

DOI: <http://dx.doi.org/10.18265/1517-0306a2021id5568>

ARTIGO ORIGINAL

Metodologias de projeto e áreas de atuação de *designers* de interiores: experiência dos egressos do IFPB no período de 2005 – 2019

RESUMO: Este artigo busca conhecer as metodologias de projeto e as áreas de atuação dos *designers* de interiores atuantes no mercado de trabalho, egressos do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) entre os anos de 2005 e 2019. Os dados que embasaram o artigo são resultados parciais de um projeto de pesquisa que busca a criação de uma plataforma digital para auxiliar no processo de desenvolvimento de projetos de interiores residenciais. Para isso, foi realizada uma entrevista por meio de um questionário *on-line*, o qual foi respondido por 15 *designers* de interiores do sexo feminino, autônomas ou com escritórios instalados na cidade de João Pessoa-PB. Em relação à atuação no mercado de trabalho, observou-se que todas elas desenvolvem projetos de interiores residenciais, das quais oito egressas têm essa tipologia de projeto como maior demanda. A respeito das metodologias e ferramentas adotadas, foi constatado que cada profissional segue procedimentos diferenciados. Por fim, no que diz respeito à utilização de alguma plataforma digital para auxiliar no processo de criação, identificou-se que 11 profissionais utilizam esse meio para auxiliar o desenvolvimento dos projetos. Com essas informações, foi possível ter um panorama da atuação dessas profissionais e elencar diretrizes para as funcionalidades da plataforma digital em questão.

Palavras-chave: áreas de atuação de designers de interiores; *designer* de interiores; metodologias de projeto de interiores; projeto de interiores.

Design methodologies and fields of activities of interior designers: experiences from designers graduated at IFPB from 2005 to 2019

SUBMETIDO 16/03/2021

APROVADO 29/10/2021

PUBLICADO ON-LINE 30/10/2021

PUBLICADO 30/12/2022

EDITORA ASSOCIADA

Ana Laura de Freitas Rosas Brito

 Karinna Ugulino de Araújo Maranhão ^[1] *

 Raphaela Cristhina Claudino Moreira ^[2]

 Mônica Maria Souto Maior ^[3]

 Vinícius Luís de Vietro ^[4]

 Inara Beatriz Rodrigues Soares ^[5]

[1] karinna.maranhao@ifpb.edu.br

[2] raphaela.moreira@ifpb.edu.br

[3] monica.maior@ifpb.edu.br

[4] vinicius.vietro@academico.ifpb.edu.br

[5] inara.soares@academico.ifpb.edu.br

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), Brasil

*Autor para correspondência.

ABSTRACT: *This paper investigates the design methodologies and fields of activities of interior designers working in the labor market, and who graduated from the Federal Institute of Education, Science and Technology of Paraíba between 2005 and 2019. The data was obtained from a research project aimed at creating a digital platform to assist in the development process of residential interior projects. An interview consisted of an on-line questionnaire was conducted with 15 female interior designers who work as freelancers or have their own offices located in João Pessoa-PB. Regarding performance in the labor market, it was observed that all the respondents develop residential interior projects, while eight of them have higher demands for this type of project. With respect to the adopted methodologies and tools the respondents were shown to follow different procedures. Finally, with regard to the use of some digital platform to assist in the creation process, 11 respondents answered to use this means to assist in the development of projects. These results gave us an overview of the performance of these professionals, thus allowing us to list guidelines for the functionalities of the referred digital platform.*

Keywords: *fields of expertise of interior designers; interior design; interior designer; interior design methodologies.*

1 Introdução

Atualmente, as atividades de negócios vêm ganhando cada vez mais espaço nos meios digitais. Isso se deve principalmente ao baixo custo, à praticidade e ao longo alcance, podendo-se, dessa forma, acessar pessoas/produtos do mundo todo, porém tais meios devem ser utilizados com muita cautela para evitar transtornos para os envolvidos.

No caso de negócios que envolvem clientes/profissional, como os projetos de *design* de interiores, é fundamental que a interação em todo o processo seja transparente nos procedimentos e em todas as etapas de planejamento e desenvolvimento do projeto.

Um projeto de interiores (seja ele residencial, comercial e de serviço ou institucional) não se resume apenas à representação gráfica. Dessa forma, a metodologia de projeto deve seguir uma série de etapas consecutivas, caso contrário, as consequências podem ser desastrosas. As etapas de projeto vão desde o levantamento de dados, de modo que o contato com o cliente é essencial, até a entrega final do serviço.

Em se tratando de projetos de interiores residenciais, é preciso conhecer quem mora ou vai morar nesse lar, suas preferências e necessidades, ou seja, é um processo muito mais profundo e que exige conhecimento. Um profissional de *design* de interiores deve buscar conhecer seu cliente, seu estilo e ritmo de vida. Portanto, em um projeto de interiores residencial é importante conhecer: a identificação das necessidades e preferências espaciais dos usuários; as atividades que serão desenvolvidas em cada ambiente; e, também, as maneiras como as pessoas utilizam os diferentes cômodos da casa (SIQUEIRA; COSTA FILHO, 2015).

Segundo Francisco, Andrade e Gouveia (2017), acredita-se que um ambiente colaborativo aumentará a probabilidade de a entrega final superar as expectativas do cliente (evitando retrabalho), assim como, durante o processo, passar maior segurança do andamento do projeto através de um gerenciamento mais detalhado (aumentando a satisfação).

O objetivo deste artigo é traçar o perfil dos egressos atuantes no mercado de trabalho, visando conhecer as áreas de atuação, as metodologias e as ferramentas utilizadas por esses profissionais em seus escritórios, bem como a forma de comunicação que tem sido utilizada para atender aos clientes presenciais e virtuais.

Este artigo está vinculado ao projeto de pesquisa dedicado à criação de uma plataforma digital para dar suporte às diversas etapas de desenvolvimento de projetos de interiores residenciais e retrata a análise do formulário aplicado a 15 *designers* de interiores egressas do Curso Superior de Design de Interiores do IFPB, Campus João Pessoa, que atuam em seus respectivos escritórios.

A seguir, serão apresentados os referenciais teóricos que embasaram a pesquisa, abordando o exercício da profissão do *designer* de interiores e as etapas necessárias para o desenvolvimento de um projeto de interiores. Após o referencial teórico, será apresentada a metodologia adotada, os resultados obtidos, finalizando com a conclusão do estudo.

2 Referencial teórico

Para o desenvolvimento desta pesquisa, foi necessário aprofundar os conhecimentos sobre o exercício da profissão do *designer* de interiores segundo as legislações, assim como sobre as etapas para o desenvolvimento de um projeto de interiores. Essas informações se tornaram necessárias para elencar os questionamentos feitos aos profissionais com o intuito de investigar as metodologias de projeto de interiores residenciais adotadas por eles, suas áreas de atuação e as suas sugestões para implementação da plataforma.

2.1 O profissional de design de interiores

O campo do *design* de interiores vem crescendo muito nos últimos anos. A Lei Federal nº 13.369, sancionada em 12 de dezembro de 2016 (BRASIL, 2016), foi um marco para o exercício da profissão, pois delimita e ampara a atuação desses profissionais. Outros aspectos também têm contribuído para a difusão dos serviços desses profissionais. Assim, pode-se citar: a ampliação da oferta de cursos no país, que hoje conta com 368 cursos de nível superior em atividade no Brasil, segundo o Cadastro Nacional de Cursos e Instituições de Educação Superior, disponível no portal do Ministério da Educação (BRASIL, 2020); o crescimento imobiliário, principalmente da tipologia de habitação multifamiliar, muitas vezes com espaços reduzidos, que requerem soluções muito bem pensadas para atender às necessidades dos usuários; e a difusão dos trabalhos e serviços ofertados pelos profissionais por meio das redes sociais.

A Lei Federal nº 13.369/2016 (BRASIL, 2016) garante o exercício da profissão de *designer* de interiores e ambientes, definindo *designer* de interiores e ambientes como sendo “o profissional que planeja e projeta espaços internos, visando ao conforto, à estética, à saúde e à segurança dos usuários, respeitadas as atribuições privativas de outras profissões regulamentadas em lei”. Entre as competências estabelecidas para o profissional, destacam-se estudar, planejar e projetar ambientes internos existentes ou pré-configurados, conforme as necessidades e objetivos do cliente ou usuário, planejando e projetando o uso e a ocupação dos espaços de modo a otimizar o conforto, a estética, a saúde e a segurança, de acordo com as normas técnicas de acessibilidade, de ergonomia e de conforto luminoso, térmico e acústico devidamente homologadas pelos órgãos competentes.

De acordo com a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), instituída com base legal na Portaria nº 397, de 10 de outubro de 2002, os *designers* de interiores

Projetam e executam de forma criativa e científica soluções para espaços interiores residenciais, comerciais e institucionais, visando à estética, à eficiência, à segurança, à saúde e ao conforto. Pesquisam produtos, materiais e equipamentos para elaboração e execução de projetos de interiores. (BRASIL, 2017).

Para Gibbs (2014), uma das principais funções do *designer* de interiores é interpretar as ideias e a personalidade de seus clientes com o objetivo de criar ambientes apropriados às suas funções. Nessa perspectiva, é primordial “captar a essência das necessidades do cliente e transmitir seus desejos e aspirações através de uma ambientação apropriada” (GIBBS, 2014, p. 40).

Segundo Oliveira (2016, p. 18), o profissional de *design* de interiores deve ser capaz de propor materiais apropriados, considerando aspectos ergonômicos, de organização, estilo, segurança e conforto para o usuário.

Portanto, a atividade de desenvolver um projeto de interiores vai muito além da criação. De acordo com Gibbs (2014, p. 42), “antes de iniciar o processo de criação, o *designer* deve realizar importantes atividades prévias, como coleta de dados e o desenvolvimento de uma metodologia sobre os quais baseará seu projeto de *design*”. Esse processo começa com o relacionamento com o cliente, cuja parceria e confiança mútua são fundamentais para um bom desenvolvimento do trabalho.

2.2 Etapas de projeto de interiores

De acordo com Oliveira e Mont’Alvão (2018), a atividade de projeto de interiores (ou *design* de interiores) apresenta especificidades próprias relativas ao uso de uma metodologia de projeto. Por falta de norma ou legislação específica que determine as condições exigíveis para elaboração de projetos de interiores, os profissionais montam as suas próprias metodologias baseadas em diferentes literaturas.

Para Gibbs (2014), o processo de projeto de interiores envolve quatro relevantes fases:

- 1ª: Programa de necessidades e a análise do projeto;
- 2ª: Diagnóstico e levantamento de dados;
- 3ª: Projeto executivo;
- 4ª: Gerenciamento do projeto.

A primeira fase – programa de necessidades – destina-se à coleta de informações do cliente, tendo em vista suas necessidades e estilo de vida. Essa etapa é conhecida como programa de necessidades ou *briefing*. Ainda nessa primeira fase, desenvolvem-se as propostas de trabalho nas quais estarão inclusos os termos e condições detalhadas do contrato.

A segunda fase é constituída pelo diagnóstico e levantamento físico do local, onde o *designer* capta informações das condições preexistentes. A partir daí, inicia-se o processo criativo tendo como ponto de partida a definição do conceito que pode ser formalizado através de painéis conceituais para apresentar ao cliente. Com esses dados,

inicia-se a representação gráfica dos espaços do projeto onde serão lançadas propostas de *layout* para apresentação ao cliente até a sua aprovação.

Para Higgins (2015), do programa de necessidades à proposta, podem existir ainda, dependendo da complexidade do projeto: o estudo de precedentes em livros e revistas; o organograma dos espaços; e o diagrama de planejamento. Higgins sugere ainda o desenvolvimento de composições espaciais tridimensionais, “permitindo ao *designer* de interiores explorar como os materiais, a forma e a estrutura podem ser manipuladas para criar composições volumétricas” (HIGGINS, 2015, p. 122).

Após a aprovação do cliente, é desenvolvido o detalhamento do projeto para a execução da obra, o que constitui a terceira fase. O projeto executivo é desenvolvido juntamente com as especificações e orçamentos para serem entregues aos possíveis construtores, fornecedores e especialistas.

Por fim, a quarta e última fase é constituída pela execução da obra, que envolve atividades como: a preparação da programação de trabalho e cronograma da obra; o plano de compras; a supervisão do local e acompanhamento de obras; e a conclusão e entrega da obra.

3 Método da pesquisa

Inicialmente, em reunião com toda a equipe do projeto e levando em consideração a pesquisa bibliográfica realizada previamente acerca do tema, foram discutidos e elencados os questionamentos que deveriam ser feitos aos profissionais para investigar as metodologias de projeto de interiores residenciais adotadas, as áreas de atuação e as sugestões para implementação da plataforma.

Em seguida, foram selecionados os escritórios, totalizando 26 convidadas, através de carta-convite, das quais 15 *designers* confirmaram participação, todas alunas egressas do Curso Superior de Tecnologia em Design de Interiores do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB). As 26 convidadas são do sexo feminino, pois, apesar de o curso formar também *designers* do sexo masculino, esse número é bem reduzido em relação ao número de egressas. Além disso, os egressos do sexo masculino dos quais se conseguiu o contato não estavam disponíveis no momento da pesquisa. O segundo passo foi o agendamento de uma reunião. Para isso, uma enquete foi realizada utilizando o Google Forms para definição do melhor horário para apresentação do projeto.

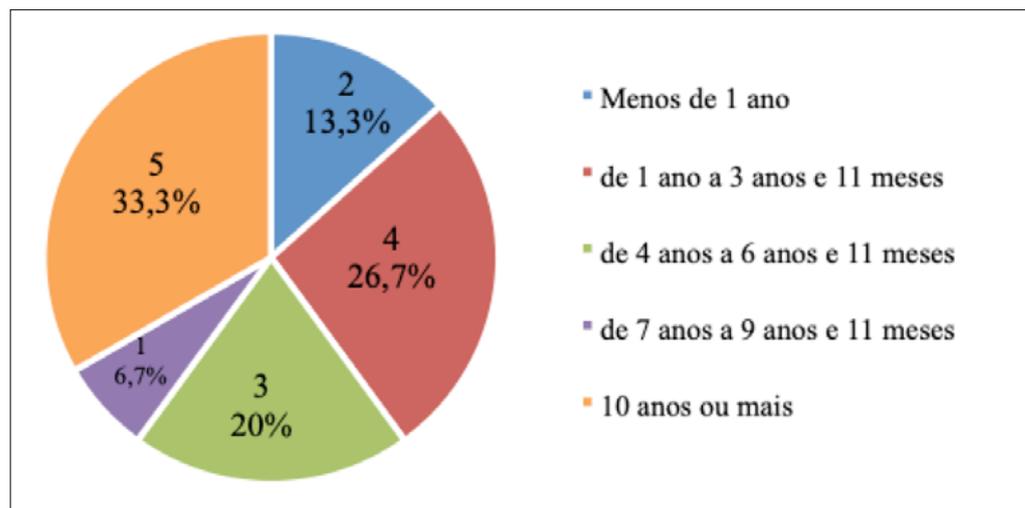
Após a realização da reunião *on-line*, concretizada via Google Meet, foi solicitado o preenchimento do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) e do questionário *on-line* via Google Forms contendo 33 questões, sendo 27 fechadas e 6 abertas. A aplicação do questionário teve como objetivos: compreender o perfil desses profissionais; entender a sua atuação no mercado de trabalho; conhecer as demandas dos serviços de projetos de *design* de interiores, principalmente os voltados para o âmbito residencial; sondar as metodologias e as ferramentas utilizadas no desenvolvimento dos projetos de interiores residenciais; e conhecer a opinião a respeito do uso de uma plataforma digital para auxiliar no processo de criação dos projetos de interiores residenciais com o intuito de facilitar a comunicação com os seus clientes.

A partir dos dados coletados, fez-se a análise a fim de esclarecer e agrupar as necessidades colocadas em pauta pelas profissionais, bem como anotar os pontos significativos que devem constar como ferramentas de comunicação.

4 Resultados da pesquisa

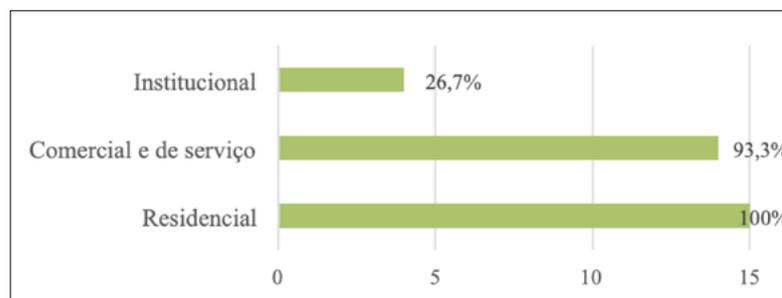
A partir do questionário respondido pelas egressas do Curso de Design de Interiores do IFPB – Campus João Pessoa, verificou-se que o perfil desses profissionais são mulheres que estão no mercado de trabalho atuando como autônomas ou com escritórios instalados na cidade de João Pessoa-PB. Três profissionais questionadas também são arquitetas. O tempo de mercado dessas profissionais é variado, conforme mostra a Figura 1, sendo cinco das egressas (33,3%) com 10 ou mais anos de mercado; quatro delas (26,7%) entre 1 ano e 3 anos e 11 meses; três (20%) entre 4 anos e 6 anos e 11 meses; duas (13,3%) menos de 1 ano e apenas uma delas (6,7%) de 7 anos a 9 anos e 11 meses. A distribuição de tempos de mercado se apresenta bastante diversificada no público pesquisado.

Figura 1 ▶
Tempo de mercado.
Fonte: dados da pesquisa (2020)



Para entender o campo de atuação desses profissionais, questionou-se acerca da principal tipologia de projeto realizada por essas *designers*, sendo a residencial desenvolvida por todas as profissionais pesquisadas. Em segundo lugar, a tipologia comercial e de serviço vem sendo desenvolvida por 14 das profissionais (93,3%), e apenas 4 delas (26,7%) têm atuado na tipologia institucional (Figura 2).

Figura 2 ▶
Tipologias de projetos que as profissionais mais desenvolvem.
Fonte: dados da pesquisa (2020)



A tipologia residencial tem representado a maior demanda dos escritórios pesquisados (Figura 3). Com relação a essa tipologia de projeto, percebe-se que a maior demanda é para fazer o projeto da habitação completa ou para três ambientes (ambas as situações sendo

relatadas por cinco profissionais). Projetos para dois e quatro ambientes foram relatados como demanda por até duas profissionais (13,3%). Apenas uma das entrevistadas (6,7%) relatou ter como maior demanda projetos com mais de seis ambientes. Isso demonstra que o perfil de demanda dos clientes é bem diversificado quando diz respeito a contratar o profissional para executar um projeto de interiores residencial (Figura 4).

Figura 3 ►

Porcentagem de projetos de interiores residenciais desenvolvidos pelos profissionais pesquisados.

Fonte: dados da pesquisa (2020)

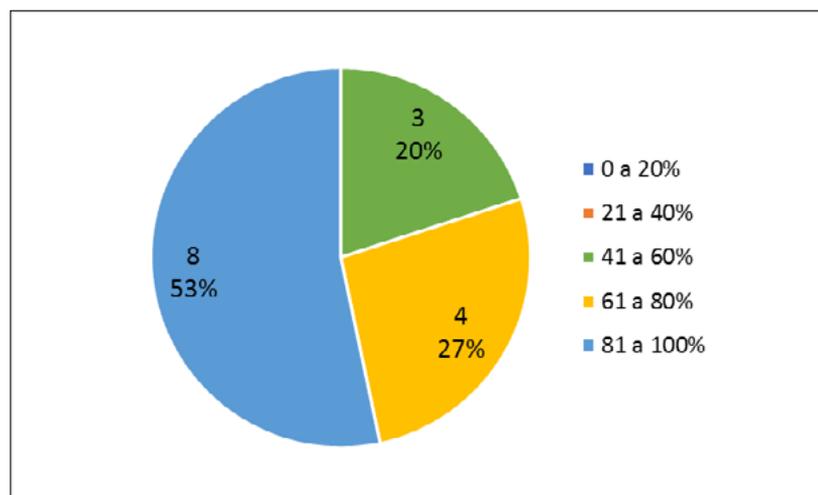
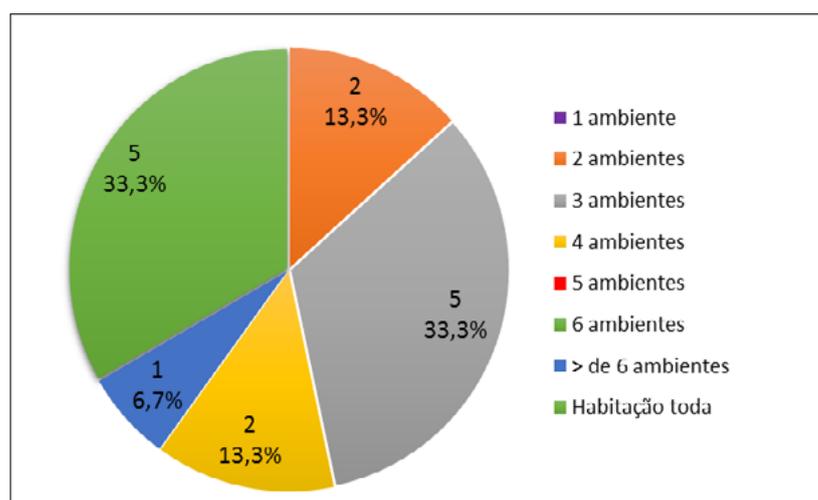


Figura 4 ►

Quantidade de ambientes requisitados pelos clientes para execução de projetos de interiores residenciais.

Fonte: dados da pesquisa (2020)

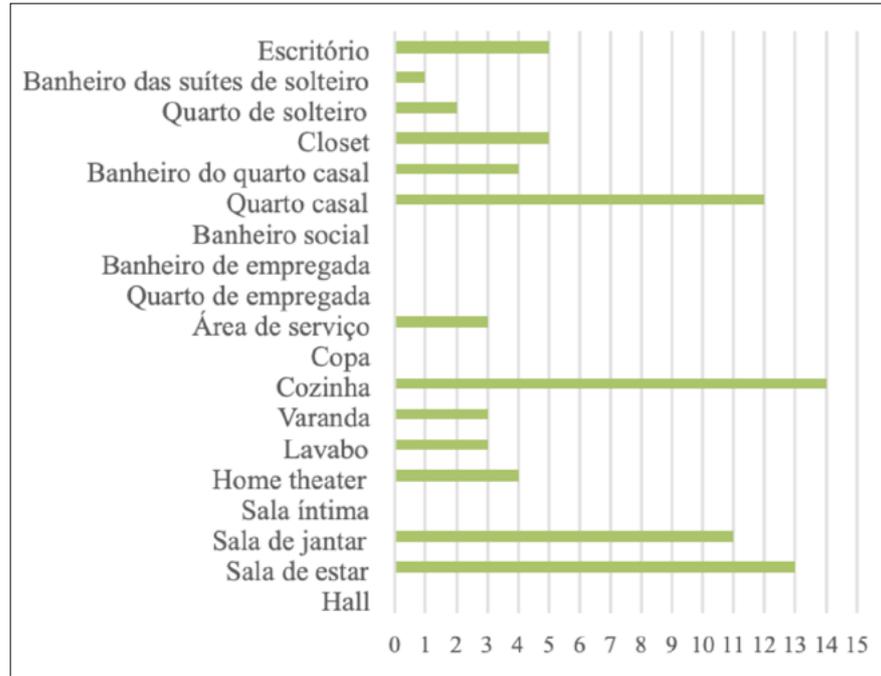


Ainda sobre as demandas relativas aos projetos de interiores residenciais, verifica-se que os ambientes mais requisitados para terem os projetos de interiores elaborados são: cozinha, sendo o ambiente mais requisitado para 14 entrevistadas; sala de estar, informado por 13 dessas profissionais; quarto de casal, relatado por 12 entrevistadas; e sala de jantar, informado por 11 dessas profissionais. Os demais ambientes só foram descritos por até cinco profissionais, sendo os seguintes ambientes: *home theater*; lavabo; varanda; área de serviço; banheiro do quarto do casal; *closet*; escritório; quarto de solteiro; e banheiro de solteiro (Figura 5).

Figura 5 ►

Ambientes requisitados pelos clientes para execução de projetos de interiores residenciais.

Fonte: dados da pesquisa (2020)



Ao contratar um projeto para um ambiente, nem sempre o contratante deseja alterar todos os elementos que compõem os ambientes do imóvel. Comprova-se, a partir do relato das profissionais entrevistadas, que as demandas mais frequentes são: móveis projetados sob medida e iluminação (ambos mencionados por 14 entrevistadas) e pintura (informado por 10 profissionais). A solicitação para troca de bancada foi informada por sete profissionais, enquanto a reforma de todo o ambiente foi citada por seis entrevistadas. Essa mesma quantidade de profissionais (seis) declarou que elas são contratadas para elaboração de projetos para móveis soltos, troca de revestimentos de parede e de acessórios. Por fim, as demandas de forro e troca de revestimento de piso foram descritas por até quatro profissionais (Figura 6).

Figura 6 ►

Demandas mais frequentes nos projetos de interiores residenciais.

Fonte: dados da pesquisa (2020)



As fronteiras de atuação profissional têm sido estendidas cada vez mais para os *designers* de interiores. Essa constatação se reafirma ao se observar que 11 das profissionais entrevistadas já desenvolveram projetos de interiores em outros municípios da Paraíba, sendo a maioria desses projetos da tipologia residencial (10 entrevistadas), e 5 delas já realizaram projetos de tipologia comercial e de serviços em outros municípios da Paraíba.

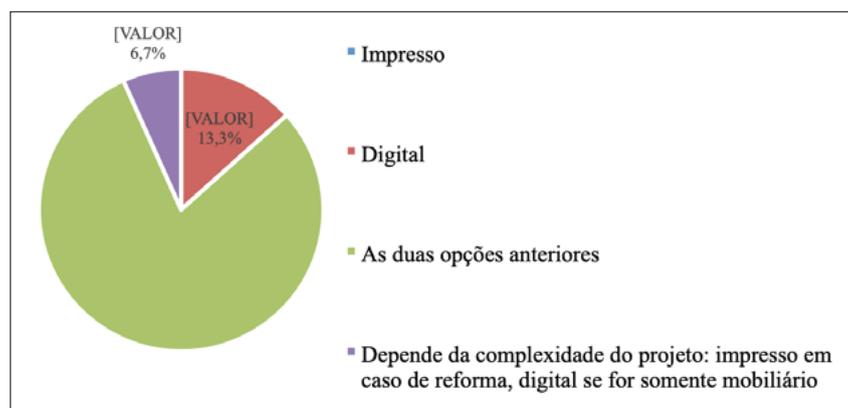
A necessidade de criação de meios para facilitar a troca de informações necessárias entre o profissional e o cliente é ratificada através das respostas das profissionais que estão atuando no mercado, pois se comprova que nove dessas profissionais já atenderam a clientes de forma virtual. Essa comunicação virtual é utilizada, principalmente, para: agendamento de reuniões e envio de documentos, ambos relatados por 12 profissionais; envio de desenhos e solução de dúvidas, ambos utilizados por 11 delas. No entanto, outras ações têm sido executadas, como: chamadas de vídeo, aplicação de questionário para o *briefing* e apresentação e elaboração de projetos a distância (Figura 7).

Figura 7 ►
Tipos de comunicação virtual com os clientes.
Fonte: dados da pesquisa (2020)



Outro aspecto detectado diz respeito à apresentação dos projetos, os quais, atualmente, são demonstrados, na maioria das vezes, de forma digital, fato referido por nove entrevistadas. No caso da entrega dos projetos, verifica-se que, na maioria dos casos, ela se dá de forma impressa e digital, como informado por 12 profissionais; apenas 2 das entrevistadas entregam exclusivamente de forma digital. Ao somar as duas modalidades, é possível evidenciar que 14 entrevistadas (93,3%) utilizam a via digital para entregar os projetos (Figura 8). No quesito arquivamento, 12 profissionais (80%) mencionaram que arquivam de forma digital e 3 das entrevistadas (20%), de forma digital e impressa. Dessa forma, observa-se que a forma de armazenamento digital já tem uma adesão de 100% das entrevistadas.

Figura 8 ►
Tipo de entrega dos projetos de interiores para os clientes.
Fonte: dados da pesquisa (2020)

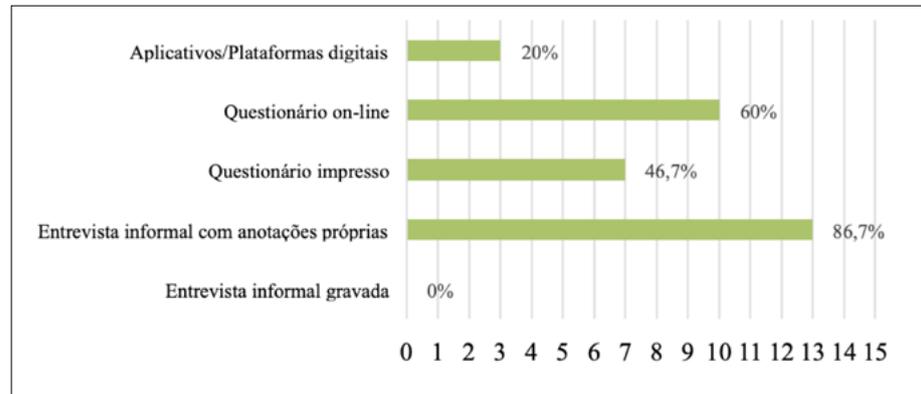


Para o desenvolvimento de um projeto de interiores são necessários vários procedimentos durante todo o processo projetual. Diante das respostas, foi comprovado que cada profissional adota procedimentos diferenciados, não sendo possível listar uma

seqüência única que reflita a maioria dos procedimentos adotados pelas profissionais entrevistadas. Isso ocorre pela falta de norma ou legislação específica que determine as condições exigíveis para elaboração de projetos de interiores.

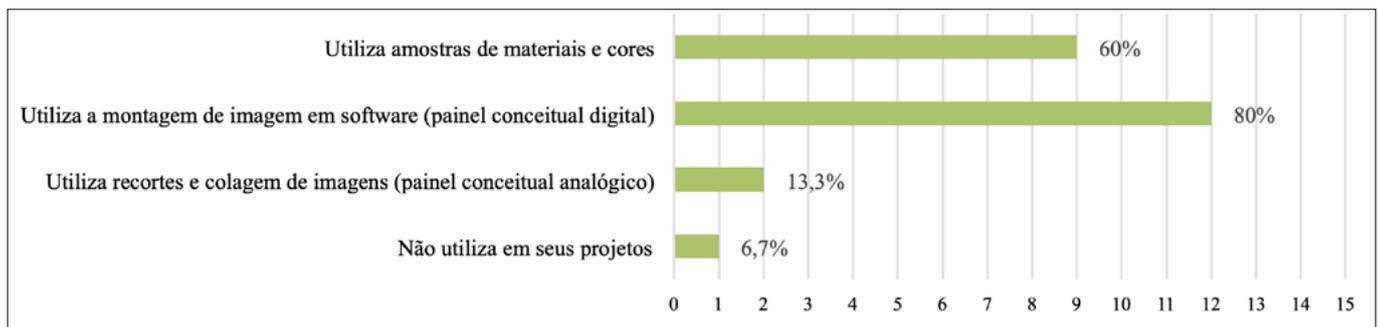
Foi verificado que dez das profissionais (60%) já utilizam questionários *on-line* para obter informações sobre o perfil e os desejos dos clientes com referência ao projeto de interiores (Figura 9). As plataformas mencionadas foram as seguintes: Google Forms, redes sociais, Pinterest, Refresher e Instagram.

Figura 9 ►
Ferramentas adotadas para obter informações sobre o perfil e os desejos dos clientes com relação ao projeto de interiores.
Fonte: dados da pesquisa (2020)



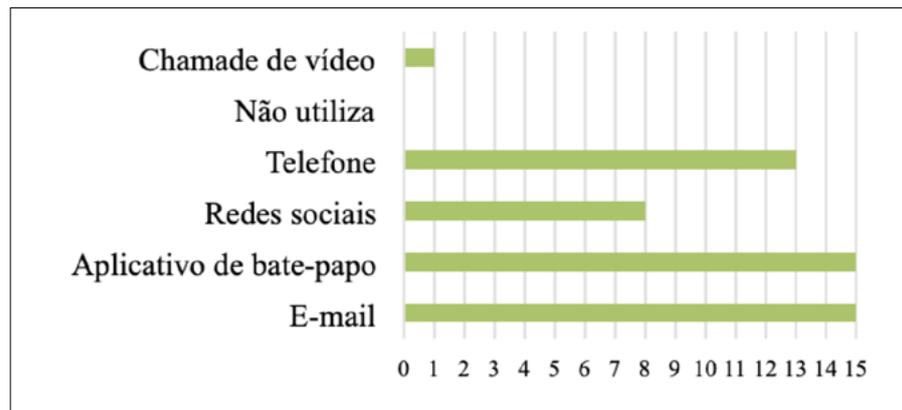
No tocante ao procedimento de definição de um conceito para o projeto, 12 das profissionais (80%) narraram que utilizam a montagem de imagens em *software* e 9 do total das entrevistadas (60%) utilizam amostras de materiais e cores (Figura 10). Em referência à apresentação do conceito para os clientes, 11 profissionais (78%) apresentam o conceito e apenas 3 das entrevistadas (21%) não o apresentam. As profissionais que utilizam *software* para a montagem do conceito usam os seguintes programas: Canva, Photoshop, Refresher, Powerpoint e Adobe Spark.

Figura 10 ▼
Procedimentos adotados para a definição do conceito do projeto.
Fonte: dados da pesquisa (2020)



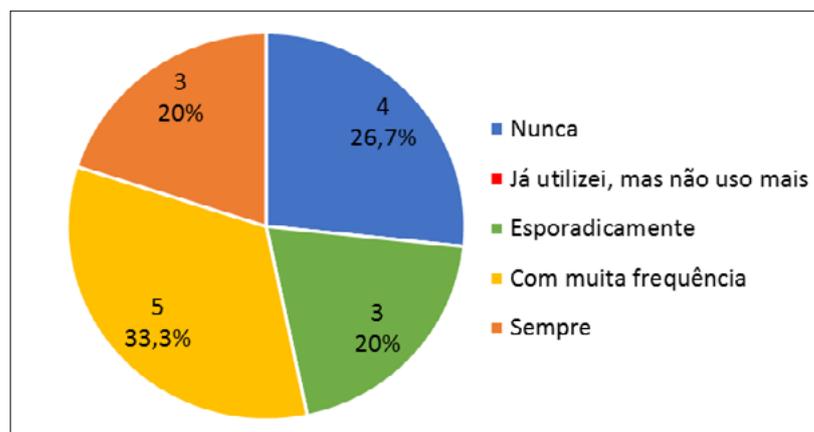
O uso de ferramentas apenas de comunicação entre clientes e profissionais, conforme dados colhidos na pesquisa, apresenta o seguinte panorama: as mais utilizadas são *e-mail* e aplicativo de bate-papo, adotados por todas as entrevistadas; telefone, adotado por 13 delas; e redes sociais, adotadas por 8 delas (Figura 11).

Figura 11 ►
 Ferramentas utilizadas para comunicação virtual com os clientes.
 Fonte: dados da pesquisa (2020)



Em relação à utilização de alguma plataforma digital para auxiliar no processo de criação, o panorama apresentado nas entrevistas se esboça da seguinte forma: cinco entrevistadas usam com muita frequência; quatro delas nunca utilizaram; três utilizam esporadicamente; e outras três utilizam sempre (Figura 12). Verifica-se, assim, que 12 profissionais (73,3%) utilizam de alguma forma plataformas digitais para auxiliar o desenvolvimento dos projetos. Neste estudo, foram mencionados os seguintes programas: WhatsApp, Google Meet, Instagram, Trello e outros voltados para a composição de paletas de cores, além dos já mencionados para o desenvolvimento da etapa do conceito (Canva, Photoshop, Refresher, Powerpoint e Adobe Spark).

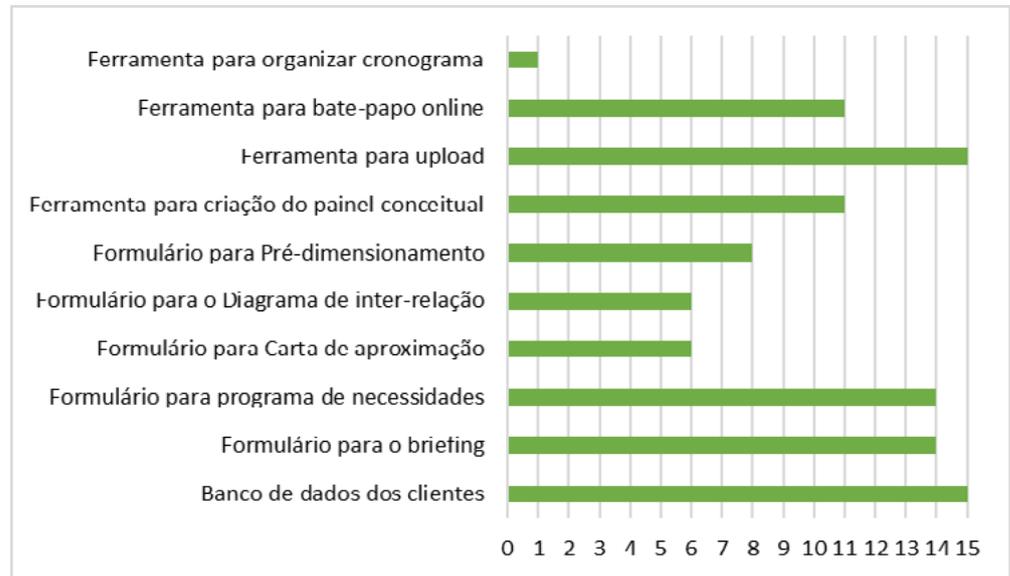
Figura 12 ►
 Utilização de plataforma para auxiliar no processo de criação dos projetos de interiores.
 Fonte: dados da pesquisa (2020)



Em relação às prioridades de funcionalidades requeridas pelas entrevistadas para uma ferramenta de comunicação e de apoio ao processo projetual, a seguir, podem-se ver as mais requisitadas: banco de dados dos clientes e ferramenta para *upload* de arquivos/imagens, ambos utilizados por todas as entrevistadas; formulário *on-line* semiestruturado para o *briefing* e formulário digital para preenchimento do programa de necessidades, empregados por 14 dessas profissionais; ferramenta para facilitar a criação do painel conceitual e ferramenta para bate-papo *on-line*, ambos utilizados por 11 das entrevistadas; e formulário digital para elaboração do pré-dimensionamento, usado por 8 entrevistadas. As ferramentas denominadas formulário digital para elaboração da carta de proximidade e diagrama de inter-relação foram mencionadas por seis das entrevistadas, demonstrando

que não são tão prioritárias como as demais. Outra ferramenta que não tinha sido descrita no formulário, mas que foi mencionada, é a ferramenta para execução do cronograma de atividades (Figura 13).

Figura 13 ►
Ferramentas que a plataforma deve contemplar.
Fonte: dados da pesquisa (2020)



5 Considerações finais

A partir desta pesquisa foi constatado que a prestação de serviço para o desenvolvimento de projetos de interiores vem ampliando as suas fronteiras, e os meios digitais vêm sendo cada vez mais utilizados pelos *designers* de interiores para auxiliar o desenvolvimento dos projetos e facilitar a comunicação com seus clientes. Isso se deve principalmente aos recursos disponíveis para atendimento a distância (*softwares, sites, aplicativos, etc.*), que facilitam a comunicação entre as partes envolvidas. A entrega e o arquivamento dos projetos são frequentemente efetuados no formato digital. Por conseguinte, verificou-se que 14 das entrevistadas (93,3%) utilizam a via digital para entregar os projetos. No quesito arquivamento, notou-se que todas as profissionais entrevistadas utilizam a forma de armazenamento digital.

Outro aspecto detectado é a ausência de norma ou legislação específica que determine as metodologias e exigências para elaboração de projetos de interiores. Isso leva os profissionais a desenvolverem seus próprios procedimentos metodológicos, tomando como referência normas voltadas para projetos de arquitetura devido à similaridade. Porém, sabe-se que os projetos de interiores têm suas especificidades em relação aos projetos de arquitetura e, por isso, requerem normas e legislações específicas.

Vale ressaltar aqui a importância da criação de uma plataforma digital que una todos os recursos necessários para essa prestação de serviço, que facilitará o trabalho do profissional, além de estender suas fronteiras e ainda disponibilizar modelos de documentos que auxiliem e conduzam profissionais e estudantes da área.

Declaração do Conselho de Ética

Esta pesquisa envolveu seres humanos e passou pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), tendo o seu parecer (nº 4.181.121) anexado na submissão deste artigo.

Referências

BRASIL. Ministério do Trabalho e do Emprego. 2629: Designer de interiores de nível superior. *In*: BRASIL. Ministério do Trabalho e do Emprego. Classificação Brasileira de Ocupações – CBO. Brasília, DF: MTE, 2017. Disponível em: <http://www.mtecbo.gov.br/>. Acesso em: 5 dez. 2022.

BRASIL. Lei nº 13.369, de 12 de dezembro de 2016. Dispõe sobre a garantia do exercício da profissão de *designer* de interiores e ambientes e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 2016. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/113369.htm. Acesso em: 3 ago. 2022.

BRASIL. Ministério da Educação. Cadastro e-MEC: Cadastro Nacional de Cursos e Instituições de Educação Superior. Brasília, DF: MEC, 2020. Disponível em: <https://emec.mec.gov.br/>. Acesso em: 31 mar. 2020.

FRANCISCO, A. D.; ANDRADE, D. G. F.; GOUVEIA, R. M. M. Desenvolvimento de uma aplicação de gerenciamento de projetos arquitetônicos baseada no toolkit HCD. *Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento*, ano 2, v. 1, n. 3, p. 238-248, 2017. DOI: <https://dx.doi.org/10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/arquitetura/gerenciamento-de-projetos>.

GIBBS, J. *Design de interiores: guia útil para estudantes e profissionais*. 1. ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2014. 224 p.

HIGGINS, I. *Planejar espaços para o design de interiores*. 1. ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2015. 192 p.

OLIVEIRA, G. R. *Método de design de interiores no Brasil: uma contribuição dos princípios da ergonomia do ambiente construído*. 2016. 279 f. Tese (Doutorado em Design) – Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016. DOI: <https://doi.org/10.17771/PUCRio.acad.31359>.

OLIVEIRA, G. R.; MONT'ALVÃO, C. R. Métodos de projeto de interiores no Brasil. *Ergodesign & HCI*, v. 6, n. especial, p. 29-44, 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.22570/ergodesignhci.v6iEspecial.526>.

SIQUEIRA, C. N.; COSTA FILHO, L. L. As necessidades dos usuários nos espaços residenciais, na percepção de arquitetos e designers de interiores. *Estudos em Design*, Rio de Janeiro, v. 23, n. 3, p. 36-45. 2015. Disponível em: <https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/267>. Acesso em: 3 ago. 2022.