

APROXIMAÇÕES TEÓRICAS: *DESIGN* DE TENDÊNCIAS E O CONCEITO CONTEMPORÂNEO

FELTRIN, Geovani Cezar.¹
DIAS, Solange Irene Smolarek.²

RESUMO

O presente estudo tem como tema as tendências do design corporativo/comercial aplicado ao conceito contemporâneo, visando a compreensão dos aspectos que abrangem a concepção de espaços voltados ao consumo e trabalho. Justificouse na importância sociocultural, histórica, acadêmica/científica e do ponto de vista profissional sobre a contemporaneidade e a relação entre significação e interpretante, na perspectiva da semiótica. O objetivo do trabalho consiste em apresentar a conceituação do design de tendências correlacionando-o a linguagem contemporânea no contexto comercial/corporativo, partindo da seguinte indagação: como a abordagem de tendências influencia no design de interiores comerciais/corporativos no contexto contemporâneo? O método utilizado foi o dialético, seguido de revisão bibliográfica como ferramenta. A partir das aproximações teóricas são apresentados conceitos de tendências, linguagem, signos e *design*, bem como uma definição de estilo contemporâneo e uma breve contextualização no âmbito brasileiro

PALAVRAS CHAVE: Tendências. *Design* Contemporâneo. *Design* Corporativo. *Design* Comercial.

THEORETICAL APPROACHES: DESIGN OF TRENDS AND THE CONTEMPORARY CONCEPT

ABSTRACT

The present study has as its theme the trends of corporate / commercial design applied to the contemporary concept, aiming at understanding the aspects that cover the design of spaces geared to consumption and work. It was justified in the socio-cultural, historical, academic / scientific and from the professional point of view on the contemporaneity and the relation between signification and interpretant, in the perspective of semiotics. The objective of this work is to present the conceptualization of the design of trends by correlating contemporary language in the commercial / corporate context, starting from the following question: how does the approach of trends influence the design of commercial / corporate interiors in the contemporary context? The method used was the dialectic, followed by bibliographic review as a tool. From the theoretical approaches are presented concepts of trends, language, signs and design, as well as a definition of contemporary style and a brief contextualization in the Brazilian context.

KEY WORDS: Tendencies. Contemporary Design. Corporate Design. Commercial Design.

1. INTRODUÇÃO

A presente pesquisa inseriu-se na linha de pesquisa denominada “Arquitetura e Urbanismo”, onde o trabalho desenvolveu-se no grupo de pesquisas intitulado “Teoria da Arquitetura sob a

¹Acadêmico do Curso de Pós-graduação Lato Sensu em *Design* de interiores industriais e empresariais, do Centro Universitário Fundação Assis Gurgacz, formando em 2017. Graduado em Arquitetura e Urbanismo pelo Centro Universitário FAG, 2015. Pesquisador do Grupo de Pesquisa Arquitetura e Urbanismo, em pesquisa que originou o presente artigo. E.mail: geo_cezar@hotmail.com.

²Professora orientadora da presente pesquisa. Doutora em Engenharia de Produção pela UFSC; mestre em Letras pela UNIOESTE; graduada em Arquitetura pela UFPR. Pesquisadora líder dos Grupos de Pesquisa: Teoria da Arquitetura; História da Arquitetura e Urbanismo; Métodos e Técnicas do Planejamento Urbano e Regional; Teoria e Prática do Design. Docente de graduação e de pós-graduação do Centro Universitário Assis Gurgacz. E.mail: solange@fag.edu.br.

temática de tendências do *design* corporativo/comercial aplicado ao conceito contemporâneo, o qual justificou-se no âmbito acadêmico/científico, contribuindo de forma cumulativa por possibilitar a reflexão, permitindo novas indagações derivadas da temática. No contexto histórico justificou-se, através do método de pesquisa bibliográfica, a conceituação da linguagem contemporânea no *design* de interiores e a aproximação com o contexto histórico nas cidades de Cascavel e Toledo no oeste do estado do Paraná. Do ponto de vista profissional, a pesquisa proporcionou um retrato do cenário atual sobre a aplicação e utilização de conceitos na elaboração de projetos, permitindo também, no campo econômico e técnico, contribuir com parâmetros, oportunizando a profissionais da área e da academia traçarem métodos e estratégias de modo a reformularem ou potencializarem suas atividades, demonstrando a importância da observação de tendências. No âmbito sociocultural, justificou-se por analisar a essência da contemporaneidade e o *design* comercial/corporativo, caracterizando-o e relacionando-o numa breve contextualização brasileira.

A problemática de pesquisa foi: como a abordagem de tendências influencia no *design* de interiores comerciais/corporativos no contexto contemporâneo? Tem como ponto de partida, a formulação da seguinte hipótese inicial: as tendências estão vinculadas ao sistema capitalista, influenciando o *design* de interiores pela manipulação dos usuários através da semiótica.

Objetivando responder ao problema da pesquisa, foi formulado o seguinte objetivo geral: apresentar a conceituação do *design* de tendências correlacionando-o a linguagem contemporânea no contexto comercial/corporativo. Para atendimento ao objetivo geral, foram elaborados os seguintes objetivos específicos: 1) Fundamentar o *design* de interiores contemporâneo através de pesquisa bibliográfica; 2) Pesquisar os conceitos existentes sobre tendências contemporâneas; 3) contextualizar a contemporaneidade brasileira; 4) Apresentar conceitos aplicado ao *design* de interiores comerciais/corporativos; 5) Concluir respondendo ao problema da pesquisa, refutando ou comprovando a hipótese inicial.

A pesquisa teve como marco teórico o pensamento de Menezes, sobre o *design* na contemporaneidade:

Na contemporaneidade o *design* tem configuração diversa, com inúmeras possibilidades de relações e associações. É uma grande rede, um tecido repleto de significações e semioses resultantes do entrelaçamento e articulação de signos que geram linguagens diferenciadas. Essa grande rede flexível atua na esfera da informação, comunicação e expressão, produzindo diferentes níveis de conhecimento, tendo como o foco central o homem e as dinâmicas e produções culturais que o envolvem. É um universo plural e aberto, um campo amplo e fértil que retrata e impulsiona os hábitos, estilos de vida, o viver e estar no mundo, escrevendo a história do cotidiano (MENEZES, 2011, p.06).

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A GLOBALIZAÇÃO, A ARQUITETURA E O *DESIGN* CONTEMPORÂNEO

A globalização, de acordo com Teixeira (2011, p. 78) é caracterizada pela internacionalização das empresas, as quais passam a transitar entre continentes, impulsionando o consumismo e ao excesso de produtos e informações, transformando o cenário urbano atual e o modo de vida das pessoas³. Ao final dos anos 1980, segundo Bürdeck (2010, p. 15), as empresas asiáticas, perceberam o *design* como ferramenta econômica, passando a estabelecer-se nos eixos Ásia-Europa-América. No Brasil, Moura (2015, p. 68) afirma que esse movimento permitiu ao *design* contemporâneo, construir uma diversidade dinâmica possibilitando relações e criações harmônicas. Abascal (2006 p. 07) a classifica como produto do capitalismo ligado aos avanços tecnológicos que a partir dos anos 1980, passou a fazer uso de um sistema de rede mundial de troca de informações que possibilitou a interconexão empresarial a nível mundial, dinamizando as negociações e interagindo com as esferas culturais, sociais, produtivas, comerciais e financeiras exigindo uma ordem sistêmica de abrangência capaz de lidar com a rapidez dos fluxos de informações, alterando a relação entre espaço e tempo⁴.

Desta forma, a arquitetura contemporânea, na visão de Minozzi (2009, p.59), pode ser considerada desde os anos 1960 até hoje, pois pressupõe-se que ela teve origem entre o desgaste do movimento moderno, que segundo Fracalossi (2013, p. 03) abriu caminho para a pós-modernidade⁵, onde seu caráter superficial despertou o surgimento de uma nova corrente que de acordo com Luccas (2008, p.04) retomou a confiança na tecnologia; Neves (2011, p.12) complementa que este novo estilo busca uma originalidade e transparência. No entanto a arquitetura contemporânea não deve ser considerada originária de uma evolução linear consequente da modernidade e pós-modernidade, visto que a construção do sentido é formada pelo multiculturalismo relacionado as críticas históricas temporais (ABASCAL, 2006, p.12-13). A diferença, apontada por Arantes (2008,

³ Os reflexos na sociedade, causados pelas recentes mudanças no modo de consumo e produção, como as relações entre indivíduo, tecnologia e meio-ambiente, interferem diretamente na produção de *design* de interiores, dificultando estabelecer e definir aspectos por considerar que os mesmos estão em contínuo processo de modificação, principalmente no âmbito comportamental e cultural (TEIXEIRA, 2001, p.79)

⁴ “A cultura atual (a partir da década de 90) passa por grandes transformações associadas à tecnologia da informação que vem trazendo impactos na percepção humana e na concepção da arquitetura trazendo questionamentos sobre a produção dos espaços físicos (materialidade da arquitetura) e seu papel na atualidade” (VIANA, 2012, p.23).

⁵ Viana (2012, p. 12) retrata que a pós-modernidade é uma corrente que se opõem “ao formalismo abstrato, aos princípios funcionalistas e à ruptura completa com a história”.

p.175) está na passagem do *design* e da arquitetura para veículos de transações comerciais pela renda turística da forma⁶.

Na cultura contemporânea o *design* se classifica em produto e objeto, onde o primeiro é fabricado pelo homem tornando-se produto à medida que transmite mensagens através da incorporação de signos (Oliveira, 2014). Desta forma o usuário passa a estabelecer uma relação comunicativa com o espaço e assim, de acordo com Teixeira (2011, p.19), “a sociedade atual passou de uma sociedade de produção, de fabricação de produtos, para uma sociedade que produz conceito, produz funções-signo” e, através da visão de Barthes (2001), ilustra que a ela se torna signo da função. Segundo Zmyslowski (2009, p.57), o homem contemporâneo passa grande parte do dia em espaços fechados, exigindo do *design* de interiores uma humanização capaz de proporcionar conforto, estabilidade e satisfação, assumindo, cada vez mais uma postura isolada, chamada pelo autor de *cocooning*⁷.

Para poder compreender o conceito contemporâneo⁸, Menezes (2011, p.06) afirma que é preciso avaliar o cenário temporal e histórico local, onde o mesmo é marcado pela integração entre as diversas áreas científicas e artísticas, como um emaranhado de significações que articulam linguagens ultrapassando fronteiras físicas⁹. O estilo de vida¹⁰ e comportamento deixam de ser ditados por instituições políticas, ideológicas e religiosas e passam a ser dominados pelas diversas fontes midiáticas, oferecendo uma gama de valores e informações, muitas vezes contraditórias ao ponto de a pós-modernidade e o mundo contemporâneo perderem a necessidade de um controle disciplinar e, assim, permitir novas narrativas de legitimação denominada de modismo (ABASCAL, 2006, p.11).

Na sociedade contemporânea, a informação sobressai à matéria-física em questões de valores, passando a ser mais importante que o processo de produção. Diferente da era industrial, a era atual, da informação, iniciada no fim do século XX, está ligada a diversidade, inclusão, sustentabilidade, tecnologia e globalização. A herança deixada para o século XXI, resumida em problemas demográficos e ecológicos, segundo Hobsbawm, citado pelo autor, trouxeram discussões que

⁶ Segundo Arantes (2010, p.98) renda da forma pode ser entendida como “a habilidade treinada dos arquitetos-estrela, amparados pelo novo instrumental digital, em definir geometrias inesperadas e resultados impactantes para obter ganhos monopolistas derivados da forma singular”.

⁷ Em tradução livre do autor, encasulamento.

⁸ Valente (2015, p.02) define contemporâneo como sendo uma mistura de “clássico, moderno, minimalista e até mesmo étnico, na criação de ambientes únicos e atuais”.

⁹ Segundo Viana (2012, p.30) “a ideia de *interatividade* está associada à dissolução dos limites, a ideia de que tudo está de algum modo relacionado”.

¹⁰ “A vida contemporânea torna-se acirradamente urbana, e expressa a coexistência das diversidades e das desigualdades” (ABASCAL, 2005, p.02)

acarretaram o desenvolvimento de tecnologias que permitiram transformar os ambientes e mudar o padrão de vida em escala mundial (TEIXEIRA, 2011, p. 69-71).

Baseado na renda, a arquitetura contemporânea, segundo Arantes (2008, 194-195), reafirma a ligação direta com o capitalismo onde funde-se com a indústria do entretenimento, incentivando a produção de um *design* fetichista, capaz de despertar a necessidade de consumo constante, levando a padrões de valorizações ilusórios, distantes das necessidades humanas. Esse processo contínuo é descrito por Facalossi (2013, p.05) como sendo decorrente da evolução tecnológica e da aceitação plena das correntes socioculturais¹¹. Frías (2015, p.104) critica esse processo pois, para ele, é passível de a materialização dos espaços serem carentes de sentido, de identidade e qualquer relação histórica e física.¹²

Diante da consolidação de um discurso em sintonia com a contemporaneidade, espaços e lojas comerciais de *design* transformaram-se em lojas conceituais, lojas pop-up, lojas ateliers, entrepostos, galerias, espaços culturais e coletivos, ou seja, palavras e conceitos do campo cultural e da arte foram adotados pelo mercado econômico (MOURA, 2015, p.69).

Em contramão, e reafirmando o conceito de divergências, Luccas (2008, p.05) defende que atualmente, também, busca-se o resgate da abstração, pois de acordo com Lacombe (2006, p.07) a singularidade estabelece um diálogo objetivo com a sociedade atual. Desta forma, pela corrente historicista contemporânea, Neves (2011, p.13), aponta a busca incessante por status social através do *design*, pois o reconhecimento de valores hierárquicos está inserido na cultura desta linguagem, descrita por Carvalho (2005, p.71-72) como sendo múltipla ligada ao universo psicológico humano. Nesse processo projetual, Góes (2005, p.37-38) afirma que se deve estabelecer uma relação com o entorno, equilibrando forma e função, não tendo um padrão pré-estabelecido, mas uma liberdade de escolha de soluções de acordo com a necessidade, onde Minozzi (2009, p.38) complementa que há uma libertação de pressupostos ideológicos e, na visão de Wanderley (2013, p.18), há um resgate a consciência social.

¹¹ “A arquitetura contemporânea é o resultado físico-espacial do encontro equilibrado e harmônico entre dois mundos: o racional e o sensível” (FRACALOSSO, 2013, p.08).

¹² Tradução livre do autor, “a materialización de espacios carentes de sentido, de identidad y de cualquier relación histórica o física” (FRÍAS, 2015, p.104).

2.2 A SEMIÓTICA, OS SIGNOS E A FENOMENOLOGIA NA DEFINIÇÃO DE LINGUAGEM

A semiótica é descrita por Baquião (2011, p.54), como uma filosofia que assimila formas físicas, químicas e biológicas como elementos passíveis de interpretação pela sensibilidade humana como campo sensorial e inteligível. Esta percepção, conforme Capalbo (2007, p.28), acontece pelo encontro entre a subjetividade e a materialização, conectadas pela essência, onde o conjunto desta, resulta numa linguagem¹³ de signos. Siqueira (2008, p.76), justifica que há uma medição entre mundo e linguagem, sendo a semiótica¹⁴ a ciência que traduz esta representatividade e a significação. Gomes (2005, p.01-02) define signos¹⁵ como qualquer elemento capaz de determinar ao interpretante uma representação simbólica¹⁶. Com relação á linguagem, Matos (2010, p.120) estabelece como uma ferramenta racional utilizada pelo raciocínio para comunicar signos.

A relação de representatividade, segundo Gambarato (2006, p.22-23), está vinculada a um processo entre a interação de signo, objeto e interpretante, dentro da teoria filosófica de Peirce, onde a função do signo é reproduzir outro signo e assim, estabelecer uma cadeia cíclica. Souza (2010, p.44) retrata, que se tratando de signos, podemos classifica-los em três momentos, sendo o signo na forma pura de qualidade perceptiva ou ícone¹⁷, o signo intermediário decifrador de complexidade (índice)¹⁸ e por fim, os signos representativos ou simbólicos¹⁹, ligados ao interpretante. Este processo, de acordo com Matos (2010, p.128) decorre linearmente das sensações, lembranças e associações. A produção do sentido, dentro deste estudo, entende-se por semiose, ou seja, a sistematização entre elemento (signo) passa a representar algo (objeto) sob um determinado contexto (interpretante) para um sujeito (intérprete) (GUDWIN, 2002, p.01).

No campo da arquitetura podemos dizer que o signo ocorre pela materialização de uma intenção plástica espacial, como uma espécie de membrana entre o humano e o habitat, compondo-se de uma matriz espaço-temporal e tridimensional²⁰ (MEDEIROS; GARCIA, 2011, p.85).

¹³ A linguagem é descrita por Baquião (2011, p. 52) como um “sistema de signos, e todo signo se estrutura pela união entre um significante (imagem acústica) e um significado (conceito)”.

¹⁴ Na visão de Siqueira (2008, p. 76) “a semiótica, ciência dos signos, estuda todos os tipos de signos, como eles se relacionam e a cultura onde estes signos existem”.

¹⁵ “Um Signo produz no intérprete os efeitos produzidos pelo Objeto que ele representa” (GOMES, 2005, p.03).

¹⁶ “Um símbolo é um Signo que representa seu Objeto por meio de uma regularidade, convenção ou lei. Um símbolo não representa uma entidade particular ou singular” (GOMES, 2005, p.24)

¹⁷“O **ícone** como uma relação por semelhança, identidade em algum aspecto entre signo e objeto. Ambos compartilham certa qualidade que é signo do objeto, independente da existência dele” (SOUZA, 2010, p.44)

¹⁸ “Já o **índice**, [...] necessita da existência do objeto para que o índice se estabeleça. Tanto o signo e o objeto devem existir como fatos” (SOUZA, 2010, p. 45)

¹⁹ Segundo Souza (2010), podemos estabelecer uma relação de convenção, onde o objeto passa a depender do signo para ser interpretado.

²⁰ “Na arquitetura, o símbolo se faz presente quando há um predomínio de generalização de um estilo, um sentido de ordem e convenção. Uma padronização de elementos que determinam o estilo mediante regras sistemáticas” (MONTICELLI, 2016, p.46).

Monticelli (2016, p.37), acrescenta que a arquitetura, enquanto signo, é paralelamente uma linguagem, pelo uso da pluralidade visual (geometria, formas, cores, texturas, etc.), e sua interpretação também se dá em três níveis: qualidades construtivas e ornamentais, a existência representativa e a função no âmbito social e cultural, sendo codificados pelo hábito. O autor ainda explica que, a partir da análise semiótica, a arquitetura contemporânea se consolida pela necessidade de se transmitir valores emocionais.

2.3 A SIGNIFICAÇÃO NA QUALIFICAÇÃO DO *DESIGN*

O projeto de *design*, na visão de Ching (2006, p.52), precisa expressar seu conceito de forma clara para transmitir significações e qualidades. Baudrillard, citado por Teixeira (2011, p.20-21), afirma que a função do ambiente, assim como a mensagem, valores e relações são estabelecidas pela composição ordenada de elementos como objetos e mobiliários, transparecendo a hierarquização dos usuários e o contexto social e temporal. O autor complementa que através da política consumista é estabelecida uma atividade sistêmica carregada de significação fundindo-se, de forma global, ao sistema cultural, onde o objeto deixa sua simbologia isolada passando transmitir sentido somente na conjunção dos elementos.

Os meios de produção atuais estão voltados para a desmaterialização dos produtos, globalizando o acesso e dando ênfase a experiência com o usuário, tendo a concepção divulgada em forma de publicidade conectando-a no âmbito emocional e subjetivo (TEIXEIRA, 2011, p.77). A contemporaneidade, segundo Moura (2015, p.73), permitiu valorizar os elementos de ambientação através de um caráter espacial contido nas relações de sentido, priorizando os vínculos sentimentais como conforto, prazer e experiências de modo geral, em detrimento da racionalização material de forma e função.

O misto de possibilidades estéticas e tecnológicas amplia o consumo de símbolos, pela materialização de propósitos potencializados pelo mercado capitalista²¹ onde a diversidade é reforçada²², transformando o tempo em algo efêmero compartilhando signos entre sociedades de forma pluralista (ABASCAL, 2006, p.07). A relação de lucro, produto e usuários, através do empreendedorismo social, estabelece uma sustentabilidade estrutural (WANDERLEY, 2013, p.19). Cordeiro (2016, p.01-02) acrescenta que para o entendimento deste movimento, devemos observar

²¹ De acordo com Aguiar (2016, p. 109) o consumo de signos rege a lógica do mercado atual.

²² “A diversidade diz respeito à alteridade, às diferenças ou à dessemelhança, à convivência de ideais e ideias variáveis em torno de características, assuntos, elementos, situações, ambientes diferentes entre si. Os conceitos de pluralidade, multiplicidade e heterogeneidade estão relacionados à diversidade (MOURA, 2015, p. 62)”.

as relações entre as atividades cotidianas e os indivíduos, pois a construção de sentido e significados ocorre desse diálogo.

Essa sinergia é descrita por Moura (2015, p.79) como poética²³ onde a arte e o *design* se fundem para atingir a sensibilidade traduzindo signos e linguagens contemporâneos traduzindo a subjetividade da essência. Viana (2012, p.22) afirma que o desenvolvimento de tradições possibilita a condição de significado, pois “a arquitetura pode ser entendida como uma forma de conhecimento pela experiência”; Neves (2009, p.13) acrescenta que esse processo facilita a compreensão imediata; Gambarato (2006, p.144) afirma que esse pressuposto vem sendo recriado a cada instante.

2.4 TENDÊNCIAS DE PROJETO CONTEMPORÂNEO

As tendências²⁴ proporcionam um retrato social, cultural e político evidenciando transformações diretamente ligadas ao modo de vida das pessoas, sendo uma ferramenta utilizada para configuração de vertentes consumistas (ZAMONER, 2014, p.02). Souza (2009, p.20) acrescenta que elas se originam nas manifestações das necessidades humanas mediante valores contidos nos âmbitos psicológico, social, econômico e demográfico.

Dentre as diversas tendências utilizadas na concepção de um projeto de *design* de interiores contemporâneo podemos elencar as principais atuantes: uma delas é a padronagem²⁵ onde, no entendimento de Gubert (2007, p.26), os padrões transmitem mensagens que vão além do caráter superficial, agregando valores culturais e simbólicos únicos que, unidos a cores, formas, texturas e outros elementos, permitem difundir uma linguagem semântica além do apelo estético-funcional. O mesmo autor complementa que o uso desta técnica permite inserir ao ambiente uma simbologia passível de interpretações singulares por parte dos usuários, estabelecendo uma linguagem e até mesmo uma identidade capazes de agregar valores ao *design* de interiores, personalizando o espaço.

No âmbito comercial, uma tendência potencializadora de consumo é a ambientação de vitrinas²⁶, a qual é uma ferramenta utilizada para impulsionar a experimentação do usuário com o produto. Na contemporaneidade, a humanização dos espaços permite uma aproximação do cliente

²³ “Uma poética age sobre as relações solidárias estreitando os processos significativos, [...] abrindo-os e dirigindo-os para os aspectos da arte e das linguagens” (MINOZZI, 2009, p.189).

²⁴ Na visão de Souza (2009, p.21) “Tendência é uma manifestação, na esfera do comportamento, do consumo ou do “espírito do tempo”, de uma sensibilidade anunciada por sinais”.

²⁵ Gubert (2011, p.71) descreve a padronagem como um conjunto de elementos visuais, dispostos em sequências e repetições, onde a composição destas imagens ou desenhos são aplicados em superfícies com a finalidade estética.

²⁶ As vitrinas são elementos que interagem com os consumidores, atraindo-os através de uma ambientação encenada, configurando uma linguagem própria e interpretando signos culturais, religiosos, etc. (ZMYSLOWSKI, 2009, p.40).

com situações cotidianas, estabelecendo uma conexão, seja emocional ou cultural, descrita por Zmyslowski (2009, p.50), como um laboratório de ensaios.

Aguiar (2016, p.18-20), alienado ao *merchandising*²⁷ visual, como ferramenta correlacionada, garante visibilidade a estes produtos e serviços. Alguns princípios para a composição visual de um estabelecimento comercial devem ser cuidadosamente escolhidos, conforme Onofre (2012, p.67-72): dentre eles podemos mencionar as cores, superfícies, materiais, iluminação, formas, fachadas, mobiliário, decoração, painéis, paredes, etc.; já Schneider (2010, p.202) afirma que podem impactar diretamente na personalidade da marca, assim como na condição socioespacial pela capacidade de construção identitária corporativa²⁸ baseada em experiências entre usuários e ambiente.

Os meios de comunicação, segundo Fioretti (2015, p.02) passam a desempenhar o papel de vitrina comercial de forma intensa e dinâmica; Abascal (2006, p.11 – 12) alega que a essência dos produtos passa a ser efêmera e assim reforçam o individualismo em face à coletividade que o autor classifica como a era do “hiper: hiper-consumo, hipermodernidade, hiper-narcisismo, hiper-social, hiper-urbano e hiper-metropolitano”, tratando então, da glorificação dos signos e da reestruturação da sociedade

Já no meio corporativo, Nakamura (2014, p.01-03) cita o piso elevado, arquivos deslizantes, iluminação²⁹ e ergonomia na composição de ambientes como métodos de minimizar o alto nível de adensamento nos escritórios que, na atualidade, exigem o convívio de diversas atividades num mesmo espaço. Dabus (2016, p.01) observa que para estar conectado com o tempo atual, as empresas precisam refletir em seus espaços de trabalho as tendências contemporâneas.

No contexto global, a vertente ecológica, segundo Borges (1999, p.40), é incorporada ao *design* de interiores contemporâneo, pressupondo-se a necessidade de harmonia com o ambiente natural: desta forma, escolhendo materiais e técnicas baseadas na sua capacidade e eficiência, tanto energética quanto reciclável, permitindo o reuso de resíduos, que, de acordo com Wanderley (2013, p.19) estabelece uma mudança da obsolescência para reincorporação. Lobos (2010, p.140) acrescenta que a distribuição espacial deve ser otimizada em termos de critérios sustentáveis, como

²⁷ Numa tradução literal, *merchandising* visual é definido por comercialização visual, o que implica numa busca visual em tornar comerciável, ou seja, fazer entrar no processo de distribuição comercial um produto ou marca. (AGUIAR, 2016, p.74)

²⁸ Segundo Schneider (2010, p.202) a identidade corporativa “entende-se a personalidade, filosofia ou identidade de uma empresa”.

²⁹ “Já não basta atender aos índices mínimos de iluminância, [...] conceito cada vez mais em voga é a iluminação dinâmica, que procura reproduzir uma ambiência mais natural e permite que as pessoas controlem a iluminação de acordo com suas preferências (NAKAMURA, 2014, p.04)”.

superfície mínima em paredes perimetrais, consumo de energia, ganho solar em superfícies, quantificação de material, carga leve, etc.³⁰

Pode-se destacar, no processo de projeto, a tendência de desmembramento dos itens que compõem a intenção projetual e o programa de necessidades, classificando em camadas (*layers*), onde a complexidade é tratada isoladamente em cada situação para que na composição final a interação seja simultânea, conforme a visão de Viana (2012, p.32-33), coexistindo com a diversidade de soluções.

O ecletismo³¹ é outra tendência no segmento contemporâneo que surge com a proposta de contestar o racionalismo da produção industrial: desta forma une, através do contraste, características históricas e culturais do local ao qual está inserido, utilizando-se da arte como incentivo no desenvolvimento de vanguardas estilísticas, buscando o máximo de soluções com o mínimo e recursos (BUKOWSKI, 2012, p. 66-68). Dentre estes estilos, Dabus (2016, p.01-04) destaca o surgimento das correntes *vintage*³², industrial³³ e escandinava³⁴.

2.5 CARACTERÍSTICAS DO DESIGN DE INTERIORES CONTEMPORÂNEO

O estilo contemporâneo é baseado no moderno³⁵, onde o excesso de informação em um ambiente é minimizado pelo uso de tonalidades claras e grandes aberturas que proporcionam uma sensação de coerência e simplicidade, podendo receber cores como o preto e cinza para evitar a monotonia, diferenciando-se por estar desvinculado de rigidez (ESPAÇO E FORMA, 2016, p.03-07). Nesta perspectiva, Dabus (2016, p.01) acrescenta que a “neutralidade, naturalidade e minimalismo³⁶” ajudam diminuir o stress em ambientes de trabalho.

³⁰ Em tradução livre do autor, The space distribution should be optimum regarding sustainable criteria such as minimal surface in perimeter walls, energy consumption, solar gain in surfaces, material quantification, room light load, etc. (LOBOS, 2010, p. 139).

³¹ “Os projetos influenciados pelo ecletismo tendem a apresentar soluções híbridas, superposição de peles, agregação e “colagem” (BUKOWSKI, 2012, p.68).

³² O *vintage* faz uma referência histórica ao período compreendido entre as décadas de 1920 a 1960, inserindo peças de alto valor cultural, e em forma original, prezando o simbolismo e a sobriedade (DABUS, 2015, p.01).

³³ “Nele, o *open space*, a informalidade e as cores sóbrias dão o tom principal. Revestimentos crus e tubulação elétrica externa complementam o cenário, marcado pela versatilidade (DABUS, 2016, p.04).

³⁴ “O *design* escandinavo tem como principais características a simplicidade, o minimalismo e a funcionalidade. O movimento surgiu nos anos 1950 nos cinco países nórdicos: Finlândia, Noruega, Suécia, Islândia e Dinamarca. Apesar de a Escandinávia se referir apenas à Dinamarca, Suécia e Noruega, muitas pessoas usam o termo para falar do *design* criado nesses cinco países (O GLOBO, 2017).

³⁵ “O estilo moderno está muito atrelado ao movimento modernista, uma revolução cultural ocorrida no século XX e que influenciou a literatura e diversas artes, incluindo o *design* (ESPAÇO E FORMA, 2016, p.03).

³⁶ Predisposição para redução e simplificação dos elementos que compõem um todo (MICHAELIS, 2017)

Na contemporaneidade, de acordo com Filippini (2016, p.01), a liberdade³⁷ é a palavra que resume com clareza a escolha de elementos que compõe o *design* de um ambiente, devendo-se atentar sempre para as tendências vigentes no momento. Seguindo este conceito, Nakamura (2014, p.01) descreve o surgimento da planta livre como elemento de fluidez permitindo uma dinamização de espaços.

O site Espaço e Forma (2016, p.09), recomenda a utilização do jogo de luzes quentes e frias como forma de exprimir ousadia em um projeto, combinada com vidros, espelhos, e formas retas contrastando com linhas sinuosas. O conforto, é descrito por Filippini (2016, p.02) como premissa na personalização dos espaços, buscando um “equilíbrio e intimismo”, onde Dabus (2016, p.07) afirma que esta tendência confere um aspecto menos óbvio aos ambientes.

Os ambientes contemporâneos, baseiam-se na simplicidade, caracterizados por silhuetas marcadas, superfícies lisas, mobiliários embutidos, têxteis leves e suaves, além de formas geométricas combinadas a vegetações vistosas marcando um caráter despojado (EUDECORO, 2013). Valente (2015, p.01), recomenda unir peças clássicas e modernas, conferindo um destaque junto a lustres ousados, revestimentos inovadores e equipamentos tecnológicos com a finalidade de otimização.

Desta forma Filippini (2016, p.02) sintetiza as características do *design* contemporâneo: a) Misto de formas curvas, geométricas e suaves; b) Diversidade de materiais, como uso de pedras, madeiras, metais, etc.; c) Dinamização através do minimalismo; d) Mobiliários atuam como elementos centrais, seja pela forma, cor ou tamanho; e) Contrastes visuais através de cores neutras e tons fortes.

No contexto corporativo, Nakamura (2014, p.01-03) usa a visão e experiências de arquitetos e *designers* da atualidade brasileira, para ilustrar que se procura aproximar os ambientes de trabalhos com o conforto dos espaços residenciais, libertando as estações de trabalho para utilizações mais informais³⁸. Dabus (2012, p.01) acrescenta que devido ao rejuvenescimento do mercado de trabalho, onde cada vez mais jovens são incorporados ao mundo empresarial, as entidades passaram a adaptar-se a ritmos dinâmicos, multifacetários e originais capazes de comportarem estas mudanças.

³⁷ “Em geral o contemporâneo deixa o espaço acolhedor por causa da mistura de estilos, elementos, formas e cores. Ele aceita os móveis antigos incorporados com mobiliários novos” (FILIPPINI, 2016, p.01).

³⁸ “O *design* de interiores corporativo contemporâneo passou a absorver essa orientação desenvolvendo tecnologias e disponibilizando recursos, layouts e conceitos capazes de proporcionar uma ocupação mais agradável, flexível, ergonômica e, respeitando certos limites, até descontraída, abandonando de vez aquele padrão rígido e frio que muitas vezes resultava em projetos e produtos incapazes de se adequarem aos usuários” (DABUS, 2012, p.01)

2.6 A CONTEMPORANEIDADE NO CONTEXTO BRASILEIRO

Para a análise do *design* de interiores no contexto nacional, Teixeira (2011, p.80) acredita que é necessário observar a complexidade histórica pela qual o Brasil é formado. Constituído pela miscigenação de etnias, padrão demográfico, variações econômicas e uma série de períodos de explorações ao longo de sua formação sociológica, onde o país incorpora a identidade global³⁹, no século XXI, através da troca comercial intensa, ultrapassando ideologias e limites geográficos, incorporando uma identidade multicultural e multiétnica⁴⁰. A velocidade da industrialização, de acordo com Bürdeck (2010, p.14) nas últimas décadas, alavancou a produção local de *design*, podendo destacar os irmãos Campana como representantes internacionais deste período.

Sobre o *design* contemporâneo aplicado ao Brasil, Moraes (2006, p.263), classifica-o como heterogêneo, pois caracteriza-se pela fluidez e dinamização, onde a significação ocorre de forma coletiva aos elementos de composição, Cavalcanti (2005, p.04) e Moura (2015, p.79) ainda defendem que a produção, movida pelas vanguardas busca uma experimentação constante, resgatando a relevância internacional⁴¹ conquistada pelo modernismo.

Com relação a qualidade, segundo Teixeira (2011, p.21-22), a conceituação de um ambiente agradável está vinculada as correntes modistas, que por sua vez, no contexto brasileiro, são transmitidas pelas tendências midiáticas exibidas em programas de televisão e telenovelas. O mesmo autor descreve que para o ambiente ser receptivo deve haver uma interação entre usuário e espaço, onde o mesmo é moldado de acordo com suas necessidades, humanizando-os, e assim estabelecendo uma identidade interpessoal de lugar e ambientação, desvinculado de classe socioeconômica, pela dependência de valores culturais.

2.7 O *DESIGN* DE INTERIORES E A CONCEPÇÃO PROJETUAL

O *design* de interiores é descrito por Teixeira (2011, p.14) como sendo de natureza múltipla, pois engloba elementos compositivos onde as formas, funções, escalas e materiais definem seu caráter, prevalecendo a interação dos mesmos em benefício a experiência dos usuários, sendo que

³⁹ “Por meio dos processos de globalização, a identidade e a alteridade, bem como culturas locais, foram revalorizadas e estimuladas” (MOURA, 2015, p.62).

⁴⁰ “A cor, o contraste, a vibração são parte da nossa cultura, principalmente a chamada popular. E por trás dessa linguagem está o humor, a irreverência, algo vivo, em contraposição ao taciturno” (BORGES, 1999, p.50)

⁴¹ “A produção de uma arquitetura contemporânea pede uma relação equilibrada com o passado, sem nostalgia nem desrespeito pelas suas lições. Como um alento, novos valores emergem na arquitetura brasileira, apoiados nos ensinamentos bons e maus da experiência progressa, sem deixar de propor inovações e obter resultados atuais” (LUCCAS, 2008, p. 06 – 07).

na concepção de um projeto de interiores, Ching (2006, p.15) ressalta que, o profissional deve perceber que ao escolher elementos ou propor modificações, a correlação com o caráter arquitetônico, ultrapassando as definições de espaço, compreendendo todas as suas características morfológicas e empíricas, de modo a extrair a máxima qualidade⁴². O campo de abrangência, segundo Wanderley (2013, p.17), reúne desde os processos, as relações e os materiais até os elementos empíricos como a significação. Lobos (2010, p.140) afirma que a criação de uma planta corresponde à atribuição de atividades de relacionamento a função e então a geometria (e escala) a essa função⁴³.

Na atualidade, de acordo com Gurgel (2007, p.28), o *design* de interiores uni diferentes expressões formais e materiais, de forma processual, objetivando a funcionalidade e a estética na concepção. Zmyslowski (2009, p.56), aponta a conexão com os estímulos sensoriais que os diversos elementos podem despertar aos usuários, entre eles, os estabelecimentos comerciais exploram principalmente o sentido visual, através de cores e iluminação, utilizando também a audição e o olfato como canal direto, capaz de provocar emoções. Cordeiro (2016, p.02) complementa ainda, que através do projeto, é imposto uma ordem dos eventos cotidianos dos usuários, afim de definição do uso dos ambientes de forma específica⁴⁴.

O uso singular da estética, como ponto focal de *design*, não é recomendado como elemento de valorização, sendo pertinente considerar os aspectos tecnológicas, socioeconômicos, ecológicos ou mesmo políticos (BÜRDECK, 2010, p.15). O equilíbrio entre forma, desenho, composições, ritmo, texturas e revestimentos são elementos chaves, que segundo Arantes (2008, p.177-078), transformam o meio concreto em abstrato.

O projeto é uma intervenção associada a realidade que se encontra, hibridizando a sua existência de forma temporal, estabelecendo inter-relações espaciais (VIANA, 2012, p.33). A metodologia sistemática, apontada por Bastos (2015, p.40), é uma ferramenta que permite a coordenação estrutural entre contexto ambiental, social, cultural e técnico, aproximando a concepção do projeto com as necessidades do cliente⁴⁵. A compreensão do processo projetual se dá através de posturas experimentais, descrito por Góes (2005, p. 224) como a união de “conceitos e

⁴² “O *designer* não projeta para si mesmo, mas para os outros, seu produto tem que ser criativo, original e eficiente para ser comercializado” (WANDERLEY, 2013, p. 85).

⁴³ Em tradução livre do autor, “The creation of an architectural floor layout corresponds to the assignment of relationships to a function and then a geometry (and size) to this function (LOBOS, 2010. p. 139)

⁴⁴ O autor usa como exemplo: “o quarto para dormir, a cozinha para cozinhar, e assim por diante” (CORDEIRO, 2016, p. 02).

⁴⁵ Bastos (2015, p.06) afirma que o “arranjo espacial (layout) do projeto, por exemplo, reflete uma intenção do projetista de resolução dos aspectos espaciais (físicos) do ambiente e dos aspectos psicológicos dos usuários, na qual elementos como conforto, identidade, privacidade, segurança, motivação e outros, são considerados e organizados de acordo com as relações interpessoais [...].

características, como, por exemplo, a originalidade, o simbolismo, o modismo e o espírito de época, o uso de partido, de módulos e de malhas”, que podem contribuir para reafirmar a disparidade da linguagem⁴⁶ contemporânea.

2.8 A IMPORTÂNCIA DO ESPAÇO

O espaço, como lugar⁴⁷ destinado a um sujeito, é resultado de práticas socioculturais, acrescidas de significação que retratam uma articulação passível de compreensão do contexto de inserção, constituídos através da coletividade, expressando o sentido entre os usuários e o meio (CORDEIRO, 2016, p.01-02). O mesmo autor complementa que através da bagagem cultural dos profissionais que manipulam um determinado espaço, é incorporado um misto de intenções que centralizam o modo de sentido, relacionando objetos e pessoas a uma sociedade, reafirmando a ideia de lugar.

A transformação de espaço em lugar, segundo Viana (2012, p.23-24), decorre da interação de um sujeito agregando signos, correlacionando sensações e emoções, desta forma considerando a experiência humana como premissa, proporcionando conectividade, continuidade e proximidade, de forma dinâmica⁴⁸. De acordo com Aguiar (2016, p.33) o homem tem a necessidade de fazer a leitura do ambiente, reconhecendo-o, para poder estabelecer uma relação onde essa percepção está diretamente ligada ao conceito formal e usual, impactando a significação e valorização.

Deste modo, Bastos (2015, p.40) ilustra, através da visão de Carvalho⁴⁹, que a transmissão de mensagens está ligada a organização espacial e assim, de forma correlativa, Gambarato (2006, p.97) afirma que é possível diversas interpretações a diferentes usuários. Os modos mais perceptíveis de inter-relações de um espaço acontecem, conforme Roriz Júnior (2008, p.30), através de “penetrações, justaposições e aglutinações” de elementos e fatores.

No contexto empresarial, de acordo com Onofre (2012, p.11), o espaço atua como identidade e busca através da subjetividade da experiência, repassar valores, onde Minozzi (2009, p.14), afirma que a vivência “condiciona uma sensação e consciência social ou histórica por meio do contato com a arquitetura”. O *design* passa a ser mediador de um espaço, onde transforma-o em palco de

⁴⁶ “A linguagem se estabelece na trança das formas e no seu desenvolvimento nos fluxos e nas mutações, nas sincronias e nas diacronias”(MINOZZI, 2009, p. 190).

⁴⁷ “O lugar é, então, um recorte do espaço, construindo daí um mundo ordenado e com significado histórico” (CORDEIRO, 2016, p. 04)

⁴⁸ “O espaço já não é mais estático, mas um lugar em movimento, que admite os diversos acontecimentos e a experiência humana que se dá no ato recíproco de agir e refletir no lugar” (VIANA, 2012, p.24)

⁴⁹ CARVALHO, M. I. C. Arranjo espacial. In: CAVALCANTI, Sylvania; ELALI, Gleice Azambuja (Orgs.). **Temas básicos em Psicologia ambiental**. Petrópolis: Vozes, 2011, p. 70-82.

acontecimentos⁵⁰ (VIANA, 2012, p.23-24), que de acordo como Ching (2006, p.15), pela inserção de padrões e elementos, essas relações se multiplicam, estabelecendo uma sinergia. Aguiar (2016, p.19-20) ilustra a necessidade de se observar três pontos chaves na composição do *design* contemporâneo comercial, sendo o conceito da loja, a influência sob os usuários e a funcionalidade do espaço.

2.9 A QUALIFICAÇÃO COMO TENDÊNCIA PROJETUAL

As tendências⁵¹ estão atreladas a qualidade de um ambiente⁵², pela forma com que transmitem conceitos e pela capacidade de despertar emoções aos usuários, onde estes podem julga-lo de acordo com sua eficiência nos diversos âmbitos de influência (CHING, 2006, p.52), onde Zmyslowski (2009, p.50), a importância da humanização como método tendencial contemporâneo.

Sobre os deveres do *design* de qualidade, Bürdeck (2010, p.15) cita a descrição feita pelo o *Design Center* de Berlim⁵³, em 1979:

1) Bom *design* não se limita a uma técnica de empacotamento. Ele precisa expressar as particularidades de cada produto por meio de uma configuração própria; 2) Ele deve tornar visível a função do produto, seu manejo, para ensejar uma clara leitura do usuário; 3) Bom *design* deve tornar transparente o estado mais atual do desenvolvimento da técnica, 4) Ele não deve se ater apenas ao produto em si, mas deve responder a questões do meio ambiente, da economia de energia, da reutilização, de duração e de ergonomia; 5) O bom *design* deve fazer da relação do homem e do objeto o ponto de partida da configuração, especialmente nos aspectos da medicina do trabalho e da percepção (BÜRDECK, 2010, p.15).

Os parâmetros de qualificação, descrito por Neves (2011, p.13), podem ser divididos em três fases que vão da emoção a compreensão, sendo elas: a percepção por intermédio dos sentidos, a caracterização e reconhecimento dos efeitos sentidos e por fim, a capacidade de interpretar e assimilar os signos e significados expostos. Desta forma o autor destaca a ampla aceitação de tendências historicistas por estarem conectadas e enraizadas na história da humanidade, sendo de fácil compreensão e representação, conseqüente ao fácil entendimento.

⁵⁰ “O espaço construído, enquanto síntese funciona como Campo de Canalização Cultural uma vez que pretende ordenar as ações do sujeito e este, ao mesmo tempo em que é ordenado, modifica o espaço, reorganizando-o, atividade que dispara enorme variabilidade na ordenação das ações do próprio sujeito” (CORDEIRO, 2016, p.04).

⁵¹ De acordo com o dicionário Michaelis, tendência significa: “Disposição natural que leva alguém a agir de determinada maneira ou a seguir certo caminho; inclinação, predisposição”.

⁵² Os espaços são constituídos pela ambiência estabelecida dentre a relação do arranjo de materiais, cores e formas (TEIXEIRA, 2011, p.21).

⁵³ O *Design Center* de Berlim foi fundado em 1968, pela Associação Industrial da Alemanha juntamente com o apoio do Ministro de relações econômicas, com a intenção de criar uma plataforma capaz de unir economia, cultura e ciência em prol do desenvolvimento do *Design* de qualidade. (IDZ, 2017)

No contexto contemporâneo, Bukowski (2012, p.186) aponta a relevância das tendências internacionais como incentivo ao desenvolvimento da produção arquitetônica de qualidade, pela disseminação de eventos e popularização de abordagens culturais culminando no posicionamento de governos e universidades com a finalidade de inovação nos setores competentes. Onofre (2012, p.29-30) complementa que deste pensamento, surge os sistemas de identidades visuais flexíveis pela efervescência das transformações nas esferas culturais e sociais.

3. METODOLOGIA

A metodologia utilizada abordou o assunto através do método dialético, descrito por Konder (2008, p. 08) como sendo “o modo de pensarmos as contradições da realidade, o modo de compreendermos a realidade como essencialmente contraditória e em permanente transformação”. Neste método, de acordo com Prodanov e Freitas (2013, p.35) o estudo de determinado elemento ou ocorrência, exige ao pesquisador examinar de forma ampla e aprofundada todas as condicionantes envolvidas, evidenciando o caráter dinâmico do conhecimento, sem trata-lo como algo rígido, tendo em vista que “[...] tudo no mundo está sempre em constante mudança”. Como técnica, foi utilizado o método de revisão bibliográfica, o qual utiliza-se de fontes registradas, sobre a ótica de outros pesquisadores, conceituados, a fim de reunir registros e informações existentes sobre a temática abordada (GIL, 2008, p.05).

4. DISCUSSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo possibilitou um resgate histórico e contextual sobre o *design* contemporâneo e a influência das tendências no âmbito corporativo e comercial. O trabalho dividiu-se em introdução, onde foram apresentadas a problemática da pesquisa, os objetivos, a hipótese e o marco teórico; e em fundamentação teórica onde foi elencado a base bibliográfica para verificar a validade da hipótese.

No subtítulo “2.1 A Globalização, a Arquitetura e o *Design* Contemporâneo”, foi possível perceber que o capitalismo alienado as tecnologias da informação permitiram a mundialização de empresas, de forma a conectar em tempo real diversas culturas, influenciando a arquitetura e o *design* pela necessidade de se transmitir mensagens aos usuários. Desta maneira, no subtítulo “2.2, A Semiótica, os Signos e a Fenomenologia na Definição de Linguagem”, foi apresentado a teoria

dos signos como metodologia que estuda essa significação, demonstrando que o conceito e a essência de um projeto precisam considerar as emoções e reações dos usuários, entendendo a relação entre o objeto, a mensagem e o interpretante. O mesmo subtítulo ainda trouxe a definição de linguagem como sendo o conjunto racional de signos e interpretações. No subtítulo “2.3 A Significação na Qualificação do *Design*”, foi percebido que os meios de produção atuais buscam desmaterializar os produtos através da ênfase na experiência utilizando-se do *design* como ferramenta de tridimensionalização de signos, onde a qualidade está voltada para a capacidade de despertar emoções e reações. Nos subtítulos 2.4, 2.5 e 2.6 foram abordadas as características do *design* contemporâneo, tendências e o contexto brasileiro, demonstrando que se presa por um minimalismo, mas, ao mesmo tempo, tendo abertura para inserção de elementos de uma forma dinâmica, demonstrando um caráter liberto de padronização e rigidez. Da mesma forma, no Brasil, a contemporaneidade reavivou a multiculturalidade utilizando-se de mídias populares, como novelas, para lançar tendências e estilos. Já nos subtítulos subsequentes foram demonstradas a importância do espaço e da ambientação na concepção de um projeto de interiores, principalmente nos segmentos comerciais e corporativos, onde foi percebido a intenção de humanização dos ambientes como forma de alienar conforto a produtividade e comercialidade.

Com todo o referencial exposto foi constatado que a hipótese inicial é válida, pela preocupação das empresas em transmitir mensagens aos usuários e consumidores, utilizando as tendências como ferramenta contemporânea que, por sua vez, é capaz de despertar emoções onde a subjetividade induz a necessidade de consumo pela experiência, experimentação e conforto dos ambientes.

Contudo, mesmo atingido o objetivo, a presente pesquisa encontra-se em processo de desenvolvimento, a qual, através das aproximações teóricas, irão embasar análise e discussões futuras, delineando a temática em uma perspectiva mais específica.

REFERÊNCIAS

ABASCAL, E. H. S. Fontes e diretrizes da arquitetura contemporânea: uma reflexão crítica a respeito desta genealogia. **Cadernos** de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo (São Paulo), São Paulo, v. 01, p. 01-15, 2006. Disponível em: <<http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/cpgau/article/view/5962>> Acesso em: 05 set. 2017

ABASCAL, E. H. S. Cidade e arquitetura contemporânea: uma relação necessária. *Arquitextos*, São Paulo, ano 06, n. 066.06, **Vitruvius**, nov. 2005. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/06.066/410>>. Acesso em: 05 set. 2017.

AGUIAR, K. P. **Ambientes comerciais e a influência do design visual**. 2016. Dissertação (Mestrado - Área de Concentração: Design e Arquitetura) FAUUSP, São Paulo.

ARANTES, P. F. O grau zero da arquitetura na era financeira. **Novos estud.** - CEBRAP, São Paulo, n. 80, p. 175-195, Mar. 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002008000100012&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 05 Set. 2017.

BAQUIÃO, R. C. Signo, significação e discurso. **Estudos Semióticos (USP)**, v. 2, p. 52-62, 2011. Disponível em: <http://www.fflch.usp.br/dl/semiotica/es/eSse72/2011esse72_rcbaquiao.pdf> Acesso em: 05 set. 2017.

BORGES, A. **Maurício Azeredo**: A construção da identidade brasileira no mobiliário. São Paulo: Instituto Lina Bo e P.M. Bardi, 1999.

BUKOWSKI, C. A. **Arquitetura brasileira contemporânea**: um panorama da atualidade a partir do estudo de residências em Curitiba. 2012. Dissertação (Mestrado - Área de Concentração: Projeto de Arquitetura) FAUUSP, São Paulo.

BÜRDECK, B. E. **Design**: História, teoria e prática do design de produtos. São Paulo: Editora Blucher, 2010.

CAPALBO, C. **A subjetividade e a experiência do outro**: Maurice Merleau-Ponty e Edmund Husserl. Rev. abordagem gestalt., Goiânia, v. 13, n. 1, p. 25-50, jun. 2007. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-68672007000100003&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 06 set. 2017.

CARVALHO, W. A. **O Armário do Arquiteto**: o diálogo de Bruno Zevi com a história. 2005. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) Universidade Federal da Bahia, Salvador.

CAVALCANTI, L.; LAGO, A. C. Ainda moderno? Arquitetura brasileira contemporânea. **Arquitextos**, São Paulo, ano 06, n. 066.00, **Vitruvius**, nov. 2005. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/06.066/404>>. Acesso em: 06 set. 2017.

CHING, F. D. K. **Arquitetura de interiores ilustrada**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

CORDEIRO, S. Reflexões sobre a 'autoria do lugar'. **Arquitextos**, São Paulo, ano 16, n. 187.06, **Vitruvius**, jan. 2016. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/16.187/5896>>. Acesso em: 06 set. 2017

DABUS, H. **5 escritórios com ambientação vintage/retro**. 2015. Disponível em: <<http://www.dabus.com.br/blog/2015/04/escritorios-ambientacao-vintage-retro/>> Acesso em: 12 Set. 2017

_____. **5 Tendências para o Design de Interiores Corporativos 2016**. 2016. Disponível em: <<http://www.dabus.com.br/blog/2016/02/tendencias-design-interiores-corporativo-2016/>> Acesso em: 12 Set. 2017

_____. **O Design de Interiores Corporativos adequado aos dias atuais.** 2012. Disponível em: <<http://www.dabus.com.br/blog/2012/08/o-design-de-interiores-corporativos-adequado-aos-dias-atuais/>> Acesso em: 12 Set. 2017

DIAS, C.S.; et al. **Cascavel: um espaço no tempo. A história do planejamento urbano.** Cascavel: Sintagma Editores, 2005.

ESPAÇO E FORMA. **Decoração moderna ou contemporânea: quais as diferenças?.** 2016. Disponível em: <<http://www.espacoforma.com.br/blog/2016/03/29/decoracao-moderna-ou-contemporanea-quais-as-diferencas/>> Acesso em: 12 Set. 2017

EUDECORO. **Perfil do estilo contemporâneo.** 2013. Disponível em: <<http://eudecoro.com.br/artigos/perfil-estilo-contemporaneo>> Acesso em: 12 Set. 2017.

FILIPPINI, F. **Estilo Contemporâneo: atual e do seu jeito.** 2016. Disponível em: <<http://www.conceitodeestilo.com.br/2015/06/estilo-contemporaneo-atual-e-do-seu.html>> Acesso em: 12 Set. 2017

FIORETTI, M. **Design Corporativo.** 2015. Disponível em: <<http://www.designbrasil.org.br/entrepas/design-corporativo/>> Acesso em: 12 Set. 2017.

FONSECA, J. J.S. **Metodologia da Pesquisa Científica.** Fortaleza: UEC, 2002.

FRACALOSSO, I. "Fundamentos da Arquitetura Contemporânea / Siegbert Zanettini" 03 Abr 2013. **ArchDaily Brasil.** Disponível em: <<http://www.archdaily.com.br/106915/fundamentos-da-arquitetura-contemporanea-slash-siegbert-zanettini>> Acesso em: 24 Ago. 2017

FRÍAS, L. G. No-lugar y arquitectura: Reflexiones sobre el concepto de No-lugar para la arquitectura contemporánea 01 Jul 2015. **Arquitetura Revista**, V. 11, n. 2, p. 104-115. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/arquitetura/article/view/arq.2015.112.05>> Acesso em: 06 Set. 2017

GAMBARATO, R. R. **A linguagem do movimento na arquitetura contemporânea.** 2006. Dissertação (Mestrado em Projeto, Espaço e Cultura) FAUUSP, São Paulo.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa.** 1. Ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GÓES, M. B. **Arquitetura contemporânea: processando a teoria através da prática.** 2005. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

GOMES, A. S. R.; GUDWIN, R. R.; QUEIROZ, J. **Modelo das relações signo-objeto segundo C.S.Peirce.** UUNICAMP: Campinas, 2005. Disponível em: <<ftp://ftp.dca.fee.unicamp.br/pub/docs/techrep/2005/RT-DCA-FEEC-02-2006.pdf>> Acesso em: 06 Set. 2017.

GUBERT, M. L. **Design de Interiores**: a padronagem como elemento compositivo no ambiente contemporâneo. 2011. Dissertação (Mestrado em Design) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

GUDWIN, R. R. **Semiônica**: Uma Proposta de Contribuição à Semiótica Computacional. 2002. Tese (Doutorado em Engenharia de Computação e Automação Industrial) Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Cascavel, 2017. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=410480&search=parana|cascasca|info graficos:-informacoes-completas>> Acesso em: 10 out. 2017.

KONDER, Leandro. **O que é dialética**. São Paulo: Brasiliense, 2008.

LACOMBE, O. Uma complexidade perplexa: arquitetura e cidade. **Impulso** (Piracicaba), v. 17, p. 7-14, 2006. Disponível em: <http://www.academia.edu/857996/Uma_Complexidade_Perplexa_arquitetura_e_cidade> Acesso em: 06 Set. 2017.

LOBOS, D.; DONATH, D. The problem of space layout in architecture: A survey and reflections. **Arquiteturarevista**, v. 6, n. 2, 2010. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/273216124_The_problem_of_space_layout_in_architecture_A_survey_and_reflections> Acesso em: 06 de Set. 2017.

LUCCAS, L. H. H. Arquitetura contemporânea no Brasil: da crise dos anos setenta ao presente promissor. *Arquitextos*, São Paulo, ano 09, n. 101.00, **Vitruvius**, out. 2008 Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/09.101/99>> Acesso em: 06 Set. 2017.

MATOS, L.; PERASSI, R.; GOMEZ, L. S. R.; AFONSO, S. Semiótica Peirceana aplicada à leitura da representação arquitetônica. **Arq.Urb**. v. 4, p. 116-140, 2010. Disponível em: <http://www.usjt.br/arq.urb/numero_04/arqurb4_07_luana.pdf> Acesso em: 06 Set. 2017

MEDEIROS, R.; GARCIA, J. W. Arquitetura Semiótica - Objeto Imediato, Objeto Dinâmico e a matriz da linguagem. 2011. **14ª Jornada Peirceana** 18 out 2011 (Apresentação de Trabalho/Comunicação). Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/317543160/Arquitetura-Semiotica-Objeto-Imediato-Objeto-Dinamico-e-a-matriz-da-linguagem>> Acesso em: 06 Set. 2017.

MENEZES, M. S.; PASCHOARELLI, L. C.; MOURA, M. **Metodologias do Design: Inter-Relações**. São Paulo: Estação das Letras, 2011.

MINIMALISMO. In: DICIONÁRIO Michaelis. Disponível em: <www.uol.com.br/michaelis> Acesso em: 10 out. 2017

MINOZZI, C. L. **Rito de Arquitetura**. 2009. Tese (Doutorado em História e Fundamentos da Arquitetura e Urbanismo) FAUUSP, São Paulo.

MONTICELLI, J. **O ornamento arquitetônico como linguagem produtora de sentidos**: uma análise semiótica dos edifícios da Av. Faria Lima (Estudo de caso: o trabalho de augusto Thomé). 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) Universidade de Sorocaba, São Paulo.

MORAES, D. **Análise do design brasileiro: entre mimese e mestiçagem.** São Paulo: Edgard Blucher, 2006.

MOURA, M. **Design contemporâneo: poéticas da diversidade no cotidiano.** In: FIORIN, E, LANDIM, PC, and LEOTE, RS, orgs. *Arte-ciência: processos criativos* [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2015, pp. 61-80. *Desafios contemporâneos collection*. ISBN 978-85- 7983-624-4. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/jhfsj/pdf/fiorin-9788579836244-05.pdf>> Acesso em: 06 Set. 2017.

NAKAMURA, J. Especial Interiores Corporativos. **Revista AU.** ed. 246. 2014. Disponível em: <<http://www.au.pini.com.br/arquitetura-urbanismo/246/bem-estar-e-funcionalidade-em-alta-326836-1.aspx>> Acesso em: 12 Set. 2017

NEVES, V. F. **Produção arquitetônica, linguagem e construção da cidade: estudo do uso de elementos historicistas na arquitetura contemporânea de Florianópolis.** 2009. Dissertação (Mestrado em Urbanismo, História e Arquitetura da Cidade) Universidade Federal da Santa Catarina, Centro Tecnológico, Florianópolis.

NEVES, V.; REIS, A. F. *Produção arquitetônica, linguagem e construção da cidade: estudo do uso de elementos historicistas na arquitetura contemporânea de Florianópolis.* **Arquiteturarevista (UNISINOS)**, v. 7, p. 9-20, 2011. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/92984>> Acesso em: 06 Set. 2017

O GLOBO. **Design escandinavo: entenda o que é e como usar.** 2017. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/ela/decoracao/design-escandinavo-entenda-que-e-como-usar-21014928>>. Acesso em: 06 Set. 2017.

ONOFRE, C. E. L. **Espaço e identidade visual: uma investigação sobre soluções de design para empresas.** 2012. Dissertação (Mestrado em Design) Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2013.

RORIZ JÚNIOR, L. **A influência da volumetria arquitetônica no design de mobiliário contemporâneo** (Estudo de caso: o trabalho de augusto Thomé). 2008. Dissertação (Mestrado em Cultura Visual) Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Artes Visuais, Goiânia.

SCHNEIDER, B. **Design – uma introdução: o design no contexto social, cultural e econômico.** São Paulo: Editora Blücher, 2010.

SIQUEIRA, A. H. **A Lógica e a Linguagem como fundamentos da Arquitetura da Informação.** 2008. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) Universidade de Brasília, Brasília.

SOUZA, A. T. **Diretrizes projetuais e as tendências: o design de móveis residenciais no pólo de Arapongas-PR.** 2009. 116 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Comunicação e Artes, 2009. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/89727>>.

SOUZA, D. L. **A configuração do discurso do diagrama na arquitetura contemporânea.** 2010. Dissertação (Mestrado em Design e Arquitetura) FAUUSP, São Paulo.

TEIXEIRA, G. H. **Interiores residenciais contemporâneos**: transformações na atuação dos profissionais em Belo Horizonte. 2011. Dissertação (Mestrado em Design) Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte.

TENDÊNCIA. In: DICIONÁRIO Michaelis. Disponível em: <www.uol.com.br/michaelis> Acesso em: 10 out. 2017

VALENTE, R. **Estilo Contemporâneo**. 2015. Disponível em: <<http://www.rsvalentedesign.com.br/estilo-contemporaneo/>> Acesso em: 12 Set. 2017

VIANA, L. Q.; RHEINGANTZ, P. A. Arquitetura Contemporânea: Abordando Coletivamente Lugar, Processo de Projeto e Materialidade. **Gestão & Tecnologia de Projetos**, Brasil, v. 7, n. 1, p. 20-37, june 2012. ISSN 1981-1543. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/gestaodeprojetos/article/view/51018/55085>>. Acesso em: 06 sep. 2017.

WANDERLEY, I. M. **O design dos “outros”**. Interações criativas na produção contemporânea de artefatos. 2013. Tese (Doutorado em Design e Arquitetura) FAUUSP, São Paulo.

ZAMONER, M. T. D. C. et al. Pesquisa de tendências: investigação de referenciais para o projeto de móveis. p. 2905-2916 . In: **Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**. V. 1, N. 4. São Paulo: Blucher, 2014.

ZMYSLOWSKI, E. M T. **Vitrina como estratégia sedutora dos espaços de consumo**. 2009. Dissertação (Mestrado em Design) Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo.