

ISSN 0000.0000

# ATELIE DESIGN

Gráfico  
Interior  
Produto

# ATELIÊ DESIGN

Revista digital ATELIÊ DESIGN relacionada aos assuntos de Gráfico, Interior e Produto. Elaborada pelos Docentes e Discentes do Curso de Graduação em Design da Faculdade UNIESSA.

## *Menção Honrosa*

Projeto ganhador do I concurso capa da revista Ateliê Design UNIESSA.

**1º Lugar**

**Yuri Prado Martins -1º período do Curso de Design**



Da esquerda para direita, o Docente e Coordenador do Curso de Design Msc. Rodrigo Augusto Bassan, o Discente vencedor do I concurso, Yuri Prado Martins e a Docente Msc. Angélica Pereira Marsicano Tavares, a grande idealizadora do concurso.

### **Biografia do vencedor do concurso**

“Nasci em Araguari, MG e sempre fui atraído pelo desenho. Era nele que eu podia criar e refazer meu mundo. Com o passar dos anos, descobri a arte gráfica, fiquei fascinado em aprender diversos *softwares* como o *Photoshop*, *Illustrator*, *InDesign*, *Adobe Experience Design*, *Scketchup*, mas apenas como diversão. Em 2016 conheci sobre a profissão de Design e, desde então, venho buscando me aprofundar na teoria, tanto em livros quanto em palestras e atualmente, como aluno do Curso de Graduação em Design na Faculdade UNIESSA, em Uberlândia.”

## *Corpo Editorial*

*Prof<sup>a</sup> MSc. Angélica Pereira Marsicano Tavares*

*Prof<sup>o</sup> MSc. Rodrigo Augusto Bassan*

Esta Edição é dedicada aos Docentes e Discentes do curso de Design da Faculdade UNIESSA e em especial a Prof<sup>a</sup> MSc. Angélica Pereira Marsicano Tavares, a grande idealizadora deste projeto.

*Sumário*

AUAHA PUBLICIDADE E PROPAGANDA: Design de Interiores de Espaço Corporativo	6
POUSADA ACQUA TERRA - Design de Interiores em Pousada Contêiner	25
PIXEL ART: Cubos Coloridos Magnéticos	48
REVITALIZAÇÃO CASA DA CULTURA ABDALA MAMERI	65
X POWER: Design de Interiores Corporativo Promocional	83
DESIGN DE INTERIORES PARA ESPAÇO RELIGIOSO: Igreja São José	103
PROJEÇÃO CRIAÇÃO: escritório de móveis planejados	120

## **AUAHA PUBLICIDADE E PROPAGANDA: Design de Interiores de Espaço Corporativo**

*Daniela de Paula Corrêa<sup>1</sup>, Jéssica Rodrigues Gonzaga<sup>2</sup>, Angélica P. Marsicano Tavares<sup>3</sup>, Patrícia Pereira Borges.<sup>4</sup>*

### **RESUMO**

O presente trabalho apresenta o desenvolvimento do projeto de design de interiores para uma agência de publicidade e propaganda denominada AHA, no qual o desafio encontra-se em proporcionar a ideia de algo criativo e prático neste segmento. De acordo com as expectativas do proprietário da referida agência, este projeto possui a intensão de proporcionar aos clientes e funcionários, com ambientes aconchegantes, dinâmicos e cheios de atitude para possibilitar uma rotina de trabalho espontânea e descontraída. A proposta é evidenciar uma identidade visual inspirada nas raízes da cultura indígena *maori* e proporcionar aos funcionários um local de trabalho mais estimulante, aberto à inovação e ao desenvolvimento criativo individual ou em grupo através de um ambiente acolhedor atendendo a todos os requisitos e necessidades de uma agência de publicidade e propaganda.

**Palavras-chave:** *Agência, Publicidade, Propaganda, Design, Maori.*

### **1. INTRODUÇÃO**

Frente às várias transformações vigentes, vivenciamos um período no qual os avanços tecnológicos se aliam à demanda de consumo favorecendo o acesso a produtos diversos e fazendo crescer a procura dos consumidores por informação. O advento da internet e o avanço das mídias sociais refletem na necessidade de maiores investimentos na promoção dos produtos e, neste processo, a publicidade e a propaganda apresentam-se como fortes aliadas, por se adaptarem facilmente a estes novos meios e atingirem o público-alvo com considerável poder de persuasão.

---

<sup>1</sup> Daniela de Paula Corrêa Aluna do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. [danielapcorrea@gmail.com](mailto:danielapcorrea@gmail.com)

<sup>2</sup> Jéssica Rodrigues Gonzaga Aluna do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. [jessicargonzaga@yahoo.com.br](mailto:jessicargonzaga@yahoo.com.br)

<sup>3</sup> MSc. Angélica P. Marsicano Tavares – Professora do Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2017. [angelicamarsicano@gmail.com](mailto:angelicamarsicano@gmail.com)

<sup>4</sup> MSc. Patrícia Pereira Borges – Professora do Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2017. [patriciaborgesdanca@gmail.com](mailto:patriciaborgesdanca@gmail.com)

### 1.1 O perfil do cliente e da empresa

Carlos Aguiar, 32 anos, empresário paulista, irreverente e despojado pretende expandir seus negócios instalando sua agência de publicidade e propaganda “AHA” em uma cidade promissora, em pleno desenvolvimento, como Uberlândia. Para tanto, vislumbra um ambiente diferenciado, motivador, criativo e prático.

Grande conhecedor e adepto da cultura Maori<sup>5</sup>, Carlos admira as tatuagens realizadas nos índios destas tribos como forma de representação da tradição e simbolismo no que tange aos “guerreiros dispostos a trabalharem até a morte, considerados honrados pela coragem e determinação”. (MUNDO DAS TRIBOS, 2016). Sua empresa, chamada AHA– Publicidade e Propaganda traz em seu conceito, a cultura e a arte maori como ícones de representação e criatividade. AHA (“vem da palavra (AUAHA) que na língua maori significa criativo”).

A AHA atua há 25 anos no mercado de grandes capitais, com sua matriz em São Paulo, responsável por criar campanhas publicitárias para diversos veículos como: revistas, jornais e internet. Atua também na criação de ofertas, promoções, ações em lojas, lançamentos de produtos, dentre outros serviços mais transitórios ou de ocasião.

A figura 1 ilustra a logo da empresa de conceito dinâmico, motivador e interativo.



#### **Auaha Publicidade e Propaganda**

*Figura 1 – Logo AUAHA – Publicidade e Propaganda  
Fonte: própria autoria*

Traz como diferencial um grande potencial de atendimento a grandes e pequenas marcas, com uma ampla infraestrutura despojada e totalmente fora dos padrões tradicionais, equipada com área de descanso para funcionários com um

---

<sup>5</sup> Maori (Māori) – Povo indígena da Nova Zelândia de cultura rica e variada desde artes tradicionais como escultura, tecelagem, kapa haka (dança de grupo), whaikorero (oratória) e moko (tatuagem) a contemporâneas. (disponível em: <http://www.estudenovazelandia.com.br/cultura/o-povo-maori-nativos-da-nova-zelandia/>)

---

amplo espaço de convivência e entretenimento. Acredita que a mente descansada traz novas ideias e conseqüentemente, novos clientes. Então, sob o conceito de **criatividade, interatividade e integração com inovação**, conquista seus clientes e os mantém sempre fiéis, implementando divulgações originais e criações únicas.

Apresenta um quadro de funcionários do setor de criação altamente capacitados e com ampla experiência no setor. Graduados e pós-graduados em design, direito, publicidade e marketing, tais profissionais buscam o melhor desempenho e desenvolvimento qualitativo em todas áreas de atuação. Além de contar com um quadro de funcionários de apoio completo como: recepcionistas, gerentes e serviço de limpeza terceirizado, mantendo o mesmo padrão de qualidade dos demais.

O público-alvo envolve pequenas e grandes empresas e até mesmo pessoas físicas que necessitem de algum serviço relacionado à venda de produtos e serviços que possam ser comercializados pelos clientes, difundir ideias ou divulgar notícias e informações ao público.

## **2. CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE**

Conforme Reinaldo Canto (2011, s/p) a publicidade “exerce um papel de protagonismo nas relações de mercado sendo um meio fundamental na disponibilização de informações sobre produtos e serviços aos consumidores”. Ela apresenta o dinamismo como uma característica intrínseca ao seu próprio significado, afinal, pensamento exclusivo, criativo e direcionado são fatores imprescindíveis ao desenvolvimento de uma boa campanha.

No Brasil o número de grandes agências de publicidade e propaganda cresce consideravelmente, e possui como característica ser um trabalho bastante flexível em relação às instalações. Os empresários estão despertando, aos poucos, para a necessidade de se investir em um local diferenciado para uma agência. Afinal, mesmo com os pensamentos divergentes de que um local apropriado envolve custos que teriam que ser repassados aos seus serviços, tal investimento pode agregar qualidade desde ao atendimento aos seus clientes até ao serviço prestado.

---

Em tempos de competição as empresas precisam sempre atingir o seu público-alvo da melhor forma possível, levando em conta o custo-benefício, é nesse aspecto que entra o trabalho das agências de publicidade que tem como objetivo principal levar ao conhecimento do consumidor o que as empresas têm a oferecer. (QUEIROZ, 2014,s/p.).

Através de análises de projetos similares como: REDE – Agência de Publicidade em Belo Horizonte, desenvolvido pelo escritório Cioli Stancioli; FACEBOOK e Indústria da Criatividade das arquitetas Fabiana Ruaro e Juliana Pereira conclui-se que as agências de publicidade e propaganda, normalmente contam com quatro setores principais para desenvolverem seu trabalho, quais sejam:

- atendimento: responsável pelo relacionamento cliente e anunciante desde as informações básicas até o último atendimento ao mesmo,
- planejamento: onde se vincula o marketing, tesouraria entre outros,
- criação: onde se dá vida ao que foi proposto pelo cliente e
- mídia: onde se estuda a melhor forma de veicular a propaganda.

Nos últimos anos os espaços corporativos, principalmente aqueles da área aqui discutida, têm se baseado nos princípios de integração espacial, trabalho colaborativo e convívio social como forma de incentivo e motivação à livre circulação de ideias criativas e inovadoras. Os profissionais passam mais tempo no local de trabalho do que em outro lugar e, necessitam estar em um ambiente inspirador e dinâmico para uma produção mais eficiente e qualitativa, no qual impere o conforto, o bem-estar e uma sensação de aconchego.

### 3. A CULTURA MAORI

**Maori** é o nome dado ao povo nativo da Nova Zelândia. O termo na língua maori significa “natural” ou “normal”. Acredita-se que os maoris tenham vindo de ilhas remotas da Polinésia e chegado à Nova Zelândia por volta do século X. Os europeus que chegaram no século XVIII à Nova Zelândia encontraram um povo guerreiro, com rica cultura e algumas tradições peculiares, como a prática do canibalismo, por exemplo. Após muitas guerras sangrentas entre nativos e colonizadores, em 1840 a Nova Zelândia aceitou tornar-se colônia do Reino Unido, com a assinatura do *Tratado de Waitangi*. (DICIONÁRIO, 2011,s/p)

---

O estilo maori atualmente é muito visto em tatuagens, mas está além do que foi popularizado recentemente. Os Maoris são nativos da Nova Zelândia, vindos da Polinésia. Eles chegaram no país há mais de cem anos e hoje compõem apenas 14% desta população. A cultura, tradição e língua dos Maoris são muito diferentes das nossas e são uma parte essencial da cultura do país.

É incrível a importância que a cultura Maori tem na Nova Zelândia. Sua **língua** e suas **tradições** fazem parte da história do país – tanto que, além do **inglês**, o Maori também é considerado como língua oficial. É raro encontrar um neozelandês que não conheça os termos e frases mais comuns da língua Maori, o **Te Reo Maori**. Diferente do que acontece aqui no Brasil com os povos indígenas, que são pouco estudados e pouco reconhecidos, os Maori têm grande espaço na cultura do **Aotearoa**, nome Maori para Nova Zelândia, que significa ‘A Terra da Grande Nuvem Branca’. (GRANDI, 2016, s/p.).

Uma forte marca na cultura maori e de grande simbolismo são suas tatuagens. No mundo, pessoas de vários países e crenças se apropriam das pinturas corporais deste povo. Para os maoris a tatuagem é muito comum principalmente na região da cabeça, pescoço e mãos, representando um símbolo de status nas tribos, onde quanto maior for a posição social do homem mais ele cobrirá o rosto de tatuagens.

Desenhos geométricos e formas curvas que se encaixam, apresentados nas figuras X e Y, originalmente apresentam significado espiritual ou religioso e destacam esta cultura como as conhecidas tatuagens “tribais”.



Figura 1 – Tatuagem Maori  
Fonte: <http://www.newzealand.com/>



Figura 2 – Tatuagem Maori  
Fonte: Google Imagens

Os **ornamentos** utilizados nas construções Maoris também são muito característicos. As **casas entalhadas** construídas para encontros das tribos são chamadas de *whare whakairo* e são geralmente vistas como **personificação de ancestrais** da tribo, recebendo até mesmo o nome desses antepassados. Essas construções eram semipermanentes, já que as tribos estavam sempre se mudando em

busca de comida. Para mantê-las quentes, elas costumavam ser pequenas e com portas baixas. Por volta do século XV, as caras foram ficando maiores graças à estabilização dos maori em um lugar. (GRANDI 2016, s/p.).



Figura 3 – Arte Maori  
Fonte: <http://www.newzealand.com>



Figura 4 – Arte Tecelagem Maori  
Fonte: Google Imagens



Figura 5 – Arquitetura Maori  
Fonte: Google Imagens

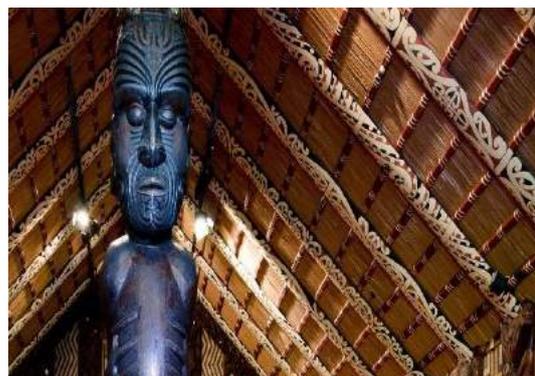


Figura 6 – Arquitetura Maori  
Fonte: Google Imagens

#### 4. APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O projeto comercial foi desenvolvido a partir da necessidade de crescimento do nosso cliente Carlos Aguiar que veio de São Paulo expandir sua rede de agências em publicidade e propaganda aqui na cidade de Uberlândia, onde o mesmo verificou e apostou nesta cidade pelo seu constante crescimento e pela migração de grandes empresas para este polo, o que geraria a procura de grandes e pequenas empresas por divulgação de suas marcas. Vamos contar com o espaço de um edifício localizado no centro de Uberlândia localizado na Rua Vigário Dantas, número 517.

#### 4.1 Programa de necessidades

Para o desenvolvimento de um projeto de design para a agência de publicidade em questão fazem-se necessários, basicamente, os ambientes e respectivos mobiliário e equipamentos descritos na tabela 1.

Tabela 1 – Programa de necessidades - agência de publicidade AHA Uberlândia

SETOR	AMBIENTE	MOBILIÁRIO	EQUIPAMENTOS
<b>ATENDIMENTO</b>	Recepção	Poltronas de espera, balcão, cadeiras para recepcionista.	Computador, impressora, linha telefônica.
<b>PLANEJAMENTO</b>	Diretoria e Administração	Cadeiras ergométricas, mesas com ajustes, cadeiras para atendimento	Impressora, linha telefônica, computador.
	Sala de Reuniões	Poltronas, mesas de apoio, painel interativo, quadro branco.	Tv, notebook
<b>CRIAÇÃO</b>	Lounge	Mesas, cadeiras, balcão de apoio, pia, sofás de varanda...	Micro-ondas , geladeira, máquina de café expresso.
	Espaço interativo	Puff, cadeira egg, pebolim	Tv, vídeo game,
<b>OUTROS</b>	Banheiro Feminino	Espelho, pia, sanitário, bancada	-
	Banheiro Masculino	Espelho, pia, sanitário, mictório, bancada	-
	DML	Armários.	-

#### 4.2 Organograma / Fluxograma

A figura 7 ilustra o organograma/fluxograma estabelecido para a instalação da AUAHA – Publicidade e Propaganda.

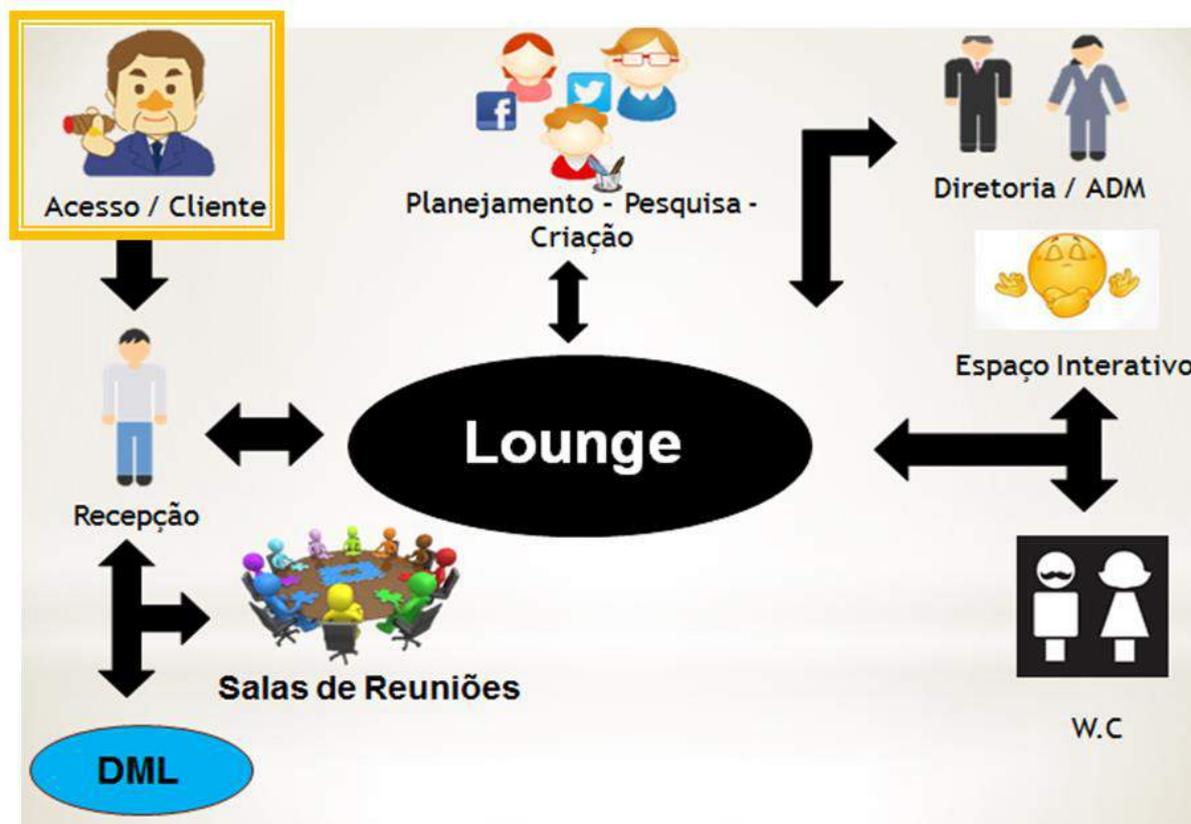


Figura 7 – Fluxograma  
 Fonte: própria autoria - montagem de fotos do Google images

#### 4.3 Painel semântico e conceito projetual

A proposta para a unidade AHA em Uberlândia é trazer ambientes interativos que transmitam uma sensação de aconchego e liberdade tanto para os funcionários quanto para os clientes. Decidiu-se investir na cultura Maori como referência à identidade do nosso cliente e imagem de sua empresa no contexto decorativo do espaço. Algumas referências visuais mais significativas apresentam-se em destaque no painel semântico mostrado na figura 8.



Figura 8 – Painel Semântico

Fonte: própria autoria - montagem de fotos do Google imagens

Com uma paleta de cores de base neutra variante entre os tons de Preto, Branco, e Cinza destaca-se a utilização da cor Laranja que, de acordo com a apostila de Teoria das Cores da Professora Angélica Marsicano, representa vitalidade, prosperidade, alegria e sucesso além de estar associada à criatividade.

Materiais e texturas, tipos de iluminação e alguns recursos interativos como lousas são advindas das análises de projetos similares e reforçam o conceito de “criativo e prático” para o projeto da agência AHA aqui proposto.

Ainda em relação ao conceito apostou-se no que há de mais novo no design mundial que não deixasse de ser prático, funcional, e atendesse a todas as expectativas do nosso cliente, por isso a utilização de acabamentos que casassem perfeitamente com a decoração.

#### 4.4 Layout Proposto

Desde o layout, apresentado na figura 10, pode-se perceber a integração e a fluidez dos espaços, bem como a sensação de liberdade promovida pelos espaços de vivência, criação e entretenimento.



Figura 9 – Layout Tratado  
Fonte: Autoria própria

#### 4.5 Memorial descritivo e imagens do projeto

Na recepção, figura 10, temos como referencial: um lustre trabalhado em lâmpadas em um estilo industrial, poltronas laranjas contrastando e trazendo um ar despojado ao ambiente, uma frase em 3D disposta na parede oposta à vista principal na qual é destacado o espírito da empresa. Também projetamos o uso de um balcão posicionado no ponto central do local feito de uma estrutura em linhas retas, e além disso, um material de MDF aço cortem e preto fosco, compondo com o painel exposto

ao fundo junto ao logotipo da empresa, idealizado em elementos também metálicos vazados e trabalhados em formas geométricas inspiradas pela cultura Maori.



*Figura 10- Recepção*  
*Fonte: Autoria Própria*

A sala de reuniões foi desenvolvida para atender as necessidades tanto de pequenas reuniões ou simples atendimentos na agência, quanto de reuniões maiores.



*Figura 11- sala de reunião 1*  
*Fonte: Autoria Própria*

Tal espaço equipado com mesa, cadeiras, poltronas e sistema multimídia de videoconferências, um notebook e TV LED de 70” tem a possibilidade de se dividir em duas salas através de uma cortina de vidro, automatizada, que se abre de acordo com a real necessidade do evento.



*Figura 12 - sala de reunião 2*  
*Fonte: Autoria Própria*

Um longe, figura 13, foi pensado para acolher os clientes e funcionários.



*Figura 13 – Lounge*  
*Fonte: Autoria Própria*

Disposto com mesas e cadeiras para cafés e refeições, máquina de alimentos, microondas, frigobar, máquina de café expresso, pia e armários projetados para guardar os utensílios. Para melhor compor apostamos em revestimento em tijolinho rústico e louças decorativas com estampas Maori.

A sala de criação foi equipada com computadores de última geração, mesas tipo cavalete e cadeiras ergonômicas, painéis tridimensionais compondo a decoração.



*Figura 14 – sala de criação  
Fonte: Autoria Própria*



*Figura 15 – sala de criação  
Fonte: Autoria Própria*

Na diretoria projetamos mesas de trabalho, gaveta volante, arquivos e um revestimento amadeirado em ripas lembrando o trabalho artesanal dos povos Maori.

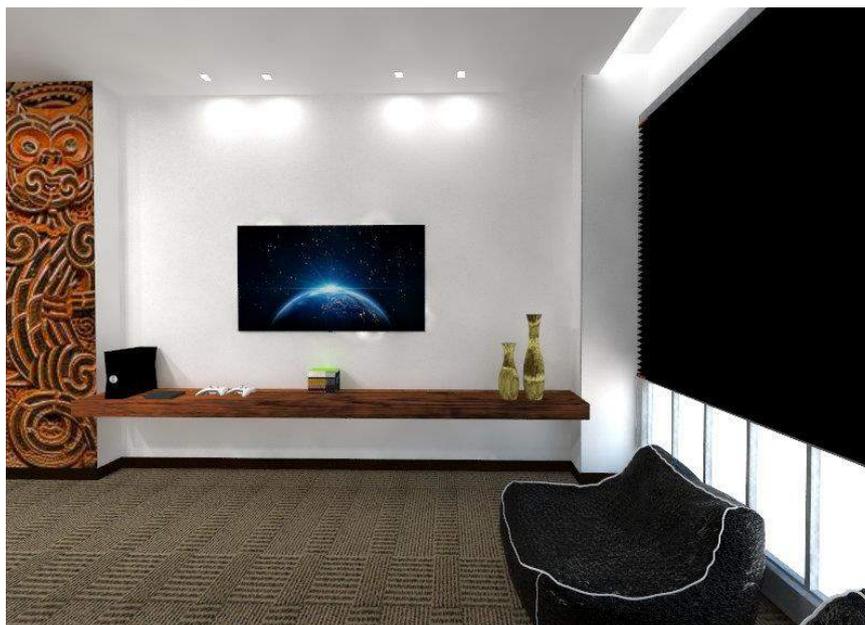


*Figura 16 – Diretoria*  
*Fonte: Autoria Própria*

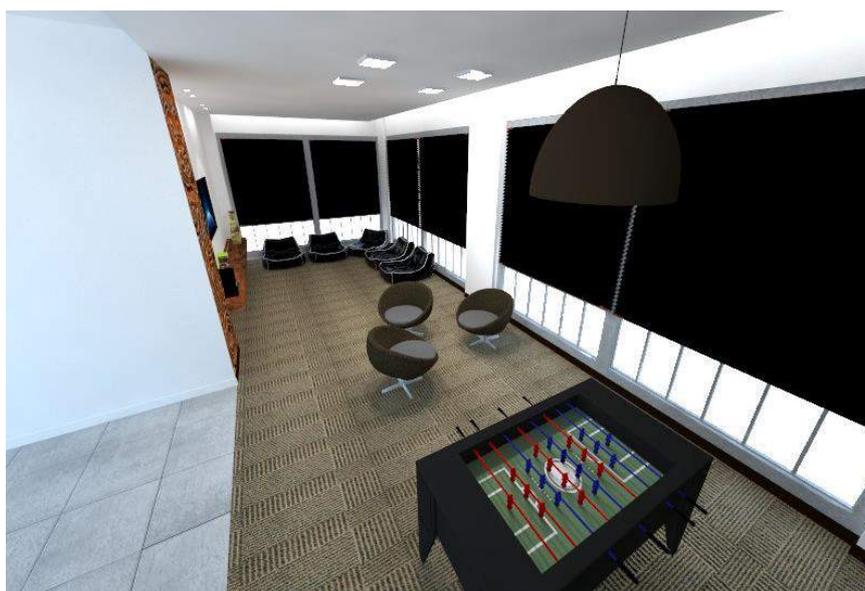


*Figura 17 – Diretoria*  
*Fonte: Autoria Própria*

Projetamos um espaço de convivência pensado para o bem-estar principalmente dos funcionários que em seu horário de descanso, pausas e almoço possam relaxar e não pensar em trabalho neste momento. Um espaço projetado para ser uma sala de jogos junto a um local de relaxamento, equipado com grandes puffs, cadeiras ovo, vídeo game e mesa de pebolim.



*Figura 18 – Convivência*  
*Fonte: Autoria Própria*



*Figura 19 – Convivência*  
*Fonte: Autoria Própria*



*Figura 20 – Convivência  
Fonte: Autoria Própria*

No espaço da sacada, pensada para descanso e pequenas conversas, indicamos um mobiliário com sofás de fibra e almofadas, mesa e centro e vasos decorativos. Já os banheiros serão decorados e equipados com tecnologias ecológicas e sustentáveis dispostas em torneiras válvulas de descarga, mictórios.

O depósito de material de limpeza (DML) foi pensado com armários projetados para guardar produtos de limpeza e afins, além da papelaria necessária para desenvolvimento do trabalho na agência.

Em um todo utilizamos para pintura das paredes a tinta Coral na cor “*toque de cinza*”, no piso porcelanato acetinado na cor de cimento. Além disso, esteve em evidencia o uso de revestimentos rústicos com texturas tridimensionais, amadeirados, papeis de parede, vasos decorativos.

Para revestimento no teto gesso acartonado e em alguns ambientes rasgos também decorativos trabalhando a iluminação.

Na iluminação, em todos ambientes foram utilizadas iluminação direta com painéis de LED e indireta com algumas lâmpadas em tubo LED nos rasgos, além de fitas de LED nas sancas para proporcionar uma sensação de aconchego aos

ambientes. Tais elementos também tem o objetivo de efeito decorativo em móveis e afins.

O projeto conta com lustres em tendências industriais, alguns spots e arandelas com efeito amarrado em sisais com trama que nos remete a identidade demonstrada no projeto. Algumas luminárias também são dispostas na sala de reunião e criação contando com LEDs tipo tubo e lâmpadas AR70 que proporcionam uma iluminação de foco direto e preciso para este tipo de trabalho.

## **5. CONCLUSÃO**

O projeto de design de interiores para a agência de publicidade e propaganda “AHA”, tem como ideia a proposta de ambientes criativos e práticos que dialogam com as necessidades de seu fundador de seus funcionários e clientes.

Neste estudo podemos perceber como os profissionais de publicidade possuem necessidades peculiares e particulares em relação as suas longas jornadas de trabalho, precisando de um ambiente confortável para instigar a criatividade, entre outras características distintas da área de comunicação.

A partir do contexto profissional aqui inserido elaboramos um conceito desenvolvido no projeto de iluminação, mobiliário, equipamentos e decoração, os quais dialogam com toda perspectiva do nosso cliente em relação ao “**AUAHA**” que na linguagem maori representa o ser criativo.

Na elaboração visual do projeto partimos das expectativas de proporcionar ambientes aconchegantes, dinâmicos, integrados e cheios de atitude, evidenciando a identidade e a representação cultural indígena Maori fielmente aplicada no projeto como um todo.

Concluimos que ao proporcionar aos funcionários um local de trabalho onde além de desenvolverem seus trabalhos, estarão envolvidos em um universo acolhedor, promovemos um sentimento de bem estar similar ao que temos quando estamos em casa, atendendo todos os requisitos e necessidades que uma agência de publicidade e propaganda precisa ter para obter resultados positivos para seus clientes.

---

## REFERÊNCIAS

Mundo das Tribos. **Tatuagem maori: significado.** Disponível em: <http://www.mundodastribos.com/tatuagem-maori-significado-fotos.html> acessado em agosto de 2016.

PORTAL EDUCAÇÃO. Artigo por colunista. **Agências de Publicidade.** 16 de abril de 2014. Disponível em: <https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/marketing/agencias-de-publicidade/55611> acessado em setembro de 2016.

CARRASCOZA, João A. **E o vento mudou... as transformações do trabalho publicitário.** In: CASAQUI, LIMA & RIEGEL (orgs.). Trabalho em publicidade e propaganda. São Paulo: Atlas, 2011.

ARTIGO POR COLUNISTA. **Agência de Publicidade,** desde fevereiro de 2008. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Ag%C3%Aancia\\_de\\_publicidade](https://pt.wikipedia.org/wiki/Ag%C3%Aancia_de_publicidade) acessado em agosto de 2016.

ARTIGO POR COLUNISTA. **MAORIS,** desde fevereiro de 2013. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Maoris> acessado em setembro de 2016.

QUEIROZ. Eugênio Sales. **A Importância de uma Agencia de Publicidade,** desde 06 de Agosto de 2014. Disponível em: <https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/marketing/a-importancia-de-uma-agencia-de-publicidade/57791> acessado em agosto de 2016.

ARTIGO POR COLUNISTA. **A história Maori,** desde 2014. Disponível em: <http://www.estudenovazelandia.com.br/cultura/o-povo-maori-nativos-da-nova-zelandia/> acessado em agosto de 2016.

DICIONÁRIO. **Significados,** desde 2011. Disponível em: <https://www.significados.com.br/maori/> acessado em setembro de 2016.

ARTIGO POR COLUNISTA. **Lendas maoris.** Disponível em: <http://www.estudenovazelandia.com.br/cultura/o-povo-maori-nativos-da-nova-zelandia/> acessado em setembro de 2016.

GRANDI. Natália. **Cultura Maori,** desde março 2016. Disponível em: <http://blog.weplann.com.br/cultura-maori/> acessado em setembro de 2016.

CANTO, Reinaldo. **A publicidade e o consumo consciente.** Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/a-publicidade-e-o-consumo-consciente> acessado em maio de 2017.

---

Como Abrir Uma Agência de Publicidade e Propaganda – Disponível em: <http://www.novonegocio.com.br/> acessado em maio de 2017.

## **ABSTRACT**

The present work presents the development of the project of the interior design for an advertisement agency and advertising named to the AHA, in which the challenge lies in providing the idea of something creative and practical in this segment. According to the expectations of the owner of the agency, this project has the intention to provide customers and staff, with cozy environments, dynamic and full of attitude in order to enable a working routine, spontaneous and relaxed. The proposal is to highlight a visual identity inspired by the roots of the culture of the indigenous maori, and providing employees with a work place more stimulating, open to innovation and creative development of the individual or group through a welcoming environment catering to all the requirements and needs of an advertisement agency and advertising.

**Keywords:** *Agency, Publicity, Advertising, Design, Maori*

---

## POUSADA ACQUA TERRA - Design de Interiores em Pousada Contêiner

*Darla da Rosa Luz Mario<sup>1</sup>, Rosilene Alves de Abreu<sup>2</sup>, Andréa Cristina Bonini Finzer<sup>3</sup>,  
Angélica Pereira Marsicano Tavares<sup>4</sup>, Áurea Eliana Felício<sup>5</sup>.*

### RESUMO

Este trabalho apresenta um estudo sobre a reutilização de contêineres na arquitetura e no design de interiores. Expõe o desenvolvimento de um projeto de design de interiores e paisagismo de uma pousada, em área de natureza exuberante na região do triângulo mineiro. A proposta envolve um sistema construtivo ecológico alternativo por se tratar de composições modulares em contêineres com o objetivo de se agregar valor a um restaurante já existente no local e incrementar o turismo ecológico da região. A partir do delineamento do perfil do cliente, seguiu-se uma metodologia projetual na qual relacionando o pensamento sustentável e ecológico, bem como análises de projetos similares que auxiliam na organização espacial, funcional e na inter-relação dos ambientes internos e externos. O processo criativo permitiu discussões diversas que culminaram em um resultado que alia características rústicas e naturais a um contexto de atmosfera aconchegante em um ambiente relaxante com um toque de sofisticação.

**Palavras-chave:** Pousada, Contêiner, Design de Interiores.

### 1. INTRODUÇÃO

Em meio a uma natureza esplendorosa, às margens da represa de Nova Ponte/MG destaca-se o restaurante Marina Acqua Terra como um refúgio da correria urbana cotidiana. Em tempos de crise, buscando-se alternativas para se conquistarem novos e fiéis clientes surge a proposta de se agregar, ao restaurante, uma pousada em módulos de contêineres afim de se valorizar o turismo ecológico.

---

<sup>1</sup> Darla da Rosa Luz Mario - Graduanda do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. darlaluz6@gmail.com

<sup>2</sup> Rosilene Alves de Abreu - Graduanda do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. rosy\_kdvc@hotmail.com

<sup>3</sup> Esp. Andréa Cristina B. Finzer - Professora do Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2017. andreafinzer@yahoo.com.br

<sup>4</sup> MSc.. Angélica P. Marsicano Tavares - Professora do Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2017. angelicamarsicano@gmail.com

<sup>5</sup>Áurea Eliana Felício – Profissional da Área de Decoração, co-orientadora neste trabalho. aureadibiaggi@hotmail.com

Adjunto a uma grande área de mata nativa e fontes de água, o terreno de 1000 m<sup>2</sup> apresenta-se com vista frontal para a represa e acesso direto ao restaurante já existente. Nele, propõe-se distribuírem-se, estrategicamente, os contêineres, com todo seu apelo visual e ecológico, sua originalidade e possibilidade de rapidez e baixo custo na construção são empregados neste projeto tanto para os setores sociais quanto para os de serviço e privativos.

O design no estilo natural chique sugere uma ambientação com características rústicas impressas pela utilização do aço corten, texturas naturais da madeira de reflorestamento, cimento queimado, ladrilhos hidráulicos e dos tijolos de revestimento em contraponto a texturas mais lisas gerando uma atmosfera sofisticada com um toque minimalista.

A predominância de linhas retas e puras juntamente com a base de tons neutros forma um pano de fundo para determinadas peças de destaque em pontos focais e acessórios mais sofisticados estrategicamente escolhidos em prol da ambiência desejada. Algumas cores apresentam-se pontuadas em determinados objetos como diferencial para se conquistar um equilíbrio harmônico no ambiente.

O desafio maior é otimizar a utilização do espaço reduzido dos contêineres, estabelecendo-se a funcionalidade do termo “hospedar-se” em uma sugestão de integração do seu interior com a natureza que o cerca trazendo tranquilidade e aconchego.

Neste aspecto, abre-se uma discussão acerca da hotelaria, sua evolução e a reutilização de contêineres neste setor.

## **2. EVOLUÇÃO DA HOTELARIA NO BRASIL**

Historicamente, no Brasil, a hotelaria teve início em São Paulo, no século XVII, associada a outras atividades como sapataria, barbearia e alfaiataria. No início do século XVIII, começaram a surgir na cidade do Rio de Janeiro as primeiras estalagens, ou casas de pasto, que ofereciam alojamento aos interessados. (Vitrine Hotel, 2013)

Diversos autores relatam o desenvolvimento do setor hoteleiro, no início do séc. XX, como resposta a um incentivo do governo, em prol do turismo de negócios

---

e de lazer, favorecendo o surgimento, no Rio de Janeiro de hotéis como: o Hotel Avenida (1908), o Hotel Glória (1922) e o Copacabana Palace (1923) e em São Paulo: o Grande Hotel São Pedro e posterior crescimento das redes Othon, Vila Rica e Luxor.

Nas pequenas cidades turísticas, as pousadas se difundiram sob o termo de Pousadas Históricas, pois eram instaladas em casarões históricos, mosteiros e conventos. Conforme AZEVEDO (APUD KOGA, 2009) no exterior, as pousadas buscam sempre uma identidade com a localidade e a cultura local o que nem sempre ocorre no Brasil, que realiza esse meio de hospedagem através de uma edificação mais simples seguindo padrões locais com administração familiar.

A partir da década de 60 o surgimento da EMBRATUR - antiga Empresa Brasileira de Turismo, hoje, Instituto Brasileiro de Turismo viabilizou a chegada das grandes redes internacionais ao país, modificando a oferta e diferenciando serviços e valores, com hotéis de luxo, portanto, inacessíveis à maioria da população. Hilton, Sheraton, Intercontinental, Holiday Inn, Méridien, Accor, que juntamente com as nacionais fazem parte do desenvolvimento turístico do Brasil. (PEREIRA e COUTINHO, 2007)

A crise econômica dos anos 80 afetou bastante o setor de aluguel de imóveis e a indústria hoteleira perdeu o ritmo de oferta. A saída foi juntar o útil ao agradável e satisfazer tanto os investidores quanto os usuários lançando os apart-hotéis, também chamados flat-services. Com um custo de investimento mais baixo, ofereciam hospedagem mais acessível com serviços hoteleiros de boa qualidade.

Nos anos 90, paralelamente ao desenvolvimento deste setor, houve crescimento significativo da violência nas grandes cidades. Isto influenciou a busca por alternativas turísticas mais tranquilas, quando se estabeleceu o chamado turismo ecológico propondo revalorização do meio ambiente através da conservação e educação ambiental, conscientização sobre a preservação da natureza e sua sustentabilidade.

“Ele surgiu como um conceito de atividade diferente, onde o turista também é responsável pelo ambiente e sociedade que visita, em oposição ao modelo de turismo de massa desenvolvido desde o pós-guerra, até então. ” (OLIVEIRA et al, 2010)

---

Ecoturismo é um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações. (Livreto Ecoturismo, 2010)

Conforme a EMBRATUR (APUD KOGA, 2009) a classificação dos meios de hospedagem e turismo em 1996 era a descrita no quadro 1, a seguir. Destaca-se a descrição e caracterização das pousadas.

Quadro 1 – Classificação dos meios de hospedagem

<b>Tipo</b>	<b>Localização</b>	<b>Natureza da edificação</b>	<b>Clientela preferencial</b>	<b>Infra-estrutura</b>
Hotel – H	Preferencialmente urbana	Normalmente, em edificação com vários pavimentos (partido arquitetônico vertical).	Mista, com executivos e turistas, predominando ora uns, ora outros.	Hospedagens e, dependendo da categoria, alguma infra-estrutura para lazer e negócios.
Hotel Histórico – HH	Em prédios, locais ou cidades históricas (no meio urbano e rural).	Prédio tombado pelo IPHAN ou de significado histórico ou valor regional reconhecido.	Mista, com executivos e turistas, com predominância variável de uns e outros.	Normalmente, restrita à hospedagem.
Hotel de Lazer – HL	Áreas rurais ou local turístico fora do centro urbano.	Normalmente, partido arquitetônico horizontal.	Turistas em viagens de recreação e lazer.	Áreas, instalações, equipamentos e serviços próprios para lazer e hóspede.
Pousada – P	Locais turísticos normalmente fora do centro urbano.	Predominantemente, partido arquitetônico horizontal.	Turistas em viagens de recreação e lazer.	Restrita à hospedagem.

FONTE: (KOGA, 2009)

De acordo com uma Deliberação Normativa do EMBRATUR, em 1998, uma pousada era considerada:

Todo o meio de hospedagem de aspectos arquitetônicos e construtivos, instalações, equipamentos e serviços simplificados, normalmente limitados, apenas, ao necessário à hospedagem do turista para aproveitamento do atrativo turístico junto ao qual o estabelecimento se situa. (EMBRATUR, APUD KOGA, 2009)

Para ANDRADE et al (2000), as pousadas caracterizam-se por: “Hotéis basicamente de lazer, com muitas características dos resorts, porém em escala muito menor e quase sempre com instalações bem mais modestas e menor diversidade de serviços.” O número de apartamentos varia em algo até 100 unidades, as instalações para a prática de esportes resumem-se a alguns poucos itens, geralmente com ênfase em algum tipo de esporte relacionado à localização ou à especialidade do hotel (equitação, esportes náuticos, etc.).

A presente pesquisa tem como objeto de estudo as pousadas e, neste contexto, faz-se necessário compará-la com os outros meios de hospedagem e conhecer as características próprias de cada um.

A categoria Pousada é estabelecida pelo SBClass (Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem) como um “empreendimento de característica horizontal, composto de no máximo 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção, alimentação e alojamento temporário, podendo ser em um prédio único com até três pavimentos, ou contar com chalés ou bangalôs”. É semelhante a um hotel, mas, em geral, de tamanho mais modesto. No entanto, diferentemente dos hotéis, na maioria dos casos, são gerenciadas pelos próprios donos.

Suas instalações e serviços mais simples instigam os hóspedes que buscam o convívio familiar ou relaxamento em contato com a natureza usufruindo de ambientes aconchegantes, tranquilos e agradáveis, com boa alimentação (geralmente típica de cada região), aventuras e passeios diferentes do dia-a-dia urbano. São charmosas e menos impessoais além de mais acessíveis financeiramente que os hotéis.

### **3. REUTILIZAÇÃO DE CONTÊINERES NA ARQUITETURA E NO DESIGN DE INTERIORES**

As normas internacionais são bastante rígidas quanto ao uso dos contêineres para o transporte marítimo e, portanto, seu uso está limitado a aproximadamente dez anos e logo após estes materiais são descartados pelas empresas de transporte (MILANEZE et al., 2012). A grande oferta deste material, uma vez que é considerado um resíduo após seu descarte, e seu grande potencial no que diz respeito a sua estrutura vem despertando cada

---

vez mais o interesse de profissionais da área de construção civil pelo seu reaproveitamento. (RODRIGUES, 2015)

A reutilização de contêiner na arquitetura de casas, comércios e pousadas é relativamente recente, mas está se difundindo rapidamente, pelo conceito ecológico envolvido e também pelo seu baixo custo de aquisição e tempo otimizado de finalização da obra.

Os contêineres representaram uma verdadeira revolução na indústria de transportes em meados dos anos 50. São caixas em aço, alumínio ou fibra, que foram construídas para o transporte de cargas, em longas distâncias, em meio terrestre e marítimo. Segundo o Portal Metálica Construção Civil, sua fabricação obedece a uma padronização que lhes garantem resistência ao empilhamento, até 12 unidades quando vazios. Podem ser realocados e trabalham sobre um perfeito encaixe uns com os outros. (Portal Metálica Construção Civil)

Apesar de sua grande utilidade, tornam-se uma ameaça ao meio ambiente, pois após 10 anos de uso no transporte, são inutilizados para tal função e acabam por gerar lixo nas cidades portuárias, perdurando, pois não se tratam de materiais biodegradáveis.

Com a conscientização sobre a necessidade de se preservar o meio ambiente e buscar construções sustentáveis que reaproveitam materiais descartados, a reutilização de contêineres se apresenta como uma alternativa construtiva benéfica ao homem e à natureza, e que, além disso, permite um alternativo e original modo de vida.

Atualmente há empresas desenvolvendo módulos pré-fabricados em contêiner para moradias (figura 2) e comércio, como forma de agilizar a construção em um tempo recorde com um investimento mais baixo e compensatório.

O modelo construtivo assemelha-se ao *steel-frame* (técnica de construção a seco que otimiza o desperdício de materiais), conforme ilustra a figura 2.

---

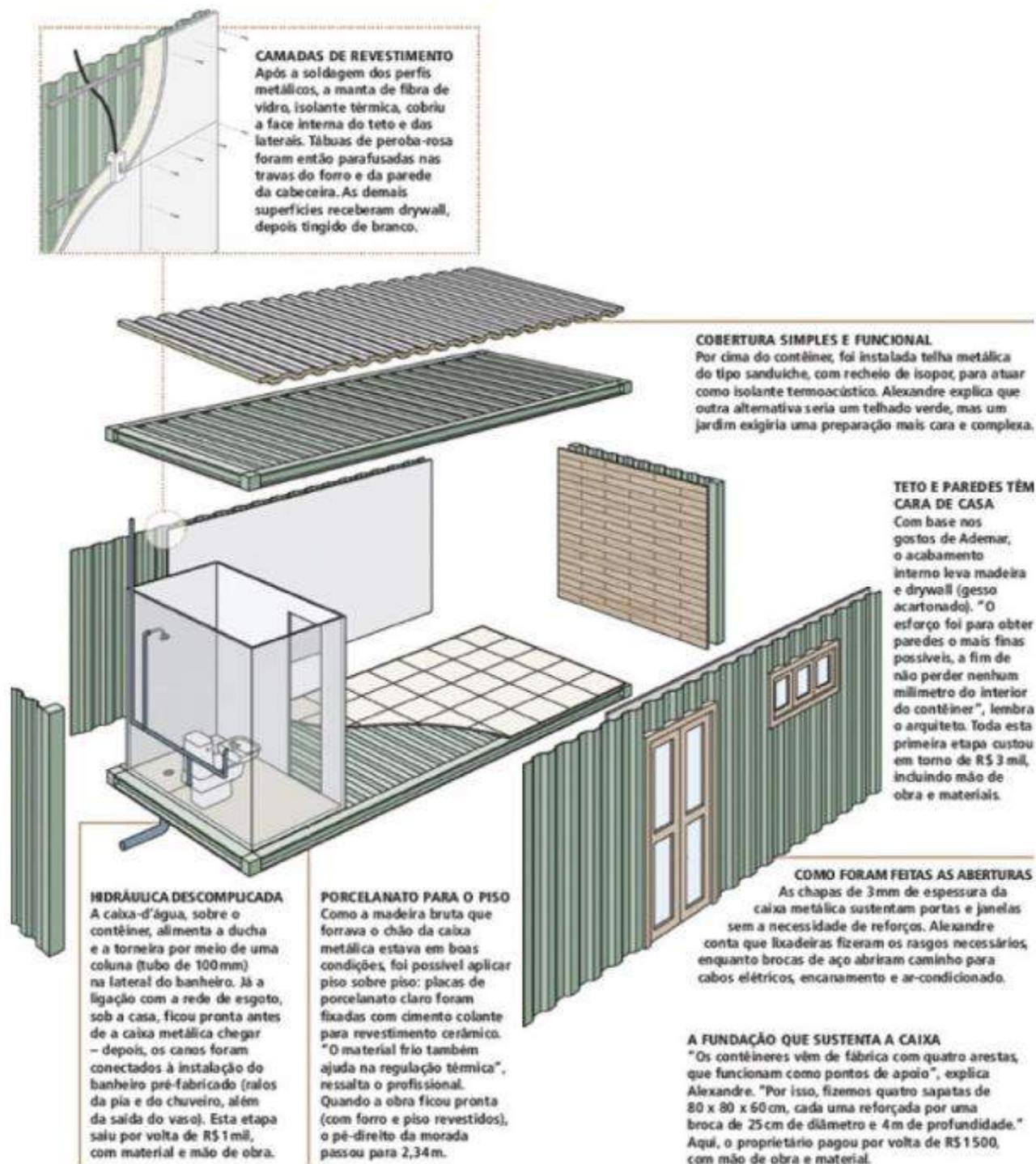


Figura 1– Esquema Construtivo - Casa Contêiner  
Fonte: casa.abril.com.br



*Figura 2 – Casa Contêiner*  
*Fonte: casaseprojetos.com.br*

No Brasil, estão sendo bastante utilizados para pequenos escritórios, comércio e pousadas, pois os custos que envolvem a construção com contêiner são inferiores aos das construções tradicionais (variando entre 20 a 30 %). (Revista Exame, 2015)

Exige mão-de-obra especializada para os cortes dos vãos e soldagem, porém, os custos e trabalhos desde a fundação apresenta vantagens frente ao modo tradicional: fundações mais simplificadas, rápida construção, possibilidade de criar diversos tipos de configuração; mais baixo valor de construção, as estruturas de aço são mais sólidas e resistentes a ações do tempo.

No entanto, apresentam também desvantagens tais como limitação do tamanho dos contêineres, necessidade de aplicação de produtos para proteção antiferrugem, dependendo da localização do empreendimento, custo para transporte, falta de mão de obra especializada, custo com produtos antitérmicos e acústicos e aquecimento da estrutura pelo sol. (Portal casa e projetos)

O aço do contêiner também deve ser jateado com um abrasivo e repintado com uma tinta não tóxica antes de ser habitável, a fim de evitar possível contaminação devido às cargas que o contêiner transportou durante sua vida marítima.

Na construção, de acordo com o Portal Metálica Construção Civil, podem-se usar tintas à base de água, painéis solares, teto verde e isolante de pet, painéis de gesso, entre outras aplicações de uma construção sustentável e com conforto ambiental.

Como um exemplo do sucesso desse novo estilo de arquitetura, pode-se citar a "Contêiner City" (Cidade do Contêiner), situada na Inglaterra, na região portuária de Docklands, área fortemente industrializada de Londres. A "Contêiner City I", ilustrada na figura 3, teve sua construção iniciada em 2000 e levou cinco meses para sua conclusão.



*Figura 3 – Contêiner City  
Fonte: metalica.com.br*

#### **4. POUSADA ACQUA TERRA**

O projeto aqui apresentado utiliza os módulos de contêineres de tipo Dry 40” e Dry 20” ilustrados na figura 4 e 5.



*Figura 4 – Contêiner DRY 40”  
Fonte: metálica.com.br*



*Figura 5 – Contêiner DRY 20”  
Fonte: metálica.com.br*

##### **4.1 Delineamento do Perfil do Cliente**

A cliente, Rosilene Alves de Abreu, 43 anos, é empresária do setor comercial e possui, dentre os seus negócios em Nova Ponte, um restaurante à beira da represa:

o Marina Acqua Terra. Um lugar muito aprazível no qual deseja agregar uma pousada para expansão de seus investimentos. Empreendedora, dinâmica, de personalidade marcante e bom gosto tem preferência por texturas naturais, tons neutros e objetos sofisticados. Sua intenção é que a pousada possa se tornar um ícone do ecoturismo desta região e, portanto, oferecerá atividades que caracterizem este conceito como: tirolesa, passeios a pé e a cavalo, cicloturismo, observação de aves, passeios de barco ou lanchas e pesca esportiva, desde que licenciadas por aprovação dos órgãos competentes.

O público-alvo constitui-se de pessoas que procuram o contato com a natureza, famílias, jovens, crianças e idosos, de várias classes sociais tanto os que desejam vivenciar um lugar tranquilo e aconchegante para descanso quanto aqueles que se aventuram em prol da natureza e conscientização de sua preservação.

A pousada, cuja logo está ilustrada na figura 6, propõe módulos de hospedagem para casal, casal com filhos e também solteiros em grupos de até seis pessoas. Os pacotes de hospedagem promocionais poderão sugerir as atividades ecológicas em pensão completa ou meia pensão, bem como se reduzir ao chamado “day-use” que permite o uso de toda a infraestrutura do local por um dia, de 10h às 17h, aos sábados, domingos e feriados, incluindo-se o almoço, com bebidas à parte e sem a hospedagem



Figura 6 – Logo Pousada Acqua Terra  
Fonte: própria autoria

Para seu funcionamento, a pousada contará com um grupo de funcionários, obrigatoriamente uniformizados, durante a semana e o outro nos finais de semana, com um turno diário de 8 horas de trabalho, nos seguintes setores: Recepção, apoio

de bagagem, limpeza e manutenção (faxineiras, cuidadores de animais e zeladores), copa, equipe de recreação e ecoturismo (terceirizadas).

#### **4.2 Programa de Necessidades**

- **Modulo da Recepção:**

- Atendimento: bancada, cadeira, telefone, computador, revistas.
- Lounge: sofás e poltronas com mesas de apoio, painel de tv.
- Sanitário da Recepção: vaso sanitário, espelho, porta papel higiênico, lixeira, recipiente para toalhas descartáveis, barras para acessibilidade.
- Rouparia: armário para roupa de cama e banho, material de tolete.
- Cozinha do Bar: copos e taças, garrafa térmica, pratos, armário com pia para lavar louças, recipiente para bucha e sabão, fogão, coifa, freezer, micro-ondas.
- Sala de Apoio para Funcionários: dispenser de água, prateleiras, armário, pia, fogão, coifa, geladeira, recipiente para bucha e sabão, mesa com dois bancos, almoxarifado.
- Banheiro para Funcionários: Pia, armário, vaso sanitário, lixeira, porta papel higiênico, recipiente para toalhas descartáveis.

- **Módulo Casal (reversível a familiar):**

- ar condicionado no quarto, deck com rede, cadeira concha, poltronas, cadeiras e mesa de apoio.
- Sala - sofá-cama; bancada, tapete, abajur de leitura, painel para tv, telefone;
- Banho - bancada, espelho, Chuveiro, porta papel higiênico, lixeira;
- Quarto – cama, pendente, frigobar, roupeiro com espelho, mesa com cadeira.

- **Módulo Amigos (até seis pessoas):**

- ar condicionado no quarto, deck com rede, cadeira concha, poltronas, cadeiras e mesa de apoio.
  - Sala – sofá-cama, bancada, tapete, abajur de leitura, luminária de chão, painel para tv, telefone;
  - Banho - bancada, espelho, chuveiro, porta papel higiênico, lixeira;
  - Quarto – camas estilo de navio semelhante a beliches, roupeiro com espelho mesa com cadeira.
-

### 4.3 Organograma / Fluxograma

A figura 7 exibe o fluxograma da pousada e sua interconexão com o restaurante existente.

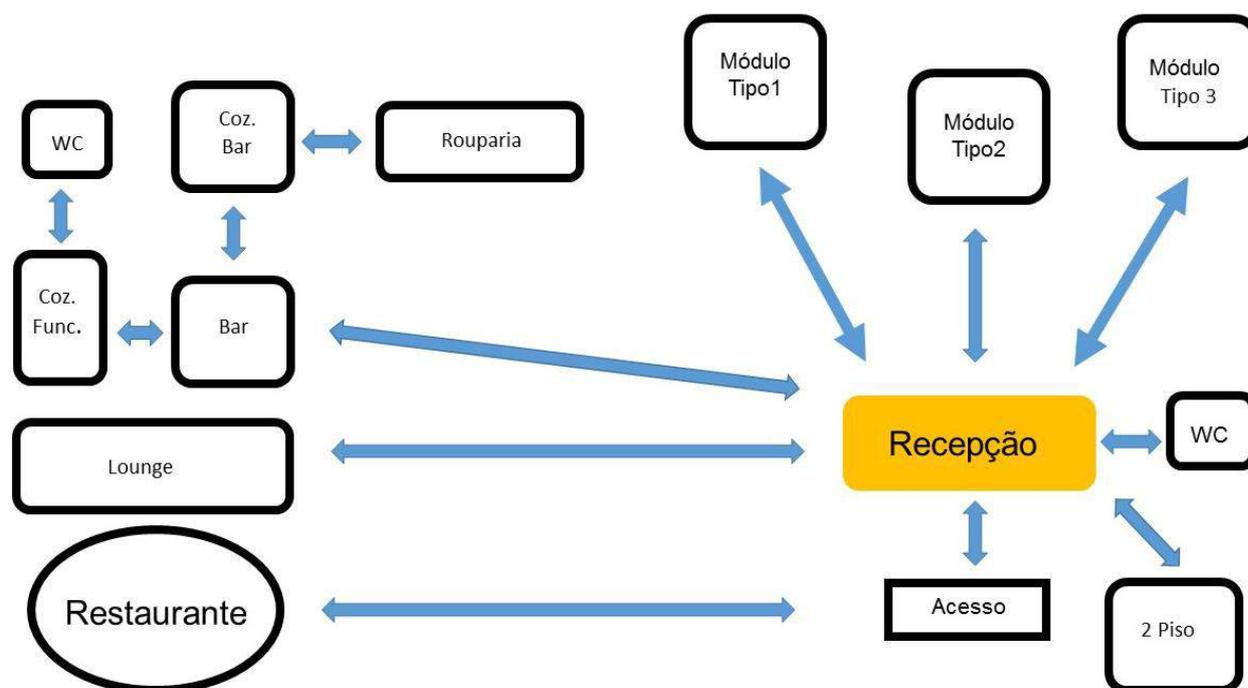


Figura 7 – Fluxograma / Organograma da Pousada Acqua Terra  
Fonte: própria autoria

### 4.4 Painel Semântico e Conceito Projetual

O estilo natural chique atrai olhares e gostos diferentes, apresentando um ambiente aconchegante com toque de sofisticação. Cores neutras, composições elegantes, contrastes sofisticados, contato com a natureza, mistura de rusticidade com modernidade. É exatamente essa a síntese de um estilo de decoração que está em alta. Ambientes que trazem esta linguagem, são caracterizados pelo uso da madeira, pedras, ferro, tecidos e fibras naturais, com tratamentos que não escondem o aspecto e a tonalidade originais. É a mescla de texturas e materiais rústicos com outros nobres e sofisticados tendo na luz natural um forte aliado.



*Figura 8 – Painel Semântico  
Fonte: própria autoria*

#### **4.5 Planta Humanizada**

A planta humanizada desenvolvida no software Sketchup, apresenta-se nas figuras 9, 10 e 11.



Figura 9 – Layout Recepção  
Fonte: própria autoria

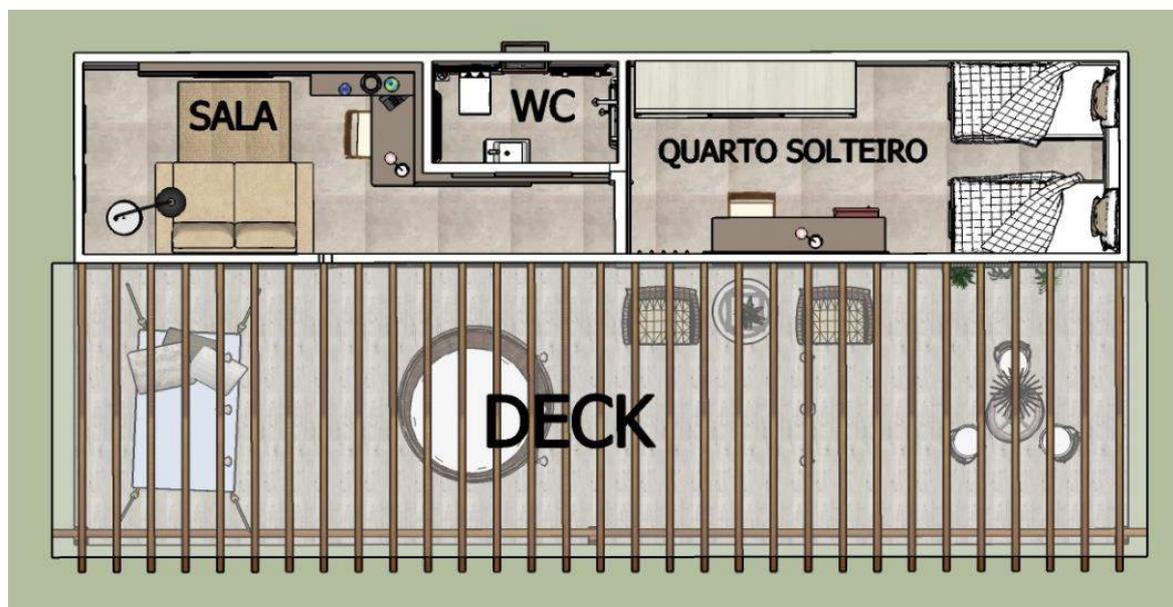


Figura 10 – Layout Quarto de Solteiro  
Fonte: própria autoria

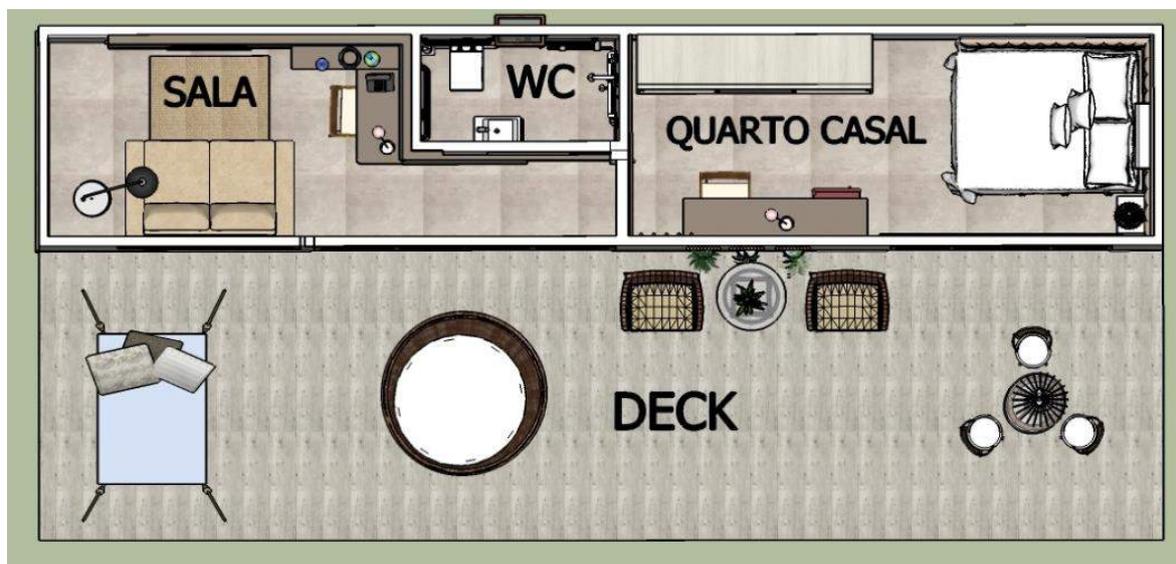


Figura 11 – Layout Quarto de Casal  
Fonte: própria autoria

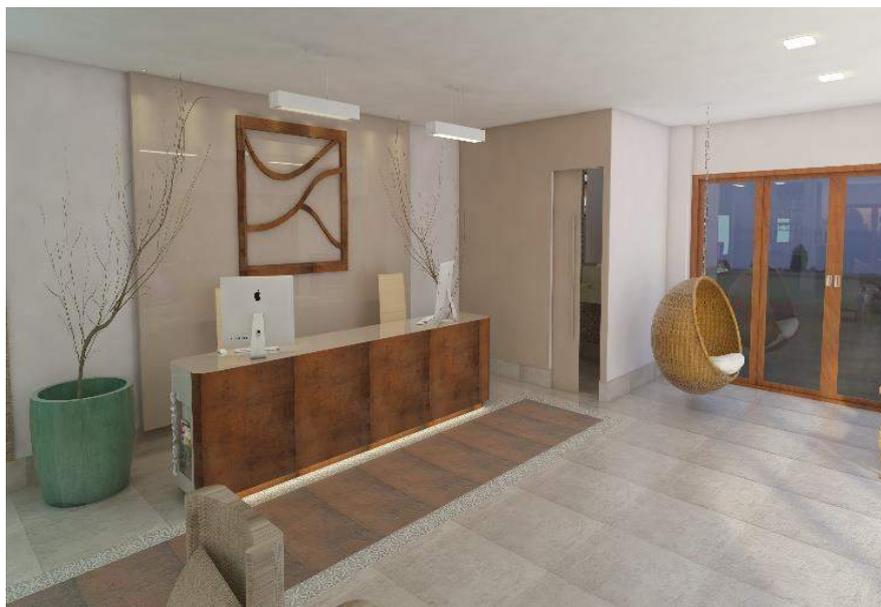
#### 4.6 Memorial descritivo e imagens do projeto

A Pousada Acqua Terra tem como missão receber pessoas que apreciem a vida junto à natureza, para tanto tem como proposta a integração do exterior com o interior, possibilitando um convívio mais estreito com a natureza sem, no entanto, abrir mão do conforto.

A pousada conta com uma garagem que dá acesso à recepção, cuja fachada é revestida de tijolinhos que lhe confere uma atmosfera rústica e contemporânea.

Na recepção, o balcão de atendimento é feito de MDF gianduia cristalino, sendo a frente de aço corten, com um detalhamento na lateral para revistas. Atrás do balcão foi colocado um painel com uma releitura da logo, que é realçado pela iluminação de mini dióicos LED.

Para o uso dos hóspedes, na recepção, uma cadeira de balanço em fibra sintética traz descontração ao ambiente, enquanto que um recamier Luis XV traz requinte, resultando em uma mescla contemporânea de estilos diversos num mesmo ambiente, que é uma das características do natural chique, conceito do projeto.



*Figura 12 – Recepção  
Fonte: própria autoria*



*Figura 13 – Recepção – Detalhe Revisteiro  
Fonte: própria autoria*

Atrás do balcão foram colocadas simetricamente duas cadeiras Charles Eames, que foram escolhidas devido ao seu requinte e ergonomia.

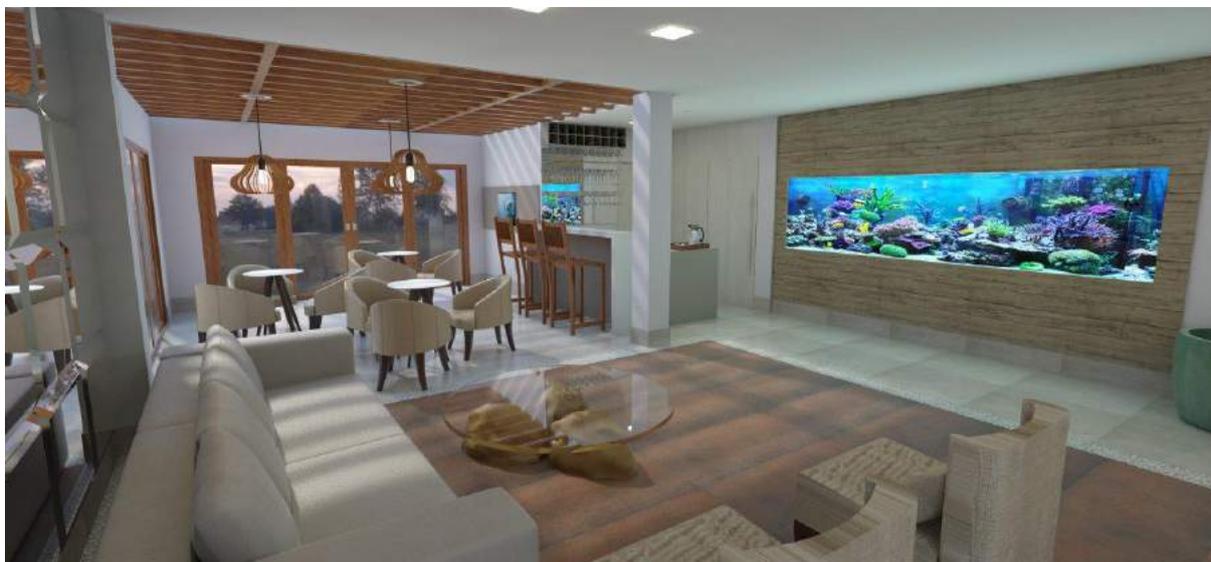
Na Recepção/Lounge, a mesa de centro do designer Domingos Tótora, com sua base em papelão que lembra pedras, alia sustentabilidade a sofisticação.



*Figura 14 – Recepção*

*Fonte: própria autoria*

Um aquário com peixes de água doce, emoldurado por madeira de demolição, traz a natureza e bem-estar para o interior da recepção/lounge, atraindo o olhar do visitante.



*Figura 15 – Recepção/Lounge/Bar*

*Fonte: própria autoria*

O piso escolhido para o ambiente recepção/lounge é um porcelanato cimentício, sobre o qual seria colocado um tapete, visando trazer aconchego e elegância. Essa escolha se mostrou inviável, considerando o intenso trânsito dos hóspedes entre a represa e a pousada. Optou-se então por uma alternativa ousada,

que remete a um tapete, através de um detalhamento no piso com porcelanato de aço corten, arrematado por ladrilho hidráulico.

A iluminação da recepção/lounge/bar é direta, indireta e difusa, para criar uma atmosfera aconchegante e acolhedora. O piso é ressaltado por uma iluminação direta, colocada na base do balcão de recepção, imprimindo mais sofisticação ao ambiente. No bar/lounge, a base do balcão de atendimento é feita de MDF gianduia trama e bancada de Silestone, uma tendência atual devido à sua praticidade e beleza. Prateleiras comportam taças, copos e vinhos. Complementam o ambiente, mesas e poltronas com pés palitos que trazem um tom vintage e uma televisão smart sobre um painel do mesmo MDF utilizado na base do balcão. A iluminação é feita através de pendenteados artesanais de MDF cru.

O lavabo da recepção leva papel de parede 3d com motivos de arabescos e pia esculpida em mármore de cor crema marfil. A paleta de cores neutras traz unidade e clareza, ampliando o ambiente. A iluminação direta é feita por um belo pendente e lâmpadas dicroicas.



*Figura 16 – Lavabo Recepção  
Fonte: própria autoria*

Complementam a Recepção, a cozinha do bar, a rouparia, a cozinha e banheiro dos funcionários.

Das três suítes para hóspedes, duas são iguais. Possuem uma sala com um sofá cama, banheiro e um quarto com cama de casal, roupeiro, frigobar e uma mesa

com cadeira, além de um acessório de inox com ganchos para pendurar objetos. As suítes são dotadas de iluminação direta e indireta, que tornam o ambiente mais aconchegante. Na sala há um painel com televisão smart, com iluminação de led. Complementam a decoração da sala um espelho, uma prateleira com três vasos de murano, uma luminária para leitura e uma de piso. Para os móveis foram utilizados o MDF gianduia trama, devido ao seu tom suave que amplia o ambiente e o MDF rovere sereno, cujos padrões se complementam. No banheiro, para otimizar o espaço, optou-se por uma pia de parede que possui um suporte para toalha; a iluminação escolhida foi a direta para torna-lo mais claro.



*Figura 17 – Sala dos Quartos: Casal e Solteiro  
Fonte: própria autoria*



*Figura 18 – Quarto de Solteiro  
Fonte: própria autoria*



*Figura 19 – Quarto de Casal  
Fonte: própria autoria*

A terceira suíte difere das demais, por possuir duas beliches em vez da cama de casal, no mais é exatamente igual às outras. Externamente, há um deck privativo para cada suíte, com mesas, cadeiras, poltronas e uma bela rede para descanso. O revestimento do piso é um porcelanato cinza, cuja textura ressalta o estilo rústico do deck.



*Figura 20 – Deck Quarto De Casal 1 e 2  
Fonte: própria autoria*

Visando a acessibilidade, de acordo com a norma 9050/2015, há uma rampa de acesso às suítes e os banheiros para uso dos hóspedes e as portas permitem a circulação de cadeira de rodas.

Na pousada, optou-se por uma iluminação de plafon de LED slim, em sua maioria, por sua espessura fina, adequada à altura dos contêineres, que foram rebaixados 10 cm, para a colocação de um forro de gesso.

No segundo pavimento da Recepção, há um ambiente externo provido de mesas, cadeiras e ombrelones, onde o hóspede pode relaxar e apreciar a belíssima vista da represa.

Foi planejado um paisagismo que agregasse valor ao ambiente como um todo, com plantas de fácil manutenção, beleza e próprias para o meio ambiente da pousada. Plantas como por exemplo, a alpínea, também servirão para enfeitar os ambientes com vasos de flores naturais. Além das plantas ornamentais, o paisagismo contará também com árvores frutíferas. No jardim, destaque para um pergolado construído com madeira de demolição, que será coberto pela trepadeira jade azul, de beleza incomparável. Para que os hóspedes possam usufruir desse espaço, o pergolado contará com belas luminárias marroquinas, bancos, poltronas e um tacho onde se pode acender fogo, criando uma sensação de aconchego.

O design tem um caráter informal com um toque de sofisticação, devido às texturas rústicas e a iluminação difusa e pontual empregadas. A atmosfera resultante é aconchegante, acolhedora, relaxante e também sofisticada e descontraída.

#### **4.7 CONCLUSÃO**

O projeto da Pousada Marina Acqua Terra foi desenvolvido a partir de um compendio de informações teórico-práticas obtidas nas diversas disciplinas durante todo o curso de Design da Faculdade UNIESSA.

Aplicou uma metodologia projetual que proporcionou desde o estudo teórico até o desenvolvimento técnico, o envolvimento e o desafio de se lidar com pequenos espaços físicos de características bastante desafiadoras. Agregou conhecimentos bastante específicos sobre o sistema construtivo a seco bem como a preocupação quanto à acessibilidade e à consciência ecológica. Propôs em seus módulos com pequenos espaços físicos ambientes aconchegantes e relaxantes com toque de sofisticação em meio à natureza. Estes, podem ser repetidos conforme a necessidade de ampliação do investimento.

---

Enfim, sua implantação apresenta-se como uma alternativa para a valorização à visitação local e ao turismo ecológico bem como chamariz ao restaurante pré-existente.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, N.; BRITO, P. L.; JORGE, W. E.. Hotel: Planejamento e projeto. São Paulo: Ed. SENAC, 2000.

Brasil. Ministério do Turismo. Ecoturismo: orientações básicas. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. 2. ed. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Ecoturismo\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Ecoturismo_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf) acessado em 27/09/2016.

MELLO, G. e GOLDENSTEIN, M. Perspectivas da hotelaria no Brasil. BNDES Setorial 33 – Turismo Disponível em [http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes\\_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set3301.pdf](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set3301.pdf) Acessado em setembro de 2016.

MTUR - Ministério do Turismo – CADASTUR – Pesquisa Empresas. Disponível em: <http://cadastur.turismo.gov.br/cadastur/PesquisarEmpresas.mtur> Acesso 14/09/2016.

MTUR - Ministério do Turismo – CADASTUR – Classificação. Disponível em: <http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/Sobre.action> Acesso 14/09/2016.

KOGA, E.S. Reflexões sobre Pousadas para o Desenvolvimento de Destinos e Empreendedorismo. VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - Universidade Anhembi Morumbi – UAM/ São Paulo 2009 disponível em: <http://www.eventos.univerciencia.org/turismo/index.php/seminANPTUR/2009/paper/viewFile/160/172> Acessado em agosto de 2016.

OLIVEIRA, Anna Carolina L. de; et al. Ecoturismo. / Secretaria de Estado do Meio Ambiente, Fundação Florestal; (Cadernos de Educação Ambiental, 5); São Paulo : SMA, 2010. Disponível em: <http://www.ambiente.sp.gov.br/wp-content/uploads/publicacoes/sma/5-ecoturismo.pdf> acessado em: 27/09/2016

PEREIRA F.F., COUTINHO, H. R.M. Revista Eletrônica Aboré - HOTELARIA: DA ERA ANTIGA AOS DIAS ATUAIS. Publicação da Escola Superior de Artes e Turismo. Edição 03/2007. Disponível em:

---

[http://www.revistas.uea.edu.br/old/abore/artigos/artigos\\_3/Francisca%20Felix%20Peireira.pdf](http://www.revistas.uea.edu.br/old/abore/artigos/artigos_3/Francisca%20Felix%20Peireira.pdf). Acessado em agosto de 2016.

Portal Metálica Construção Civil. Container City: um novo conceito em arquitetura sustentável. Disponível em: <http://www.metallica.com.br/container-city-um-novo-conceito-em-arquitetura-sustentavel> acessado em setembro de 2016

REVISTA EXAME. Containers viram casas com apelo moderno e preços atraentes. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/seu-dinheiro/noticias/containers-viram-casas-com-apelo-moderno-e-precos-atraentes> acessado em setembro de 2016.

RODRIGUES, Filipe Klein. Casa Contêiner: Uma Proposta de Residência Unifamiliar Sustentável. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso. Curso de Engenharia Civil,

Portal Casa e Projetos. Casa de container um sistema construtivo ecológico. 2013. Disponível em: <http://www.casaseprojetos.com.br/casa-de-container-um-sistema-construtivo-ecologico/> acessado em setembro de 2016.

Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – UNIJUÍ, Ijuí. 2015. Disponível em: <http://www.projetos.unijui.edu.br/petegc/wp-content/uploads/tccs/2015/TCC%20Filipe%20Klein%20Rodrigues.pdf> acessado em setembro 2016.

Vitrine Hotel. Histórico da Evolução Hoteleira Dos Primórdios ao Mundo Globalizado. Disponível em: [http://www.vitrineturismo.com.br/images/arquivos/Historico\\_da\\_Evolucao\\_Hoteleira.pdf](http://www.vitrineturismo.com.br/images/arquivos/Historico_da_Evolucao_Hoteleira.pdf) Acessado em agosto de 2016.

## **ABSTRACT**

This work presents a study about reuse of containers in architecture and interior design. Exposes the development of a project of interior design and landscaping of a lodge in the area of exuberant nature in the region of the mining triangle. The proposal involves a construction system ecological alternative for the case of compositions modular in containers with the objective to add value to a restaurant already existing in the place and enhance the eco-tourism of the region. From the delineation of the profile of the client, followed by a methodology of design in which relating to the sustainable thinking and ecological, as well as analyses of similar projects that aid in the spatial organization, functional and inter-relationship of the external and internal environments. The creative process allowed discussions, several of which have culminated in a result that combines rustic features and natural context of a warm atmosphere in a relaxing environment with a touch of sophistication.

**Keywords:** *hostel, container, interior design.*

---

## PIXEL ART: Cubos Coloridos Magnéticos

*Aline da Silva Nogueira<sup>1</sup>, Lillian Teixeira da Silva<sup>2</sup>, Lorena Alves Naves<sup>3</sup>*

*Dener Bernardes Oliveira<sup>4</sup>*

### RESUMO

Este artigo aborda o processo de construção e a metodologia utilizada para a criação de um produto, utilizando técnicas e processos de gerenciamento de projetos. O produto trata-se de um brinquedo educacional composto por cubos coloridos magnetizados. Um lado do cubo conecta-se ao outro formando elementos 2D ou 3D no estilo de *pixel art*. Com super ímãs, ou ímãs de neodímio foi possível criar um *mockup*<sup>5</sup> do projeto para a realização de testes do produto. Utilizou-se o *software Sketchup* tanto para o desenvolvimento da estrutura do cubo quanto para o desenvolvimento da embalagem. O design gráfico do produto também foi tópico de desenvolvimento utilizando-se o *software CorelDraw*. Os resultados obtidos neste projeto foram muito satisfatórios, em atividades realizadas com pessoas na faixa etária indicativa do produto (acima de 6 anos), elas demonstraram grande interesse pelo desafio proposto, mantendo-se concentradas por períodos consideráveis, alcançando os objetivos esperados pelo projeto, e principalmente, divertindo e estimulando o seu lado lúdico.

**Palavras-chave:** blocos magnéticos, brinquedo magnético, brinquedo educacional

### 1 INTRODUÇÃO

O ser humano possui várias formas de se expressar, e elas variam, principalmente, de acordo com a idade. Quando se é criança, o brincar vem como uma das principais formas de comunicação, desenvolvimento do lado lúdico e criativo.

---

<sup>1</sup> Aline da Silva Nogueira - Aluna do curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2017. [aline30nogsl@gmail.com](mailto:aline30nogsl@gmail.com)

<sup>2</sup> Lillian Teixeira da Silva - Aluna do curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2017. [lillianteixeira@gmail.com](mailto:lillianteixeira@gmail.com)

<sup>3</sup> Lorena Alves Naves - Aluna do curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2017. [lorenaa.naves@bol.com.br](mailto:lorenaa.naves@bol.com.br)

<sup>4</sup> Dener Bernardes Oliveira - Professor Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2017. [denerobernardes@gmail.com](mailto:denerobernardes@gmail.com)

<sup>5</sup> Mock ups são modelos em escala real, porém com materiais diferentes do produto final proposto. Os *mock ups* são particularmente úteis quando deseja-se vender a ideia do produto antes dele estar pronto para seu público estratégico.

A brincadeira influencia no aprendizado, na socialização e na capacidade de desenvolvimento de um adulto mais centrado e ciente do seu papel na sociedade. Buscando um produto diferente e inovador no mercado que siga esta linha de brinquedos que exijam a interdisciplinaridade da criança, e aproveitando a forte tendência de brinquedos que utilizam o magnetismo, propõe-se a criação de um brinquedo com uma proposta voltada para a criatividade contribuindo para o educacional. É um facilitador nos processos de construção de ideias como lógica, o cálculo, posicionamento de rotação e direção, foco e atenção exigido como interação entre brinquedo e participante.

O brinquedo é composto por diversos blocos coloridos magnetizados, o qual possibilita a união das peças compondo elementos 2D ou 3D.

As contribuições pretendidas por este projeto são:

- Inovação – geração de uma nova tendência no pensar através do entretenimento. A cada vez que é montado, percebe-se uma nova estrutura construtiva.
  - Contribuição ao déficit de atenção – segundo uma pesquisa realizada por Poeta, foi verificada a influência positiva das intervenções de motricidade fina, ou seja, trabalhos que exigem foco e concentração, na hiperatividade, no relacionamento, na atenção/concentração e no aproveitamento escolar de crianças com problemas de déficit de atenção (TDAH) melhorando o comportamento destas crianças em um nível baixo, porém perceptível. (Poeta, 2005)
  - Interdisciplinaridade – este brinquedo propõe um trabalho interdisciplinar, onde a criança pode se beneficiar de várias disciplinas fundamentais ao seu desenvolvimento. É um facilitador da socialização, do foco/concentração, do aprendizado e do entendimento, na prática, sobre magnetismo.
-

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO**

As fundamentações teóricas utilizadas para o desenvolvimento deste trabalho foram à metodologia de gerenciamento de projetos aplicada ao desenvolvimento de design de produto, a partir do instrumento de trabalho PMBOK, estudos de ergonomia, teoria das cores, estudos sobre magnetismo, design gráfico e de embalagem, além de outros autores identificados na construção do desenvolvimento infantil, como: Poeta, Winnicott, Oliveira.

### **2.1 Gerenciamento de Projetos**

O conceito de gerenciamento de projetos pode ser definido, de acordo com o PMBOK, como a aplicação de conhecimentos, habilidades e técnicas para o desenvolvimento de atividades que atendam ou excedam as expectativas das partes envolvidas relacionadas a um projeto (PMBOK, 2013). Ordena-se um conjunto de atividades de forma cronológica, de forma que estas atividades resultem no atingimento do escopo proposto de forma fiel e dentro do prazo, orçamento e com a qualidade esperada. Na criação de um brinquedo não é diferente. Deve-se definir o escopo, ou seja, qual o seu design, materiais, cor, embalagem, critérios ergonômicos, conceito do projeto, marca, dentre outras variáveis.

O gerenciamento de projetos deve ser aplicado, de forma que, sua definição permita que aconteça de forma satisfatória todo o processo para a sua perfeita execução, e que não gerem dúvidas no momento de sua fabricação.

### **2.2 Design de Produto**

O Design de Produto tem o seu conceito iniciado a partir da Revolução Industrial e é uma ferramenta importantíssima nos tempos atuais para satisfazer as necessidades de produção em escala tão demandada na atualidade pelo ser humano, tais como roupas, eletrodomésticos, móveis, brinquedos, enfim, tudo que se pode denominar como um produto.

Este brinquedo foi pensado e projetado para ter seu design realmente simples por fora, porém com algo a mais por dentro. A força do magnetismo é algo curioso e

---

surpreendente, pois, embora não seja possível enxergá-la, ela exerce uma enorme influência no funcionamento e na interação entre a criança e a brincadeira.



Figura 1 - Criança sendo desafiada pelo magnetismo  
Fonte: arquivo pessoal

O nome pixel nos remete à menor unidade da imagem, e transferindo este conceito para o brinquedo, é também a menor unidade possível para se formar imagens neste universo temático.

“É no brincar, e talvez apenas no brincar, que a criança ou o adulto fruem sua liberdade de criação.” (Winnicott. 1971/1975, p.79-80).

### 2.2.1 Delineamento do Produto

- **Nome do Produto:** Pixel Art - Blocos Coloridos Magnéticos
- **Logotipo:** ver item “2.4 Design Gráfico”
- **Slogan:** Magnetize a sua criatividade.
- **Conceito da marca:** Alegre, didático e divertido.
- **Posicionamento no mercado:** Destina-se tanto para o público infantil quanto para o público adulto, pois, visto que é um brinquedo inovador, atende bem todas as faixas etárias. Sendo assim, o produto posiciona-se no mercado como um produto inovador inserindo tecnologia em

uma gama de modelos de brinquedos que já possuem força no mercado há muitos anos. Sua dinâmica busca clientes que gostam de desafios e permite colocar o produto em uma posição favorável entre brinquedos que são líderes de mercado e que possuem conceitos voltados à criatividade e inovação, se destaca em se posicionar pelo segmento de clientes *nerds*<sup>6</sup> ou *geeks*<sup>6</sup> e que procuram brinquedos que interagem com o usuário, e que se diferencie na sua forma de utilização, mecânica e processos diversos de uso.

- **Como funciona:** Encostar dois ou mais blocos na vertical ou na horizontal, respeitando a polaridade dos ímãs internos, fazendo com que estruturas 2D ou 3D sejam formadas. Não é necessário saber qual é o polo positivo ou negativo, basta encostar as peças para analisar se vão atrair-se ou repelir-se. Esta concepção dá uma condição única e exclusiva, ou seja, é um quebra-cabeça com funcionalidades excepcionais. Considera-se ainda que nem toda peça aceita o contato com outra, uma surpresa para quem está brincando.

### 2.2.2 Magnetismo

O magnetismo consiste na atração de cada pequeno próton (positivo) e elétron (negativo) entre si, esta força é chamada de “dipolo magnético”, cada ímã possui dois polos distintos. Polos da mesma natureza se repelem e de naturezas diferentes se atraem. (SANTOS, 2017).

Para este projeto utilizou-se os ímãs artificiais de neodímio em formato de disco, produzidos por ligas metálicas, sendo cerca de 10 vezes mais fortes quando comparados aos ímãs de cerâmica ou ferrite. (Polo Magnético, 2017).

O brinquedo propõe um desafio, que estimula a criança a descobrir como as peças serão unidas, pois alguns lados dos cubos se atraem e outros repelem-se entre

---

<sup>6</sup> Nerds são aqueles que são considerados excepcionalmente inteligentes, deficientes na interação social.

<sup>6</sup> Os geeks são entusiastas da tecnologia, na maioria das vezes detém conhecimentos científicos e de informática.

---

si (dipolo magnético). O segredo encontra-se no imã utilizado e na maneira como ele foi disposto em cada peça.

Um cubo possui seis faces, e na parte interna de cada face foi colado um imã para que ele se atraia com outra peça posteriormente, portanto, utilizaram-se seis imãs para cada cubo. Sendo assim, o desafio inicial foi como dispor os polos magnéticos dos imãs em cada cubo de forma que seja possível realizar combinações atrativas e repulsivas entre duas peças atingindo um padrão tanto de “erros” quanto de “acertos”. Para isso, no momento da colagem no *mockup*, foi disposto, em cada face do cubo, um imã com o polo positivo, e um imã com o polo negativo, ambos colados na parte interna, fazendo com que o cubo após montado tenha três lados positivos e três lados negativos.

### 2.2.3 Ergonomia

A Ergonomia está relacionada com a interação entre seres humanos e suas criações, aperfeiçoando-a e possibilitando que o produto seja confortável, seguro e eficaz para os clientes (CABRAL, 2011).

O público alvo deste projeto são crianças a partir de 6 anos, portanto deve-se considerar as mudanças constantes as quais as crianças passam ao longo de seu desenvolvimento. Também poderá ter interesse o público adulto e terceira idade, pois o brinquedo oferece mais do que o brincar. Outro ponto importante em análise na ergonomia infantil são os riscos como: engolir peças pequenas, machucar-se em quinias e em faces cortantes.

Se para o adulto a ergonomia está principalmente ligada ao seu rendimento no trabalho, para a criança a ergonomia está ligada ao brincar e o estudar. A infância é um período de grande desenvolvimento físico, marcado pelo gradual crescimento da altura e do peso da criança. E é nessa fase que os primeiros problemas relacionados à ergonomia começam a aparecer. (OLIVEIRA, 2013).

- **Qual o tamanho da mão de uma criança?** O Quadro 1 mostra, para termos de ergonomia geral, o tamanho da mão de uma criança e como ela se desenvolve até os 14 anos de idade.
-

**Quadro 1 – Tamanhos universais da mão de uma criança a partir de 6 anos**

Idade	6 Anos	8 Anos	10 Anos	12 Anos	14 Anos
Tamanho da mão (cm):	14,9 - 15,8	15,9 - 16,8	16,9 - 17,7	17,8 - 18,5	18,6 - 19,4

Fonte: <http://www.decathlon.pt/guia-tamanhos.html>

A Figura 2 mostra a relação da mão de uma criança de 6 anos com o brinquedo, o qual ele consegue segurar e manusear com segurança algumas peças simultaneamente.



Figura 2 – Relação da mão de uma criança de 6 anos com os blocos utilizados na brincadeira.  
Fonte: arquivo pessoal

A Figura 3, mostra como é a interação da criança com o brinquedo, percebe-se um estímulo agradável e confortável, o qual permite que a criança esteja com o foco inteiramente voltado para sua atividade.



Figura 3 – Interação ergonômica da criança com o brinquedo.  
Fonte: arquivo pessoal

## 2.3 Embalagem

Para a embalagem foi escolhido o acrílico por ser um material resistente e transparente, classificado como um termoplástico, ou seja, um plástico mais moderno, nobre, de melhor qualidade e durabilidade, podendo ser moldado quando exposto a altas temperaturas. Com o design das laterais dobradas, sem quinas, evitam-se acidentes com as crianças. Foi escolhido o material de cor transparente, para o brinquedo em si chamar a atenção e não a embalagem, desta forma foi possível trabalhar com o design gráfico mostrando e escondendo as áreas com os cubos coloridos.

A embalagem possui a medida 18,5x 6,9cm e foi projetada para ser exposta na gôndola do ponto de venda na posição vertical.

## 2.4 Design Gráfico

O Design Gráfico para a embalagem foi criado no software Corel Draw e pensado para ressaltar os cubos internamente na embalagem de acrílico, de forma a deixar espaços transparentes onde o produto se destaca, e com partes com o design fechado para ser possível inserir as informações técnicas referentes ao produto.

Segue, na Figura 4, o design gráfico escolhido para este projeto:

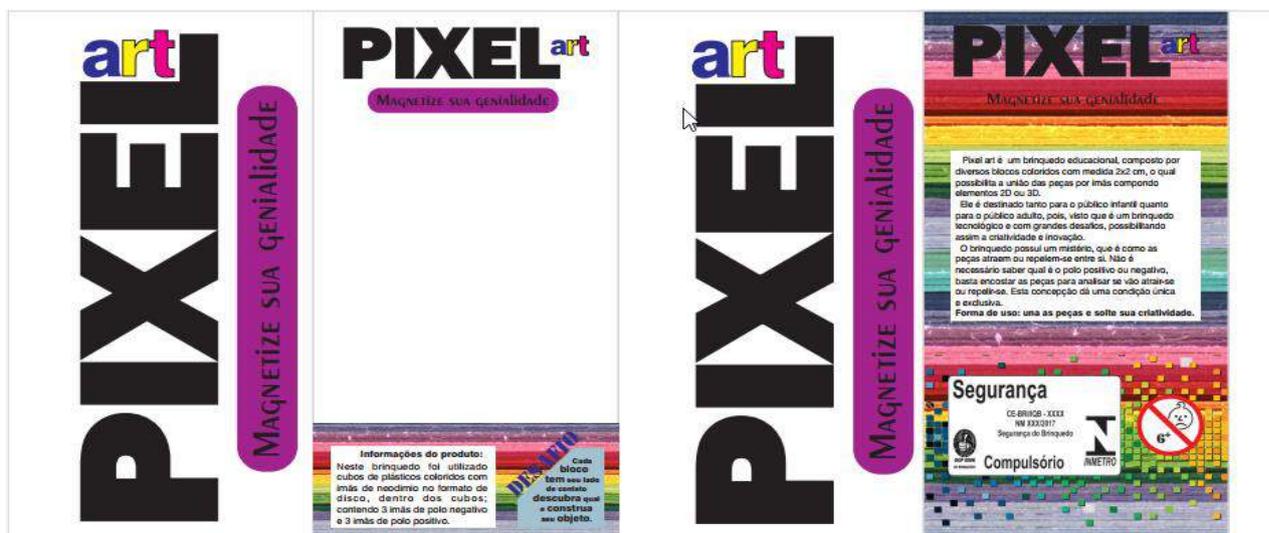


Figura 4 - Design da embalagem.

Fonte: Estudo feito e coletado a partir do software Corel Draw

A partir deste trabalho foi definida a logomarca Pixel Art (Figura 5), a qual é a referência para este projeto:



Figura 5 - Logo Pixel Art  
*Fonte: arquivo pessoal*

#### 2.4.1 Cores: Definição por embasamento teórico

As cores são itens tão importantes em um design de produto quanto o próprio design em si. Cada cor possui um impacto psicológico, sociológico e fisiológico no ser humano, sendo assim, deve-se analisar com cautela o que cada cor traz ao psicológico de cada pessoa.

A paleta de cores escolhida para o projeto é mostrada na Figura 6. As cores do produto e da imagem abaixo podem apresentar variações, devido às condições as quais a foto foi tirada. Na imagem encontra-se ainda, os códigos CMYK, os quais foram obtidos a partir desta fotografia, para um estudo de cores mais preciso.

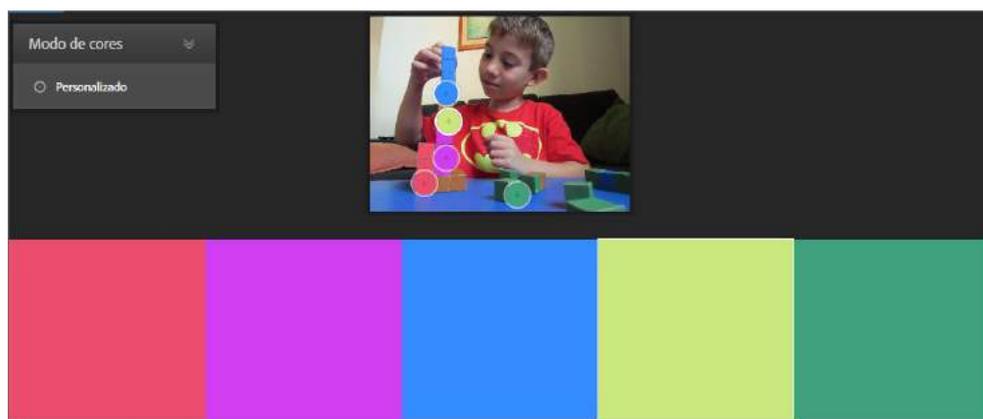


Figura 6 - Paleta de cores Pixel Art e os a porcentagem de cores CMYK respectivos. Fonte: Gerado em <https://color.adobe.com/pt/> utilizando uma foto de arquivo pessoal

No quadro 2 abaixo, mostra a relação das cores com os códigos CMYK:

**Quadro 2 – Relação das cores e códigos CMYK.**

	Vermelho	Rosa	Azul	Amarelo	Verde
C	0	47	97	19	78
M	84	79	77	0	24
Y	52	0	0	75	79
K	0	0	0	0	7

*Fonte: Estudo feito e coletado a partir do software Corel Draw*

Cada cor tem uma interação e um efeito no ser humano, e neste caso, podem-se destacar as seguintes características psicológicas:

- **Vermelho:** Força, energia, paixão, coragem, calor, ação, agressividade.
- **Amarelo:** Luz, criatividade, orgulho, euforia, originalidade, iluminação, idealismo.
- **Azul:** Verdade, afeto, paz, serenidade, sentimento profundo.
- **Verde:** natureza, esperança, liberdade, saúde, vitalidade.
- **Rosa:** beleza, suavidade, pureza, fragilidade e delicadeza.

Esta paleta (vermelho, amarelo, rosa, azul e verde) foi escolhida, pois é bem democrática e agrada a todos, além de chamar a atenção das crianças por serem cores fortes e alegres. Possui as três cores primárias e duas cores secundárias, possibilitando inúmeras possibilidades na gama de combinações na brincadeira. Estas características irão influenciar nas brincadeiras com este brinquedo, fazendo com que a forma de se expressar da criança seja leve, mas ainda sim, revele inconscientemente o seu estado de espírito.

### 3 DESENVOLVIMENTO TÉCNICO

Neste tópico será mostrada uma breve apresentação da essência do projeto de gerenciamento do projeto. Para mais detalhes e informações, verificar os anexos.

#### a. Escopo do projeto

Define-se que as peças do produto serão cubos de plástico, com 6 imãs colados na parte interna do cubo e com sua superfície colorida. As peças serão cúbicas com medidas de 2cmX2cmX2cm. Serão desenvolvidas 72 peças e 1 caixa de acrílico para guardar o brinquedo.

Na figura 7 podemos ver as medidas dos cubos antes de serem dobrados, na implementação do *mockup*, sendo uma vista em corte, e ao lado o cubo pronto para ser fechado e colado.

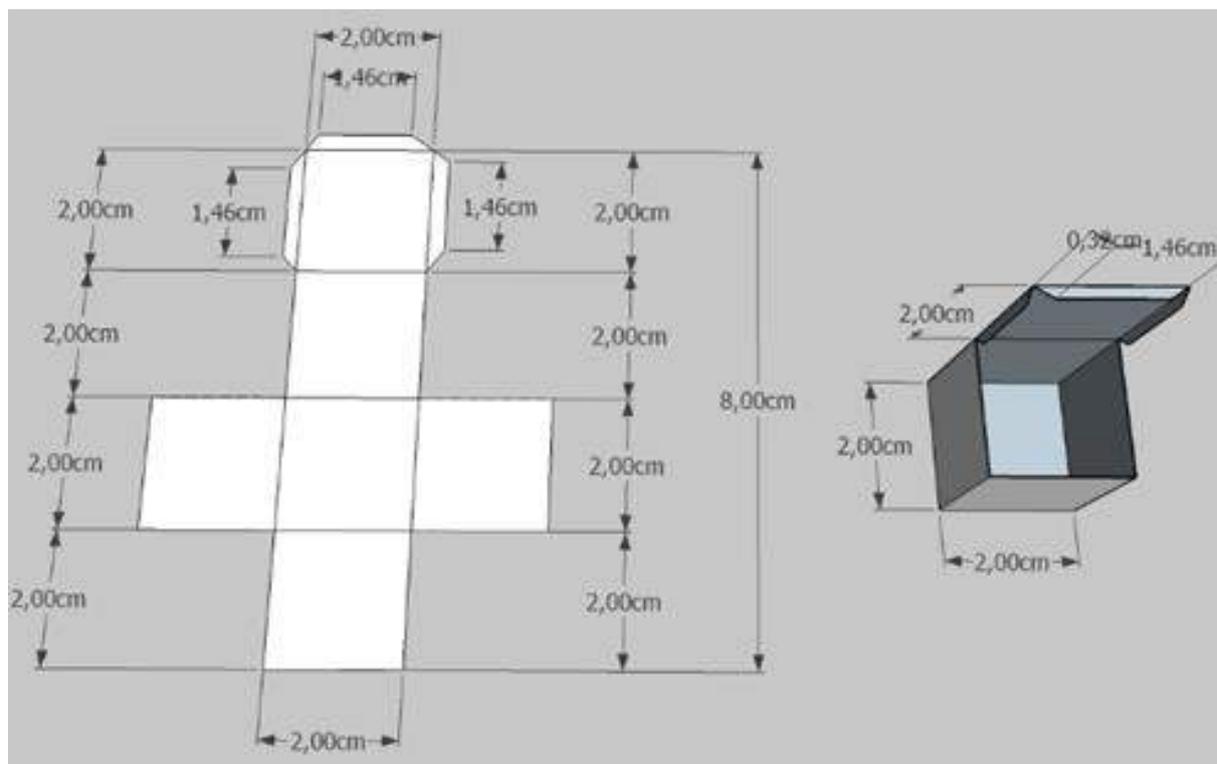


Figura 7- Medidas dos cubos na implementação do *mockup*..  
Fonte: Estudo feito e coletado a partir do software Sketchup

## b. Estrutura Analítica do Projeto (EAP) Simplificada

**Quadro 3 – Estrutura Analítica do Projeto Simplificada**

1	Pixel Art		
	1.1	Peça	
		1.1.1	Centro
			1.1.1.1 Plástico polipropileno
		1.1.2	Revestimento Interno
			1.1.2.1 Imã
		1.1.3	Revestimento Externo
			1.1.3.1 Superfície colorida
	1.2	Armazenamento	
		1.2.1	Caixa
			1.2.1.1 Plástico Transparente (Acrílico)
		1.2.2	Arte externa
			1.2.2.1 Impressão em papel adesivo

## c. Fotos do desenvolvimento do projeto

### i. Painel semântico

Na Figura 8 é possível detectar elementos que se assimilam ao brinquedo pelas cores, formas e magnetismo. Com o painel semântico é possível ter uma visão do conceito do produto, o intuito do brinquedo e o estímulo da criatividade na criação de imagem com o quebra cabeça.

As imagens no painel são de brinquedos e produtos já existentes e com peso no mercado. A Figura 8 mostra o Painel Semântico criado, o primeiro processo para a criação do produto, reunião de ideias e referências para o processo criativo.

O conceito escolhido, conforme já mencionado na sessão “2.2.1 Delineamento do Produto”, é: Alegre, didático e divertido. Portanto, buscou-se referências com muitas cores e que de certa forma faz com que a criança aprenda brincando.



Figura 8 – Painel Semântico.  
Fonte: google.com

## ii. Análise de Similares

Foi feita a análise de similares com três brinquedos magnéticos (Figura 9), os quais possuem propostas e objetivos diferentes ao que foi idealizado neste trabalho. No Quadro 3 é possível checar os pontos da análise:



Figura 9 – 1- Neocube ou Buckyballs; 2 – Magplayer; 3 – Neocube Square ou Buckycubes  
Fonte: google.com

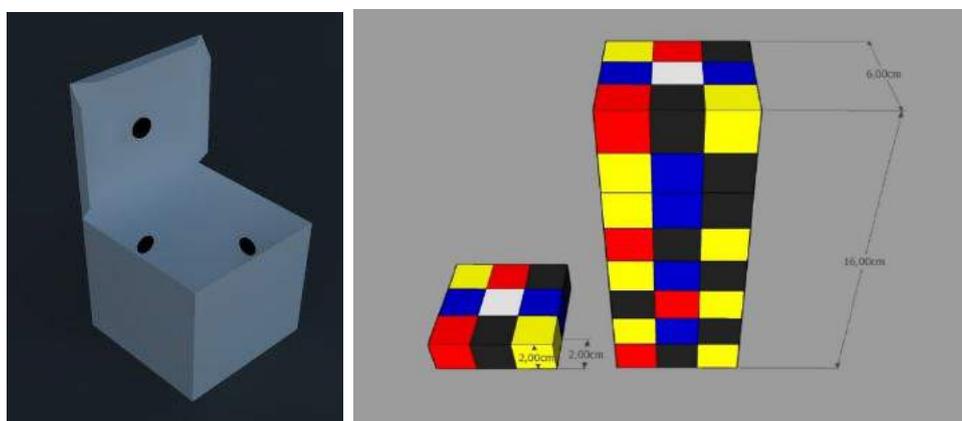
**Quadro 4: Principais pontos analisados entre os similares encontrados na busca pela internet.** *Fonte: google.com*

Produtos analisados	Pixel Art	Neocube (1)	Neocube Square (3)	MagPlayer (2)
Público Alvo	> 6 anos	> 16 anos	> 16 anos	> 3 anos
Cores	Colorido	Cru	Cru	Colorido
Formas	Cubo	Esfera	Cubo	Triângulo, quadrado, trapézio, etc
Tamanho (mm)	20x20x20	5 (diâmetro)	5x5x5	Vários
Material	Plástico	Metal	Metal	Plástico
Preço de venda (R\$)	150,00 (estimado)	100,00 (média)	100,00 (média)	180,00 (convertido em R\$)
Quantidade de peças	72	256	256	83

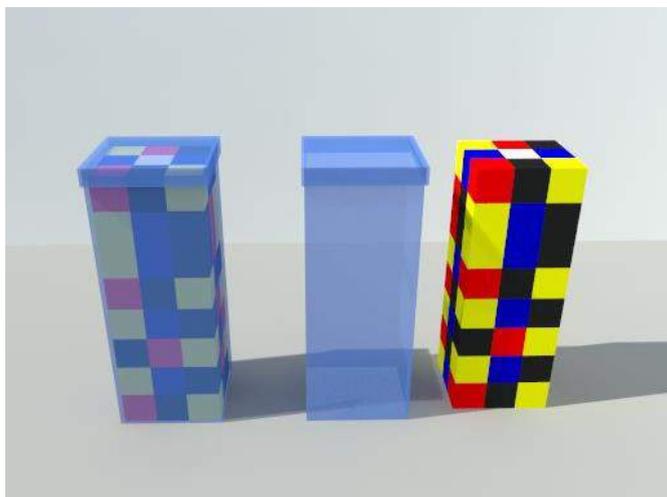
Fazendo um comparativo entre o produto Pixel Art e o Neocube, pode-se verificar que o Pixel Art é um produto mais seguro, que atende tanto crianças quanto adultos. Quanto ao MagPlayer, o Pixel Art ganharia no preço, caso fosse comercializado, e na disponibilidade do produto no Brasil, visto que o MagPlayer só se encontra no exterior.

### iii. Produto final

As Figuras 10, 11 e 12 mostram o resultado final do produto. Na Figura 10 é possível observar internamente a estrutura projetada e o arranjo interno dos ímãs. Já na Figura 11 é possível ver como o produto ficará com as peças antes de colocar a embalagem e na Figura 12 possui a embalagem e os cubos.

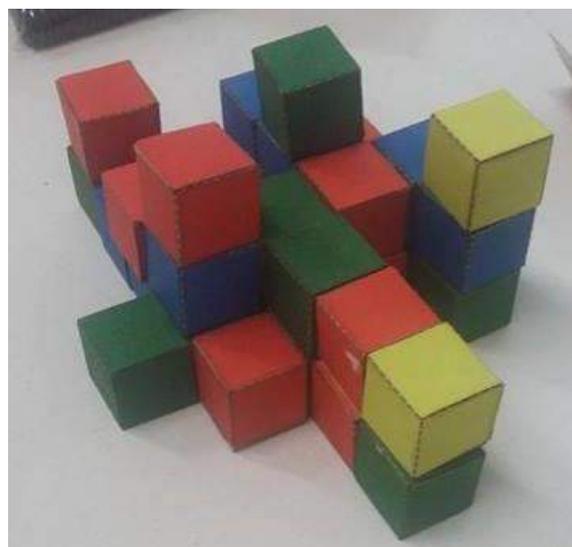


Figuras 10 e 11 – Interior do Cubo e cubos organizados para inserção na embalagem.  
*Fonte: Estudo feito e coletado a partir do software Sketchup*



*Figura 12 – Embalagem com os cubos, embalagem de acrílico e cubos.  
Fonte: Estudo feito e coletado a partir do software Sketchup*

A partir dos estudos feitos no software Sketchup, foi criado um mockup para um melhor entendimento do brinquedo. Segue abaixo as Figuras 13 e 14 relacionadas ao mockup do Pixel Art.



*Figuras 13 e 14 – Mockup Pixel Art  
Fonte: arquivo pessoal*

#### 4 CONCLUSÃO

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou apresentar uma nova tendência na forma de brincar, utilizando imãs. Este tipo de brincadeira encanta a todos pelo mistério proporcionado pelo magnetismo e o instiga a desvendá-lo, além de estimular fatores psicopedagógicos, gerando inúmeros benefícios cognitivos e interpessoais.

As pessoas que tiveram contato com o brinquedo, principalmente as crianças, apresentaram as mais diversas reações quando se deparavam com a rejeição de um dos lados da peça. Nenhuma criança desistiu do desafio e todas permaneceram focada por períodos consideráveis de tempo, elas se divertiram e gostaram da brincadeira.

A utilização de imãs como brinquedo é algo muito antigo, porém ainda pouco aplicado, ou quem sabe esquecido, neste meio. Visto que o mercado de brinquedos está saturado com produtos repetitivos e padronizados, o objetivo é abrir um leque de possibilidades no mercado de criação, com um apelo diferenciado e mais voltado ao design, chamando a atenção positivamente para o lado estético e também ao fato de que o público infanto-juvenil merece um design funcional e de qualidade.

#### REFERÊNCIAS

CABRAL, Paulo. O que é ergonomia? Rio de Janeiro, 2011, 7 Graus. Disponível em: <https://www.significados.com.br/ergonomia/>

DECATHLON. Guia de tamanhos. Loja online Portugal. Disponível em: <http://www.decathlon.pt/guia-tamanhos.html>

FREITAS, Ana K. M. PSICODINÂMICA DAS CORES EM COMUNICAÇÃO. São Paulo, 2007 Unicamp. Disponível em: [http://www.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Cor/psicodinamica\\_das\\_cores\\_em\\_comunicacao.pdf](http://www.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Cor/psicodinamica_das_cores_em_comunicacao.pdf)

OLIVEIRA, RODRIGO C. DE- DESIGN E ERGONOMIA NO MOBILIÁRIO INFANTIL. Campinas, 2013. Disponível em: <http://conic-semesp.org.br/anais/files/2013/trabalho-1000015275.pdf>

---

POETA, Lisiane S.; NETO, Francico R. Intervenção motora em uma criança com transtorno do déficit de atenção/hiperatividade (TDAH). Buenos Aires, 2005 Revista Digital. acessado em maio de 2017. Disponível em:

<http://www.efdeportes.com/efd89/tdah.htm>

Pólo Magnético, Imas de neodímio, loja online Rio de Janeiro. Disponível em:

<http://www.polomagnetico.com.br/ima-de-neodimio-super-imas>

PMBOK. Um Guia do Conhecimento em Gerenciamento de Projetos- Guia PMBOK 5ª Edição em Português – 2013. Disponível em:

<http://baixadorlivre.blogspot.com.br/2014/08/guia-pmbok-5-edicao-em-portugues-2013.html>

SANTOS, Jose C.F. d Imas e Magnetismo, Rio de Janeiro, UFRJ. Disponível em:

<http://educacao.globo.com/fisica/assunto/eletromagnetismo/imas-e-magnetismo.html>

WINNICOTT, D. W. O brincar e a realidade. 1971/1975, Trad. José Octavio de Aguiar Abreu e Vanede Nobre. Rio de Janeiro: Imago.

## **ABSTRACT**

This article discusses the construction process and the methodology used for the creation of a product, using techniques and processes of project management. The product is an educational toy composed of colorful cubes magnetized. One side of the cube connects to the other forming elements in 2D or 3D in the style of pixel art. With super magnets, or neodymium magnets it was possible to create a mockup of the project for the testing of the product. We used the software Sketchup both for the development of the structure of the cube as well as for the development of the packaging. The graphic design of the product was also the topic of development using the software CorelDraw. The results obtained in this project were very satisfactory, on the activities carried out with persons in the age range indicative of the product (above 6 years), they have shown great interest in the challenge, keeping you concentrated for periods of considerable, reaching the expected goals by the project, and mainly, having fun and stimulating your playful side.

**Keywords:** *Magnetic blocks, magnetic toy, magnetism, educational toy*

---

## REVITALIZAÇÃO CASA DA CULTURA ABDALA MAMERI

*Talusha Milena Dias Fernandes Leão<sup>1</sup>, Patrícia Pereira Borges<sup>2</sup>, Angélica P. Marsicano Tavares<sup>3</sup>, Leticia Almeida Farina<sup>4</sup>, Vanessa Vasconcelos<sup>5</sup>*

### RESUMO

Este trabalho consiste em um projeto de design para a revitalização de parte da Casa da Cultura da cidade de Araguari, MG. Em conjunto, propõe-se a criação de uma nova área para que a população da cidade desfrute de um local de maior interesse cultural, aprendizagem e lazer. Ao mesmo tempo utiliza-se no projeto o tema da revitalização, preservando a edificação da Casa da Cultura já existente, propondo uma nova instalação de um prédio anexo com a construção de um local funcional somado ao projeto de interiores que proporcione um espaço adequado de cunho cultural que possa atender às necessidades do público em geral. Desta forma, o surgimento da interação entre público e espaço é construído através de novos conteúdos desenvolvidos pela Casa, preservando o antigo e construindo o novo.

**Palavras-chave:** Casa da Cultura, revitalização, interação, aprendizagem, lazer.

### 1. INTRODUÇÃO

A proposta de desenvolver uma revitalização na Casa da Cultura Abdala Mameri de Araguari surgiu pela necessidade de um espaço para a realização de oficinas, teatros, exposições e palestras de maneira que possibilite maior interação da população com os movimentos culturais locais proporcionando conhecimento e estímulo artístico.

---

<sup>1</sup> Talusha Milena Dias Fernandes Leão do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. talushaleao.design@gmail.com

<sup>2</sup> Prof<sup>a</sup> MSc. Patrícia Pereira Borges do curso Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. patriciaborgesdanca@gmail.com

<sup>3</sup> Prof<sup>a</sup> MSc. Angélica P. Marsicano Tavares do curso Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. angelicamarsicano@gmail.com

<sup>4</sup> Leticia Almeida Farina do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. leticia\_almeida\_farina@gmail.com

<sup>5</sup> Vanessa Vasconcelos do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. vanapple8@gmail.com

A execução desse projeto não consiste apenas na revitalização do espaço, mas ir além de maneira que possamos conscientizar a comunidade através da criação de novas instalações a criar o hábito de participar da história da cidade bem como fazer parte dela.

### **1.1 Objetivo**

O objetivo principal deste trabalho consiste em desenvolver projeto de revitalização do espaço da Casa da Cultura Abdala Mameri de Araguari, destinado a todo tipo de público, local e regional, atingindo todas as classes sociais, étnicas e culturais fazendo uma abordagem sobre os conceitos, técnicas e materiais envolvidos, em prol do desenvolvimento cognitivo, conforto, qualidade de vida, práticas culturais e acima de tudo, um melhor relacionamento entre o homem e o conhecimento artístico.

### **1.2 Briefing**

O cliente deste projeto é a Prefeitura Municipal da cidade de Araguari, que decidiu revitalizar a Casa da Cultura Abdala Mameri de Araguari com o objetivo de manter a cultura local, além de melhorar e acrescentar atividades artísticas já existentes para proporcionar melhores resultados educacionais ao público local e regional, possibilitando também tornar-se um ponto turístico para visitantes.

O motivo da nova construção no fundo da Casa da Cultura tem quatro aspectos fundamentais: o primeiro foi devido ao espaço restrito que a edificação tombada oferece e que não suporta todas as oficinas que foram implantadas para o novo projeto; o segundo importante aspecto reafirma-se devido a falta de acessibilidade do local pra atender todas as necessidades do público com deficiência física e/ou idosos; o terceiro aspecto e o mais importante de todos, como a Casa da Cultura é um patrimônio histórico e fundado, não é permitido modificar sua estrutura arquitetônica, e por isso, a necessidade de construir um novo espaço que possibilite o desenvolvimento das atividades sugeridas; e por último, utilizando-se da existência de um terreno ocioso existente ao fundo da edificação, aproveitando-se para as ampliações necessárias de forma que fosse funcional para todos. Devido a todos

---

esses aspectos acima, pensou-se na importância de construir um novo espaço que interagisse com as pessoas e que oferecesse e exercesse um papel fundamental na preservação e manutenção da cultura de Araguari, de forma que, atendesse toda a população em geral com lazer e educação, assim preservando sua história e ao mesmo tempo incentivando e ensinando o público local.

A criação de um espaço de estudo, convívio e descanso com lanchonete e loja de "souvenirs" apresenta-se no primeiro piso. Será composto também, de um anfiteatro voltado para área de música onde as pessoas farão apresentações artísticas e musicais, bem como tocar instrumentos musicais tais como o violão, a flauta, bateria, aulas de canto. A área do segundo pavimento contará com cursos de pintura, artesanato, escultura, dança, música, capoeira e teatro, com adição de um solário funcionando como um espaço de apoio para exposições e/ou eventos.

### **1.3 Fundamentação Teórica**

Na fundamentação teórica deste artigo, é importante abordar aspectos sobre a cidade de Araguari, tais como fatos históricos e culturais, além do modo de vida dos cidadãos em termos comportamentais. Portanto, neste caso será essencial fazer um levantamento histórico-social sobre os espaços culturais e posteriormente criar uma relação entre cidadania e lazer com um local transformado em um ambiente que traga conforto e educação ao mesmo tempo para as pessoas, e assim atendendo suas necessidades de um modo geral, além de tentar resgatar a cultura local. Por esta razão, a revitalização do patrimônio histórico é bastante eficaz quando se fala em conservar a memória cultural, as raízes do povo, bem como sua ligação forte com a história da cidade respeitando o modo de vida dos habitantes da mesma.

#### **1.3.1 Espaço sócio cultural e sua importância**

A Casa de Cultura é um espaço reservado de longo prazo que presta serviços ao município para desenvolver culturalmente e intelectualmente uma comunidade, levando arte e lazer para a população oferecendo uma melhor qualidade

---

de vida aos mesmos. Além de promover diversos programas artísticos e atividades que permitirão combater a violência de um modo geral, ela também mantém o patrimônio histórico local. Pode ser mantida por doações diversas, seja elas privadas ou não, e/ou pelo próprio governo e/ou prefeitura, ou é vinculada à Secretária Municipal de Cultura. Portanto, é de suma importância ter uma casa de cultura local para a formação de cidadãos mais aptos para uma sociedade.

### **1.3.2 Histórico da Casa: Antiga Cadeia e Fórum**

Construída por alvenaria e tijolo cerâmico, a Casa tem sua fachada predominada por um estilo eclético, a qual é exibida com uma certa austeridade em conjunto com a beleza de suas linhas retilíneas (usadas também nas platibandas acentuadas), composições simétricas, pé-direito alto e também uma divisão de três planos com um recuo acentuado nas divisas laterais. Vale ressaltar também os chamados pináculos pontiagudos, localizados no ponto mais alto da obra fazendo uma coroação da platibanda e sobre os pilares. O prédio é constituído de dois pavimentos com porão alteado, acrescentado de telhas francesas com acesso ao segundo pavimento através de uma escada lateral com guarda-corpo de ferro. O pavimento inferior é composto por três portas sendo elas caracterizadas por vergas retas. Na parte superior as três janelas são definidas por arcos acentuados em suas vergaduras. A construção é seguida pelo alinhamento topográfico, que foi adequando-se ao terreno original. (INVENTÁRIO DO PATRIMÔNIO CULTURAL DE ARAGUARI, 1997)

A história da edificação é carregada de memórias ligadas à cidade. A necessidade de um local apropriado para o funcionamento da Cadeia Pública e Fórum Municipal levou a construção do prédio dividida em dois pavimentos, sendo construída no final da década de 10 coma doação de um terreno feito pelo Coronel José Ferreira Alves, tendo como mestre de obras o Sr. Paulo Padovani. (INVENTÁRIO DO PATRIMÔNIO CULTURAL DE ARAGUARI, 1997)

---

A princípio, o Fórum e Cadeia municipais exerciam suas funções em um antigo prédio no Largo da Matriz, sendo assim, passaram a funcionar no antigo prédio da Casa da Cultura no início da década de 1920. (KELPS, 2013)

A Cadeia tinha seu funcionamento no pavimento inferior enquanto o Fórum no andar superior. Em 1968, o Fórum teve sua unidade transferida para a avenida Cel. Theodolino Pereira de Araújo, posteriormente, em 1970, na avenida Mato Grosso é constituída uma nova Cadeia Pública e Delegacia de Polícia. (KELPS, 2013)

Ainda utilizado como Cadeia Pública, a Casa foi palco do julgamento mais polêmico do século XX, o "Caso dos Irmãos Naves", maior erro judiciário da época. (INVENTÁRIO DO PATRIMÔNIO CULTURAL DE ARAGUARI, 1997)

Segundo o livro Araguari e sua história (KELPS, 2013), na averbação do prédio datada de 09 de dezembro de 1980, foi relatado como foi construído o imóvel, sendo assim descrito: área de 380,62 metros quadrados, contendo um pavimento térreo, um salão, duas salas comuns, quatro salas com três dependências sanitárias (celas) e uma escada de acesso ao pavimento superior, que é constituído de um salão, uma sala de espera, cinco salas comuns e uma dependência sanitária.



*Figura 1 – Cadeia Pública.  
Fonte: Blog Olhar Urbano, 2011*

Após as transferências da Cadeia e Fórum, o imóvel ficou desativado por seis anos. Apenas em 1982, surgiram ideias de conservação e revitalização, defendidas

---

pelo escritor Abdala Mameri, principal precursor para construção de um projeto de restauração e adaptação do prédio para uma casa de cultura.

A edificação precisou ser regulamentada estruturalmente, mas preservando sua volumetria. No primeiro piso, onde era o espaço pertencente à cadeia, as celas foram ocupadas por uma sala de exposições do acervo histórico, a sala do Delegado passou a ser a administração da Casa, onde abrigava também um espaço para a Academia de Letras e Artes de Araguari, a "solitária" foi adequada para a área da cozinha e os sanitários os quais permaneceram em seus locais originais. O segundo piso, dado como antigo Fórum, foi substituído por um anfiteatro que tinha cento e vinte pessoas como limite. Ao longo dos anos, foram realizadas pelas administrações diversas reformas em relação à conservação do prédio (KELPS, 2013)

Durante o governo de Wanderlei Inácio em 1989, houve uma grande valorização no que se refere à reserva e a importância dos patrimônios culturais da cidade. A realização do tombamento do imóvel da Casa da Cultura foi dada pela lei nº 2449/89. Na lei de número 3.423 de outubro de 1999 foi adicionado "Abdala Mameri" no nome da Casa da Cultura, devido à sua importância para a cidade de Araguari. (KELPS, 2013)

A utilização do prédio, como sede pública municipal, é tombado pelo decreto de número 029 de 18 de Agosto de 1997 e reiterado pelo decreto de número 013 de 03 de Abril de 1998. (FAEC - Fundação Aragarina de Educação e Cultura, 2010)

A Secretaria de Cultura foi substituída pela FAEC (Fundação Aragarina de Educação e Cultura) em 21 de setembro de 2001. No ano de 2005, foi criada na Casa da Cultura um Centro de Referência Negra Rainha Benedita Gonçalves, onde mantém o funcionamento de oficinas, palestras, exposições, danças. No ano de 2009, foram feitas algumas reformas as quais tornavam o local mais acessível e dentro das normas corretas. (KELPS, 2013)

A Casa da Cultura Abdala Mameri é de tamanha importância para a comunidade local, pois abriga um dos acervos históricos da cidade, como também exposições, música, oficinas, teatro, artes, formaturas, reuniões, portanto, este

---

espaço também é um fator transformador da sociedade que traz o conhecimento artístico ao público, e conseqüentemente valoriza a cultura local do município.



*Figura 2 – Casa da Cultura, 2014.  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2014.*

### **1.3.2 O Local**

A Casa da Cultura tem sua localização na Rua Coronel Ferreira Alves número 1098, de propriedade pública da Prefeitura Municipal de Araguari.

O salão onde são expostos os trabalhos passa maior parte do tempo com sua exposição fixa, materiais dos acervos da cidade sendo compostos por cavaletes com pinturas da cidade antigamente. O piso superior onde possui o teatro é raramente utilizado em peças teatrais pelos grupos da cidade. Os poucos eventos que ocorrem são divulgados pela FAEC- Fundação Araguarina de Educação e Cultura por meio de redes sociais e panfletagem nas ruas e escolas de toda a cidade.

Externamente, a obra é composta por uma estrutura mista, alvenaria de tijolo cerâmico, cobertura de telha francesa, esquadrias de madeira e vidro, gradil e ferro trabalhado. Interiormente, o revestimento do piso é feito pela pedra São Tomé dando rusticidade ao local. Os forros são formados a maioria por laje e outros por madeira.

A iluminação interna consiste em lâmpadas fluorescentes, sendo elas plafons e tubulares nos ambientes e refletores na fachada e em torno do prédio. A pavimentação é feita com pedra portuguesa preta.

Atualmente o prédio recebeu algumas adequações de acordo com as normas de acessibilidade. Os peitoris das esquadrias eram considerados baixos e com riscos aos visitantes e o guarda-corpo das escadas era baixo comprometendo a segurança pública. O elevador também foi uma das exigências feitas em relação aos deficientes físicos, pois no local havia acesso apenas pelas escadas. Foi exigido um guarda corpo no primeiro piso, especificadamente na fachada principal, pois os degraus existentes causavam problemas no deslocamento de pessoas com algum tipo de deficiência física ou idosos. Apesar de todas essas advertências estruturais dentre outras, a casa mantém-se com sua plenitude, que hoje espelha-se nas histórias do passado.

A proposta de revitalização apoia-se na melhoria da estruturação do local e a manutenção do mesmo, solucionando os problemas adequando-os ao estilo arquitetônico sem perder as memórias do prédio.

## **2. APRESENTAÇÃO DO PROJETO**

A proposta de projeto para este trabalho consiste em revitalizar o espaço da Casa da Cultura na cidade de Araguari, o qual se percebe grandes falhas no que tange à disseminação da cultura entre a sociedade local e regional.

A transformação deste prédio baseia na criação de oficinas e exposições temporárias em coexistência com a inclusão social, de modo que, haja uma interatividade entre as pessoas levando a cada uma delas o incentivo à cultura, fazendo com que haja um fluxo maior de visitação.

O conceito abordado é o de inclusão social, o qual possa atingir toda a comunidade, estimulando-a e transformando-a, visando a adaptação das estruturas existentes para centros culturais mais dinâmicos e com capacidade maior de interação entre a população.

A proposta principal é criar oficinas de teatro, música, dança, pintura, escultura e artesanato em composição com o que já se tem trabalhado no local, como o espaço do Centro de Referência Negra, o qual vem desenvolvendo o conhecimento da cultura afro na cidade.

---

De um modo físico e sensorial, o paisagismo a ser criado será formado de um teatro de arena com plantas típicas do cerrado, o qual identifica-se o bioma da região de Minas Gerais. Os muxarabis arquitetônicos do prédio antigo existente trazem uma sensação convidativa e curiosa aos visitantes incentivando-os conhecer o local e suas adaptações.

Conforme a arquitetura local e sua história haverá uma preocupação com a permanência das características locais do prédio já existente, sendo que faz-se importante para a comunidade a valorização do patrimônio histórico.

No espaço a ser construído, será proposto uma arquitetura desenvolvida pelo engenheiro Edmundo Rocha com características contemporâneas em contradição com o estilo arquitetônico da edificação atual, mas com características bem fortes e atrativas. A aplicação de materiais como o concreto, o ferro e o vidro são um dos recursos que remeterão sensações importantes para a definição analógica do espaço.

## **2.1 Mudanças e reformas propostas**

Analisando os dados de toda a arquitetura externa e interna da Casa da Cultura, e considerando as novas propostas de utilização para o local, pôde ser verificada a necessidade de adequações as quais são determinadas pelo ambiente a ser instalado em cada um deles, o qual receberá seu próprio estilo havendo uma maior interação dos ambientes com o público. Existirá uma sinalização apropriada para a indicação e direção dos espaços, a cor do local será preservada, mantendo sua estrutura original de acordo com as leis do patrimônio histórico tombado.

Na fachada, será trabalhada uma iluminação adequada para valorizar a arquitetura e adaptar a entrada para pessoas deficientes, construindo barras de acessibilidade e restaurando janelas e portas que se encontram sem acabamento.

Algumas revitalizações serão feitas sem modificar o estilo arquitetônico da Casa da Cultura de modo que possa preservar o local sendo então adaptados para todos os usuários. A construção de um espaço totalmente novo e construído no fundo tem o objetivo de trabalhar o estilo contemporâneo sem o intuito de entrar em atrito com a edificação já existente. A nova arquitetura tem espaços ampliados, a fim de

---

melhorar a qualidade da ventilação e iluminação dos mesmos evitando também o consumo de energia. Haverá também ar-condicionado nos ambientes. O uso de materiais translúcidos nesses espaços traz a iluminação natural, criando áreas mais dinâmicas e interessantes.

Para os espaços diferenciados no local do novo prédio, as oficinas contarão com uma maior qualidade de som, ventilação, iluminação adequada, piso específico para algumas aulas, acústica, suportes adequados para exposições e iluminação em trilhos.

A construção de um teatro de arena em conjunto com o paisagismo trabalhado com vegetação típica do cerrado tem o objetivo de trabalhar a sensação que o relevo e o bioma locais oferecem através das plantas tortuosas e endêmicas.

Um espaço bem planejado para estudos integrado com café e loja de "souvenir" atende o público de acordo com suas necessidades tornando o tempo de visita maior.

A adição de um solário ao novo prédio trouxe um espaço de relaxamento e aconchego e uma belíssima vista de toda a cidade de Araguari. A ideia proposta concentra-se principalmente na criação de um local exclusivo de convivência onde ofereça ao usuário uma sensação de tranquilidade e imperturbabilidade, e que possa desempenhar um apoio para possíveis eventos no local.

Visando a adequação do espaço da Casa da Cultura, será proposta a utilização de materiais de sustentabilidade como torneiras automáticas; descargas com válvulas econômicas; utilização de recursos apropriados para o reaproveitamento da água da chuva e o aproveitamento do vidro em algumas áreas visando à redução do consumo de energia, o controle da insolação e a diminuição do uso do ar condicionado.

Todo o projeto de construção do novo prédio foi projetado pelo engenheiro civil Edmundo Rocha (CREA 176658).

---

### 3. PAINEL SEMÂNTICO

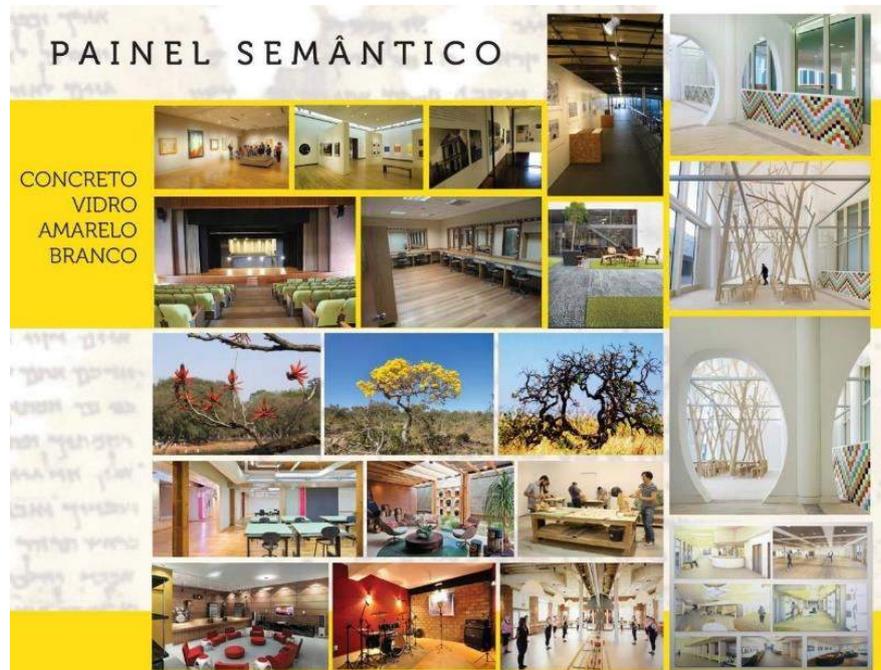


Figura 3 – Painel Semântico.  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

### 4. FLUXOGRAMA

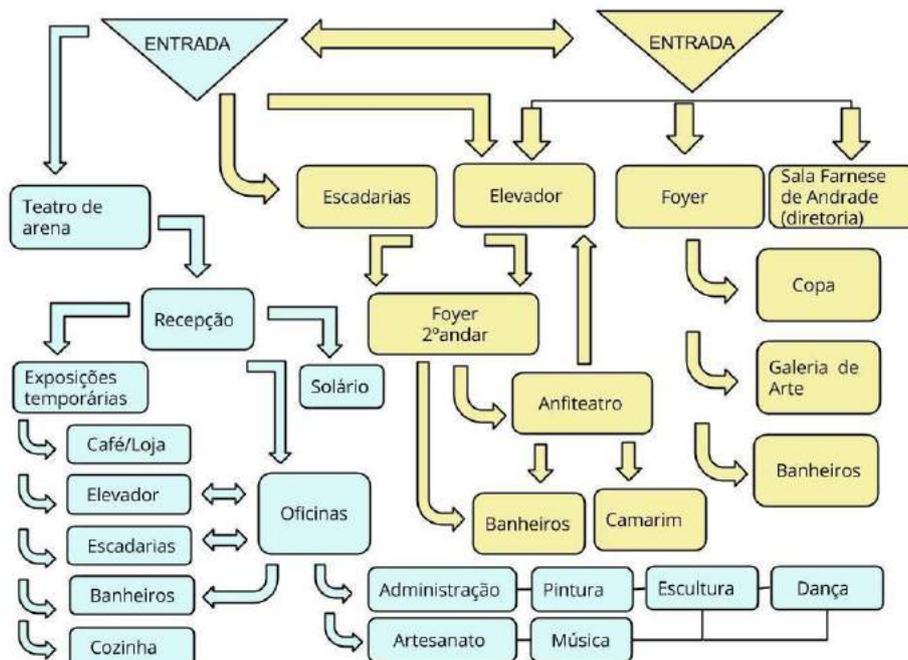


Figura 4 – Fluxograma.  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

## 5. LAYOUT TRATADO



*Figura 5 – Layout tratado Anexo, térreo.  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.*



*Figura 6 – Layout tratado Anexo, primeiro piso.  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.*



Figura 7 – Layout tratado Anexo, solário.  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.

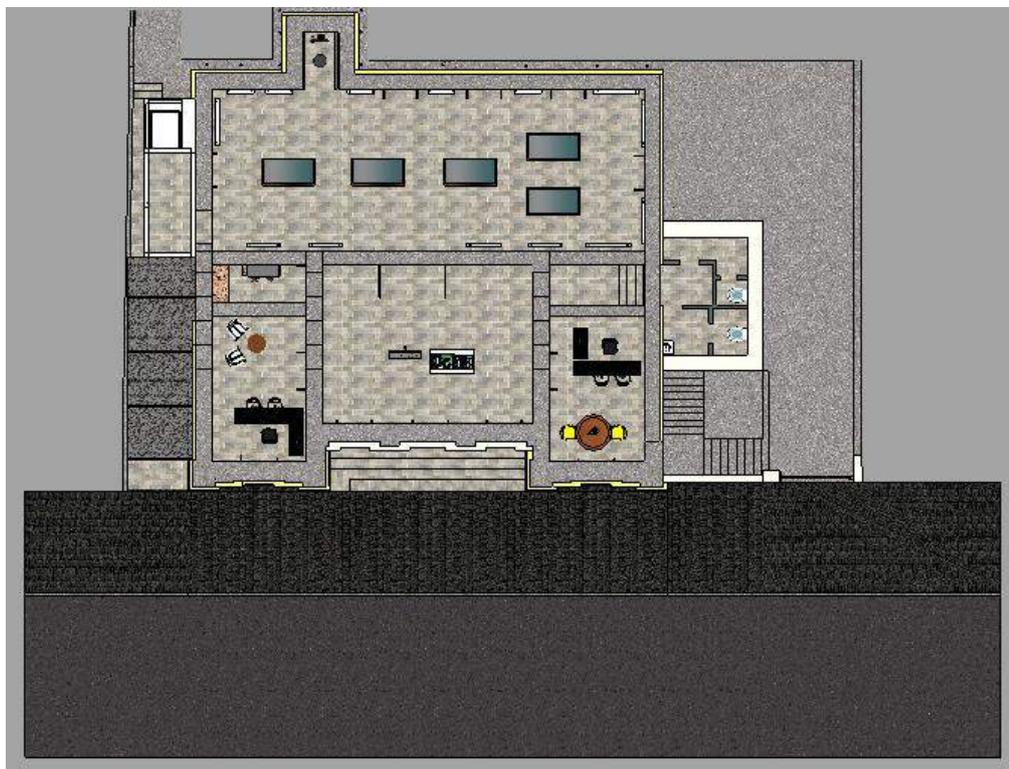
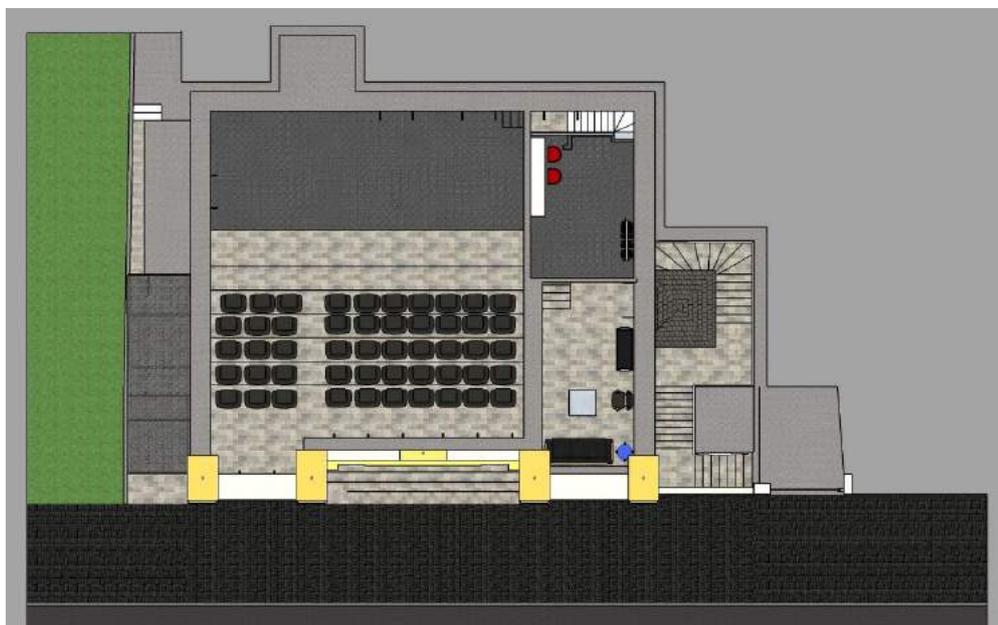


Figura 8 – Layout tratado prédio existente, térreo.  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.



*Figura 9 – Layout tratado prédio existente, primeiro piso.  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.*

## 6. PERSPECTIVAS



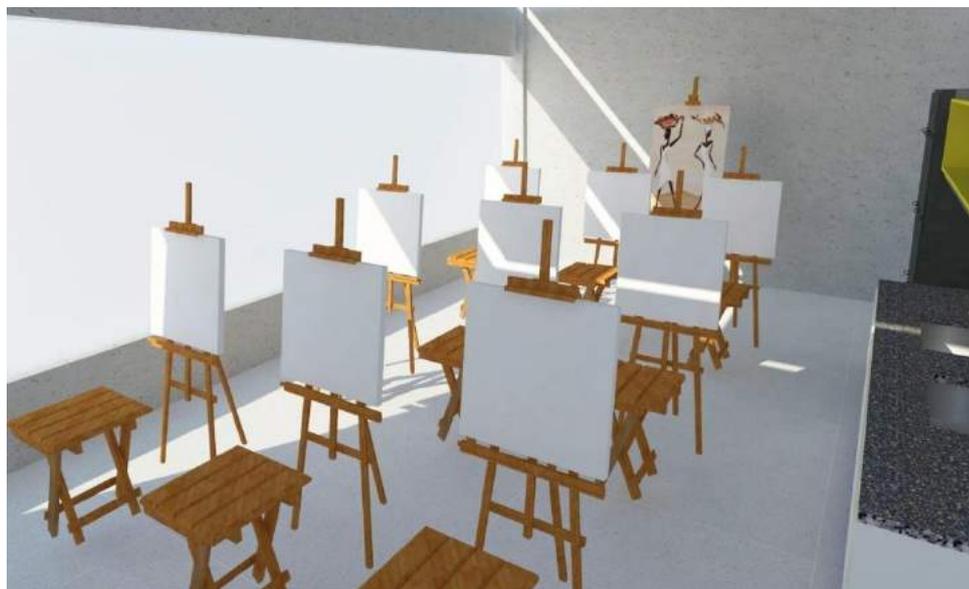
*Figura 10 – Perspectiva externa prédio existente e Anexo.  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.*



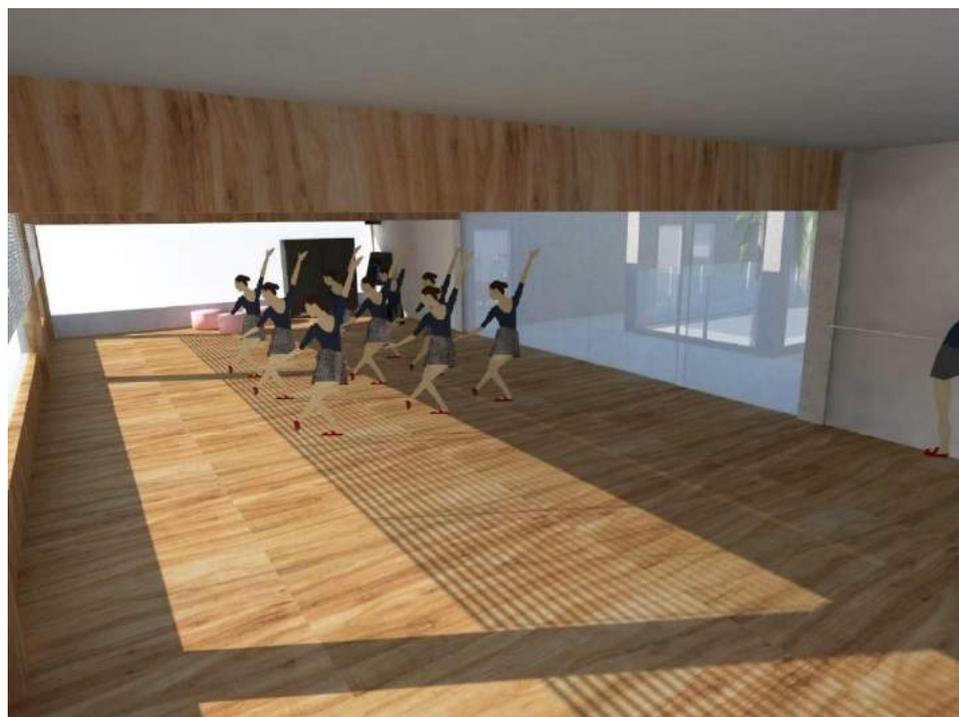
*Figura 11 – Perspectiva do Anexo: hall de entrada.  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.*



*Figura 12 – Perspectiva do Anexo: exposições temporárias.  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.*



*Figura 13 – Perspectiva do Anexo: sala de pintura.  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.*



*Figura 14 – Perspectiva do Anexo: sala de dança.  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.*



*Figura 15 – Perspectiva do Anexo: sala de música.  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.*



*Figura 16 – Perspectiva do Anexo: solário.  
Fonte: Elaborado pelo autor, 2015.*

## 7. CONCLUSÃO

O projeto de design de revitalização de parte da Casa da Cultura da cidade de Araguari, propõem em conjunto a criação de uma nova área neste espaço para que assim a população da cidade de Araguari e região, obtivesse interesse cultural, aprendizagem e lazer.

A temática da revitalização e preservação da edificação da Casa da Cultura vai de encontro com a necessidade de se valorizar e conservar a história cultural da cidade. Além disso, se propõe uma nova instalação de um prédio anexo, com a construção de um local totalmente inovador e funcional, que proporcione um espaço adequado estruturalmente de cunho cultural que possa atender às necessidades do público em geral de forma significativa.

## REFERÊNCIAS

FAEC - Fundação Aragarina de Educação e Cultura, Prefeitura Municipal de Araguari, 2010.

INVENTÁRIO DO PATRIMÔNIO CULTURAL DE ARAGUARI, Prefeitura Municipal de Araguari, 1997.

KELPS, Juscélia, VIEIRA, Abadia Peixoto, CAMPOS, Aparecida da Glória. Araguari e sua história. 2013

OLHAR. Blog Olhar Urbano, 2011. Disponível em: [www.blogolharurbano.com.br](http://www.blogolharurbano.com.br). Acesso em junho de 2017.

## ABSTRACT

This work consists of a design project for the revitalization of this part of the House of Culture of the city of Araguari, MG. In conjunction, we propose the creation of a new area for the population of the city enjoy a spot of greater interest to the cultural, learning and leisure. At the same time used in the project the theme of the revitalization, while preserving the building up of the House of Culture already existing, proposing a new installation of an enclosed building with the construction of a local functional in addition to interior design which provides a suitable space for cultural stamp that can meet the needs of the general public. In this way, the emergence of the interaction between the public and space is built through new content developed by the House, preserving the old and building the new.

**Key-words:** House of Culture, revitalization, interaction, learning, leisure.

---

## **X POWER: Design de Interiores Corporativo Promocional**

*Juciley Domingues da Silva<sup>1</sup>, Tauani Domingos Vilarinho<sup>2</sup>, Angélica P. Marsicano Tavares<sup>3</sup>, Rodrigo Augusto Bassan<sup>4</sup>*

### **RESUMO**

O presente artigo expõe o desenvolvimento de um projeto de design de interiores para um escritório promocional. O desafio é relacionar o trabalho e a diversão em uma linha projetual bastante tênue cujo produto foco caracteriza-se por uma bebida energética. A partir do estudo sobre as transformações ocorridas nos escritórios através dos tempos explora-se a palavra “escritório”, deixando de lado todas as conotações que podem ser tidas como negativas como horários, hierarquias, etc. A proposta projetual envolve pesquisas e análises de projetos similares bem como agrega imagens de referência na busca de um espaço colaborativo que não se traduza no ambiente conhecido tradicionalmente como escritório. O resultado elege, então, um conceito de espaço aberto e ambientes integrados, sala de jogos e um bar como recepção que fazem deste escritório um local divertido e, conseqüentemente, bastante produtivo.

**Palavras-chave:** Design corporativo, escritório, diversão, trabalho.

### **1 INTRODUÇÃO**

Nos últimos anos, a crescente demanda por empreendimentos corporativos é considerável! A mudança no modo de vida das pessoas tem afetado substancialmente a forma como estes espaços de trabalho estão sendo desenvolvidos e tratados. Longe das características tradicionais dos antigos escritórios estes novos espaços estão sendo implantados em diversos locais e são vistos como ambientes em que o trabalho flui com prazer, qualidade e produtividade.

---

<sup>1</sup> Juciley Domingues da Silva- Aluna do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. Jucileyperola22@hotmail.com

<sup>2</sup> Tauani Domingos Vilarinho - Aluna do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. Tauani\_mg@hotmail.com

<sup>3</sup> Angélica P. Marsicano Tavares - Mestre – Professora do Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2017. [angelicamarsicano@gmail.com](mailto:angelicamarsicano@gmail.com)

<sup>4</sup> Rodrigo Augusto Bassan – Doutorando – Professor do Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2017. rodrigo\_bassan@yahoo.com.br

Pensar no profissional desde suas relações sociais de trabalho bem como no seu conforto tem sido um investimento de retorno àqueles que tem uma visão empreendedora. A concorrência está cada vez mais presente e acirrada, entretanto, tem-se também a necessidade de inovar e tornar o ambiente mais atrativo e sedutor ao cliente.

Pensando nisso, este projeto vem apresentar o desenvolvimento de um projeto de design para um escritório promocional de bebida energética e serviços corporativos e empresariais. O desafio encontra-se em desenvolver um ambiente descontraído, de caráter informal em uma proposta inovadora na qual usuários, clientes e colaboradores tenham possibilidade de cooperarem desde o processo criativo e geração das ideias de cada campanha a ser trabalhada.

#### **a. Briefing**

O cliente é Eduardo Mendes, solteiro, 31 anos de idade, mora em Araguari, empresário atuante no ramo têxtil de tecidos, quer investir em um espaço, e um ramo de atividade diferenciado, quer abrir um escritório moderno de bebida energética e serviços na cidade de Uberlândia – MG.

Leonardo deseja um escritório sensacional, onde a linha entre o trabalho e a diversão é bem tênue, para uma empresa de bebida energética, localizada no centro de Uberlândia.

Esta empresa será patrocinadora de vários esportes e esportistas radicais.

Neste projeto o cliente busca um ambiente moderno, alegre, diferente, criativo e que seja a cara da marca, o nome da empresa é X-Power, ela é especializada em bebidas energética, a logo escolhida foi X-Power, o logo tipo, Energy Drink.

As cores relacionadas são: vermelho, azul, prata, o slogan, energia que nos move. Este é um espaço de reuniões e ponto de encontro de todos os funcionários junto de atletas, artistas, designers, DJ's, fotógrafos e parceiros da marca, o público alvo são jovens e esportistas.

---

## **b. Imagem Empresarial**

A marca X Power pretende se estabelecer no mercado de energéticos com foco no público entre 18 a 45 anos.

O conceito da marca é dinâmico, auto irônica, festiva e com a mente aberta a novidades. O público jovem e os esportistas radicais são símbolos da marca.

O escritório X Power conta com uma logo caracterizada na figura 1.



*Figura 1 – Logo da empresa*

*Fonte: Própria autoria*

Tem foco em eventos jovens e campanhas de finais de semana em shoppings e barzinhos para promoção do seu produto além de patrocinarem eventos esportivos e estabelecerem-se como parceiros de lojas de matreiras esportivos.

## **2 O AVANÇO DOS ESCRITÓRIOS AO LONGO DOS ANOS**

De acordo com o site [auriflex.wordpress.com/2010/05/14/escolher\\_moveis](http://auriflex.wordpress.com/2010/05/14/escolher_moveis), o termo escritório refere-se a qualquer local a divisão de uma habitação ou de uma empresa, onde acontecem atividades administrativas, quer ao mobiliário mesas, cadeiras ou secretária com estantes, atendentes, utilizado para esse fim. Pode ter várias formas de organização e de distribuição do espaço, a quantidade de trabalhadores e a função de cada um irá exercer.

---

Ainda de acordo com site auriflex, existem escritórios ocupados por um único colaborador, em geral, um supervisor, gerente ou o até o próprio proprietário da organização. Há escritórios que são compartilhados por várias pessoas, tratando-se de um espaço de grandes dimensões, cada colaborador tem o seu próprio espaço de trabalho.

Desde que os escritórios foram inventados, eles se tornaram o nosso segundo lar e são neles que passamos a maior parte do tempo de nossas vidas.

## 2.1 Surgimento do primeiro escritório

Descrição da evolução dos escritórios ao longo dos anos. A figura 2 ilustra a “Casa de Café” de Londres século XVIII.

Aconteceu uma grande evolução desde a geração dos primeiros escritórios até a atualidade. No início os cafés, pubs londrinos, ou mesmo as casas das pessoas, eram utilizadas para a realização de reuniões importantes sobre trabalho, que muitas vezes duravam dias. Para economizar tempo, vários empresários decidiram por construir as suas casas sobre a loja ou fábrica de sua propriedade, e os afazeres de seus funcionários, que muitas vezes acabavam morando no mesmo local, se confundiam com os afazeres domésticos.

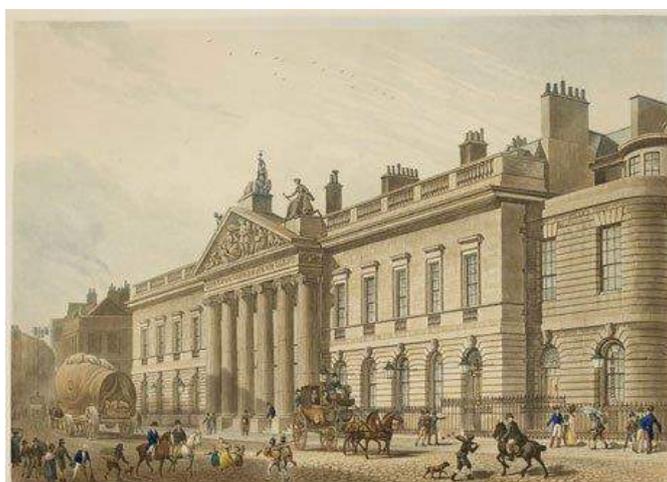


Figura 2 - Casa de Café de Londres século XVIII

Fonte: <http://franquiaempresa.com/2014/01/como-eram-os-escritorios-antigos-e-como-serao-em-2014.html>

## 2.2 East India House

De acordo com o site [franquiaempresa.com](http://franquiaempresa.com), um dos primeiros escritórios do qual se tem notícia, apareceu pela necessidade de guardar documentos e papéis importantes relacionados a uma empresa chamada "Companhia das Índias Orientais", foi fundado em 1729. Os colaboradores ficavam por várias horas organizando papéis e números. O East India House pode ser visto pela ilustração da figura abaixo.



*Figura 3 - East India House*

Fonte: <http://franquiaempresa.com/2014/01/como-eram-os-escritorios-antigos-e-como-serao-em-2014.html>

## 2.3 Os escritórios da década de 50 até 80

Conforme o site [franquiaempresa.com](http://franquiaempresa.com), as mulheres eram forçadas a trabalhar por que a maioria dos homens tinham ido para a guerra de 1914, elas preenchiavam as fábricas, e depois também os escritórios.

Ainda conforme o site [franquiaempresa.com](http://franquiaempresa.com), no ano de 1950 surgiram as primeiras divisórias, elas serviam para garantir privacidade e assim as pessoas podiam manter o foco no trabalho, as divisórias duram até os dias atuais. Como visto na figura 4.

---

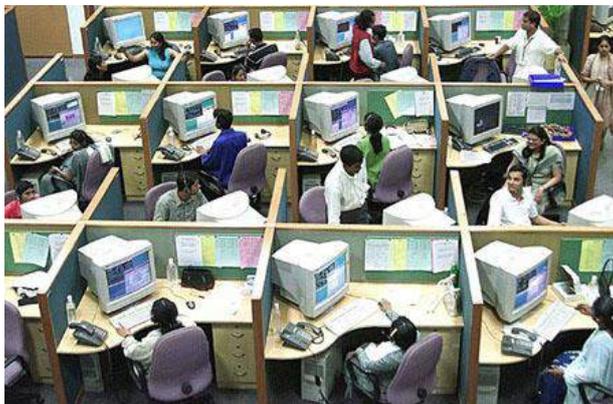


Figura 4 - Modelo dos escritórios da década de 50 até 80

Fonte: <http://franquiaempresa.com/2014/01/como-eram-os-escritorios-antigos-e-como-serao-em-2014.html>

## 2.4 Escritórios dos anos 2000

De acordo com o site [franquiaempresa.com](http://franquiaempresa.com), em 2000, os escritórios tiveram uma mudança. Empresas como Google, por exemplo, revolucionaram e evoluíram os ambientes dos escritórios, focando mais a criatividade, a liberdade de horários e abrindo mais espaço para os chamados “home offices”. As novas empresas priorizam, prezar a criatividade para obtenção de produtividade, elas fazem investimentos em jogos, academias, e áreas de lazer que os colaboradores, funcionários e sócios se sintam em casa. A figura 5 representa uma imagem de um escritório da empresa Google.



Figura 5. – Empresa Google

Fonte: <http://franquiaempresa.com/2014/01/como-eram-os-escritorios-antigos-e-como-serao-em-2014.html>

## **2.5 Evolução dos escritórios:**

Segundo o site [www.worksolution.ws/a-evolucao-dos-escritorios](http://www.worksolution.ws/a-evolucao-dos-escritorios), os ambientes de trabalho sofreram muita mudança significativa ao longo dos anos, antes era composto por um mezanino destinado aos gestores, ficando abaixo os funcionários, grandes salões para os administradores e escritórios super-requintados e individuais para executivos, criando no ambiente além da barreira invisível da divisão de cargos, barreiras físicas que isolavam o ambiente de trabalho.

Ainda conforme o site worksolution nos anos 50 os escritórios começaram a se firmar com essa mesma funcionalidade, fazendo com que o planejamento de arquitetos se voltasse apenas para a produtividade. E nos anos 60, foi a vez do crescimento dos espaços e da formação de áreas de descanso e copas, já que a carga horária do trabalho aumentou, os funcionários necessitavam de um descanso. Nos anos 70 foi a vez de subtrair as divisões por postos de trabalho, para nos anos 80, com os constantes registros de lesões por esforço repetitivo (LER) foi a vez da ergonomia invadir os escritórios. Nos anos 90 os pesados móveis de madeira maciça deram espaço para os aglomerados de madeira como o MDF e o MDP e com isso os postos de trabalho se tornaram móveis, tornando o local de trabalho mais espaçoso e prático.

Ainda consoante o site [www.worksolution.ws](http://www.worksolution.ws) a partir de 2000 o foco de funcionários de escritório se voltou para as suas carreiras, já que a maioria desses colaboradores passavam mais tempo no escritório do que em suas casas e, como todos queria mudar de cargo ou posto, naturalmente, os lugares fixos começaram a ser extintos e substituídos por salas com diferentes ambientações, isso deixavam os colaboradores livres para realizar o seu trabalho no espaço que mais se sentissem a vontade.

## **2.6 Coworking: Uma nova forma de pensar o ambiente de trabalho.**

A evolução da forma de enxergar o espaço de trabalho serviu para demonstrar o momento em que os profissionais da área de arquitetura se dão conta

---

que se o espaço de trabalho era ocupado por humanos, ele deveria ter um aspecto mais humana, de forma mais confortável.

Os espaços de coworking são resultado e definem bem esse conceito, já que a troca de ideias deixa o ambiente de trabalho mais rápido, sendo assim as pessoas felizes produzem mais e melhor. Esse tipo de espaço o coworking, materiais e recursos do escritório são compartilhados. Essa divisão deixa pessoas de diferentes áreas trabalharem, em uma mesma mesa grande e compartilhada, ou até mesmo que empresas diferentes dividam o mesmo espaço de trabalho.

Uma das melhores partes do coworking é o livre fluxo de diversas ideias e pontos de vista, que acabam ampliando os negócios e fazendo com que essas empresas prestem serviço umas às outras, tendo assim uma prosperidade juntas. Esse tipo de compartilhamento faz com que as empresas de coworking se aproximem mais ideologicamente, possuindo um foco não somente no lucro, conquistando cada vez mais admiradores entre os microempresários. Esses ambientes de *coworking* necessitam de uma atenção especial quando se fala sobre mobiliário corporativo e design de interiores.

A expressão coworking foi criada no ano de 1999 por Bernie de Koven. Em 2005, o termo foi usado pelo engenheiro de software Brad Neuberg, para designar o primeiro coworking, do qual foi o responsável. Reunido com os seus amigos, ele fundou o escritório chamado Hat Factory, em São Francisco, nos Estados Unidos, abriu as portas para aqueles profissionais que necessitavam de local para trabalhar e queriam trocar experiências. Por fim, um dos fatores que faz o coworking ser mais atrativo é a questão de compartilhar de experiências, ideias e valorização do networking através de contatos com vários profissionais no mesmo espaço. Hoje, o número de usuários de coworking vem crescendo gradativamente no mundo inteiro. Atualmente, são apontados dados de aproximadamente 110mil coworkers em 81 países. (<http://meuartigo.brasilecola.uol.com.br/atualidades/coworking-o-que-isso.htm>) escrito por ANNA YURI MIRANDA MURAYAMA)

De acordo com Andrade (2007, p.39), até o final do século XIX, nos espaços de escritórios trabalhavam somente homens com as mesas de trabalhado dispostos lado a lado, junto de seus supervisores ou do dono da empresa. As mesas eram grandes e de madeira escura, e em cima dela havia apenas a caneta e o tinteiro, a única tecnologia disponível na época, quando ainda valorizavam a habilidade da

---

escrita. A partir do início do século XX, houve uma grande expansão no setor industrial, que deu origem às grandes corporações. Conseqüentemente houve a necessidade de aumentar o número de funcionários e com isso, também aumentaram as exigências por maior controle dos funcionários pelos superiores, com cronômetro e a régua de cálculo.

Os ambientes corporativos precisam de espaços de trabalho de acordo com o modo particular de cada negócio e com as atividades realizadas em cada escritório, como locais para reuniões, criação - individual ou em grupo, sala de multimídia, produção, projeção e também bate-papo e relaxamento. Sendo assim, soluções padronizadas podem não atender às diferentes tipologias de ambientes de trabalho, sendo preciso o planejamento das configurações de acordo com os objetivos definidos pela estrutura organizacional e pelo entendimento de como funciona cada empresa.

Uma solução adotada foi um espaço que reúne a equipe, na sala de multimídia, onde foram colocadas divisórias com vidro duplo e elementos de absorção de som em todo o sistema de ar condicionado, neste espaço buscamos revestimentos que tornassem o escritório muito confortável e que trouxessem resultados ergonômicos adequados.

Como mais uma iniciativa inovadora, os empresários queriam transmitir aos funcionários um espaço de descanso e descontração. Partido dessa ideia, o projeto foi desenvolvido levando em consideração um espaço amplo com setores integrados.

Foi feita uma pesquisa entre funcionários afim de saber qual desejo e gostos daqueles que usariam o espaço. Assim, descobrimos o gosto pelos jogos eletrônicos, jogos de mesa, esportes radicais, uso de tabletes, além do desejo de um local adequado para as confraternizações e destinado ao descanso.

Este foi o ponto de partida, sem deixar de lado algo que é muito significativo para a empresa: o uso das cores e dos valores empregados. O mobiliário escolhido é prático, confortável, fácil de limpar, resistente e, ao mesmo tempo, pode ser deslocado de acordo com a necessidade de cada pessoa.

As demais áreas se integram e permitem um convívio maior entre as pessoas.

---

### 3 X POWER: DESIGN CORPORATIVO PROMOCIONAL

O projeto de design do escritório X POWER tem como espaço físico o último andar de um edifício de três pavimentos implantado no centro de Uberlândia.

#### a. Organograma/Fluxograma

A figura 6 apresenta o organograma do escritório X Power bem como sua setorização.



Figura 6 – Fluxograma do Escritório – X Power.  
Fonte: própria autoria

#### b. Programa de Necessidades

Após o estudo de fluxos definiu-se o programa de necessidades apresentado na tabela 1 que elenca as necessidades básicas e expectativas iniciais que satisfazem à proposta projetual pretendida pelo cliente.

**Tabela 1 – Programa de Necessidades.**

<b>Ambientes</b>					
RECEPÇÃO	BALCÃO	POLTRONAS	TAPETE	PUFF	TV
SALA DE JOGOS	PISTA DE SKATE	MESA DE SINUCA	DARDOS		
BAR	BALCÃO	BANQUETAS	MESAS	CADEIRAS	
ESCRITÓRIO	MESA	CADEIRAS	AR-COND.		
SALA REUNIÃO	MESA (ESTILO PING PONG)	CADEIRAS	DATA SHOW	TV	CORTINA BLACKOUT
SALA DE IDÉIAS	PAINEL	PUFFS	SOFÁ	MESINHA	
ÁREA DO LAZER	TAPETE GRAMADO	BALANÇOS	PUFFS		

*Fonte: Própria autoria.*

### **c. Resultado da análise de projetos similares**

Os estudos de casos para este projeto envolveram análises de três projetos similares ao aqui proposto.

Primeiro estudo de caso foi escritório Red Bull, o segundo estudo de caso foi um escritório de publicidade e o terceiro foi a empresa escritório da Google.

Nas três análises de similares estudadas a escolhida foi uma decoração mais alegre, extrovertida a base de tons coloridos e marrons amadeirados promovem um ar aconchegante e ultra alegre e contagiante.

Dentre as linhas compositivas predominam as formas retas, as linhas retas horizontais e linhas retas verticais que em si transmitem uma sensação de repouso e comprimento, calma e maior espaço. As cores mais usadas são as cores brancas e tons neutros.

A iluminação os fachos, pontos de luz, luminárias, prováveis equipamentos, etc): várias luminárias serão usadas dando assim um ar mais ameno, aconchegante.



Figura 7 – Escritório da Red Bull.

Fonte: <http://www.pinterest.com.br/redbull> 16/09/2016

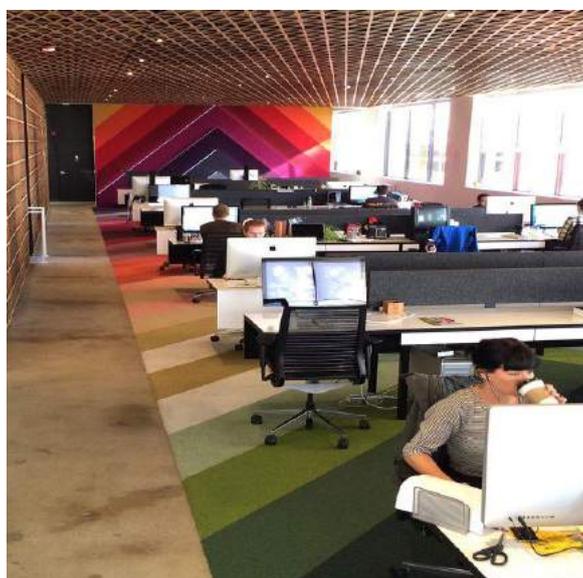


Figura 8 – Escritório de publicidade.

Fonte: <http://www.pinterest.com.br/ecritorios-de-publicidades> 16-09-2016

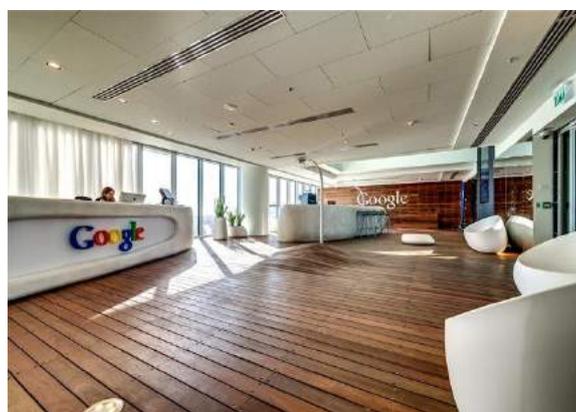


Figura 9 – Projeto Escritório Google

Fonte: <http://www.pinterest.com.br> \16-09-2016.html

Os materiais e acabamentos como piso amadeirado no piso, cadeiras brancas serão usadas para dar uma amplitude no ambiente.

Dentre os pontos positivos notou-se ambiente claro, suave, harmonioso tom amadeirado sua sensação de harmonia.

Dentre os pontos negativos quebrar um pouco da luz branca e móveis brancos.

#### d. Conceito do projeto e painel semântico

Descanso e criatividade no mundo corporativo!

O conceito do projeto surgiu a partir da exploração da palavra “escritório” e o desejo de saber toda sua evolução, deixando de lado todos os conceitos que podem ser julgadas como negativas: horários, hierarquias, trabalho controlado, etc.

Então, elaboramos um espaço colaborativo que não se traduz no escritório tradicional, mas um coworking sendo um espaço aberto, contendo sala de jogos e um bar como recepção fazem deste ambiente um local divertido e produtivo.

Nas figuras 10 e 11 são apresentados os painéis semânticos que inspiraram este projeto.



Figura 10 – Painel semântico  
Fonte: própria autoria



Figura 11 – Painel semântico  
Fonte: própria autoria

### e. Layout

A figura 12 mostra o layout do projeto.



Figura 12 – Layout X- Power  
Fonte: própria autoria

#### f. Memorial descritivo e imagens do projeto

A idealização do projeto tem como permissa básica, criar um ambiente interativo que não tenha cara de escritório, este espaço possui um elevador, escada, dois banheiros, sacada e um grande espaço aberto para ser trabalhado.

Na recepção para tirar o ar de seriedade, optamos por unir com um bar/lanchonete e uma sala de jogos, com o diferencial de uma pista de skate, para os radicais, sinuca, entre outros. O piso é um laminado nature savoy. As imagens das figuras 13 até 21, foram rende risadas no software Sketchup.



*Figura 13 – Recepção X- Power  
Fonte: própria autoria*



*Figura 14 – Sala de jogos e pista de skate X- Power  
Fonte: própria autoria*

Na área Lazer ao passar pela a parte da espera, nos deparamos com uma ilha de refúgio, num estilo mais zen, com o piso de tapete de grama sintética e vários balanços e pufes para as pessoas descansarem e relaxarem.



*Figura 15 – Bar X- Power  
Fonte: própria autoria*



*Figura 16 – Ilha de refúgio X- Power  
Fonte: própria autoria*

Os escritórios ficam bem ao lado dessa área de lazer, um espaço clean, interativo, com cadeiras modernas e muita claridade para poder trabalhar.

---



*Figura 17 – Sala de reuniões X- Power  
Fonte: própria autoria*

A sala da Criatividade é um ambiente com paredes de acrílico, extremamente aconchegante e descolada usada para explorar as ideias e discutir sobre elas.



*Figura 18 – Sala de ideias X- Power  
Fonte: própria autoria*

Na sala de reunião e multimídia, por ser uma empresa que promove e patrocina muitos eventos, é importante ter um espaço com privacidade para conversar com patrocinadores, marketing, promotores e até mesmo esportista. Nessa sala, também

com paredes de acrílico foi feita para isso, porém o diferencial fica na mesa da sala que ao invés de mesa normal de reunião, essa é uma mesa de ping-pong também, um charme.



*Figura 19 – Sala multimídia X- Power  
Fonte: própria autoria*

Os banheiros sem muitos detalhes, mas também tem seu diferencial, piso de porcelanato e bancada dupla moderna e espelho ondulado dão um toque.



*Figura 20 – Banheiros X- Power  
Fonte: própria autoria*

Na sacada também com o piso de tapete de grama sintética, optamos por deixar esse espaço mais verde. Temos uma parede de jardim vertical e cadeiras de ‘casa de vó’ para apreciar a vista e relaxar ao ar livre.



*Figura 21 – Sacada – varanda X- Power  
Fonte: própria autoria*

#### **4 CONCLUSÃO**

A proposta deste projeto foi elaborada para atender melhor os clientes e colaboradores do coworking. Este conceito proporciona ambientes aconchegantes e privativos para eventos e momentos de descontração. Cada móvel, cor e texturas, foram projetados para o bem-estar comum de todos os que transitam temporariamente e até mesmo os que ficam permanentemente trabalhando. Os ambientes produzem sensações de paz e alegria, seduzindo o cliente e tornando o local de trabalho muito mais prazeroso.

Criamos um ambiente que une grupos de pessoas que trabalham de maneira independente, mas compartilham valores e buscam a sinergia com pessoas talentosas dividindo um mesmo espaço, proporcionando relacionamentos importantes, gerando um fluxo de troca de ideias e experiências.

---

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Cláudia. **A História do Ambiente de Trabalho em Edifícios de Escritórios**, um Século de transformações. Editora C4 São Paulo, 2007.

<http://meuartigo.brasescola.uol.com.br/atualidades/coworking-evolucao-dos-espacos-escritorio-ate-hoje.htm> 17/09/2016 as 19:30

<http://www.artigos.com/artigos-academicos/15328-coworking-e-a-evolucao-dos-espacos-de-escritorios-ate-hoje> 19/09/2016 às 10:32

<http://www.worksolution.ws/classicos/a-evolucao-dos-escritorios/20/09/2016> as 21:04

<https://arcoweb.com.br/projetodesign/interiores/especifique-fundamental-e-a-rotina-de-trabalho> 13/09/2016 às 20:39

[https://auriflex.wordpress.com/2010/05/14/escolher\\_moveis/](https://auriflex.wordpress.com/2010/05/14/escolher_moveis/) 22/06/2017 as 23:17

<http://franquiaempresa.com/2014/01/como-eram-os-escritorios-antigos-e-como-serao-em-2014.html> 20/09/2016 às 21:47

## ABSTRACT

The present article exposes the development of a project of interior design for an office promo. The challenge is to relate the work and the fun in a-line design rather tenuous whose product focus is characterized by an energy drink. From the study about the transformations that have occurred in the offices through the ages explores the word “office”, leaving aside all the connotations that can be taken as negative as the times, hierarchies, etc. The proposed project involves research and analysis of similar projects as well as adds reference images in the search of a space collaborative that does not translate in the environment traditionally known as the office. The result elects, then, a concept of open space, and integrated environments, games room and a bar as the reception that make this office a fun place and, consequently, very productive.

**Keywords:** Corporate Design, Office, fun, work.

---

## DESIGN DE INTERIORES PARA ESPAÇO RELIGIOSO: Igreja São José

*Alci Severino da Silva Junior<sup>1</sup>, Raquel Maria Rodovalho<sup>2</sup>, Angélica Pereira Marsicano Tavares<sup>3</sup>, Aurea Eliana Felicio<sup>4</sup>.*

### RESUMO

O presente trabalho apresenta o desenvolvimento de um projeto de design de interiores para a Igreja São José em Uberlândia/MG. A proposta envolve a ambientação de um novo projeto arquitetônico que se encontra em construção para este espaço religioso. A principal demanda é a promoção de um ambiente receptivo e agradável, bem como acessível para melhoria na acomodação dos fiéis. O processo metodológico utilizado para este projeto envolve uma contextualização desde o estudo sobre a História de São José, até o levantamento das orientações litúrgicas para projetos e conservação de igrejas, passando por análises de projetos similares. A partir do projeto arquitetônico existente aponta-se um programa de necessidades que leva a um fluxograma e, paralelamente ao processo criativo, desenvolve-se o agrupamento de referências visuais para comporem o painel semântico que auxilia na conceituação do projeto. Por fim, apresenta-se o resultado obtido para as questões técnicas de ambientação como: layout, iluminação, piso, paisagismo, materiais e acabamentos, bem como mobiliário e acessórios sob a forma de imagens tridimensionais desenvolvidas em software apropriado.

**Palavras-chave:** Design, Igreja, São José, Fé, Originalidade.

---

<sup>1</sup> Alci Severino da Silva Junior do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. [alcisjunior@hotmail.com](mailto:alcisjunior@hotmail.com)

<sup>2</sup> Raquel Maria Rodovalho do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. [vitalis@hotmail.com](mailto:vitalis@hotmail.com)

<sup>3</sup> Angélica Pereira Marsicano Tavares, Graduação em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora e mestrado em Engenharia Elétrica pela UFU. [angelicamarsicano@gmail.com](mailto:angelicamarsicano@gmail.com).

<sup>4</sup> Aurea Eliana Felicio, - Profissional da Área de Decoração, co-orientadora neste trabalho.

## 1 INTRODUÇÃO

A Igreja da Comunidade São José em Uberlândia, uma das filiadas da Igreja Matriz Nossa Senhora do Caminho, localiza-se no Bairro Santa Mônica. Sua antiga edificação apresentada na figura 1, hoje encontra-se demolida, afinal, já não comportava satisfatoriamente seus fiéis devido às transformações ocorridas no bairro que levaram ao aumento da demanda por acomodações, bem como às próprias ações do tempo que a degradaram e a fragilizaram.

Com o intuito de estabelecer uma relação mais próxima com a comunidade transformada, aumentar o número de frequentadores e garantir o caráter simbólico do espaço religioso contemporâneo, a Igreja da Comunidade São José está sendo totalmente renovada, desde sua arquitetura ao seu interior.



*Figura 01 – Igreja da Comunidade de São José Fonte: Google Maps*

O novo projeto arquitetônico, hoje em construção, foi desenvolvido pela arquiteta Maria Regina Guedes Bernardes e está sendo executado como uma obra comunitária, realizada por fundos em eventos da Paróquia e de doações de empresas de comerciantes ligados à comunidade e região. Tal projeto, justifica-se enquanto propõe a solução dos problemas identificados na Igreja, como: a falta de espaço físico, principalmente na acomodação dos fiéis frequentadores; a inadequação do espaço

comum à assembleia; a falta de acessibilidade; sanitários inadequados e fora do alcance do público; e fachada sem caracterização de uma igreja.

O projeto de design de interiores, então, surgiu como demanda, estabelecendo-se diretrizes que culminam em aspectos funcionais, estéticos e de conforto. O objetivo é a conquista de uma ambientação mais receptiva e agradável, além de melhor acomodar dos fiéis e ampliar a capacidade de lotação com acessibilidade, a fim de proporcionar aconchego e aumentar o número de frequentadores durante as celebrações e eventos ocorridos na Igreja.

## **2 A IGREJA E SEU SIGNIFICADO**

Segundo o Dicionário Aurélio a palavra Igreja é: “Conjunto dos fiéis de uma religião; Congregação de todos os católicos sob a obediência ao seu clero; Autoridade eclesiástica; Edifício dedicado ao culto de qualquer confissão cristã.”

O termo “igreja” vem do Grego *EKKLESIA*, “assembleia, reunião”, derivado do verbo *EKKALEIN*, formado por *EK-*, “fora”, mais *KALEIN*, “chamar, clamar”. (Site de Etimologia) Significa convocação, nomeia as assembleias do povo religioso.

Conforme o Portal da Igreja Parati, tal termo já se utilizava desde o cristianismo primitivo. Designa o povo que Deus reúne em assembleia litúrgica. Depois do século IV d.C., a palavra "Igreja" também passou a denominar os templos nos quais os fiéis se reuniam.

Segundo Marco Antônio Morais Lima em “O espaço celebrativo segundo a imagem da Igreja, “ os primeiros cristãos não tinham um lugar fixo para a celebração de seu culto.” A Eucaristia era celebrada nas residências comuns e somente com o crescimento da comunidade cristã esta assembleia estabeleceu-se em um local especificamente direcionado a isto. A chamada casa da Igreja, *domus ecclesiae*, na Síria, séc. III.

Há muito tempo os templos religiosos representam, na Arquitetura e na Arte, o poder e riqueza de uma comunidade. Através desses espaços simbólicos e idealistas manifestavam-se tendências sociais e político-econômicas que guiavam uma sociedade. (FRAGA D.P.A e FRAGA P. N., Revista LUME, ed. 10)

---

Espaço contemplativo que recebe o nome de sua real função, Igreja, enquanto assembleia! Que reúne a comunidade cristã para ouvir a palavra e Deus, contemplar seu mistério, celebrar a Eucaristia<sup>5</sup>, renovar e fortalecer a fé dando ênfase aos ensinamentos de Jesus disseminando valores éticos e morais.

## **2.1 O ambiente litúrgico e suas características**

Conforme o Guia de Orientações para projetos, execução e conservação de Igrejas (COBECISA – Comissão para os Bens Culturais da Igreja da Diocese de Santo André) um espaço litúrgico deve levar em conta os seguintes aspectos:

- a) a assembleia deve ter condições de participar ativa e plenamente de todas as ações litúrgicas;
- b) o espaço celebrativo deve ser pensado a partir do altar, que é o centro da celebração;
- c) harmonia com todas as dimensões essenciais do ser humano: corporeidade, espiritualidade, recolhimento e comunhão, convite à expressão e à interioridade; d) expressividade simbólica e referência ao transcendente, convite à conversão e à fé em Jesus Cristo;
- e) simplicidade, nobreza, dignidade dos materiais na decoração e na ambientação;
- f) a imagem externa da igreja no conjunto da cidade e do bairro. Não se trata de fazê-la sobressair como um sinal de ostentação, mas, sim, de ser ela uma referência clara e testemunhal da comunidade cristã que ali se reúne. Considerar a cruz, o campanário e outros sinais.

---

<sup>5</sup> Eucaristia - palavra grega que significa “dar graças” ou “agradecer”. Esta palavra ganhou um significado novo e profundo quando os cristãos passaram a chamar de “Eucaristia” a Última Ceia celebrada por Jesus. Isto aconteceu porque nesta ceia Jesus “deu graças a Deus” e se entregou total e gratuitamente por amor à humanidade. Fonte: <https://www.rs21.com.br/site/jesusestanomeiodenos/eucaristia/>

---

g) a necessidade de zonas intermediárias, de espaços de encontro antes da celebração e da saída sem pressa e sem aglomeração. Na medida do possível, eliminar os obstáculos, as escadas, as portas muito estreitas e prever uma ambientação acolhedora.

Em um espaço litúrgico os setores essenciais caracterizam-se no documento sobre Artes Sacras do Pe. José de Leão Cordeira (Portugal) por:

- Presbitério - lugar em que o Bispo, presbíteros e ministros exercem o seu ministério. Deve distinguir-se, de forma conveniente, da nave da igreja, ou por uma posição mais elevada ou por uma estrutura ou ornamentação especial, de modo evidenciar a função hierárquica dos ministros.
  - Cátedra - um assento de espaldar alto tipo poltrona ou trono deve ser única e fixa, colocada de tal modo que o Bispo apareça efetivamente como aquele que preside toda a comunidade dos fiéis.
  - Capela da reserva eucarística separada da nave central – onde se localiza o sacrário;
  - Batistério – lugar reservado ao batismo;
  - Sacristia – onde se guardam as alfaias sagradas e, nos dias ordinários, o celebrante e os ministros se podem preparar para a celebração;
  - Vestiário - uma sala junto à entrada da igreja, na qual o Bispo, os concelebrantes e os ministros tomam as vestes litúrgicas iniciando a procissão de entrada.
  - Os assentos especiais e outros – para o restante de Bispos ou Prelados, porventura presentes, preparem-se, em lugar conveniente, assentos especiais, mas não erigidos em forma de
-

cátedra. O assento para o presbítero celebrante dispor-se-á em lugar diferente.

- A assembleia – bancos ou cadeiras ou poltronas para acomodação das pessoas respeitando as regras essenciais à acessibilidade

As ênfases neste tipo de ambiente devem ser dadas aos elementos funcionais:

- 1) O altar - mesa fixa ou móvel destinada à celebração eucarística que deve ser, o centro de convergência para o qual espontaneamente se dirija a atenção de toda a assembleia dos fiéis. Sobre ela, são colocados os objetos utilizados na celebração;
- 2) O ambão - estante de onde são proclamadas as leituras bíblicas, pode estar no presbitério ou outro lugar na nave central, desde que elevado;
- 3) O batistério – ou pia batismal – lugar reservado ao nascimento para fé, o batismo.

### **3 HISTÓRIA DE SÃO JOSÉ**

São José, esposo da Virgem Maria e pai adotivo de Jesus Cristo foi um homem humilde e justo que viveu segundo a “obediência da fé” (cf. Rm 1,5) . Era carpinteiro e vivendo do trabalho de suas mãos sustentou a família com dignidade e exemplo. Exemplo este que inseriu seu filho o caminho do trabalho. E Este, em uma simples carpintaria de Nazaré trabalhou até iniciar a vida pública, mostrando-nos que o trabalho é redentor. (Diocese de Uberlândia, 2014)

O carpinteiro precisa ter boas noções de geometria além de um conhecimento profundo sobre a madeira maciça em seu estado natural. Esta matéria-prima que nos proporciona uma textura rude, natural assegurada, nos remete à originalidade e ao aconchego. Nestes termos, o projeto de design de interiores para a Igreja da Comunidade de São José se apropria da madeira, como material de destaque, desde a natural até a transformada no intuito de aludir ao carpinteiro São José e seus

---

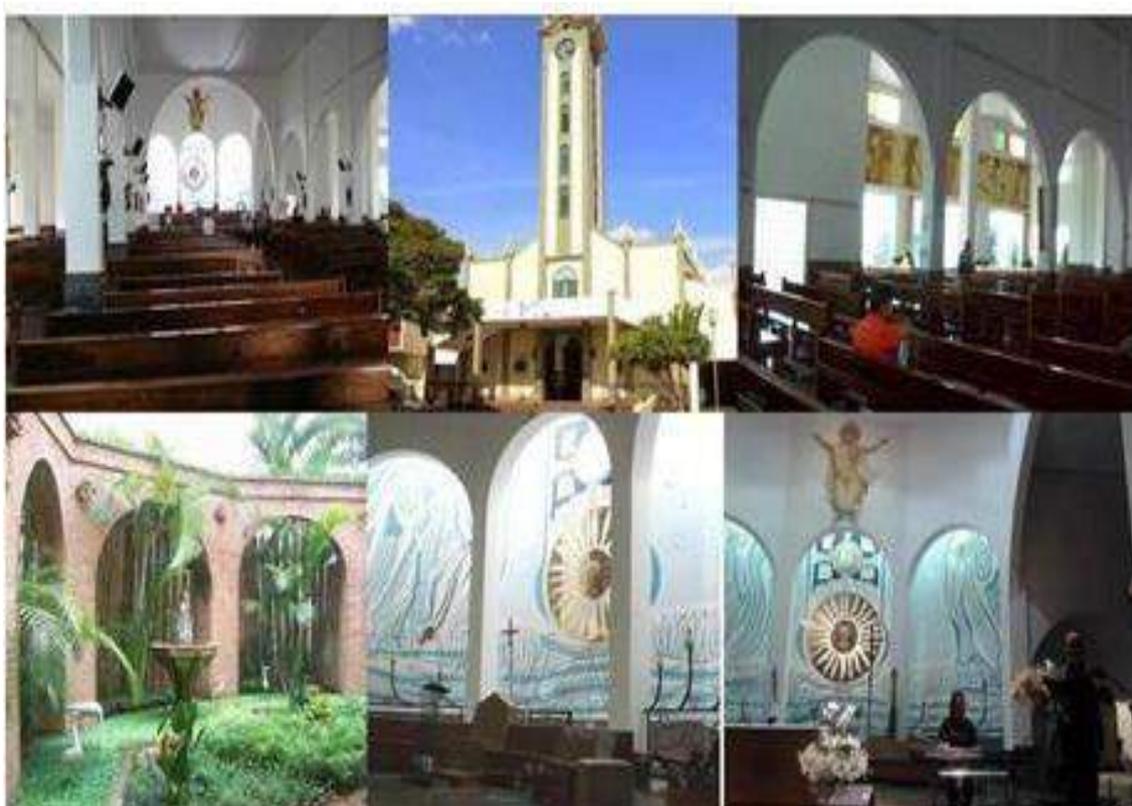
exemplos como: obediência à fé e ao Pai, humildade e justiça, valorização da família e crença na providência Divina.

#### 4 ANÁLISE DE PROJETOS SIMILARES

No intuito de se buscarem mais referências projetuais para este trabalho desenvolveu-se uma análise de outros três espaços religiosos da cidade:

- 1) Igreja de Nossa Senhora Aparecida, figura 2;
- 2) Igreja de Nossa Senhora da Abadia, figura 3;
- 3) Igreja de Nossa Senhora do Rosário, figura 4.

Cada igreja apresenta situações equivalentes a época que foram construídas, o processo de iluminação transmite paz e tranquilidade e satisfação aos fies frequentadores.



**Figura 2:** Igreja de Nossa Senhora Aparecida  
Fonte: Blog Arquitetura Romana, 2010



**Figura 3:** Igreja de Nossa Senhora Aparecida  
Fonte: Blog Arquitetura Romana, 2010



**Figura 4:** Igreja de Nossa Senhora Aparecida  
Fonte: Blog Arquitetura Romana, 2010

A igreja do Rosário e o Santuário são mais escolhidas para casamentos, pois apresenta uma beleza exuberante, e que fascina as noivas no seu interior. A Igreja do Rosário tem uma arquitetura rustica e rica em detalhes, muitas curvas e artigos antigos que fascinam pelo apelo épico, tanto na iluminação quanto na arquitetura barroca.

Igrejas mais contemporâneas, que são cuidadosamente formatadas em uma intensificação de clareza e simplicidade, como na igreja de Nossa Senhora da Abadia, que apresenta conceitos básicos dos locais celebrativos.

## 5 APRESENTAÇÃO DO PROJETO

### 5.1 Fluxograma



**Figura 5:** Fluxograma

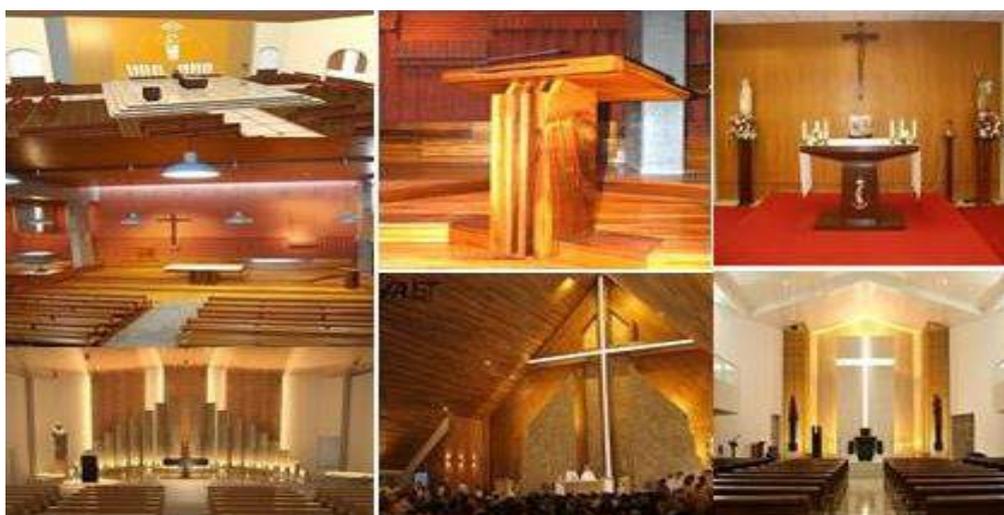
Fonte: Próprio autor

### 5.1 Painel Semântico e conceito de projeto

José, após o exílio ao retornar a Nazaré, montou sua carpintaria e conduziu com humildade sua família, em 1479 foi instituída a celebração em louvor a São José em 19 de março, em 1870 Ele foi declarado Patrono Universal da Igreja pelo Papa Pio IX . O Projeto visa valorizar a profissão do Santo padroeiro, destacando elementos de madeira rustica e painéis modernos em madeira, apresentando uma carpintaria tradicional e contemporânea.



**Figura 6:** Fluxograma  
Fonte: Próprio autor



**Figura 7:** Fluxograma  
Fonte: Próprio autor

## 5.2 Layout Tratado



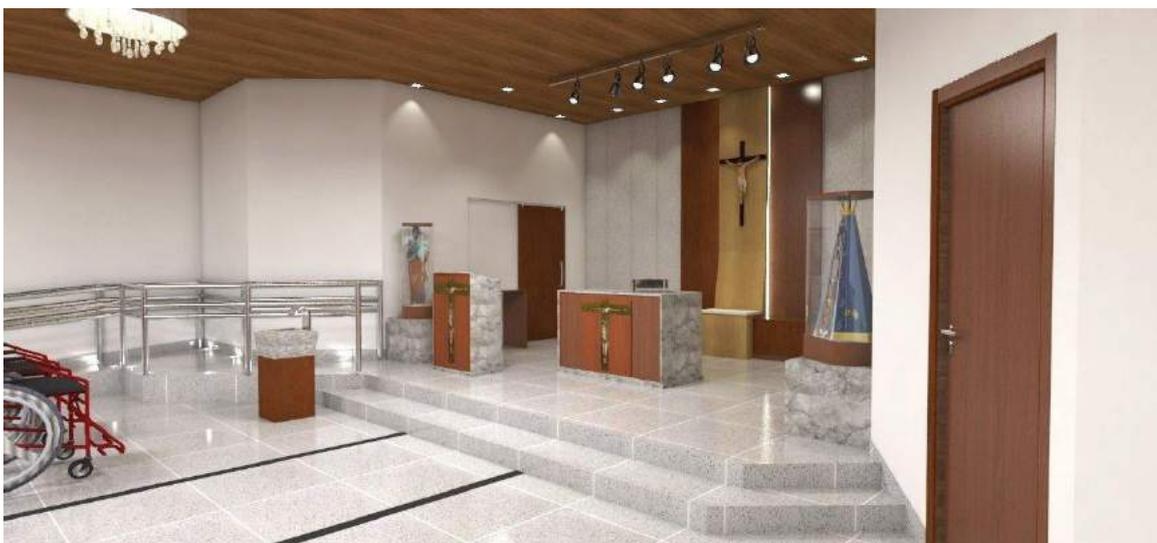
**Figura 8:** Piso inferior  
Fonte: Próprio autor



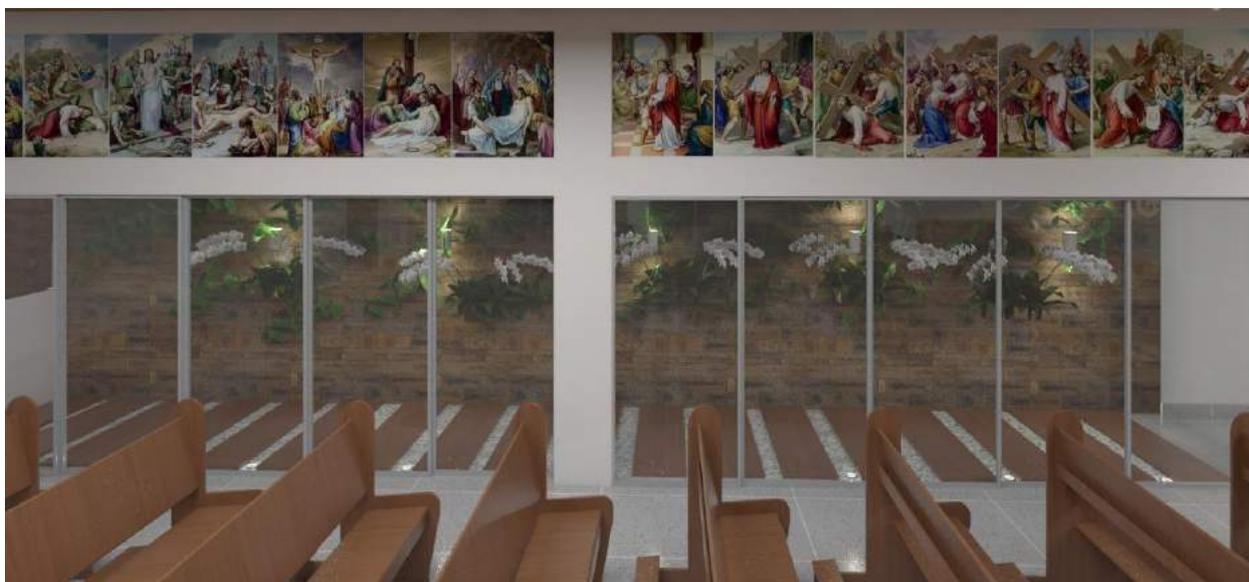
**Figura 9:** Piso Superior  
Fonte: próprio autor

## 6 MEMORIAL DESCRITIVO E IMAGENS

1. Autor do Projeto arquitetônico: Maria Regina Guedes – Arquiteta – CAU A 11990-3;
2. Projeto de Interiores: Alci Junior e Raquel Maria Rodovalho.
3. Resp. Técnico: Gilmar Rabelo – Eng. Civil – CREA/MG 37322
4. Proprietário: Diocese de Uberlândia – Paróquia Nossa Senhora do Caminho
5. Local: Rua João Velasco de Andrade 443, lote 19 Qd 51 – Sta Monica – Uberlândia – MG
6. Área: 538m<sup>2</sup>.



**Figura 9:** Vista lateral Presbitério  
Fonte: próprio autor



**Figura 10:** Via Sacra e Jardim vertical  
Fonte: próprio autor



**Figura 11:** Sala 3 (reunião)  
Fonte: próprio autor



**Figura 12:** Vista Frontal Presbitério  
*Fonte: próprio autor*

## 6.1 Piso Inferior

**Hall de entrada:** Consta uma porta (2,60m de largura x 2,10m de altura) em madeira na cor mogno, piso em granito 85x85cm branco Ceará, assentados com cimento colante, paredes de alvenaria na cor branco neve revestida em parte com painel de madeira na cor Mogno sobre a escada. DML com paredes em alvenaria na cor branco neve, contendo um tanque, contem banheiro masculino e feminino, com fraldário, com portas de madeira na cor mogno, de 0,90m de largura.

**Assembleia:** piso granito branco Ceará 85x85cm assentados com cimento colante, paredes em alvenaria na cor branco neve com pé direito de 4,5 m de altura, com portas de vidro temperado nas laterais sendo duas em cada lateral (5m largura x 2,1m altura), teto em laje revestido em madeira na cor mogno, escadas em tabua corrida para acesso ao piso superior padrão Ipê aplicado sobre o contra piso e encerado.

---

**Jardins verticais:** piso em área permeável, paredes em alvenaria, chapisco coberta com plantas (orquídeas e samambaias);

**Altar:** piso granito branco Ceará 85x85cm assentados com cimento colante, com elevação em dois degraus com 28cm de altura, paredes em alvenaria branca neve com pé direito de 4,5 m de altura, rampa de acessibilidade a esquerda, contém duas portas de madeira (0,95m x 2,1m) de corrediças na cor mogno, sendo uma de acesso a sacristia a esquerda e a segunda de acesso ao almoxarifado à direita Capela do Santíssimo, teto em laje.

**Almoxarifado:** Piso em granito branco Ceará assentados com cimento colante, com paredes em alvenaria na cor branco neve.

**Sacristia:** Piso em granito Ceará assentados com cimento colante, com paredes em alvenaria na cor branco neve, banheiro intimo com porta em madeira na cor mogno (0,90m x 2,1m), contendo um assento sanitário na cor branca e um lavabo na cor branco.

## 6.2 Piso Superior

Hall de entrada com piso em granito branco Ceará 85x85 assentados com cimento colante, banheiros masculino e feminino com portas acessíveis (1,2m x 2,1m), copa contendo pia, fogão e balcão para acessório e eletrodomésticos, hall de acesso a 3 salas com 1,3m de largura, janelas em vidros temperados de sendo 4 com (5m x 1,5m a partir do parapeito) e outras 4 com (2,5m x 1,5m a partir do parapeito).

## 7 CONCLUSÃO

Para nós, cristãos, a igreja é o espaço não somente de sentimentos e emoções religiosas, mas, sobretudo, da presença real de Cristo na Eucaristia entre seus discípulos. É experiência de um Deus que lá vive, faz viver e pulsar todo o espaço litúrgico. A arquitetura sacra é o meio para encarnar e mostrar essa presença. O

---

arquiteto pode até não ser cristão, mas deve ter uma forte experiência religiosa, porque não está construindo um monumento para um herói, um edifício público e social, mas uma casa de Deus para Deus e seus fiéis.

## REFERÊNCIAS

BLOG. ARQUITETURA, RESTAURO, DECORAÇÃO, PAISAGISMO, 2010. Disponível em: <<http://epocaarquitetura.blogspot.com.br>>. Acesso em: 18 de Abril de 2017.

BLOG. ARQUITETURA ROMANA EM UBERLÂNDIA, 2010. Disponível em: <<http://arquiteturaromanaudi.blogspot.com.br>>. Acesso em: 18 de Abril de 2017.

Citações bíblicas: Bíblicas Sagrada. Tradução da CNBB. 7 ed. 2008 – Edições Paulinas p. 43.

Diocese de Uberlandia. **Quem foi São José?** Desde março de 2014. Disponível em: <http://www.elodafe.com.br/paroquia-sao-jose-esta-em-festa-pelo-seu-padroeiro/> acessado em abril de 2017

EUSÈBE DE CÉSARÉE. **Histoire Ecclésiastique**. Paris: Cerf, (Source Chrétienne 55) 1958, p.81.

**GUIA DE ORIENTAÇÕES PARA PROJETOS, EXECUÇÕES E CONSERVAÇÃO DE IGREJAS**. DIOCESE DE SANTO ANDRÉ. Organização: COMISSÃO PARA OS BENS CULTURAIS Comissão para o Museu e Memória Comissão de Arte Sacra (construção, reforma e restauração). 2016.

HOPKINS, Clark. **The discovery of dura-europos**, New Haven and London, Yale University Press, 1979.

## LEGENDA DAS SIGLAS

IGMR - INSTRUÇÃO GERAL DO MISSAL ROMANO (26/3/1970)

CB - CERIMONIAL DOS BISPOS  
(14/9/1984) SC - CONSTITUIÇÃO  
LITÚRGICA (4/12/1963)

---

**ABSTRACT**

The present work presents the development of a project of interior design for the St. Joseph's Church in Uberlândia/MG. The proposal involves the setting of a new architectural project that is under construction for this religious space. The main demand is to promote a receptive environment and pleasant, as well as accessible to improvement in the accommodation of the faithful. The methodological process used for this project involves a contextualization since the study of the History of St. Joseph's, until the withdrawal of the guidelines for liturgical celebrations, for projects and conservation of churches, passing by the analyses of similar projects. From the architectural design to the existing points-if a program needs that leads to a flowchart, and in parallel to the creative process, develops the pool of visual references to make the panel semantic that assists in the conceptualization of the project. Finally, it presents the result obtained for the technical issues of setting such as layout, lighting, flooring, landscaping, materials and finishes, as well as furniture and accessories in the form of three-dimensional images developed in the appropriate software.

**Keywords:** *Comfort, Respect, Devotion, Faith, Originality.*

---

## PROJEÇÃO CRIAÇÃO: escritório de móveis planejados

*Ângela Maria Arantes<sup>1</sup>, Roger Alves Melo<sup>2</sup>, Angélica P. Marsicano Tavares<sup>3</sup>, Rodrigo Augusto Bassan<sup>4</sup>*

### RESUMO

Nos últimos tempos, as transformações ocorridas no dia-a-dia das pessoas aliadas à valorização do espaço físico, independentemente do setor, seja residencial, comercial ou empresarial, implicaram em uma demanda por espaços mais reduzidos. Em âmbito residencial destaca-se a integração das áreas de convivência, alimentação e lazer bem como a diminuição das áreas íntimas e serviços. Em muitos casos agregam-se, ainda, espaços de trabalho. No que tange aos espaços comerciais e empresariais a versatilidade tem sido discutida como a chave para a conquista do sucesso e fidelização dos clientes. Em qualquer que seja a aplicação, os móveis planejados sob medida apresentam-se como grandes aliados na batalha de se conquistar funcionalidade, praticidade, personalização e conforto visual garantindo a otimização do espaço útil. Independente do setor, quer seja em ambientes residenciais, comerciais, empresariais ou institucionais há sempre espaço para um bom planejado. Este trabalho, ressalta a importância da utilização do mobiliário sob medida e apresenta o projeto de um escritório de design especializado neste serviço. A pesquisa envolve desde estudos históricos relacionados ao surgimento dos escritórios e sua evolução até discussões sobre aspectos transformadores do cotidiano que influenciaram na forma de morar e trabalhar refletindo no mobiliário componente destes ambientes. A metodologia projetual aplicada passa pelo delineamento do perfil do cliente, programa de necessidades, organograma, levantamento de referências imagéticas projetuais e, envolve ainda, análise de projetos similares para embasamento do conceito de projeto e processo criativo. Como resultado, o escritório “Projeção e Criação” se apresenta em um conceito de trabalho colaborativo no qual designers, marceneiros, parceiros e o próprio cliente participam de maneira ativa do processo criativo de design para que a troca de experiências seja motivadora da realização de sonhos e superação de expectativas.

**Palavras-chave:** design colaborativo, móveis sob medida, móveis planejados, design de interiores, showroom.

<sup>1</sup> Ângela Maria Arantes - Aluna do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. E-mail de contato

<sup>2</sup> Roger Alves Melo - Aluno do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. E-mail de contato

<sup>3</sup> Angélica P. Marsicano Tavares - Mestre – Professora do Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2017. [angelicamarsicano@gmail.com](mailto:angelicamarsicano@gmail.com)

<sup>4</sup> Rodrigo Augusto Bassan – Mestre – Professor do Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2017. [rodrigo\\_bassan@yahoo.com.br](mailto:rodrigo_bassan@yahoo.com.br)

## 1 INTRODUÇÃO

Nos grandes centros urbanos, hoje, pode-se perceber uma intensa busca por ambientes reduzidos motivada por três aspectos: o primeiro, a valorização imobiliária e o acesso ao investimento facilitado. O segundo, a busca pelo modo de vida urbano impulsionado pela correria, praticidade, proximidade com os serviços e transportes, mercado de trabalho mais acessível e equitativo, e a possibilidade de se dispensar os serviços das empregadas domésticas. Por último, e não menos importante, as transformações na célula familiar como a redução do número de filhos por casal e o aumento do número de pessoas solteiras ou divorciadas. “As famílias diminuíram e estão sendo formadas mais tarde” conforme Maria Lucia Refinecci Martins, professora da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (FAU), da Universidade de São Paulo (USP) em entrevista para a Revista Isto é. “Desde 2007, a área média dos imóveis diminuiu 30% (de 102,33 m<sup>2</sup> passou para 71,58 m<sup>2</sup>) e o mercado de apartamentos de um quarto explodiu.” (Isto É, 2013). Há um forte investimento em áreas comuns ou de convivência em detrimento das áreas íntimas. Os novos hábitos influenciam diretamente a configuração dos projetos que se caracterizam com a integração da sala de estar, TV, varanda gourmet, cozinha e jantar apresentando os quartos menores. Em qualquer que seja o ambiente, os móveis exercem importante papel na percepção espacial e determinação funcional do todo. Neste contexto, o design de móveis planejados vem promover a otimização do espaço útil associada à praticidade, personalização, funcionalidade e conforto visual.

Pensando nisso, este trabalho vem apresentar o desenvolvimento de um projeto de design para um escritório de móveis planejados vislumbrado por um casal de designers recém-formados que pretende investir neste ramo.

A ideia de praticidade e cooperação, surge desde as primeiras entrevistas com os clientes que dizem ser a satisfação de seu público e a qualidade de seu trabalho as maiores armas para se conquistar a longevidade de seu negócio e fidelidade de seus clientes.

---

Para tanto, a partir de discussões sobre as transformações ocorridas no modo de vida urbano nos últimos tempos, estrutura-se este trabalho objetivando:

- Estudar a evolução dos escritórios, dos tradicionais aos cooperativos;
- Relacionar o mobiliário ao ambiente e discutir a importância do planejado, sob medida;
- Estudar layouts e conceitos envolvidos nas aplicações dos móveis planejados atuais através de análises de projetos similares;
- Promover uma busca de referencial de imagem que norteie o conceito de projeto pretendido.
- Desenvolver alternativas projetuais que garantam a satisfação dos clientes respondendo às expectativas de seu público-alvo.

## **2 PERFIL DOS CLIENTES E IMAGEM EMPRESARIAL**

O jovem casal de designers, recém-formados, tem por meta investir na área moveleira com ênfase em móveis planejados e sob medida, ramo no qual ele já trabalha há alguns anos. Seu intuito é lançar uma nova marca apresentando-se ao mercado de trabalho de uma forma diferenciada em um conceito de cooperação. Pretende estabelecer um local de trabalho no qual designers, profissionais parceiros, marceneiros e o próprio cliente possam trabalhar em conjunto, trocando experiências e sugestões em prol da qualidade dos serviços e da garantia de ambientes mais adequados aos seus usuários em termos de conforto, praticidade, funcionalidade e estética.

A marca “Projeção e Criação” apresentada na figura 1, traz o slogan “Planejando seus sonhos” em um conceito de trabalho cooperativo e ambientes práticos para o dia-a-dia. Pretende se fixar no mercado pelo diferencial em atendimento e pela valorização do cliente como parte ativa no processo de criação.

---



Figura 1 – Logo do Escritório de Móveis Planejados - Projeção e Criação.  
Fonte: própria autoria

Para o seu funcionamento são previstos uma sala de criação, sala de reuniões, uma recepção, um café com área de convivência, sanitários, almoxarifado e DML além de uma área para mostruário (showroom).

Afim de se padronizar a vestimenta e acima de tudo proporcionar a sensação de profissionalismo, organização e confiança fortalecendo a marca, tanto o casal de designers quanto seus colaboradores: uma recepcionista; um vendedor e um estagiário, serão uniformizados com calça jeans tradicional ou social tipo alfaiataria e camisa social feminina/masculina em tricoline com elastano branca e logo bordada à esquerda. Os serviços de limpeza e manutenção dos jardins deverão ser terceirizados.

### 3 PROGRAMA DE NECESSIDADES E FLUXOGRAMA

O Programa de Necessidades para este projeto envolve:

- **Recepção e espera:** 1 Mesa, 1 cadeira, 2 poltronas, 1 computador, porta canetas, bloco de anotação, telefone, porta revistas, agenda, ar condicionado.
- **Showroom:** showroom para exposição dos produtos criados (para ser trocado de 6 em 6 meses), 1 poltrona.
- **Café e convivência:** cafeteira elétrica, mesa, duas banquetas, potes de vidro para bolachas, porta copos para café ou chás, purificador de água, frigobar, lixeira para descartáveis, 1 bistrô com 4 cadeiras.
- **Sala de criação:** 1 Mesa, 2 cadeiras, blocos para projeto, armário com divisória para projetos, porta canetas, 2 computadores, ar condicionado.

- **Sala de reuniões:** 1 mesa grade com 6 cadeiras para reuniões, 1 mesa para estagiário com 1 cadeira, 1 plotter para impressão de projetos, 1 computador, ar condicionado.
- **Sanitários:** 1 banheiro, 2 vasos sanitários acessíveis, pia, porta toalhas de rosto, saboneteira, porta toalhas de papel.
- **Almoxarifado /DML:** Armários para material de limpeza, armários para depósito de materiais de escritório.

A figura 2, apresenta o fluxograma do escritório a ser implantado em um terreno do setor sul da cidade de Uberlândia:



Figura 2 – Fluxograma do Escritório de Móveis Planejados - Projeção e Criação.  
Fonte: própria autoria

#### 4 EVOLUÇÃO DOS ESCRITÓRIOS

Os escritórios originaram-se, por volta de 1800, da demanda de banqueiros e advogados e, posteriormente, de contadores e copistas por espaços dedicados ao desenvolvimento de suas tarefas. Com a necessidade de se agregarem auxiliares, chefes e subordinados sentavam-se lado-a-lado estreitando suas relações.

Conforme TOZZI (2014), até 1920 o desenvolvimento do capitalismo gerou aumento da burocracia e elevou a demanda por profissionais especializados. As mulheres, ingressavam no mercado de trabalho como secretárias, supervisionadas

pelos homens. Telefones e telégrafos se popularizaram e permitiram a separação entre fábricas e seus escritórios.

Nos anos 30, o taylorismo propôs rigidez no layout, padronização do mobiliário e segregação espacial como forma de se reafirmar a hierarquia garantindo a disciplina e o controle. (CALDEIRA, 2005)



*Figura 3 – Escritório no Taylorismo*

*Fonte: <http://coisasdobrasil.com.br/evolucao-do-espaco-de-trabalho/>*

Reflexo da Revolução Industrial traz a linha de montagem e a produção em série, em uma organização contínua e não celular.

Nos anos 50, a engenharia civil em avanço permitiu o surgimento dos arranha-céus de escritórios abertos, modernos e funcionalistas, confortáveis, porém hierarquizados. Consideravam aspectos de conforto térmico e lumínico, psicológicos e sociais, porém, voltava-se à produtividade. Através do mobiliário criavam-se divisões que determinavam os grupos de trabalho e o fluxo de circulação.



*Figura 4 – Escritório Aberto*

*Fonte: <http://coisasdobrasil.com.br/evolucao-do-espaco-de-trabalho/>*

Após anos 60, a chegada das máquinas de datilografia automatizou o processo de trabalho e o escritório passou a ser organizado de acordo com o fluxo de informação. Os espaços de trabalho envolveram áreas de descanso e copas. Mobiliário permitia versatilidade e mobilidade. Valorizavam espaços profundos e a hierarquia era suplantada pelo fluxo de informações. Nos chamados escritórios panorâmicos, denominados *Action office* a empresa moveleira norte-americana Herman Miller estabeleceu os cubículos ou baias, mais do que como uma linha de mobiliário para escritórios uma concepção sobre a funcionalidade e a dinâmica do trabalho coletivo com diferenciais em privacidade. (CALDEIRA, 2005) A figura 5 ilustra este conceito.



Figura 5 – Escritório Paisagem

Fonte: <http://coisasdobrasil.com.br/evolucao-do-espaco-de-trabalho/>

Nos anos 80, após grande registro de afastamentos ocasionados por lesões por esforços repetitivos (LER) a preocupação ergonômica se fez presente. Os computadores inicialmente inseridos para controle de dados, aos poucos se tornou equipamento individual nos postos de trabalho tornando a comunicação presencial menos representativa.

Nos anos 90, os móveis pesados de madeira maciça deram lugar às madeiras transformadas como MDF e o MDP possibilitando maior mobilidade e dinamismo.

Com a chegada do novo milênio, em virtude do tempo dedicado ao trabalho e as novas tecnologias disponíveis (notebooks, tablets, pen drives, wi-fi, etc.) os

funcionários focaram em suas carreiras e flexibilizaram o local de trabalho, abrindo mão de um posto fixo por ambientes mais descontraídos.

Hoje, o conceito “COWORKING”, mostrado na figura 6, valoriza o pensamento conjunto.



Figura 6 – COWORKING

Fonte: <http://coisasdobrasil.com.br/evolucao-do-espaco-de-trabalho>

Escritórios descontraídos e tecnológicos, integrados e humanizados, voltados para a interação. Fundamentam-se no compartilhamento de espaço, recursos, ideias, experiências e conhecimento ocasionando maior dinamismo ao ambiente de trabalho e conseqüentemente maior bem-estar no desenvolvimento das tarefas refletindo um uma produção de maior qualidade e quantidade. Soluções tipológicas mistas de layout possibilitam o trabalho individual ou em grupo e a hierarquia dá lugar à participação, à criação, à integração.

## 5 MÓVEL MODULADO OU PLANEJADO - DIFERENÇAS

Ao contrário do que muitos pensam, tanto os móveis modulados como os planejados partem de uma modulação fixa, pré-fabricada que determina dimensões e padrões.

O processo de fabricação envolve a produção quantitativa em série e, teoricamente, otimizam-se os custos. Estes, muitas vezes, apresentam-se diferenciados pelas possibilidades de acessórios agregados.

Nos modulados tem-se estabelecido a peça modelo que não vai sofrer alterações ou receber acessórios ou arremates para adaptações ao espaço necessário.

Já nos planejados isto se torna possível, agregando-se arremates, acabamentos ou promovendo-se alguns cortes para se adaptar à medida necessária ou ao gosto do cliente. Porém, há um limite. As bibliotecas de cada indústria moveleira permitem certas edições modulares para se adaptem ao espaço. A desvantagem é que nem sempre atende todas as necessidades do cliente, dada a obrigatoriedade de se adaptar dentro das limitações de modulação.

Quando se opta por um móvel planejado, o mito de que não poderemos influenciar no processo de produção ainda predomina. No entanto, grandes fornecedores estão aptos a aceitar sugestões para que o produto final tenha a cara do cliente. Além de controlar a escolha de materiais, você pode acompanhar e opinar durante o processo de produção. Na fase de desenvolvimento do projeto, a sua opinião é bem-vinda para que todos os ajustes necessários sejam feitos. Sem contar que a padronização e uso de maquinário de última linha que garantem um acabamento perfeito.

## **6 MÓVEL SOB MEDIDA E SUA IMPORTÂNCIA**

Frente à grande dificuldade de se encontrarem prontos os móveis que se encaixam perfeitamente nos espaços construídos criaram-se os móveis feitos sob medida com características exclusivas e com personalidade. São concebidos sem escala de produção considerando o desejo do cliente e as medidas exatas do ambiente onde será alocado, e, portanto, integrando-se à arquitetura. Permite a escolha de materiais, cores e formatos que se encaixam melhor a cada gosto e preferência além de aceitarem detalhes únicos como frisos, recortes e até molduras distintas. Como vantagens destacam-se: a otimização do espaço útil, aproveitando-o e tornando mais fácil a organização dos ambientes; possibilita ajuste de projeto para adequação em orçamento, versatilidade de customização, além de valorizar o imóvel esteticamente e financeiramente.

---

## **7 ESCRITÓRIOS PLANEJADOS NO BRASIL**

A primeira loja de Planejados no Brasil foi fundada em 1950, na cidade de São Paulo com o seu primeiro nome de Celmar Armários Embutidos, e no mesmo ano o surgiu o nome Marcenaria Sarzedas, que deu início em um pequeno porão e uma antiga casa no centro de São Paulo.

De acordo com os dados do IBGE enquanto as vendas do comércio em geral relatam queda de 5,2% em janeiro 2016, em comparação ao mesmo mês de 2015 o mercado de planejados vem crescendo em meio à crise. Os motivos dos bons resultados são a demanda do consumidor que procura aproveitar o máximo de espaços em casas e apartamentos.

Esse aquecimento do cenário para o setor representa uma ótima oportunidade de investimento. É importante lembrar que o empreendedor, que desejar apostar nesse ramo conheça as tendências do mercado.

## **8 ANÁLISE DE PROJETOS SIMILARES**

SCA- Fundada em 1967, conta com estrutura fabril situada em Bento Gonçalves-RS(Brasil)

A SCA ela propõem design moderno sofisticado e muito marcante pelos seus produtos e tendências internacionais e sua elegância e estilo Italiano. Por ser voltado por um estilo Internacional eles não deixam de se dedicar os produtos ao mercado brasileiro. A experiência da marca traz a tecnologia e o desenvolvimento de soluções completas de interiores corporativos envolvendo totalmente com o projeto até sua fabricação. A figura abaixo mostra a cozinha.

---



Figura 7-A



Figura 8-B



Figura 9-C

Figura 7 – SIMILAR 1 - Favorita- Localizada em Bento Gonçalves- Serra Gaúcha  
Fonte: google imagens

A figura A- Representa uma cozinha com pedras Naturais como granito ou Marmore que composta por iluminação dá um efeito diferenciado na cozinha.

A figuraB – Ela e composta por um painel em formas geométricas e composta por uma iluminação natural com paredes de vidro.

A figura C- O escritório por ser um ambiente mais clean também composto por linhas retas.

A Favorita é uma das principais marcas Únicas Moveis uma das maiores e modernas empresas de moveis planejados da América Latina. Suas características são originalidade no ambiente proporcionando conforto, e altamente personalizado, dando privacidade e elegância em cada ambiente planejado. Utilizando se de moveis de do contemporâneo ao versátil propondo vários estilos dos mais variados.



→ Figura 10-D



→ Figura 11-E



← Figura 12-F

Figura 8 – SIMILAR 2 – Art Linea  
 Fonte: google imagens

A figura D- Com sua cozinha mais moderna e uma mistura do planejado no tom rustico da uma leveza e compoe-se dos armarios e prateleiras diferenciando de uma cozinha com muitos detalhes

A figura E- banheiro bem moderno composto por pastilhas de vidros, dado charme com o diferencial do armario e sua cor por destaque.

A figura F- Com quarto luxuoso com cores neutras de uma composição elegante e papeis de parede para dar mais charme.

A Art. Línea uma das principais preocupações e a qualidade do moveis de sua fabricação própria e a escolha de seus fornecedores e parceiros e de sua equipe e também da pratica sustentáveis para contribuir ao meio ambiente.



Figura 13-G



Figura 14-H



Figura 15-I

Figura 9 – SIMILAR 3 - SCA  
 Fonte: google imagens

A figura G- Composto por linhas sinuosas e por representar um projeto de interatividade

A figura H- Com uma cozinha pequena e apresentavel da se o charme por sua bancada e banquetas de acrilico incolor.

A figura I- de composta por poltronas com design diferenciado e painel com formas geometricas e a composição de cores da o diferencial em toda a sala.

Os Projetos das empresas SCA, Favorita e Art. Línea são comparados das seguintes maneiras são empresas de planejados iguais porem cada uma trabalha com sua personalidade e identificação na criação de seus ambientes mais o que há em comum é a preocupação em atender de forma personalizada cada cliente, de maneira que o projeto ambientando seja aconchegante e confortável e com seus devidos cuidados contribuindo com o meio ambiente sem degrada-lo. Comparando a nossa linha de trabalho e fornecer melhorias em nosso potencial no mercado de trabalho atendimentos diferenciados e a proposta e a receptividade façam com que o cliente possa interagir, opinar e interagir com o ambiente.

## 9 CONCEITO PROJETUAL E PAINEL SEMÂNTICO



Figura 16 – Painel Semântico  
Fonte: própria autoria

## 10 MEMORIAL DESCRITIVO

A figura 17 apresenta a setorização estabelecida para a instalação da empresa de tal forma que os clientes possam se sentir convidados a visitar tanto o showroom como as salas de criação.

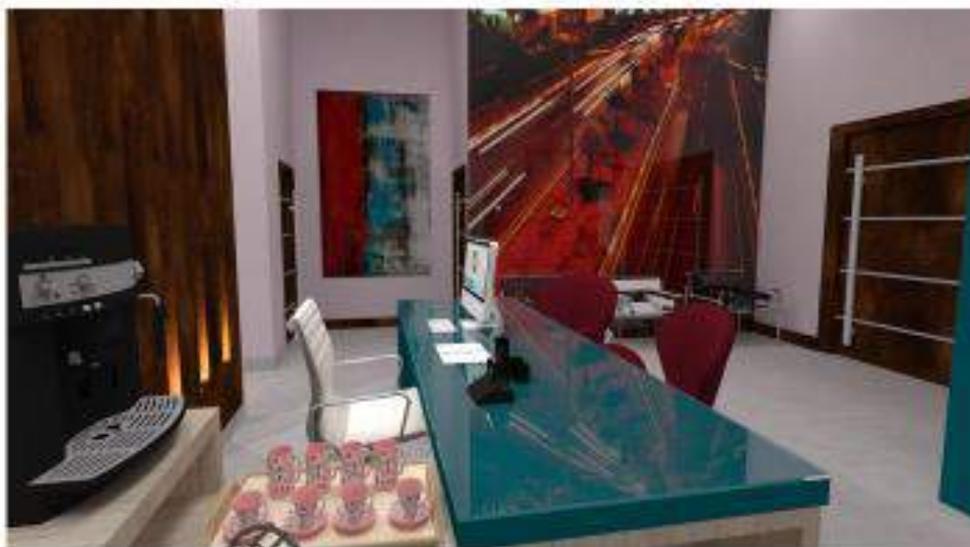


Figura 17 – Setorização  
Fonte: própria autoria

O projeto se torna convidativo e prático por deixar em contato clientes, projetistas/ designers e os técnicos da produção, podendo discutir entre si e interagir de modo a tornar o projeto viável e de alta qualidade para o cliente final.

Ao adentrar pelo ambiente tem-se a sensação de aconchego e conforto com poltronas bem sofisticadas e atrás delas uma foto representando nossa cidade para dar mais ênfase aos trabalhos. No acesso pode se deparar com dois elementos vazados um bem à frente, em destaque deslumbrante e com um requinte diferencial e o segundo elemento de um design arrojado chamando muita atenção pelo seu acabamento diferenciando do seus detalhes e tipos de formas geométricas e ou iguais.

O Diferencial do acabamento e que o mesmo material que usamos nos elementos vazados usamos também nas mesas do showroom, da sala de reunião, sala de criação do estagiário e também da recepção, parte do MDF foi usado para toda a decoração do ambiente.



*Figura 18 – Acesso*  
*Fonte: própria autoria*

A recepção de uma apresentação simples e clean com cadeiras giratórias para uma precisão mais rápida tanto para atendente e cliente e a do café de um cantinho elegantemente sutil, com banquetas cromadas e confortáveis, e o espelho bisotado bem amplo dando todo realce abrilhantando o ambiente.

---



*Figura 19 – Recepção/Café*  
*Fonte: própria autoria*

O showroom com o projeto em ritmos perspícaz e completando com uma vista de parede de vidro acompanhado de um espelho d'água e painel de tv tem todo diferencial do show em exposição.



*Figura 20 – Recepção/Café*  
*Fonte: própria autoria*

Na sala de reuniões passa mais seriedade, confiança e responsabilidade e atenção aos projetos, juntamente a sala dos estagiários compondo o mesmo ambiente.



*Figura 21 – Reunião/Estagiario  
Fonte: própria autoria*

O espaço criação um dos ambientes que compõem de uma sala de concentração, desafios e prazeres por ser o ambiente que é de onde abrangem ideias.



*Figura 22 – Sala de Criação  
Fonte: própria autoria*

Banheiro com cores neutras e o CEUSA se destacando por sua originalidade e a vegetação dá o equilíbrio a composição do ambiente.



*Figura 23 – Banheiro  
Fonte: própria autoria*

As cores das paredes optamos pela cor rosa bem suave que traz tranquilidade e equilíbrio para o ambiente impactando de forma diferente trazendo a sensação de harmonização. Para o piso porcelanato no tom de concreto que da integração em todo o ambiente.

## **CONCLUSÃO**

O projeto foi desenvolvido e preparado para atender nossos clientes com a melhor demanda em projetos, de interiores diferenciando com nosso showroom juntamente com o escritório, para que o mesmo possa conhecer e entender a melhor forma que trabalhamos e gerenciamos nossos projetos com confiabilidade, respeito e praticidade, realizando todos os desejos e sonhos de nosso cliente e com os melhores materiais. O conceito do projeto é dinâmico e interativo, para que nosso público-alvo possa participar e interagir dando opiniões e trocando ideias com nossos colaboradores com novas ideias, tendências, e ou até mesmo ajudando em conceitos diferentes. O nosso objetivo é e que nossos clientes sintam que seu projeto de móveis planejados foi elaborado de forma a responder suas expectativas possibilitando ainda que os surpreendam com o resultado de nossas criações.

---

**REFERÊNCIAS:**

CALDEIRA, Vasco. **Interseção**. Revista AU Edição 133 – Abril /2005. Disponível em: <http://www.au.pini.com.br/arquitetura-urbanismo/133/intersecao-22713-1.aspx>  
Acessado em março de 2017.

REVISTA IstoÉ online. Querida, encolheram o apartamento. Disponível em: [http://istoe.com.br/327958\\_QUERIDA+ENCOLHERAM+O+APARTAMENTO/](http://istoe.com.br/327958_QUERIDA+ENCOLHERAM+O+APARTAMENTO/)  
Acessado em março de 2017.

TOZZI, Elisa. **Escritório: história de produtividade, desconforto e poder**. Para o portal EXAME.com em 2014. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/carreira/escritorio-historia-de-produtividade-desconforto-e-poder/> Acessado em março de 2017.

<http://coisasdobrasil.com.br/evolucao-do-espaco-de-trabalho/>

[https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/6115/6115\\_3.PDF](https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/6115/6115_3.PDF)

<http://spaziocasacelmar.blogspot.com.br/2011/05/historia-do-movel-planejado-no-brasil.html>

<http://investimentos.todeschini.com.br/blog/mercado-de-moveis-planejados-saiba-quais-sao-as-tendencias/>

**ABSTRACT**

In recent times, the transformations that have occurred in the day-to-day life of the people allied to an appreciation of the physical space, regardless of the industry, whether residential, commercial or business, resulting in a demand for narrow spaces. At the household level highlights the integration of the areas of living, food and leisure as well as the decrease of the intimate areas and services. In many cases aggregate-if, still, the spaces of work. In relation to commercial spaces and corporate versatility has been discussed as the key to the achievement of success and customer loyalty. Whatever the application, the mobile tailored present themselves as great allies in the battle to conquer practicality, functionality, customization, and visual comfort, ensuring the optimization of the useful space. Regardless of sector, whether in residential environments, commercial, corporate or institutional, there is always space for a good planned. This work highlights the importance of the use of bespoke furnishings, and presents the project of a design office specialized in this service. The research involves from historical studies related to the emergence of the firms and its evolution until the discussions about aspects of transformers of everyday life that have influenced in the form of live and work reflecting on the furniture component of these environments. The methodology design applied passes through the delineation of the profile of the client, program needs, organization chart, survey of references imagistic design, and still involves, analysis of similar projects to a basis of the design concept and the creative process. As a result, the firm “Projection and Creation” presents a

---

concept of the collaborative work in which designers, cabinet-makers, partners and the customer to participate actively in the creative design process for the exchange of experiences is motivating the realization of dreams and exceeding expectations.

**Keywords:** collaborative design, custom furniture, planned furniture, interior design, showroom.

---



### **Endereço e contato**

Endereço: Av. das Américas, 505 - Morada da Colina, Uberlândia - MG, 38411-020

e-mail: [design@uniessa.com.br](mailto:design@uniessa.com.br)

---



