



opinião

df*
* design factory



A importância da individualidade estética

"Uma humanização do habitar tem que passar por reflexões técnicas, mas também por sonhos, quando me deixo levar pela meditação perco-me em reflexões técnicas, recomeço a sonhar uma toca perfeita sobre todos os aspetos e vejo com os olhos fechados fascinantes possibilidades de arquiteturas ideais." Kafka

Em contraponto com a massificação a que assistimos em diferentes vertentes da sociedade, tanto de conceitos estéticos como de valores, surge uma nova atitude, nomeadamente no design de interiores, que caracterizo de individualidade estética. A massificação, de uma forma geral, desvalorizou a componente cultural e estética, concebendo ideias uniformizadas. Estes dois aspetos voltam agora a surgir como fonte de sustentação dos projetos. Este posicionamento integra uma nova filosofia de vida, que encara a história como um dos fatores cruciais do desenvolvimento criativo. Cada pessoa tem uma perceção diferenciada e única do mundo que o rodeia, pelo que as abordagens criadas na conceção dos espaços têm, inevitavelmente, que satisfazer as necessidades individuais de quem os habita. Os ambientes devem refletir a identidade de quem vive os espaços e nos espaços.

Considero que a nova habitação deve ser pensada através de uma arquitetura humanizada, caracterizada por soluções técnicas e opções sustentáveis, mas sempre tendo em consideração os sonhos individuais. Cabe ao designer de interiores conferir a dimensão humana aos projetos, criando conceitos equilibrados, que reflitam a evolução tecnológica e de materiais e as tendências estéticas, mas que sejam ajustadas aos lifestyles de quem habitará esse espaço no futuro. Integrar a individualidade estética no design de interiores implica abandonar conceitos pré-definidos e padronizados e procurar soluções personalizadas que vão ao encontro das necessidades

e do gosto individual. Não há lugar para preconceitos.

Este processo implica um conhecimento aprofundado dos objetivos esperados com determinado projeto, mas, acima de tudo, um estudo minucioso das vivências e dos hábitos de quem pretende ver a sua personalidade refletida num determinado espaço. As sugestões têm que desencadear um processo de identificação por parte do cliente e, acima de tudo, proporcionar bem-estar e vontade de habitar aquela "caixa" (chamo "caixas" às áreas exploradas pelo designer). Os espaços são criados para serem vividos e habitados. Não fazem sentido se forem encarados de outra forma. Esta deve ser a principal preocupação de quem cria habitats. Aliás, tem sido esta a prioridade do Design Factory (DF), gabinete de inovação e design da RAR Imobiliária. O DF investiga e antecipa tendências do habitar e aplica-as nos seus projetos, promovendo conceitos diferenciadores, que se mantêm atualizados pelo seu caráter vanguardista. As propostas do Design Factory têm, assim, como base a inovação e sustentabilidade e contemplam, paralelamente, um processo de interação permanente com o cliente.

Pelos motivos apresentados, é hoje exigido ao designer de interiores um conhecimento vasto em áreas aparentemente não relacionadas, como psicologia ou sociologia, para que possa interpretar comportamentos e ter uma noção clara da perceção estética dos trabalhos. Com a atual conjuntura económica, os desafios impostos são enormes, mas o sentido parece ser apenas um: o da individualização de conceitos, projetos e mensagens. É esta vertente mais altruísta, em que a prioridade são os desejos e sonhos do outro, que surge como o caminho a seguir.

*Carlos Santos, Head Designer da Design Factory
Departamento de design & inovação da RAR Imobiliária*