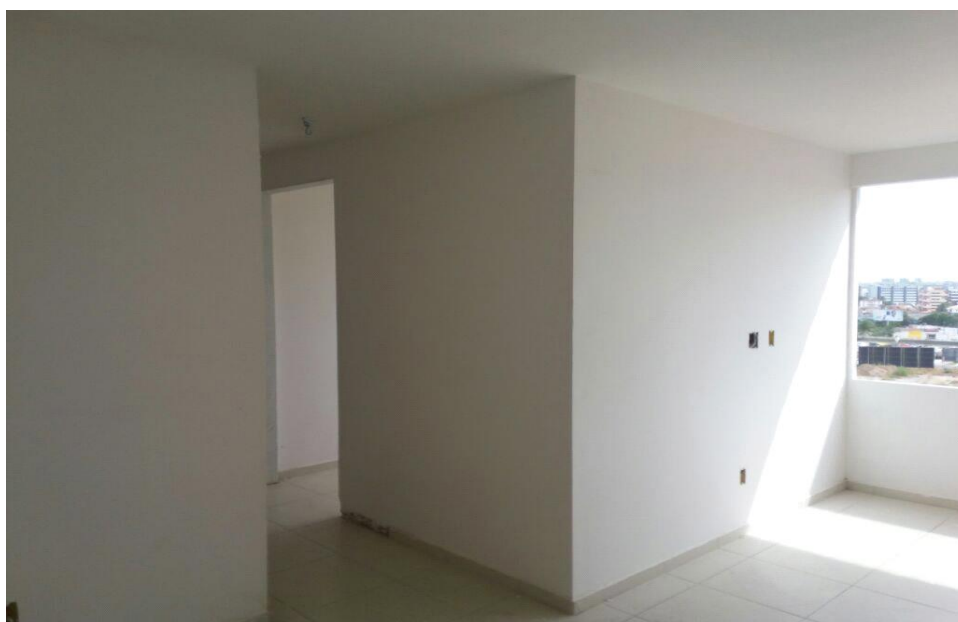
Fonte: COSTA (2017)

Na figura 15 a área hachurada, feita conforme medidas coletadas no local, representa a área objeto de estudo. De acordo com a planta baixa as salas de estar e jantar estão integradas em um único ambiente com área total de 14,21 m². A planta enxuta concentra a maioria das atividades nesse setor do apartamento que oferece uma vista parcial para a cozinha e para o corredor de acesso aos quartos e ao banheiro social.

Figura 16: foto 1

Fonte: COSTA (2017)

A imagem acima, feita no local, mostra a porta de acesso ao apartamento e a vista para a cozinha através da meia parede.

Figura 17: sala 2

Fonte: COSTA (2017)

A foto 2, mostra a sala sob outro ângulo. A partir da porta de entrada, é possível ver a parede onde ficará o painel de TV, ao lado da janela, o corredor e parte da área reservada para a acomodar a mesa de jantar.

3.2 Construindo o perfil, conhecendo os clientes

Iniciamos com o *briefing*, que é o levantamento das características de cada um dos indivíduos aos quais se destina o projeto. Os clientes do projeto é uma família composta por um casal jovem. Para facilitar a compreensão os dados coletados em entrevista e observação com cliente foram organizados em 3 tabelas com dados referentes as características do cliente e itens do programa de necessidades (PHILLIPS, 2015).

O *briefing* deste projeto, foi construído em 3 tabelas que relacionam as características dos clientes para facilitar a análise de seus perfis que servirá de base na elaboração do conceito do projeto, estudo preliminar sala de estar e jantar com estilo *Pop Art*.

Em entrevista com os clientes, eles não optaram por determinada cor específica, revelaram que são aficionados por filmes, em especial os da década de 1980 e animações. Seus pedidos em relação ao projeto foram expostos na tabela 3.

Tabela 1: perfil dos clientes

Cliente :	J.A	E.N
Sexo, idade:	F, 35 anos	M, 37 anos
Personalidade	Jovem, sonhadora, ativa.	Jovem, alegre, dinâmica, criativa.
Trabalho:	Fotografia	<i>Design</i> gráfico
<i>Hobbies:</i>	Cinema, maquiagem, colecionismo.	Cinema, quadrinhos, colecionismo, jogos.
Filme preferido:	A fantástica fábrica de chocolate	De volta para o futuro

Fonte: COSTA (2017)

De acordo com a tabela 1, podemos classificar os clientes como possuidores de perfis semelhantes, pois ambos possuem traços de personalidade jovem e dinâmica. Além de ambos terem profissões e gostos relacionados com a criatividade, inovação e comunicação.

Desta tabela surgem os primeiros traços psicológicos que relacionam os clientes ao estilo proposto para o projeto. Pois, o estilo *Pop Art* também está associado à jovialidade, à mídia de massa (cinema e fotografia) e ao uso de objetos do cotidiano, como uma coleção de canecas. A tabela 2 relaciona as características genéricas associadas aos filmes preferidos pelos clientes.

Tabela 2: filmes da preferência dos clientes

Nome do filme	A Fantástica Fábrica de Chocolate	De Volta para o Futuro
Estilo do filme	Fantasia, comédia musical, 1971	Ficção científica, 1985
Características	Sonho	Aventura
	Esperança	Tecnologia

Fonte: COSTA (2017)

Ao analisar as características da tabela 2, pôde-se concluir que, apesar de pertencerem a gêneros diferentes, há semelhanças nos enredos dos referidos filmes, pois ambos relatam histórias de aventura com expectativa de um final feliz.

Para ajudar a construir o perfil do cliente foi criado um painel semântico² com recortes dos filmes preferidos dos clientes

² Painel semântico é a reunião de diversas imagens, fotos, cores, objetos ou até mesmo frases que tem como missão principal traduzir a essência de um projeto (LOPES, Rafaela 29/08/2017, Blog Trakto, consulta em 19/09/2018).

Figura 18: painel semântico 1



Fonte: COSTA (2017)

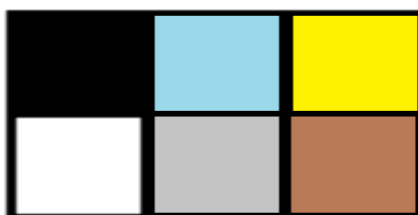
As imagens utilizadas para compor o painel de semântico, foram escolhidas a partir das características relacionadas aos filmes, expostas na tabela 2, e retratam expectativa, desejo, diversão e aventura

Os pedidos em relação ao projeto foram de um expositor para as coleções de canecas, de DVD's e de bonecos de ação e que a mesa de jantar fosse redonda com canto alemão. Por isso, a paleta de cores foi inspirada nas imagens do quadro semântico por representarem também significado relacionados a intenção proposta no projeto.

A sala de estar e jantar é um ambiente de convívio social e familiar, portanto, este ambiente deve promover a sensação de conforto, aconchego e ao mesmo tempo deve ser levemente estimulante para facilitar o diálogo, conversação, promovendo uma melhor interação entre os membros da família e seus convidados durante as refeições. Por isso, o ambiente apresenta uma composição a base de cores claras, neutras e madeira com alguns pontos de cor amarela para estimular na medida certa.

A paleta de cores definidas para o projeto é composta pelas cores: Amarelo, preto, branco, cinza e marrom. Estas cores foram escolhidas para o projeto pelas emoções associadas a elas no intuito de obter a sensação de um ambiente confortável, urbano e alegre. Num esquema de cores contrastantes (GURGEL, 2013).

Figura 19: Paleta de cores 1



Fonte: COSTA (2017)

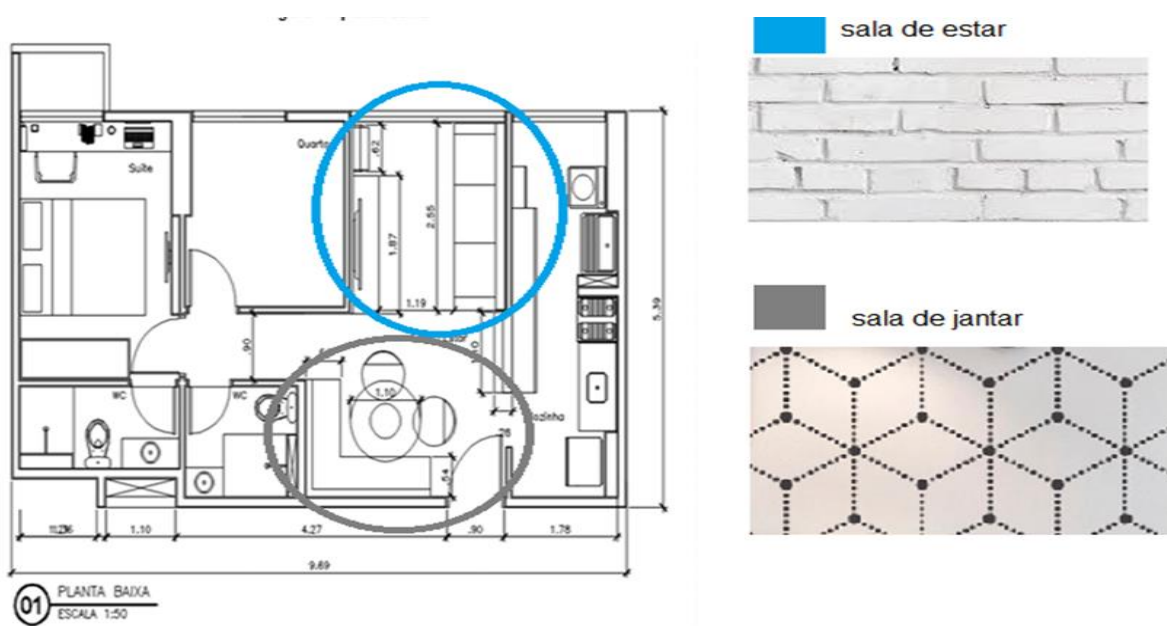
As cores neutras: cinza, preto, branco e marrom (carvalho): induzem a introspecção e ao relaxamento. São cores associadas à modernidade, o cinza do cimento e o preto do asfalto são responsáveis neste projeto, por atribuir ao espaço a sensação de um ambiente moderno e urbano. Já sensação de conforto será estabelecida pelo uso das cores azul e a cor marrom, utilizada na madeira. A cor amarela completa a composição por ser estimulante e estar associada à alegria (GURGEL, 2013).

4. APRESENTANDO O PROJETO

A partir do entendimento das características do estilo, dos clientes e de suas necessidades foi possível elaborar a proposta do estudo preliminar e conceber um ambiente contemporâneo que reflete a personalidade do cliente mantendo as características essenciais do *Pop Art*.

O conceito desenvolvido para este projeto apresenta características associadas aos sonhos, esperança, tendo ao mesmo tempo aspecto contemporâneo com características urbanas. A partir destas informações foi escolhido o conceito para o projeto: sonho urbano.

Figura 20: zoneamento



Fonte: COSTA (2017)

Na figura 20, as áreas das salas de estar e jantar, foram delimitadas pelo uso de papel de parede usados para diferenciar os ambientes e têm relação com o conceito e demais objetos compositivos conceito de cada ambiente.

A sala de estar tem diversas referências ao cinema, especialmente ao filme *De Volta para o Futuro*, o papel de parede foi inspirado na textura do prédio torre do relógio, que desempenha papel de destaque no enredo do filme, a luminária em trilho

remete aos holofotes dos estúdios de gravação, além de pôsteres com personagens do filme e local para exposição das coleções de DVD's e de canecas dos clientes.

Figura 21: Vista 1



Fonte: COSTA (2017)

A imagem da figura 22, mostra a vista que se tem ao entrar na sala, a partir da entrada há um vão para acesso a cozinha, a estante projetada para expor objetos dos clientes e o sofá, com a parede revestida com a textura que imita os tijolinhos.

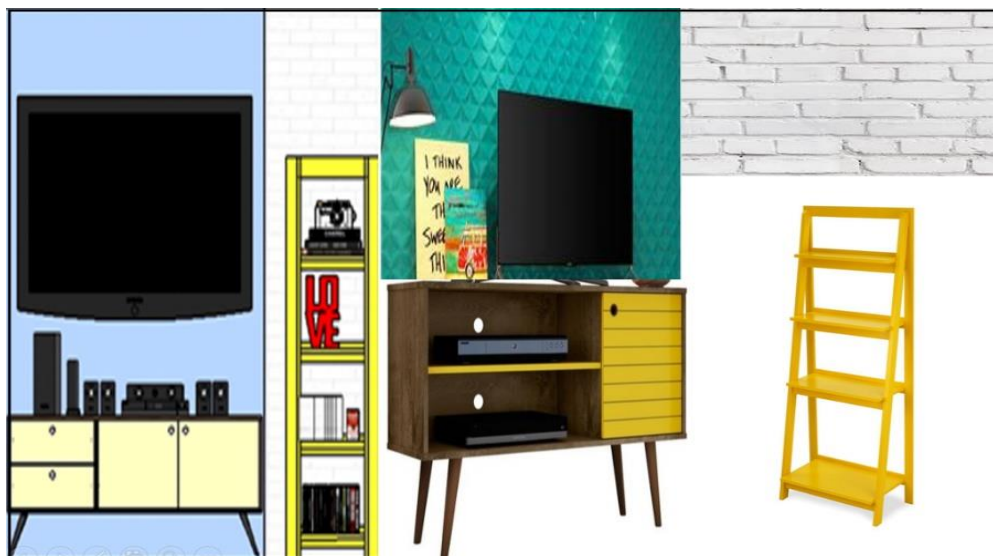
Figura 22: Vista 2



Fonte: COSTA (2017)

Na vista 3, figura 22, a cortina persiana na cor preta, comum em ambientes corporativos, confere o clima urbano a composição complementando o conceito.

Figura 23: painel de TV



Fonte: COSTA (2017)

A figura 23, apresenta a vista para o painel de TV da sala de estar, posicionado de frente para o sofá, a área da Tv é delimitada por papel de parede azul com desenho geométrico tridimensional divide o espaço com o papel de parede tijolinho que contorna a sala de estar e serve de fundo para a estante escada na cor amarela. O rack com pés palito, também presentes nas cadeiras DKR da sala de jantar, harmonizam a composição e conectam os ambientes de estar e jantar que dividem o mesmo espaço.

Figura 24: sala de jantar



Fonte: COSTA (2017)

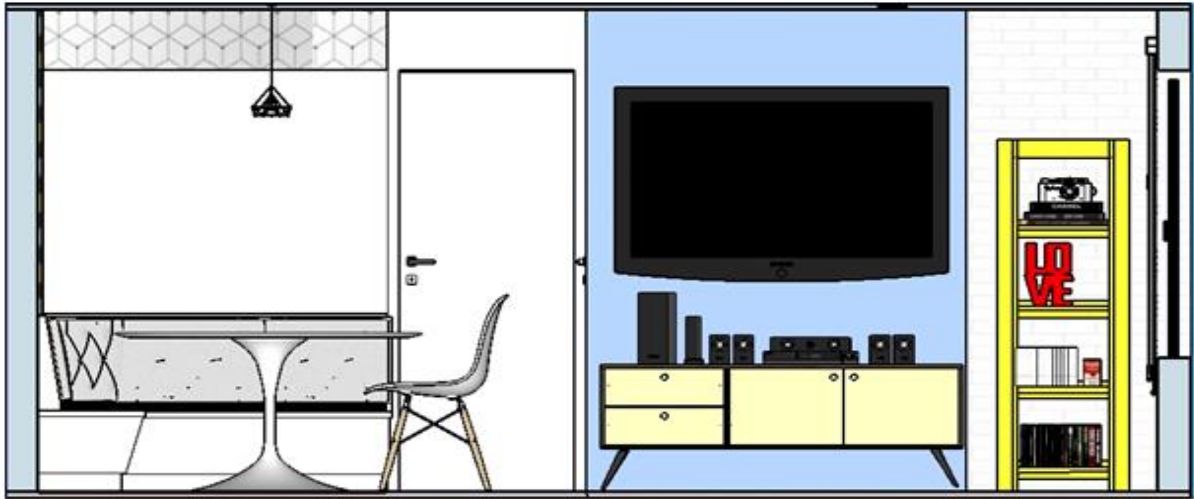
Na figura 24 mostra a sala de jantar que apresenta uma base neutra com as cores preto e branco. As formas geométricas triangulares, que estão presentes nos pés das cadeiras DSW³, no pendente e no papel de parede, conferem movimento a composição que serve de pano de fundo para destacar a sinuosidade da mesa oval com base Tulipa⁴, 1956, de Eero Saarinen. Para complementar a composição e

³ Cadeira DSW (Dining Height Side Chair Wood) as iniciais indicam o ambiente e o material dos pés da cadeira em tradução livre significa cadeira de madeira para jantar, de Charles e Ray Eames, pertence a uma série de cadeiras produzidas pelo casal Eames na década de 1940. (BLOG ESSENCIA MOVEIS, disponível em <<https://www.essenciamoveis.com.br/mesa-saarinen-de-jantar-redonda>>, acesso em 27/11/2018)

⁴ Mesa Tulipa do designer finlandês Eero Saarinen, 1956 (TAMBINI, 2002)

atender ao pedido da cliente, que deseja uma sala com canto alemão, foi projetada um banco em L, feito sob medida para a sala de jantar, com baú sob o assento para acomodar objetos. Este recurso permitiu atribuir ao assento da sala de jantar mais uma funcionalidade e aproveitamento de espaço.

Figura 25: vista para o corredor



Fonte: COSTA (2017)

A figura 25 mostra o espelho fixado na sala de jantar, utilizado como recurso por causar a sensação de profundidade, de um espaço mais amplo.

Ao adotar o estilo *Pop Art* neste estudo, pode-se fazer uso das técnicas de reprodução gráfica, reutilizar materiais e permitir ao cliente produzir suas próprias peças o que gera, conseqüentemente, uma redução dos custos do projeto, tornando o *Design de Interiores* mais acessível e próximo ao cliente que foi integrado ao projeto (estudo preliminar) conforme tabela de custos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo revela a importância da pesquisa e conhecimento dos estilos decorativos e suas origens no processo criativo e, a necessidade de análise de diversas variáveis, desde aspectos históricos a dados materiais e imateriais que tangem a personalidade do cliente pelo profissional em *Design* de Interiores, considerando que o projeto deve atender às expectativas e necessidades dos clientes.

A pesquisa alcança os objetivos específicos estabelecidos que apontam as etapas do processo criativo, e que contemplam o levantamento dos dados necessários para o desenvolvimento deste estudo.

A delimitação das características do estilo proposto pode ser explorada posteriormente, através da análise de dados históricos que sirvam de referencial e permitam relacionar os aspectos do estilo decorativo *Pop Art* em *Design* de Interiores.

Concluir o curso de *Design* de Interiores com um Estudo Preliminar foi conseqüência natural de uma série de fatores que despertaram em mim um interesse maior em conhecer os demais aspectos do estilo decorativo *Pop Art* que vão além das suas características visuais.



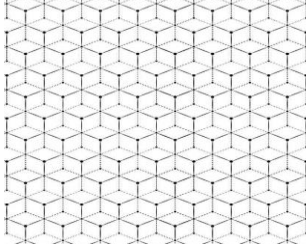


Primeiro eu escolhi fazer um projeto ligado à prática de *Design* de Interiores, pois exercer a função de projetar espaços residenciais é gratificante para mim. Em seguida escolhi o estilo *Pop Art* por afinidade com o tema e, conforme a pesquisa sobre o estilo *Pop Art* evoluía maior era minha fascinação pelo tema. Pois, o estilo mantém-se na contemporaneidade. A temática *Pop Art* está em rótulos, cartazes, cliques musicais e no *design* de interiores. Além disso, os temas abordados pelos intelectuais de deram origem ao estilo permanecem latentes. A indiferença diante a catástrofe alheia tomou maiores proporções pois atualmente, além dos noticiários de páginas policiais, é possível a qualquer pessoa divulgar conteúdo de imagens, vídeos, na internet, por meios dos diversos aplicativos.

O projeto apresentado nesse estudo analisou uma demanda existente, por projetos voltado para áreas reduzidas e apresentou uma proposta condizente com os clientes, adaptado aos seus perfis e viável, sob aspecto financeiro, por apresentar um custo total menor que dez mil Reais, valor que pode corresponder a um único móvel em lojas especializadas.







REFERÊNCIAS

- ARAUJO, Glauco. **Artista desenha mulher que ajudou a tirar motorista após acidente com helicóptero de Boechat: 'Super-Heroína!'**, G1 SP — São Paulo, 12/02/2019, disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2019/02/12/artista-desenha-mulher-que-ajudou-a-tirar-motorista-apos-acidente-com-helicoptero-de-boechat-super-heroína.ghtml>, acesso em 23/06/2019.
- GURGEL, M. **Projetando espaços: design de interiores** – 5ª ed. – São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2013.
- HADJINICOLAU, Nicos. **História da arte e movimentos sociais**, 1973.
- MCCARTHY, David. **Movimentos da Arte Moderna: Arte Pop**. São Paulo. Cosac Naify, 2002.
- PHILLIPS, Peter L.; **Briefing: a gestão do projeto de design**, 2ª ed.-São Paulo: Blucher, 2015.
- PRADO, Eder: **Curiosidades do Casal Eames**, Blog Essencia, disponível em: <https://www.essenciamoveis.com.br/blog/curiosidades-dos-eames/>, acesso em 10/07/2019.
- RAMPAZZO, Lino. **Metodologia Científica: para alunos do curso de graduação e pós graduação**. 3ª edição. Ed. Loyola, São Paulo, 2005.
- TAMBINI, Michael. **O design do Século**. 2ª edição. Ed. Ática, São Paulo, 2002.
- VERÍSSIMO, F. S.; BITTAR, W. S. M. **500 anos da casa no Brasil: As transformações da arquitetura e da utilização do espaço de moradia**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1999.
- SIGNIFICADO DE MÍDIA, disponível em <https://www.significados.com.br/midia/>, acesso em 03/04/2017
Vasco.
- TENÓRIO, Érika. **DESIGN DE INTERIORES E ESTILO GEEK: estudo preliminar de uma sala de jogos**. 2016.

ANEXO A: ORÇAMENTO - SALA DE JANTAR

MÓVEL	DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	PREÇO
	Mesa Saarinen Oval 160x90cm Branca - Cadeira Eames DSW Botonê Branca (X2)	Elegancy Design (<i>on line</i>)	2.574,23
	Canto alemão com baú- sob medida 2,20x1,60	Drika estofados, fornecedor local	1.400
	Papel de parede geométrico 3d retrô- 7 rolos	Inove papeis de parede (<i>on line</i>)	274,05
	Espelho 1,60x1,40	Vidraçaria do bairro	470,00
	Pendente lustre luminária industrial diamante aramado preto+ frete	Americanas (<i>on line</i>)	59,38
TOTAL SALA DE JANTAR R\$ 4.777,66			

ANEXO B: ORÇAMENTO- SALA DE ESTAR

MÓVEL	DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	PREÇO
	Luminária trilho	Mercado livre (<i>on line</i>)	180
	Estante sob medida (1,10x2,40x20)	Marcenaria do bairro	600
	Sofá sob medida (2,20) + puff	Drika estofados	1.500
	Papel de parede autocolante-tijolinho branco- 9 rolos	Inove papeis de parede (<i>on line</i>)	422,82
	Kit Almofadas Decoradas	Kombigode (<i>on line</i>)	121,90
	Quadros decorativos, 60X40 cm, tema sob encomenda (3 unidades)	Decor arte (fornecedor local)	174,00

	<p>Estante Decorativa 189x54x40cm Madeira Amarelo Ipanema Spaceo</p>	<p>Leroy Merlin</p>	<p>289,90</p>
	<p>Persiana horizontal em alumínio 25mm - preto fosco - 3.2+</p>	<p>Fácil Persianas (on line)</p>	<p>527,45</p>
	<p>Papel de parede geométrico 3D-triângulos- 3 rolos</p>	<p>Inove papeis de parede (on line)</p>	<p>117,45</p>
	<p>Rack para TV até 65 Polegadas 1 Porta 1 Gaveta Retrô Esmeralda Decor Móveis Bechara Madeira Rústica/Amarelo</p>	<p>Madeira Madeira (on line)</p>	<p>369,78</p>
<p>TOTAL SALA DE ESTAR: 4.303,30</p>			

Fonte: COSTA (2019)

ANEXO C:TABELA ORÇAMENTO TOTAL

AMBIENTE	ORÇAMENTO
Sala de Jantar	4.777,66
Sala de Estar	4.303,30
TOTAL	9.080,96

Fonte: COSTA (2019)

ANEXO D: MÓVEL DE 10 MIL

O MUNDO EM FORTALEZA

O sofá retrátil C14 (2,60 x 1,03 m, altura de 65 cm, quando fechado), do designer Marcus Ferreira, está entre os itens, de todos os cantos, à venda na Desconexo, nova loja em Fortaleza. Custa 10 957 reais. Pça. Portugal, 73A, tel. (85) 3046-1414.



MAURICIO MAGALHÃES/DIVULGAÇÃO

FONTE: REVISTA CASA CLAUDIA, ED. 611, ANO 36, Nº 7, JUL 2012, P. 40.