

ATÊ LIE DESIGN

Gráfico
Interior
Produto

Lanterna de Papel
Plástica

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 II concurso capa da revista Ateliê Design UNIESSA.

1º Lugar

Antônio Alves Neto – 5º Período do Curso de Design



Biografia do Vencedor do Concurso

“Natural de Nova Ponte/MG, cursando Design na Faculdade UNIESSA em Uberlândia/MG. Atua como designer gráfico "Nets Design" na área de criação de marcas, identidade visual e design para eventos.”

Corpo Editorial

Prof^a MSc. Angélica Pereira Marsicano Tavares

Prof^o MSc. Rodrigo Augusto Bassan

Esta Edição é dedicada aos Docentes e Discentes do curso de Design da Faculdade UNIESSA e em especial ao Prof. MSc. Rodrigo Augusto Bassan pelo constante apoio, incentivo e dedicação a este projeto.

Sumário

LINHA ESSERE: mobiliário estofado de alto padrão.....	7
COMUNICAÇÃO VISUAL XEQUE MALTE: cervejaria artesanal	39
XEQUE MALTE: design de interiores para uma cervejaria artesanal.....	58
PEQUENO E DESCOMPLICADO: um novo “jeito” de morar	88
Palmarosa: Design de interiores de uma Saboaria Natural	103
L’ ÉCLAIR GOURMET: Confeitaria francesa com toque brasileiro.....	123
CAIXA DO AÇAÍ: Fonte de saúde.....	146
SE JOGA NA COR: brechó e ateliê contemporâneo no estilo Boho	167
ALLA LUCE: Design biofílico para um biocrematório	198
AURORA CLUB - Luz, música e emoção	223
CASA CONTAINER: Tendência de Sucesso	252
ROMEU E JULIETA: Design de Interiores de um Chalé modelo para a Pousada Solar da Araucária - MG	275
PUB E CASA DE JOGOS – GAME PLAN	295

LINHA ESSERE: MOBILIÁRIO ESTOFADO DE ALTO PADRÃO

Hadassa Trindade Araújo¹, Angélica Marsicano Tavares², Rodrigo A. Bassan³

RESUMO

Este estudo desenvolve uma linha de móveis estofados para sala de estar, tendo como referência os critérios projetuais de design de interiores e produto. Propõe o uso de materiais nobres, de conforto e requinte, que estejam inseridos numa proposta contemporânea, porém atemporal. A linha criada é composta por uma poltrona, *chaise long* e um sofá. Orientado pelas tendências nacionais e internacionais, finaliza-se o projeto com a modelagem física do *mockup* de um dos elementos da coleção, para experimentação e avaliação.

Palavras-chave: mobiliário estofado, design de móveis, fabricação de móveis estofados.

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho focaliza a criação e fundamentação de uma linha de móveis para sala estar/*living room*, a linha *Essere* foi desenvolvida para uma campanha, de caráter fictício, da marca Sier. Partindo do pressuposto de que o mobiliário é parte fundamental do bem-estar residencial, a linha trabalha a associação de elementos que unam qualidade, contemporaneidade, conforto, elegância e atemporalidade; características das quais a marca já é referência no mercado.

Visando atingir o mesmo público alvo da marca, classe A e B, a linha *Essere* ressalta a beleza da simetria, das linhas suaves, curvas e a imponência do contraste entre elementos nobres, revelando assim peças de requinte e proporcionando extrema sensação de conforto a partir da aplicação das melhores matérias primas disponíveis no mercado moveleiro atual. A linha *Essere*, do italiano *estar*, propõe a configuração de 3 móveis, sendo eles: um sofá fixo, uma poltrona e uma *chaise long*.

O projeto tem por objetivo geral obter um resultado que esteja fundamentado e obedeça aos elementos do design, que conseqüentemente proporcionem:

¹ Hadassa Trindade Araújo - Aluna do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2018. hdssta@gmail.com

² Angélica P. Marsicano Tavares – Mestre - Professora Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2018. angelicamarsicano@gmail.com

³ Rodrigo Augusto Bassan – Mestre - Professor Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2018. design@uniessa.com.br

- A priorização de um móvel confortável e ergonômico em relação ao sentar;
- A compreensão da necessidade de um móvel durável e atemporal, frente a preocupante onda de fabricação de produtos ‘descartáveis’ no mercado moveleiro;
- Flexibilidade de aplicação compositiva, de forma que os móveis possam ser usados em variados estilos de ambientes, sem perder seu potencial estético;
- Apresentar sistemas ecológicos e tecnologias sustentáveis envolvidas no ciclo de vida dos móveis;

A metodologia de Munari (1998) foi adotada para este estudo, que consistiu em primeiramente entender a evolução do mobiliário estofado por meio de uma comparação histórica. Então a partir disto é feito o levantamento de dados, onde desenvolvemos uma análise de mercado e tendências, levantando informações sobre a concorrência e pontuando os principais profissionais e as principais marcas atuantes no mercado moveleiro atual.

Para dar consistência a este estudo, ainda pertinente ao levantamento de dados, foi elaborada uma análise minuciosa de materiais, processos industriais e tecnologias que envolvem a criação de móveis estofados, está subdividida em seis categorias: estrutura, preenchimento, amortecimento, revestimento, costura e acabamento. Além de uma razoável observação quanto a importância do ciclo de vida de um móvel, proporcionando uma produção mais limpa, desde sua concepção, fabricação, uso e futuro descarte.

Por último e não menos importante, a fundamentação teórica deste projeto leva em consideração o levantamento de dados ergonômicos para compreensão da correta postura sentada, chegando a medidas satisfatórias para todos os produtos da linha.

Partindo para o processo projetual em si, a partir da análise de 3 projetos similares e da leitura do painel semântico, chega-se ao conceito da linha *Essere*. Passando para a fase de processo criativo, onde em croquis e desenhos construtivos são concebidas as primeiras ideias a respeito das peças a serem produzidas, é feito

o desenvolvimento técnico dos produtos e então a modelagem gráfica 3D dos modelos, para então se fazer a modelagem volumétrica de um *mockup*, da melhor ideia para prototipagem e testes. Nessa fase também foi feita a definição cromática e de acabamentos; concluindo assim a fase de experimentação e verificação, e logo a solução da problemática proposta no início deste trabalho.

2. COMPARATIVO: MOBILIÁRIO ESTOFADO

Ao longo dos anos o móvel estofado passou por diversas mudanças. Muitas são as possibilidades de criação desse produto. Aqui, faremos um comparativo entre alguns modelos de estofados dos últimos 40 anos do século XX, e alguns modelos atuais. Observaremos principalmente o design das peças quanto as formas e cores.

A Figura 1 ilustra estofados das décadas 1960, 1970, 1980, 1990.



Figura 1 – Composição de imagens de estofados dos anos 1960, 1970, 1980, 1990
Fonte: Google Imagens

A Figura 2 apresenta estofados mais atuais.



Figura 2 – Composição de imagens de estofados mais atuais
Fonte: Google Imagens

Percebemos então, uma forte tendência à redução de volume, o minimalismo se destaca no conceito atual. Quanto às cores utilizadas nos estofados passados, vemos que não existia uma preocupação quanto a neutralidade, o uso de estampas, couro e cores marcantes era comum, ao contrário do que vemos hoje em dia.

Elementos como o braço, encosto e assento dos estofados ganhavam uma forma arredondada. Os estofados tinham em geral um aspecto muito mais robusto, e os pés de apoio não eram itens de destaque. Hoje as linhas retas são predominantes, porém as linhas orgânicas ainda permanecem em alta, porém muito mais suaves. Deste modo, vemos que anteriormente havia uma extrema valorização da sensação de conforto, e a plasticidade se tornou uma prioridade atualmente.

3. ESTUDO DE MERCADO E TENDÊNCIAS

Se entendemos que o desenvolvimento de uma linha de mobiliário deve obedecer a uma metodologia centrada no usuário, a etapa de estudo de mercado é imprescindível. Visto que é nela que observamos os anseios do indivíduo, suas necessidades físicas e psicológicas.

É papel do designer se manter atualizado e antenado quanto ao mercado. A análise de tendências deve ser sua aliada, afim de ser um instrumento de transformação de dados em informações projetuais, a tendência antecipa as necessidades do mercado, como explica Souza (2010). Nosso mundo muda constantemente, a cada época percebemos que “(...) novas formas, cores, materiais e funções configuram o mobiliário utilizado nas residências brasileiras. Essas mudanças obedecem a um ciclo e são direcionadas por tendências de consumo e comportamento.” (Souza, 2010).

Para este estudo, consideramos os trabalhos de alguns designers e algumas marcas para compreender o cenário moveleiro atual no Brasil, como: Fabrício Roncca, arquiteto, docente e designer, especialista em pós-modernidade e gestor do curso de Design pela Universidade Estadual de Londrina, e designer para a Artefacto. Bruno Faucz, formado em Design de Mobiliário desde 2007 e pós-graduado em Master Design Internacional. Marcus Ferreira, premiado designer autodidata, atua no

desenvolvimento de mobiliário residencial desde 1993. Além das marcas: Bell'art, Decamerom, Carbono, Moora Design, Móveis James, Artefacto e Sier.

Foi encontrado nos trabalhos dos profissionais e das marcas características semelhantes quanto à forma e materiais dos produtos, bem como na aplicação cromática. Em relação à forma, as linhas retas são predominantes, trazendo sofisticação e elegância às coleções. Porém para contrastar e não se perder em sensação de conforto, aplica-se como principal material a madeira aparente nos braços, pés e costas dos estofados; além do cimento, ferro, cobre, latão e metal nos acabamentos, que são responsáveis por dar sofisticação e elegância às peças. Nos revestimentos em tecido os tons de cinza prevalecem, porém, as variações de tons castanhos, terrosos, *off whites* e preto são muito usados, além é claro, das cores de lançamento anual da Pantone tidas como “Cor do Ano”.

4. ANÁLISE DE MATERIAIS E TECNOLOGIAS PARA MÓVEIS ESTOFADOS

Para esta análise, foi buscado o que há de mais atual até o momento em relação a composição geral de um estofado. Levando em conta os materiais utilizados e os processos industriais envolvidos na fabricação do produto.

Estrutura interna do Sofá

Entenda melhor como funciona:

1. Espuma do braço
2. Espuma do encosto
3. Percinta elástica do encosto
4. Manta acrílica
5. Estrutura de madeira do encosto
6. Espuma do assento
7. Complemento da espuma do assento
8. Percinta elástica do assento
9. Estrutura de madeira do assento



Figura 3 – Materiais de um estofado.

Fonte: <http://toquesdatoque.com.br/o-interior-do-sofa-como-funciona/>

4.1 Estrutura

É a estrutura que determina a durabilidade do estofado, e é responsável por boa parte da qualidade do móvel. A madeira é a estrutura básica e essencial que dá sustentação, acomoda os demais elementos e dá formato ao móvel. Esta, podendo ser maciça, de MDF, em painéis aglomerados ou laminados. Além de ser tratada e imunizada contra possíveis cupins e fungos.

As articulações da estrutura de maior resistência são ligadas por cavilhas de madeira, blocos de canto ou suportes e parafusos de metal. Estruturas ligadas por grampos, pregos ou cola tendem ao desgaste em menor tempo.

“As madeiras usadas como estrutura para qualquer móvel devem obrigatoriamente passar por secagem, seja natural ou em estufa. Quando o material passa por este processo, toda sua umidade é removida. Isso impede que a madeira deforme com o tempo, algo que pode contribuir com rachaduras. A madeira tem umidade própria, que se não passar por tratamento na estufa, evapora com o tempo, deformando o material e adicionando um estresse desnecessário ao mesmo.”
(Estofaria Fátima)

As madeiras mais utilizadas atualmente são as de reflorestamento que também oferecem ótimo custo-benefício, são as madeiras de Eucalipto, Pinus, Tauari e Imbuia.

Esta estrutura de madeira pode ainda receber um reforço de placas de OBS (*Oriented Strand Board*) que significa Painel de Tiras de Madeira Orientadas. Como o nome explica, o OSB é basicamente uma placa composta por tiras de madeira dispostas na mesma direção. “Estruturas de metal também podem ser utilizadas em sofás, mas são raras. Ocasionalmente, fabricantes fazem uma combinação de metal e madeira para cortar custos ao oferecer um produto mais resistente e feito com madeira mais barata.” (Estofaria Fátima)

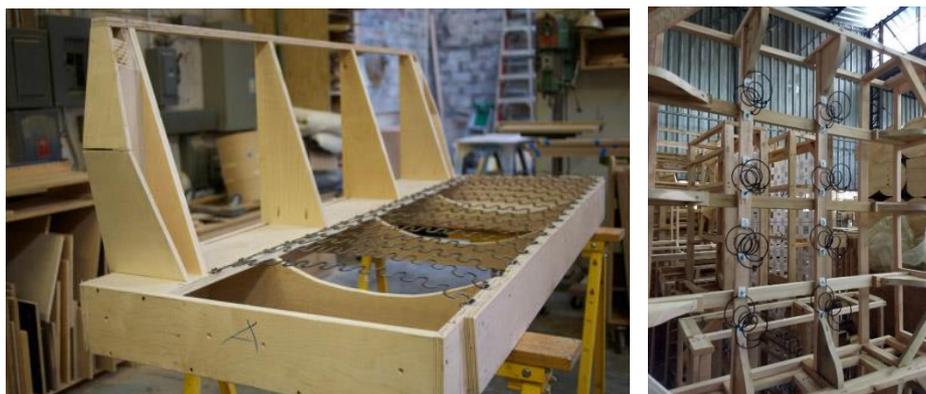


Figura 4 – Estrutura de madeira do sofá.

Fonte: <http://tapeçariaartesanal.blogspot.com.br/2011/03/sofas-sofisticados.html>

4.2 Preenchimento

O preenchimento de estofados varia entre espumas flexíveis de alta densidade (poliuretano) e mantas acrílicas siliconadas. As espumas têm diversas utilidades e aplicações, e existe uma infinidade de opções que atendem a diferentes mercados. Para este caso, sua função é garantir conforto e qualidade de vida.

Por definição (...) uma espuma flexível de poliuretano é um material sintético, obtido através de reações químicas entre substâncias de origem mineral e petroquímica. Esses produtos básicos que, na sua maioria encontram-se na forma líquida, quando misturados, reagem entre si dando origem a um material plástico celular expandido. Uma espuma de poliuretano é preparada a partir de componentes básicos, tais como isocianato, polioli, água, surfactantes e catalizadores.” (Líder Interiores)

As espumas indicadas para sofás e poltronas variam em densidade entre D-23 a D-28, estas são mais macias e oferecem bastante conforto. Deve-se lembrar que espuma dura não significa densidade alta, uma boa densidade corresponde à elasticidade, à resistência ao rasgamento e à fadiga do material. Bem como, densidade não significa qualidade, e sim, a rigidez ou maciez da espuma. O que dita a qualidade deste material é o processo de fabricação envolvido e se a mesma possui selo de certificação das normas federais de produção e comercialização.

Espumas que variam em densidade entre D-28 a D-33 são espumas mais rígidas, recomendadas para idosos, pessoas pesadas ou para locais de grande circulação, pois oferecem mais firmeza e resistência.

Existem ainda espumas especiais como as *Hiper Soft* e Viscoelástica. As espumas *Hiper Soft* “(...) são caracterizadas por um toque inicial muito macio, baixa resistência à compressão, excelente histerese e propriedades de alongamento. São normalmente fabricadas com densidades de 30 kg/m³ e como às viscoelásticas são usadas em aplicações de alto conforto, nas camadas superficiais de estofos de mobiliários, bancos de ônibus, leito, etc. (...)”. (VILAR, 2004)

As “espumas viscoelásticas, com uma recuperação lenta são um tipo de espuma com resiliência menor que 20%, comparando com os 40% para a espuma convencional e 60% para espumas de alta resiliência. Normalmente, são fabricadas em densidades entre 40 e 90 kg/m³ (...) também muito utilizada em aplicações de alto conforto em estofados. (VILAR, 2004)

Já a manta acrílica é um material mais nobre e mais caro para preenchimento de estofados, basicamente é uma fibra de poliéster siliconada que propicia mais conforto e maciez.

Comumente encontramos as seguintes configurações de preenchimento:

- Encostos preenchidos somente com manta de silicone e assentos preenchidos com espuma (D-28).
- Encostos preenchidos somente com manta de silicone e assentos compostos por espuma D-28 e uma camada de espuma hiper soft D-26 ou uma camada de manta de silicone.
- Encostos e assentos preenchidos unicamente por a manta de silicone, conferindo ao móvel uma sensação ímpar de conforto do “sofá que abraça”.
- Encostos mistos por flocos de espuma e manta de silicone, e assentos somente composto por espuma. Esse modelo se traduz em um móvel mais firme, porém ainda confortável.

Geralmente o preenchimento de braços acompanha a mesma composição do assento, ou aplica-se uma espuma com um nível de densidade a menos que usada no assento.



Figura 5 – Espuma para preenchimento de estofados.

Fonte: <http://euamosofa.com/atencao-quando-comprar-o-seu-sofa-leve-este-check-list-e-faca-uma-compra-consciente/>

É importante lembrar que a sensação de conforto pode ser proporcionada, mas é algo individual, e se traduz muito na preferência e personalidades de cada indivíduo.

4.3 Amortecimento

Quanto ao amortecimento dos estofados, usa-se principalmente 2 tipos de materiais: as molas - que variam entre Bonnel (espirais) e Pocket (ensacadas), em tamanho e quantidade para cada produto de acordo com seu porte e funcionalidade – e as persintas elásticas. Juntas, elas aumentam a sensação de conforto e permitem uma durabilidade maior do produto.

As molas Bonnel são “de formato bicônico, são produzidas com aço de maior espessura e resistência, proporcionando sensação de firmeza. Elas dão maior durabilidade e estabilidade ao molejo, fazendo com que ele sempre retorne a altura original. (...) A grande vantagem do Bonnel é ser um molejo de grande versatilidade, oferecendo qualidade e bom nível de conforto com custos menores.” (Estofados Jardim)

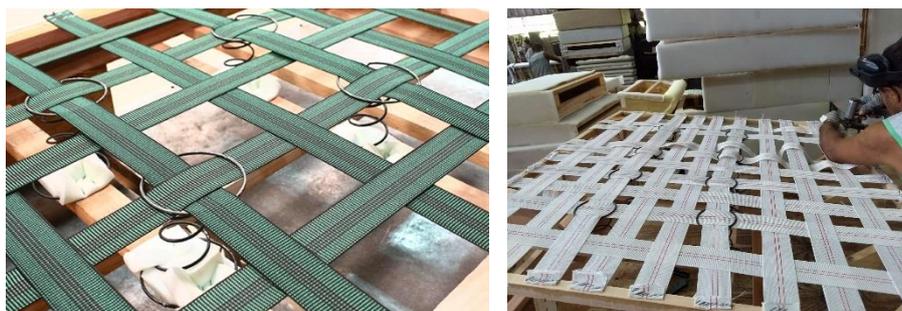


Figura 6 – Molas Bonnel entrelaçadas em persintas elásticas.

Fonte: <https://www.estofadosjardim.com.br/blog/me-apego-nos-detalhes-molas/>

Já as molas Pocket são ensacadas individualmente e envoltas por uma espécie de “saco” de tecido TNT. Elas “trabalham de forma independente, proporcionando maior conforto sem a transmissão de movimento. Entre os benefícios podemos citar o fato das molas não terem contato umas com as outras, o que diminui a vibração de um lado para o outro e explica o fato de uma pessoa poder se movimentar à vontade sem afetar a que está ao lado.” (Estofados Jardim)



Figura 7 – Molas Pocket

Fonte: <https://www.estofadosjardim.com.br/blog/me-apego-nos-detalhes-molas/>

As percintas elásticas dão um correto grau de apoio no assento e encosto do móvel. São feitas de borracha com 53% a 47% de polipropileno, e as de maior qualidade e durabilidade disponíveis no mercado hoje são as italianas. A melhor disposição de um amortecimento é a aplicação de molas entrelaçadas com as percintas (Figura 6), o uso combinado desses dois elementos garante estabilidade e durabilidade ao produto.

Os estofados podem ainda receber um diferente tipo de amortecimento, sendo composto por molas curvas ligadas por um arame de ligação, como na figura a seguir:



Figura 8 – Amortecimento de estofados

Fonte: <http://www.nuvar.es/consejos-para-comprar-un-sofa/>

4.4 Revestimento

Os móveis estofados são revestidos por tecido, que obedecem à uma variedade de opções, cores, estampas, composições e texturas. Os mais comuns são:

- **Couro:** clássico e resistente, este material é usado há gerações pelo seu conforto e praticidade no dia a dia. O couro pode ser um material poroso, permite que a pele respire ao contato, dando uma sensação agradável. Tecido resistente a tração, abrasão e muito flexível. Ele pode ser tingido de diversas cores e tonalidades, e tem um alto custo.



Figura 9 – Tecido Couro

Fonte: https://www.estofadosjardim.com.br/acabamentos/#abreModal_48

- **Sintéticos:** são tecidos alternativos ao couro, que permitem uma composição clássica, elegante e sustentável. Existem diversos materiais sintéticos: courinos, courvins e couríssimos. O **courino** possui uma malha de lã na parte interna. Pode ser estampado liso, com ranhuras, cores variadas e tem baixo custo. O **courvim** possui na parte interna uma malha mais fina que o courino, podendo ser de sarja, nylon ou algodão. É mais resistente que o courino e mais espesso também. Porém é menos maleável e mais difícil em acabamentos de dobra. O **couríssimo** é um material de excelente qualidade e resistência. Possui um toque mais rígido, porém alta durabilidade e facilidade de manutenção diária.
- **Jacquard:** “inventado no século XVIII, e desde então conquistou o coração de designers de moda e mobiliário pelo mundo. Com tramas detalhadas, formadas pelo entrelaçamento individual dos fios, pode ser aplicado em diferentes composições e estilos, desde os mais delicados até padrões mais inovadores e geométricos.” (Estofados Jardim)



Figura 10 – Tecido Jacquard

Fonte: https://www.estofadosjardim.com.br/acabamentos/#abreModal_48

- **Linho:** inspira leveza, com cores delicadas e texturas agradáveis, os revestimentos em linho oferecem aconchego e sofisticação para os ambientes.



Figura 11 – Tecido Linho

Fonte: https://www.estofadosjardim.com.br/acabamentos/#abreModal_48

- **Veludo:** Tecido leve, macio, durável, resistente a lavação, porém é quente, se o ambiente não for refrigerado, por trazer desconforto em dias de calor. Disponível em várias cores, um móvel de veludo pode trazer glamour e aconchego. Reflete bem a luz dando um efeito reflexivo e valorizando os demais móveis.



Figura 12 – Tecido Veludo

Fonte: https://www.estofadosjardim.com.br/acabamentos/#abreModal_48

- **Chenille:** tecido feito de algodão, seda e lã, face felpuda, com textura suave e tecelagem agrupada em filamentos.



Figura 13 – Chenille

Fonte: <http://estofariafatima.com.br/work/forracao-do-estofado/>

- **Lona de Caminhão:** Revestir o estofado com lonas de caminhões é uma nova tendência que agrega estilo e sustentabilidade na decoração de ambientes.



Figura 14 – Sofá revestido com lona de caminhão.

Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/416864509241777316/?lp=true>

- **Suede:** macio, durável, disponível em várias cores, texturas, e resistente a manchas, o Suede hoje é o material mais usado para revestir estofados. Temos ainda o **ultrasuede**, que é uma versão ainda mais suave.



Figura 15 – Tecido Suede

Fonte: <http://www.tommydesign.com.br/tecido-torck-like-suede-marrom-tommy-design>

4.5 Costura

Trabalhar com detalhes em um estofado traz valorização à peça, a costura pode ser um ótimo recurso para dar personalidade ao móvel o tornando mais atrativo.

Encontramos no mercado diversos tipos de costuras:

- **Captonê:** essa técnica de costura segue o princípio de prender o revestimento afundando o acolchoado, e formando, a partir da distância entre cada afundamento, uma série de desenhos geométricos. Podemos ainda usar o **Botonê**, que consiste em aplicar um botão em cada puxão de costura do *captonê*.



Figura 16 – Costura em Capitonê e Botonê

Fonte: <http://www.tommydesign.com.br/tecido-torck-like-suede-marrom-tommy-design>

Fonte: <http://www.pormadeonline.com.br/porta-de-madeira-pormade-com-impresao-hd-capitone.html>

- **Puxão:** detalhe de costura mais sutil, onde se faz um ponto marcado mais suave no estofado em comparação ao captonê. Modalidade mais usada nos estofados em geral.



Figura 17 – Estofado com detalhe de puxão no encosto.

Fonte: <https://www.etna.com.br/etna/p/sofa-cama-2-lugares-boudin-ii-188x82x89h/054232>

- **Debrum:** além de reforçar a costura, o debrum também evita que as bordas desfiem. Consiste em um acabamento que contorna todo o estofado criando uma espécie linha delicada e em alto relevo, como um “tubindo”, podendo ou não ser na mesma cor e material do estofado.



Figura 18 e 19 – Costura Debrum

Fonte: <http://rosenbaum.com.br/projetos/oppa/linha-tambaqui/>

Fonte: <http://www.sodimac.com.br/sodimac-br/product/754796/Poltrona-Eliana-96-Veludo-Grafitte-79x76x88/754796>

- **Matelassê:** é um trabalho feito com pespontos num tecido previamente dobrado ou acolchoado, formando losangos em um desenho em relevo, devido a sobreposição de tecidos.



Figura 20 – Costura em Matelassê

Fonte: <http://www.bianchimoveis.com.br/produtos/adria/>

- **Pes ponto:** é um tipo de ponto de costura em que a agulha entra no tecido um pouco atrás do lugar em que saiu; ponto-atrás. Acabamento externo de costura com pontos mais largos, feitos à mão ou à máquina, com linha da mesma cor do tecido ou não.



Figura 21 – Costura em Pes ponto

Fonte: <http://www.bianchimoveis.com.br/produtos/adria/>

4.6 Acabamento

O acabamento de estofados é bastante significativo, pois através dessa finalização é que a peça ganha personalidade, originalidade e beleza. Podemos usufruir de uma infinidade de materiais para dar o arremate final de um móvel, alguns mais convencionais, outros um tanto quanto inusitados. Vai da criatividade do designer, do conceito da proposta, e claro, da preferência do cliente.

Alguns dos materiais mais utilizados para acabamentos de móveis estofados são: madeira (pura, polida, envernizada, laqueada, etc.), metal (latão, cobre, aço, alumínio, etc.), pedras naturais (mármore, granito, etc.), cimento, fibras naturais (ratan, sisal, couro, palha portuguesa, etc.).



Figura 22 – Poltrona VIP – metal e lâmina de madeira

Fonte: <https://brunofaucz.com/2014/11/04/vip/>

Figura 22 – Poltrona Vergara – microcimento e vergalhão de construção

Fonte: <http://roncca.com.br/>



Figura 23 – Poltrona Brita - mármore

Fonte: <http://www.decamerondesign.com.br/produto/brita>

Figura 23 – Poltrona Canela – madeira e palha portuguesa

Fonte: <https://brunofaucz.com/2016/06/23/canela/>



5. CICLO DE VIDA DO MÓVEL

Pensar em design para um mobiliário vai muito mais além do que o detalhamento da sua forma, função, estética e etc. Se faz necessário planejar todo o processo produtivo, principalmente planejar com responsabilidade. Daí a importância de um estudo sobre o ciclo de vida de um móvel, que determinará sua criação, fabricação, uso e descarte. De forma que se evitem ao máximo as perdas durante no processo.

Para esta etapa do desdobramento deste estudo pensaremos numa produção mais limpa para o processo de fabricação do mobiliário, na prevenção de poluição, e ainda no descarte apropriado para o produto no fim de sua vida útil. Adota-se analisar então, os materiais e insumos, fases e etapas, perdas e emissões envolvidas na fabricação do móvel.

Uma produção mais limpa carrega consigo benefícios que são do interesse de todos os envolvidos nesse processo, desde marca, colaboradores, cliente final e claro, o meio ambiente.

(...) a) fortalecimento da cooperação, b) aumento da produtividade e redução de custos (matéria-prima, insumos e logística), c) desenvolvimento de produtos com qualidade e design, d) aumento da venda dos produtos, e) divulgação dos produtos e da marca (...), f) aumento da renda dos produtos moveleiros e, por fim, g) geração de emprego e trabalho especializado (Sigeor-SEBRAE, 2009).

A partir do trabalho de Rapôso, Kiperstok e César (2011), selecionamos alguns pontos a serem repensados durante o desenvolvimento industrial de um estofado:

- a. Controle da toxidade no processo produtivo
- b. Aproveitamento dos retalhos de tecido
- c. Aproveitamento das sobras de percintas elásticas
- d. Descarte do produto no fim da vida útil

Infelizmente durante o processo de imunização no tratamento da madeira, usa-se um composto chama formaldeído que é liberado em forma de fumaça, sendo extremamente tóxico e nocivo aos trabalhadores na indústria, bem como ao usuário desinformado, que pode vir a queimar o estofado como forma de descarte do produto no fim de sua vida útil. Existe uma necessidade iminente de se pensar em fórmulas de proteção mais orgânicas que também tenham grande eficácia na conservação da madeira.

Dessa forma necessitamos dar um novo destino de reaproveitamento ou correto descarte aos estofados antigos e usados.

6. LEVANTAMENTO DE DADOS ERGONÔMICOS

A ergonomia é um dos pilares do design. Ela interfere na saúde, no bem-estar e no conforto que um produto pode ou não proporcionar ao usuário, afinal beleza não é sinônimo de conforto, portanto é impossível criar estofados sem se atentar à questão ergonômica. É necessário pensar em todos os aspectos antropométricos envolvidos na postura sentada.

Um bom assento tem qualidade quando ele é apropriado para a atividade que foi destinado. “É importante que o assento seja liso e tenha pequena inclinação para trás; também deve ter dimensões adequadas para acomodar nádegas e coxas, deixando somente as dobras do joelho para fora. As bordas do assento requerem acabamento arredondado para não comprometer a circulação sanguínea dos membros inferiores.”

Neste estudo, tomamos como base a análise postural de outros modelos tidos como adequados, e nos adaptamos à norma vigente de orientação projetual de Móveis para Escritório – Cadeiras. (NBR 13962/2002).

Um móvel de assento deve ser projetado para “satisfazer os aspectos orgânicos de apoio, sustentação e movimento, traduzindo-se em um mecanismo apropriado.” Como explica e cita Karin Schuls no guia de orientação ergonômica da Giroflex:

- Sistema de apoio: base

A função de apoio é realizada pelo assento e base. Devendo obedecer aos critérios de estabilidade, robustez (ser capaz de suportar cargas pesadas), compensação de pressão, além da superfície de assento dever acomodar a compleição humana, e a borda frontal arredondada para aliviar a pressão da região poplíteia (coxas).

- Sistema de sustentação: apoios

O encosto e os apoios de braço complementam as propriedades de sustentação. O encosto das costas realiza suas funções ao máximo quando tem uma forma anatômica (anatomia da coluna vertebral). Neste estudo sugerimos a aplicação de almofadas ‘quebra-rim’ para acomodar a lombar e servir de auxílio ao encosto.

A correta altura do encosto também é imprescindível na sustentação. Para cada atividade é recomendado uma altura diferente. Encostos baixos permitem maior liberdade de movimento, encostos altos são essenciais para atividades prolongadas em posição sentada. Este apoio permite que os músculos das costas relaxem e o peso sobre os discos intervertebrais na região inferior da coluna vertebral seja aliviado.

Os apoios para braços executam uma outra função de sustentação. Eles aliviam o peso sobre os músculos dos ombros e da nuca. Contudo, os mesmos podem restringir a liberdade de movimento.

Mais à frente, no tópico de desenvolvimento técnico, encontra-se todo detalhamento dos três objetos aqui desenvolvidos.

7. PROJETO E PROCESSO: LINHA ESSERE

7.1 Análise de Similares

Com base nos três projetos a seguir, foi feita a análise de similares deste estudo. Tomamos como objeto de análise a poltrona Gió, desenhada pelo designer Fabrício Roncca, para a marca Móveis James, lançada na ABIMAD 2018. O sofá Spot, desenhado pelo Studio Ninho para a marca Decamerom. E por fim a Linha Fold, desenhado pelo designer Bruno Faucz.



Figura 24 – Poltrona Gió

Fonte: <http://roncca.com.br/>

Figura 25 – Sofá Spot

Fonte: <http://www.decamerondesign.com.br/produto/sofas/spot>

Figura 26 – Linha Fold

Fonte: <https://brunofaucz.com/2015/08/02/fold/>

Nesta análise escolhemos os seguintes aspectos a serem avaliados: linhas, formas, cor e textura. De modo geral, como percepção técnica constatamos características de formalidade, conforto, contemporaneidade, sofisticação, irreverência e personalidade. Como percepção sensorial observamos linhas compositivas retas, formas lineares predominantes, tonalidades neutras (cinza e castanho), textura suave (linho, madeira polida). Como pontos positivos a serem seguidos pontuamos as linhas, formas, disposição, versatilidade nas possibilidades de uso dos produtos, diversidade de materiais, aplicação de metal na peça, as tonalidades usadas e as texturas aparentes.

7.2 Painel Semântico e Conceito

Com base nas referências estudadas, a partir do painel semântico desenvolvido, chegamos ao conceito desta linha, que se concretiza nas características de sofisticação e elegância.



Figura 27 – Painel semântico – conjunto de imagens
Fonte: própria autoria a partir de figuras do Google Imagens

7.3 Processo Criativo: croquis

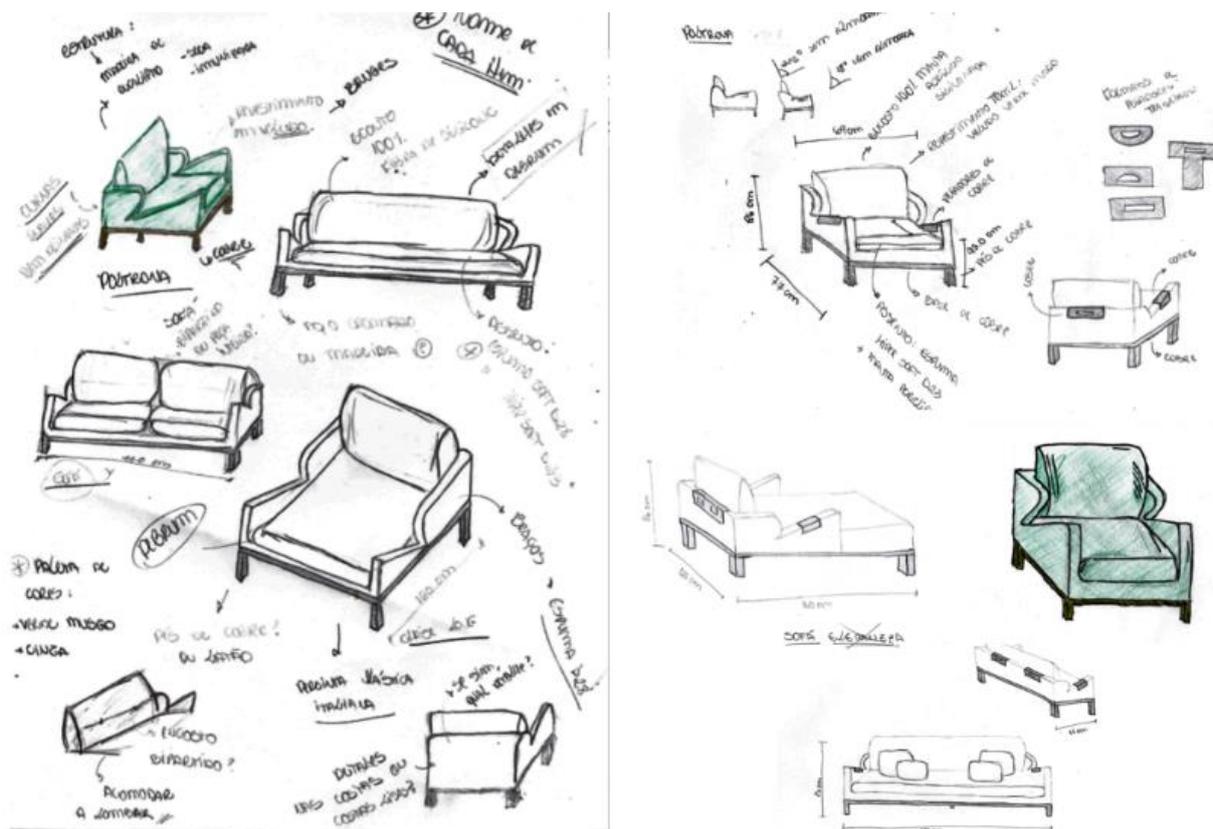
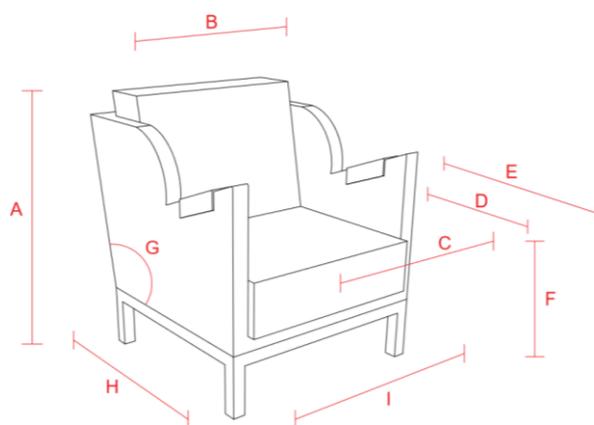


Figura 28 – croquis de processo criativo
Fonte: Própria autoria

7.4 Desenvolvimento Técnico

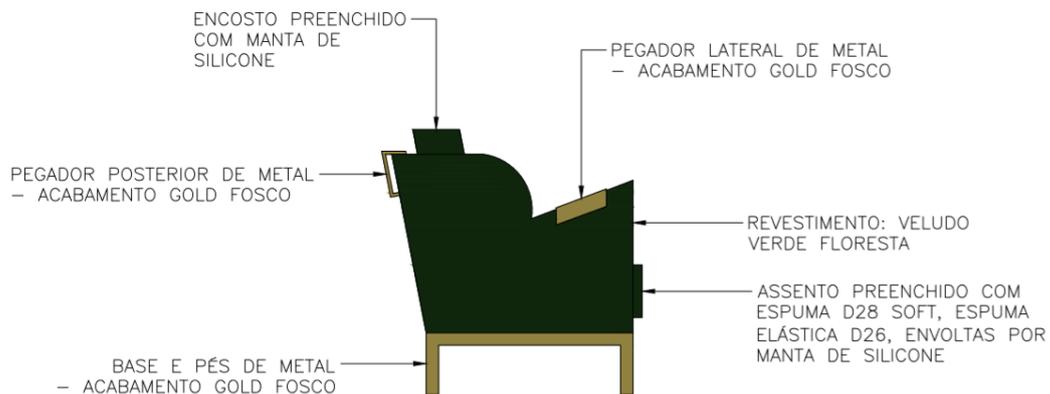
Para esta linha, no que se refere à poltrona, tomamos os seguintes principais parâmetros ergonômicos e vista ortogonais em sua construção:



- A – Altura do encosto até o piso (altura total): 86 cm
- B – Largura do encosto: 60 cm
- C – Largura do assento: 60 cm
- D – Profundidade do assento até a almofada de encosto: 50 cm
- E – Profundidade do assento total: 65 cm
- F – Altura do assento até o piso: 42 cm
- G – Ângulo de inclinação assento/encosto: 101°
- H – Profundidade total: 80 cm
- I – Largura total: 70 cm

Figura 29 – parâmetros ergonômicos para a Poltrona Essere
Fonte: Própria autoria

Como detalhamento a Poltrona Essere recebe as seguintes especificações:



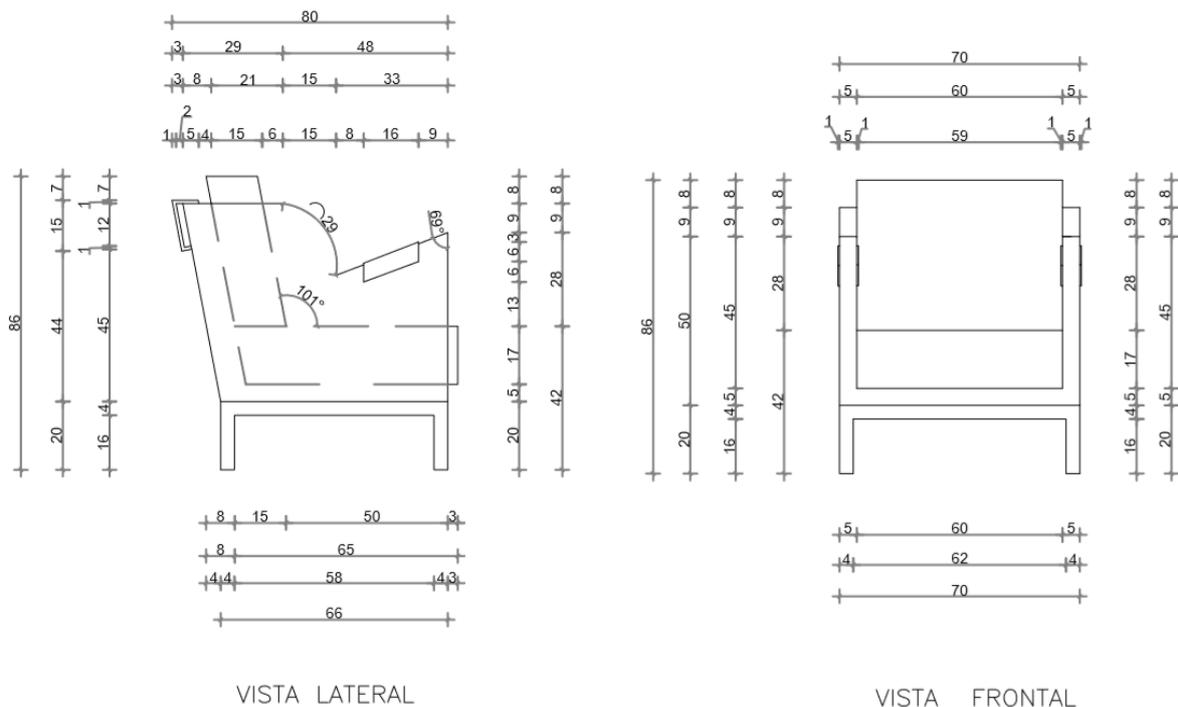
*AMADEIRAMENTO: MADEIRA MACIÇA DE EUCALIPTO TRATADA, SECA NATURALMENTE E IMUNIZADA

*AMORTECIMENTO: PERCINTAS ELÁSTICAS ITALIANAS

*COSTURA – ASSENTO E ENCOSTO: DEBRUM

Figura 30 – Especificações da Poltrona Essere

Fonte: Própria autoria



0 10 20 30 40 50
ESCALA GRÁFICA

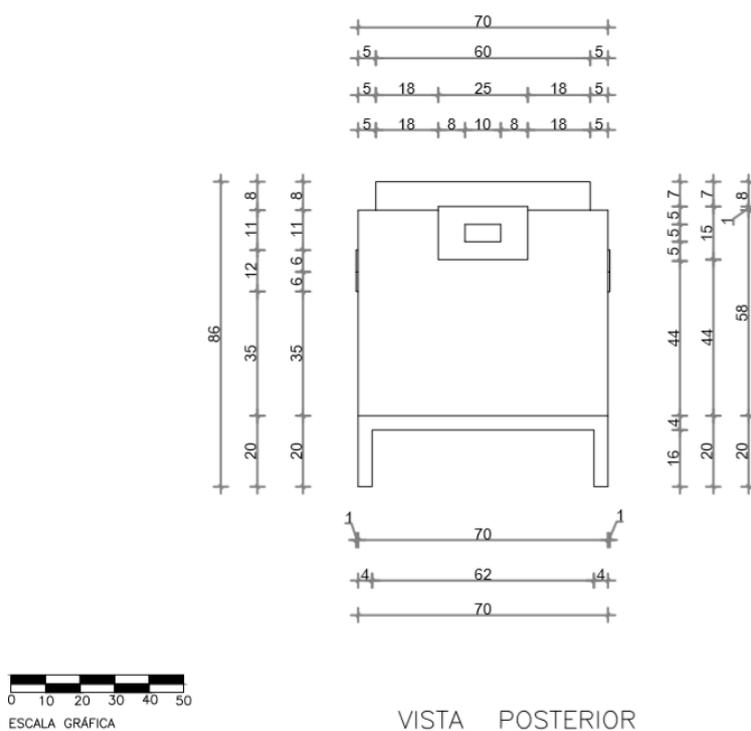
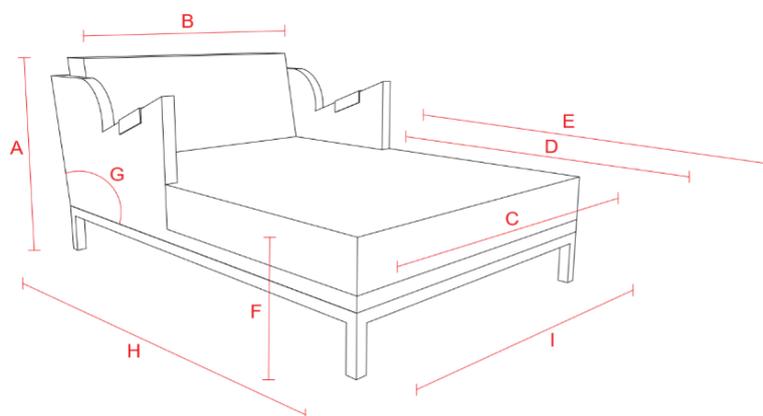


Figura 31, 32 e 33 – Poltrona Essere - Vistas ortogonais
Fonte: Própria autoria

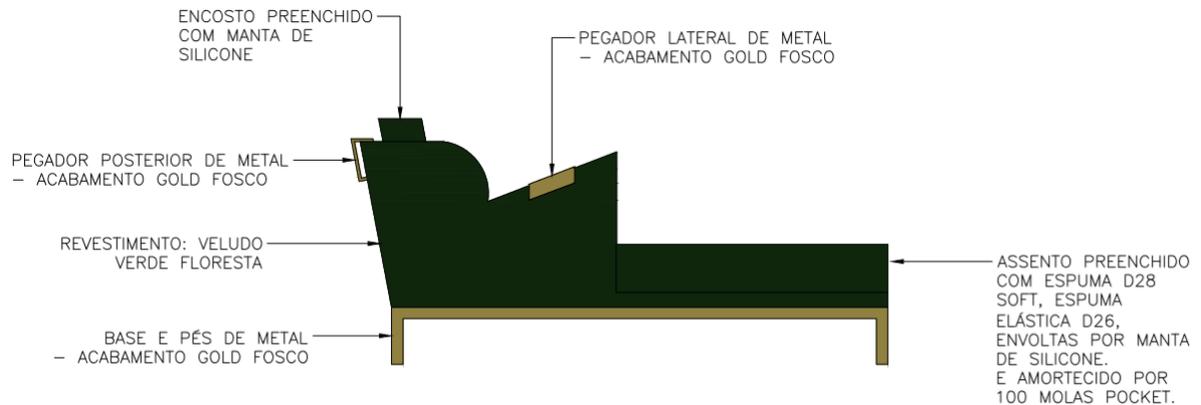
Quanto à *chaise long*, considerando que este é um móvel de maior permanência, acomodação e descanso, tomamos os seguintes parâmetros ergonômicos e vista ortogonais:



- A** – Altura do encosto até o piso (altura total): 86 cm
- B** – Largura do encosto: 110 cm
- C** – Largura do assento: 120 cm
- D** – Profundidade do assento até a almofada de encosto: 155 cm
- E** – Profundidade do assento total: 170 cm
- F** – Altura do assento até o piso: 42 cm
- G** – Ângulo de inclinação assento/encosto: 101°
- H** – Profundidade total: 188 cm
- I** – Largura total: 120 cm

Figura 34 – parâmetros ergonômicos para a Chaise Long Essere
Fonte: Própria autoria

Como detalhamento a *Chaise Long Essere* recebe as seguintes especificações:

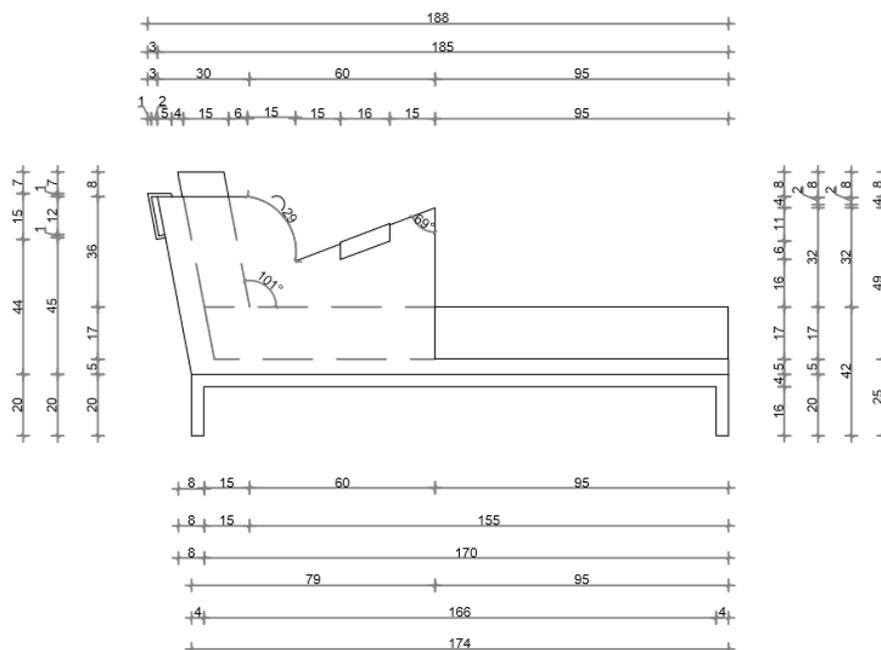


*AMADEIRAMENTO: MADEIRA MACIÇA DE EUCALIPTO TRATADA, SECA NATURALMENTE E IMUNIZADA

*AMORTECIMENTO: PERCINTAS ELÁSTICAS ITALIANAS E MOLAS POCKET (172 MOLAS POR M² DE ASSENTO)

*COSTURA – ASSENTO E ENCOSTO: DEBRUM

Figura 35 – Especificações da Chaise Long Essere
Fonte: Própria autoria



VISTA LATERAL



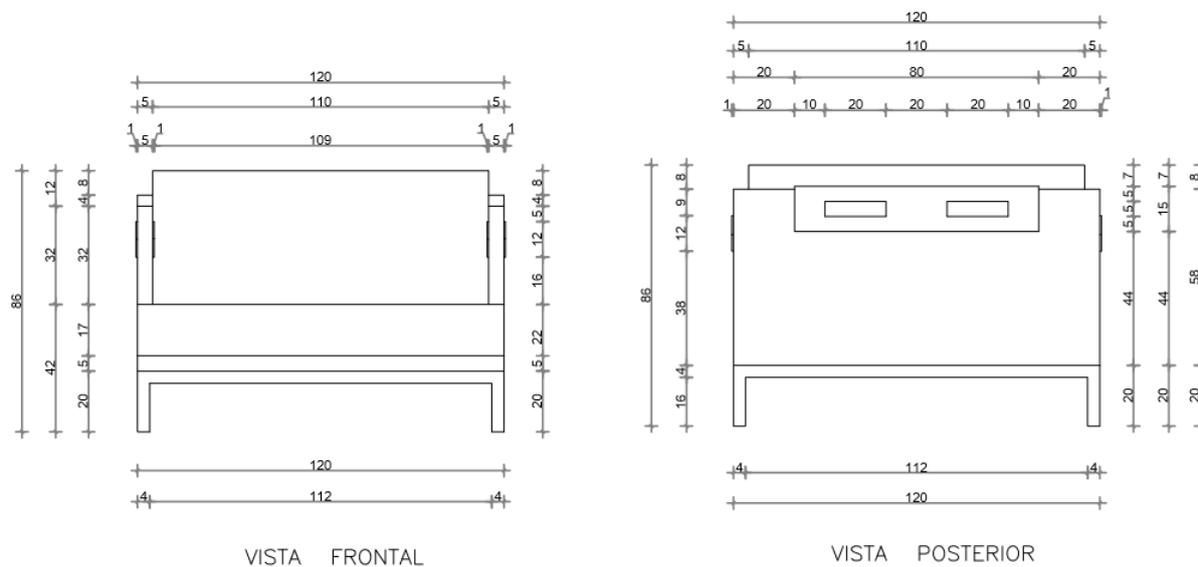
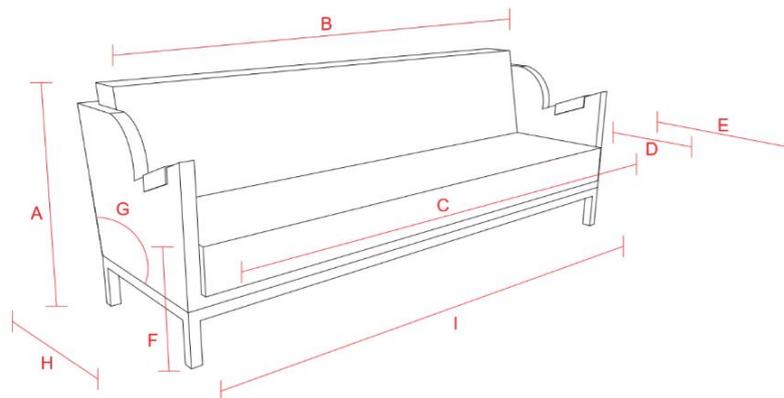


Figura 36, 37 e 38 – Chaise Long Essere - Vistas ortogonais

Fonte: Própria autoria

Em relação ao sofá, sendo um modelo de estar, apresentamos os seguintes parâmetros ergonômicos e vista ortogonais:

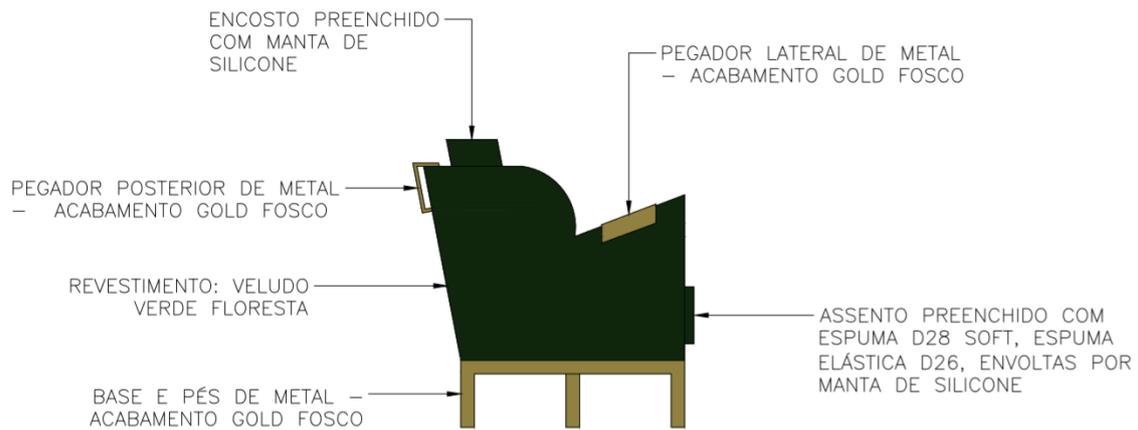


- A – Altura do encosto até o piso (altura total): 86 cm**
- B – Largura do encosto: 220 cm**
- C – Largura do assento: 220 cm**
- D – Profundidade do assento até a almofada de encosto: 50 cm**
- E – Profundidade do assento total: 65 cm**
- F – Altura do assento até o piso: 42 cm**
- G – Ângulo de inclinação assento/encosto: 101°**
- H – Profundidade total: 80 cm**
- I – Largura total: 230 cm**

Figura 39 – parâmetros ergonômicos para a poltrona

Fonte: Própria autoria

Como detalhamento o Sofá Essere recebe as seguintes especificações:

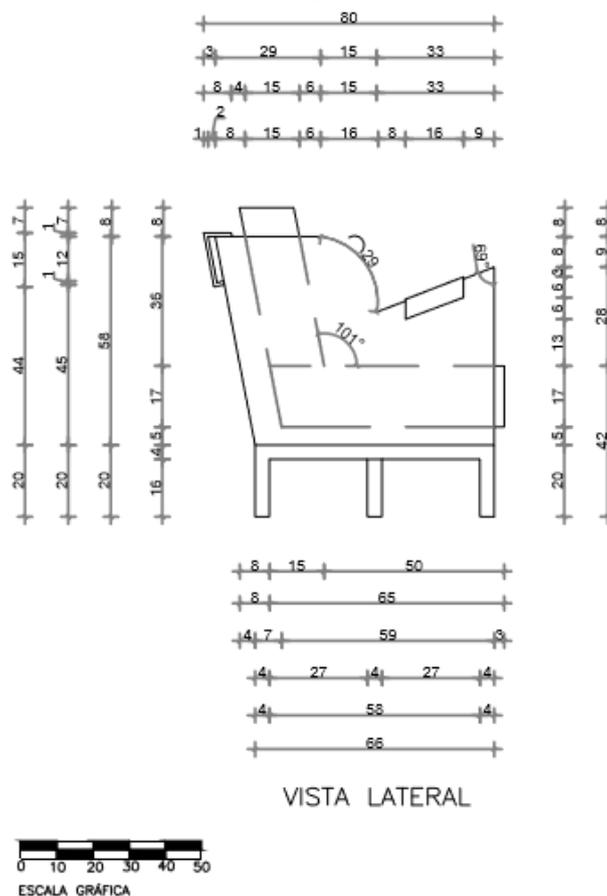


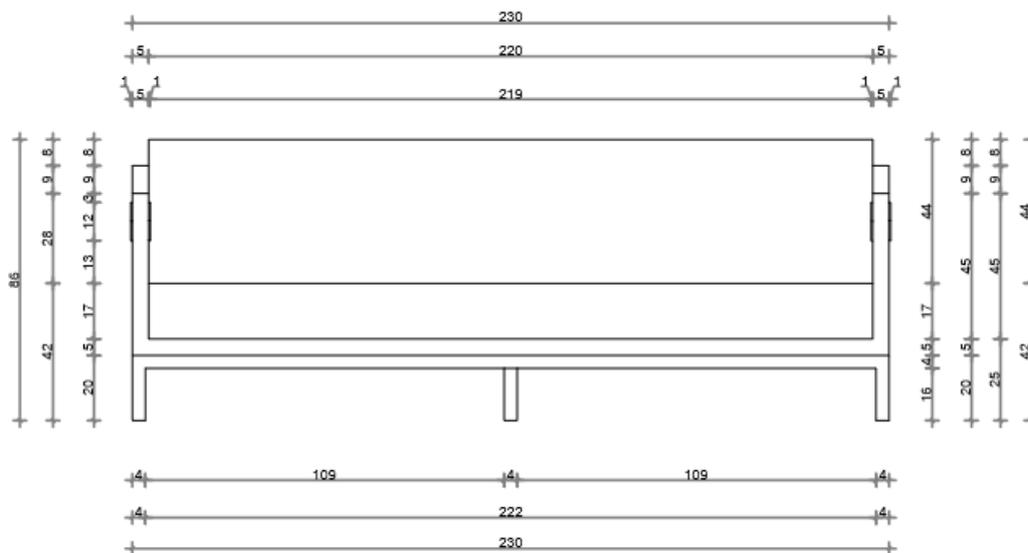
*AMADEIRAMENTO: MADEIRA MACIÇA DE EUCALIPTO TRATADA, SECA NATURALMENTE E IMUNIZADA

*AMORTECIMENTO: PERCINTAS ELÁSTICAS ITALIANAS

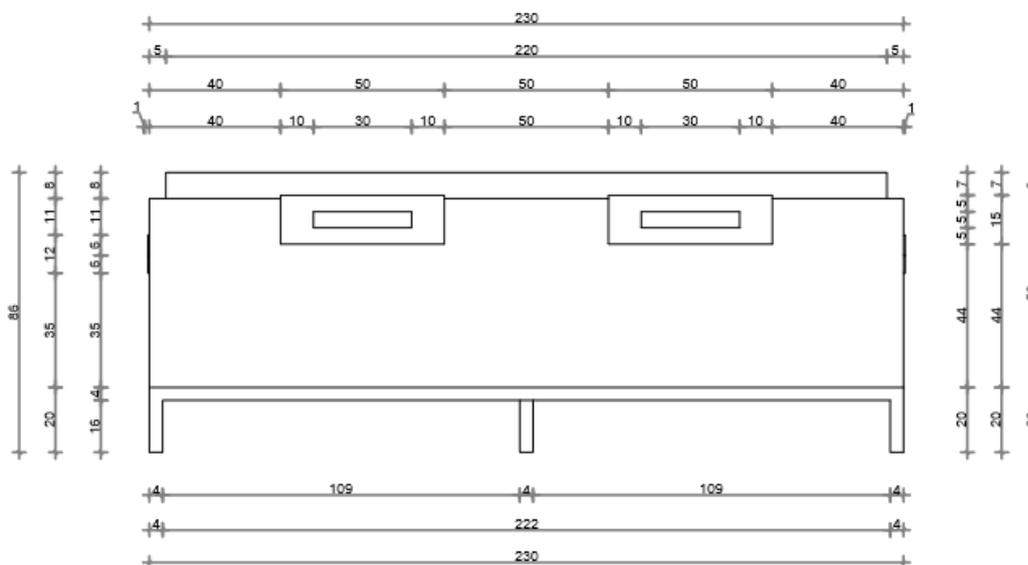
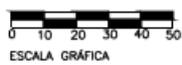
*COSTURA – ASSENTO E ENCOSTO: DEBRUM

Figura 40 – Especificações Sofá Essere
Fonte: Própria autoria





VISTA FRONTAL



VISTA POSTERIOR

Figura 41, 42 e 43 – Vistas ortogonais do Sofá Essere
 Fonte: Própria autoria

7.5 Modelagem Volumétrica Física

Afim de complementar este projeto, bem como aperfeiçoar as habilidades em prototipagem, desenvolvemos um *mockup*/modelo para cada elemento desta linha, de forma mais fiel possível à proposta final, na proporção de escala 1:10.

No campo do design de produto é imprescindível que haja uma fase de experimentação, para que se avalie todas as possibilidades, adequações e melhorias. Nisso se dá a importância do modelo e do protótipo na criação de produtos.

O trabalho de modelagem é sempre inacabado, sempre há o que aprimorar. Sempre encontraremos novas técnicas a serem aplicadas, novos materiais a serem usados, e claro, novas ideias para o mesmo produto ou para projetos futuros.

O estudo de protótipos se torna muito enriquecedor por nos dar outra perspectiva do design, demandando soluções concretas, práticas e rápidas. Exercita nosso cérebro a pensar novas possibilidades ao lidar com as 3 dimensões, literalmente. Além de refinar nossa percepção volumétrica.



*Figura 44 – Modelagem física da Poltrona Essere
Fonte: Própria autoria*

7.6 Modelagem Digital Linha Essere

Poltrona Essere:



*Figura 45 – Modelagem Digital da Poltrona Essere
Fonte: Própria autoria*



Figura 46 – Modelagem Digital da Poltrona Essere
Fonte: Própria autoria

Chaise Long Essere:



Figura 47 – Modelagem Digital da Chaise Long Essere
Fonte: Própria autoria

Sofá Essere:



Figura 48 – Modelagem Digital do Sofá Essere
Fonte: Própria autoria

8. CONCLUSÃO

Neste estudo entendemos a importância de se conhecer todos os elementos e fatores que envolvem a criação de um mobiliário solto, neste caso em específico, um móvel estofado. Durante toda metodologia projetual o móvel deve ser pensado com cuidado. Enquanto estudantes e profissionais, devemos observar o que o mundo a nossa volta nos dá para criar, bem como absorver toda informação útil e transformá-la em ferramenta de trabalho.

O projeto aqui apresentado ainda deixa espaço para estudos mais aprofundados, desde sua pesquisa, estruturação, plasticidade até sua usabilidade. E

a partir disso entende-se que sempre há o que melhorar e evoluir em um projeto de design.

Por fim, conclui-se que criar é uma tarefa linda e complexa, mas que nos sensibiliza, completa e aperfeiçoa, fazendo com que nós designers nos esforcemos para ser seres humanos melhores a cada dia.

REFERÊNCIAS

SOUZA, Aline Teixeira de. MENEZES, Marizilda Santos de. **As tendências e o design: metodologia de projeto do mobiliário orientada para o futuro**. São Paulo: Rosari, Universidade Anhembi Morumbi, PUC-Rio e Unesp-Bauru, 2010.

MUNARI, Bruno. **Das Coisas Nascem As Coisas**. Martins Fontes; Edição: 3. 2015.

RAPOSO, A. KIPERSTOK, A. CÉZAR, S.F. **Produção Mais Limpa e Design do Ciclo de Vida de Móveis Estofados no Estado de Alagoas, Brasil**. 3º International Workshop Advances In Cleaner Production. São Paulo, 2011.

SCHULS, Karin. **Guia de Orientação Ergonomica – Giroflex**. Movimento – Apoio – Sustentação. O Sentar. A Ergonomia. E a cadeira que reúne estes três elementos. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/168940066/Giroflex-Ergonomia> acesso em maio de 2018.

NBR 13962/2002 - **Móveis para escritório – Cadeiras**. Disponível em: <http://www.ebah.com.br/content/ABAAAAZogAK/nbr-13962-moveis-escritorio-caadeiras> acesso em maio de 2018.

Captonê e Botonê: saiba qual é a diferença. Líder Interiores. Junho/2013. Disponível em: <http://www.liderinteriores.com.br/blog/capitone-e-botone-saiba-qual-e-a-diferenca/> acesso em abril de 2018.

Acabamentos e Tecidos. Estofados Jardim. Disponível em: <https://www.estofadosjardim.com.br/acabamentos/> acesso em abril de 2018.

Me apego nos detalhes: molas. Estofados Jardim. Disponível em: <https://www.estofadosjardim.com.br/blog/me-apego-nos-detalhes-molas/> acessado em maio de 2018.

Conheça a espuma produzida pela Líder Interiores. Disponível em: <http://www.liderinteriores.com.br/blog/conheca-a-espuma-produzida-pela-lider-interiores/> acesso em abril de 2018.

VILAR, WALTER. **Química e Tecnologia dos Poliuretanos**, 3a Ed., Vilar Consultoria, Rio de Janeiro, Dez/2004. Disponível em: <http://www.poliuretanos.com.br/Cap3/35propriedades.htm> acesso em maio de 2018.

Estrutura do Sofá. Estofados Jardim. Disponível em: <http://estofariafatima.com.br/work/estrutura-do-sofa/> acesso em abril de 2018.

Composição e Características dos Materiais. Disponível em: <https://www.artezanal.com/pagina/composicaoDosMateriais/> acesso em abril de 2018.

Estrutura do Sofá. Estofaria Fátima. Agosto/2015. Disponível em: <http://estofariafatima.com.br/work/estrutura-do-sofa/> acesso em maio de 2018.

Forração do Estofado. Estofaria Fátima. Agosto/2015. Disponível em: <http://estofariafatima.com.br/work/forrao-do-estofado/> acesso em maio de 2018.

Espuma do Estofado. Estofaria Fátima. Agosto/2015. Disponível em: <http://estofariafatima.com.br/work/espuma-de-estofado/> acesso em maio de 2018.

ABSTRACT

This study develops a line of upholstered furniture of living room with reference to the project process indoor and product design. Proposes the use of noble materials, comfort and refinement, which are inserted in a contemporary yet timeless proposal. The line created consists of an armchair, long chaise and couch. Guided by national and international trends. Concludes if the project with the physical modeling of the mockup of one of the collection elements to experimentation and evaluation.

Keywords: upholstered furniture, furniture design, upholstered furniture fabrication.

COMUNICAÇÃO VISUAL XEQUE MALTE: CERVEJARIA ARTESANAL

*Igor Antônio Lima de Camargo¹, Daiany Kenea da Paz², André Luiz Castro³,
Angélica P. Marsicano Tavares⁴*

RESUMO

Este artigo mostra o desenvolvimento e os fundamentos para a criação da comunicação visual de uma cervejaria artesanal fictícia, relatando a importância da aplicação dos conceitos e princípios necessários ao processo criativo de identidade visual. O objetivo é fornecer uma imagem comercial impressionante, impondo um forte vínculo de fidelidade aos seus clientes e posicionando-os como referência no mercado da cerveja. A ideia é criar uma marca moderna, sofisticada e única, baseada no tema do jogo xadrez de xadrez, que é a admiração estabelecida pelos clientes, proprietários do negócio, atendendo e superando os requisitos propostos no briefing, que ajudam a montar o aspecto composicional do projeto.

Palavras-chave: Xadrez, Logotipo, Cervejaria, Marca, Xeque, Malte.

1. INTRODUÇÃO

A cada dia crescendo e ganhando força no mercado mundial o segmento da cerveja artesanal vem conquistando o paladar dos brasileiros que apreciam o deguste de novos sabores e sensações valorizando desde a sua qualidade de produção até sua cor, textura e aroma. Assim, pequenos cervejeiros chamados *homebrew* (feito em casa), estão procurando expandir os seus empreendimentos. Um importante passo para o sucesso destes novos negócios está diretamente relacionado ao design gráfico que, acompanhando esta evolução, através da identidade visual pode agregar valor à marca, adaptando-a e/ou destacando-a no mercado além de gerar proximidade com os clientes. Desta forma, para a diferenciação, crescimento e desenvolvimento de um empreendimento, não basta apenas o produto ser bom, mas também ter a

¹ Igor A. Lima de Camargo do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2018. igorcarnardesign@gmail.com

² Daiany Kenea da Paz do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2018. daianyakpaz@hotmail.com

³ André Luiz Castro. Mestre. Professor dos Cursos de Design e Publicidade UNIESSA, Uberlândia, 2018. andre.luiz@uniessa.com.br

⁴ Angélica P. Marsicano Tavares. Mestre. Professora dos Cursos de Design e de Arquitetura UNIESSA. Uberlândia, 2018. angelica.tavares@uniessa.com.br

comunicação visual como estratégia essencial para transmitir a mensagem atraindo o público alvo.

1.1 Problema

Nesse contexto, este artigo apresenta um projeto de design gráfico com solução de identidade visual, juntamente com processo básico de *naming*⁵, para um empreendimento fictício de dois irmãos que pretendem expandir sua produção de nanocervejaria caseira para uma cervejaria de alto padrão na cidade de Uberlândia.

1.2 Justificativa

Em outubro de 2017, a prefeitura de Uberlândia oficializou o programa de fomento ao setor cervejeiro regulamentando as cervejarias artesanais e favorecendo a produção artesanal bem como a comercialização. Desde então, este segmento vem se expandindo por aqui. Apostando neste mercado promissor, os irmãos Reis pretendem se estabelecer no mercado como referência da cerveja artesanal não somente pela qualidade do seu produto, mas também pela apresentação do mesmo e do ambiente de descontração, entretenimento e cultura a ele relacionado.

1.3 Objetivos

Neste aspecto, o projeto gráfico de comunicação visual desta empresa tem como objetivos:

- Compreender os processos e técnicas utilizadas para a criação da comunicação visual;
- Estabelecer o processo de “*naming*” para a identidade da marca;
- Criar o logotipo conceitual buscando uma fundamentação semântica que reflita em aparência, sonoridade, posicionamento e memorização

⁵ Naming – é o trabalho de escolha do nome do produto, serviço ou empresa estabelecendo uma relação direta com o posicionamento pretendido. Fonte: <http://i10as.com.br/naming>

da marca;

- Aplicar de forma estratégica os elementos da identidade visual valorizando o design enquanto agente transformador do posicionamento de um produto no mercado e diferencial no reconhecimento da marca.

1.4 Metodologia

Afim de se atingirem os objetivos almejados, primeiramente é delineado um *briefing*⁶ a partir de entrevistas informais com os clientes. Absorver o máximo de informações necessárias torna-se primordial para um resultado efetivo.

Na sequência iniciam-se as pesquisas de mercado em geral, averiguando as empresas correlatas atuais de acordo com os requisitos propostos a analisar e seus conceitos. Análise de projetos similares ajudaram a identificar os principais pontos a serem seguidos, além de distinguir e torna a marca única, duradoura, adaptável e memorável. Contribuindo com as pesquisas, foi realizado um questionário com perguntas baseado nos conhecimentos gerais de uma cervejaria artesanal.

Posteriormente ocorre o chamado *Brainstorming*, conhecido como “tempestade de ideias”, momento o qual se coletam e mesclam informações essenciais para o desenvolvimento de todo o trabalho, principalmente para a criação do nome da cervejaria artesanal.

Logo após, é iniciada a fase de processo criativo, na qual se desenvolvem diversos esboços/croquis aplicando as informações adquiridas para se chegar a um melhor resultado criativo, estético e funcional para a comunicação da marca. Testes de vetorização por meio dos softwares computacionais foram incrementados através de grids, conhecido para auxiliar a estrutura base do desenho, favorecendo do uma melhor precisão e equilíbrio simétrico para o símbolo e tipografia do logotipo.

⁶ Briefing – Briefing é um conjunto de informações, uma coleta de dados para o desenvolvimento de um trabalho.
Fonte: <https://www.significados.com.br/briefing/>

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Primórdios da Cerveja

De acordo com MÜLLER (2002) a cerveja é uma bebida alcoólica feita a partir da fermentação dos extratos obtidos do cozimento de cereais maltados. Descoberta por acaso, registros de 6 mil anos atrás relatam as primeiras práticas da produção, onde os sumérios, também denominado como povo mesopotâmio, animavam-se ao produzirem a bebida alcoólica, porém naquele tempo o líquido era mais forte e escuro além das probabilidades de contaminação. (PORTAL BREJAS)

Ainda na antiguidade, a cerveja fermentada era tão valorizada, que leis foram criadas para “respeitar” a sua forma e ingredientes de produção, além de serem usados pelos egípcios como moeda de troca. A “bebida divina”, assim também denominado, também serviu como remédio natural, contendo um efeito diurético e diversas outras finalidades a fins medicinais. A cerveja expandiu sua produção principalmente ao Norte da Europa, onde por conta do clima úmido, o desenvolvimento da matéria prima, a cevada, era favorecida. (GLOBO, 2016)

Na idade média, as assembleias se responsabilizaram pela produção, tornando-se uma atividade familiar. No entanto, apenas os monges da época souberam aperfeiçoar e guardar a fórmula da cerveja, pois eram os únicos capazes de ler e escrever. (BREJAS)

Aproveitando a grande extensão, os artesãos das cidades iniciaram também a fabricar cerveja, conseqüentemente levando os poderes públicos a se atentarem ao costume do consumo do mesmo. As tabernas ou cervejarias eram lugares onde debatiam posições e negócios importantes que acabava entre um gole e outro de cerveja. A partir do século XII, já com técnicas mais aperfeiçoadas, fábricas de pequeno porte foram surgindo nas cidades europeias e, os cervejeiros já sabiam que a água tinha uma grande imponência na qualidade da cerveja. Por isso, as seleções das localizações das cervejarias eram feitas em nas proximidades de fontes de uma boa água.

2.2 Logotipo

Segundo a Associação dos Designers Gráficos (ADG), o termo logotipo vem do grego “logos” + “typos” = palavra, significado + figura. É a representação visual que identifica uma empresa, com o objetivo de diferenciar e relaciona-se com seus consumidores. (ABC DA ADG, 2012, p.126)

David Airey, afirma que o logotipo sempre estará presente em nossa rotina diária, como por exemplo nas etiquetas de roupas, smartphones, TVs e computadores. Isso desafia muitas empresas que querem se diferenciar visualmente no mercado, pois existe uma grande vasta de informação produzida nos últimos anos que tem “sobrecarregado” a humanidade ao ponto de ignorar as mesmas. (AIREY, 2010). Em outra visão, isso também cria grandes oportunidades para bons designers desenvolverem projetos superando todas as expectativas. (AIREY, 2010).

2.2.1 A importância do Briefing

No desenvolvimento de um excelente logotipo, é preciso primeiro captar todas as informações necessárias, absorvendo questões como saber o que é a empresa, o porque ela foi criada, quais seus objetivos e pretensões, além de também conhecer sobre a sua história. Para retratar bem a identidade visual de um empreendimento, é também primordial obter o máximo de dados, caso ao contrário os resultados podem ser frustrantes. (CESAR, 2015).

“Está tudo no briefing do projeto”, assim diz David Airey, a melhor forma de conseguir todas as informações necessárias para a criação de um projeto de logotipo é através de bons diálogos com os clientes, sempre com perguntas fundamentais para se conseguir as respostas específicas e essenciais. (AIREY, 2010).

2.2.2 Menos é mais

A solução mais simples na maioria das vezes é a mais eficiente. Isso acontece, pois, um logo minimalista ajuda a cumprir grandes partes das necessidades de um projeto, tornando mais fácil de ser reconhecido. (AIREY, 2010). Traços originais

e compreensíveis são de excelência importância, sendo muito notável lembrar se certos elementos são realmente necessários na composição. (BERGSTRÖM, 2009).

2.2.3 Função, Durabilidade e Adaptação

Um logo precisa estabelecer grandes relações, interatividade e fidelidade, principalmente com os potenciais consumidores, atravessando gerações e barreiras ao ponto das empresas poderem também aumentarem os preços/valores de seus produtos e/ou serviços, pois assim os próprios clientes estarão dispostos a pagar por algo digno. (AIREY, 2010). Já Newton Cesar também declara que um logo precisa ser atemporal, ou seja, que resista ao tempo e não seja uma tendência passageira. (CESAR, 2015).

Por que a criação de uma marca é importante? Porque as pessoas geralmente escolhem os produtos com base no valor percebido em vez de pensarem no valor real (AIREY, 2010).

Um exemplo clássico proposto por David Airey é a empresa de flocos de milho e trigo, Kellogg's. A empresa de cereal, ainda usa a mesma assinatura de Will Keith Hellog desde de 1906 até hoje, tendo apenas sutis modificações. O efeito dessa permanência visual construiu uma resistência de confiança entre seus consumidores ao longo dos anos, posicionando a Kellogg's como uma das maiores fabricantes de cereais do mundo. (AIREY, 2010).



Figura 1 – Assinatura de Kellogg. Antes e depois logotipo da Kellogg's.
Fonte: Livro Design de Logotipos que Todos Amam – David Airey

O símbolo de uma marca também precisa transmitir uma mensagem fixa e concreta baseado no conceito da empresa. Símbolos facilmente identificados são reconhecidos e memorizados pelos consumidores de forma mais eficientes. Por isso é muito importante a criação de um logo onde possa ser versátil, abordando ao

minimalismo e simplicidade, onde possa adaptar em vários meios de comunicação diferentes, sem que perca a sua consistência. (AIREY, 2010).



Figura 2 – Logotipos Responsivos. Uso da técnica de adaptação do logotipo sem perder a essência para o uso em diferentes interfaces. Fonte: publicitarioscriativos.com

2.2.4 Singularidade

Um logotipo singular é diferenciar-se da concorrência sendo reconhecido de forma fácil, simples e clara. Um dos primeiros passos para um logo tornar-se único, é refletir de modo preciso, a essência e estilo da empresa em relação ao seu cliente. De acordo com David Airey, uma das melhores técnicas para um logo original é focar em algo que seja facilmente identificado, ao ponto de apenas a sua silhueta ou forma o distingue. O uso do preto e branco enfatizar a desenvolver marcas singulares, pois o contraste realça a forma ou ideia. (AIREY, 2010).

Ao criar um logo, o designer possui uma grande missão: serem únicos e diferenciados. O poder de comunicar, representar e se destacar são grandes meios

para se obter sucesso com a sua marca em um enorme mercado competitivo. (WHEELER, 2008)

Ser original é uma tarefa difícil, mas não impossível, pois é isso que fará o diferente das outras. É preciso mostrar que não é só mais uma empresa no mercado, precisa transmitir o real sentido e emoção. No processo criativo, qualquer informação que tenha ligação com o empreendimento tem que ser expressada no papel em forma de traços e rabisco. Teste, estilize e veja o que ninguém conseguiu ter a mesma visão. (CESAR, 2015).

2.2.5 Conceito

Grande parte dos melhores logos que existem hoje em dia representam algo possuindo o seu significado aplicado de forma clara ou abstrata. Conceituar um logotipo transmite relevância, sendo que entender o que é representado eleva ainda mais o reconhecimento da marca. (WHEELER, 2008)

É importante pensar em um conceito que possa representar a empresa no presente e evoluir positivamente no futuro. Essa evolução pode ocorrer através da intenção original, mas também pode forma-se e possivelmente ser redefinido através da experiência vivida pelo consumidor, adicionando uma nova visão significativa. (WHEELER, 2008)

Torna-se um marcante desafio para o designer absorver e unir essa grande massa de informações da empresa, seu público alvo e todo conhecimento do mercado para desenvolver uma forma/figura mais ideal, autêntica, simples e principalmente funcional. No entanto para o público da empresa, é raro entender todo esse significado de forma instantânea. Por isso é preciso esclarecer, sustentar e comunicar o significado, sendo função da empresa aproveitar cada oportunidade e compartilhar o conceito criando um aspecto cultural da marca. (WHEELER, 2008).

A bandeira norte-americana não se tornou um símbolo imediatamente reconhecível e universal da liberdade e da democracia até que isso fosse comunicado muitas vezes. (WHEELER, 2008).

2.3 Cores

As cores apenas existem por conta de uma emissão de ondas luminosas, que causa sensações quando atravessam os nossos olhos. A visão humana capta essas ondas aos pontos de reconhecer conforme reage a dimensão das mesmas. Por isso, a cor sempre exerce um papel importante na comunicação visual através do psicológico das pessoas, estimulando a sensações quentes, frias, confiança, sofisticado, dentre vários outros. (CESAR, 2010).

Para a comunicação visual as cores precisam ser funcionais pois são importantes meios comunicativos a ser usado. Se preocupar de como o receptor vai reagir com as cores destinados a usar é a necessidade do estudo da psicologia das cores para decidir algo ideal. (BERGSTRÖM, 2009). Uma citação clássica de Bergström, relata a aplicação das cores acromáticas, preto e branco, onde juntas, transmite um aspecto influente, atraente e imponente. Existem também diversas combinações de contrastes harmônicos que possam favorecer bons significado a imagem que queria usar, no entanto caso mal combinados torna-se algo amador e com impressão negativa. (BERGSTRÖM, 2009).

3. IDENTIDADE VISUAL

Denomina-se Identidade Visual como uma representação visual e verbal de uma marca por meio de expressão e comunicação onde possamos vê-la, toca-la, ouvir e observar, com objetivos de serem principalmente funcionais, memoráveis, significativos, diferenciais e um reconhecimento imediato. (WHEELER, 2008)

Uma identidade visual fácil de lembrar e imediatamente reconhecível viabiliza a conscientização e reconhecimento da marca. A identidade visual engatilha a percepção e desencadeia associações a respeito da marca. A visão, mais do que qualquer outro sentido proporciona informações sobre o mundo que nos rodeia. (WHEELER, 2008).

3.2 Conhecendo o cliente

Por se tratar de um briefing fictício, as propostas foram baseadas através das pesquisas realizadas conhecendo as principais cervejarias do Brasil e regiões de

Uberlândia-MG. Captando também as principais exigências do mercado, como o público alvo e a coleta de dados sobre a atual evolução desse empreendimento.

Os irmãos, Fernando e Marcelo, amam fazer e personalizar fórmulas das cervejas artesanais. No entanto, o ambiente onde realizavam todo o trabalho estava ficando incompatível com a demanda de produção a seguir e por isso decidiram evoluir para algo melhor. Além das cervejas, possuem admiração pelo xadrez, acompanham campeonatos e torneios sempre quando possam estar presentes. Acreditam que é uma ótima forma de treinar o raciocínio e realçar a concentração.

As expectativas dos irmãos Garcia abrangem um referencial da cerveja artesanal pela qualidade oferecida em seu produto e ambiente. Tendo como público alvo, homens e mulheres, entre 20 a 45 anos de classe A e B. A comunicação visual deve ser sofisticada, singular e moderna, criando fidelidade significativa com os clientes, e assim posicionando uma alta imponência no mercado. Os principais concorrentes atuais são a Cervejaria Alienada e UberBrau, duas grandes empresas que possuem reputação competitiva na região.

3.3 Processo de Naming e Aplicação da Temática.

Após o desenvolvimento de um completo briefing com o cliente, para criação do nome da cervejaria, foram realizadas pesquisas precisas para conhecer a fundo o atual mercado das cervejas artesanais que se adaptam no mundo e no Brasil.

Tendo como visão geral, observamos uma maior interatividade com os consumidores em cervejarias que adaptavam-se a sua estrutura através de temáticas onde abriam grandes probabilidades e oportunidades de opções para comunica-se com o cliente de forma direta e indireta. Uma delas que podemos destacar é a cervejaria Alienada, localizada em Uberlândia-MG, onde aborda um tema espacial/galáxias, possibilitando a empresa explorar e desmembrar diversas opções como extraterrestres, espaço naves, astros e dentre outros, adaptados para o meio das cervejas artesanais.



Figura 3 – Garrafas de cerveja com rótulos personalizados. Aplicação da Identidade Visual da Cervejaria Alienada em seus produtos utilizando a sua temática espacial/galáxias.

Fonte: www.alienada.com.br

Através dessa busca de referências e inspirações foi abordado para a cervejaria a temática de um dos jogos de tabuleiros conhecido mundialmente, o xadrez. Um jogo estratégico onde conseguimos abordar questões específicas para a criação do nome e também da identidade visual da empresa.

O xadrez é um jogo de tabuleiro estratégico feito para 2 jogadores, sendo definido por um tabuleiro de 64 casas e 32 peças (cada jogador possui 16 peças) que serão movimentadas de acordo com a função que cada peça determina. Existem diversas lendas onde caracteriza a origem do jogo, no entanto, a mais comum e contada mundialmente é de que teria surgido na Índia.

Baseado na temática do xadrez, o objetivo foi adaptar o tema para o meio da cerveja artesanal. Assim foi realizado um brainstorming, conhecido também como tempestade de ideias com a intenção de “desmembrar termos” através de seus adjetivos, sinônimos, significados, e depois mesclarem as palavras e conceitos abordados.

Após longas tentativas e rabiscos, analisamos a conclusão do nome da cervejaria como Xeque Malte. Sendo que Xeque, vêm de origem persa "Shah", que significa algo soberano, nobre e honrado liga a casa de um rei. (SURNAMEDB, 2015). Já a palavra Malte é um dos principais ingredientes feito a partir da cevada para realizar a produção da cerveja. (OCANECO, 2015). O nome Xeque Malte também foi

baseado na expressão similar a xeque-mate do jogo de xadrez onde significa a finalização do jogo onde o rei é atacado.

3.4 Desenvolvimento do Logotipo Xeque Malte

No desenvolvimento de criar algo original, foi proposto a junção de figuras abstratas e ao mesmo tempo perceptíveis e objetivo. De acordo com o nome Xeque Malte, a ideia seria mostrar a imagem de uma empresa onde seria denominada como “autoridade do malte”, a cervejaria que possui domínios e qualidades na produção com as melhores opções para quem deseja algo sofisticado.

3.4.1 Definição do conceito

O conceito inicial na construção do logo foi aplicado na concepção de dois grandes irmãos unidos estrategicamente por um único negócio. Assim, no símbolo, os irmãos são representados por uma coroa e ao centro um losango representando o principal ingrediente para produção da cerveja, o malte. A coroa vem das peças mais poderosas estrategicamente do xadrez, o rei e a rainha, sendo que o objetivo é transmitir algo superior, mas não determinado por um gênero e sim algo neutro. Já o malte são grãos de cevada ou de outros cereais onde foram colocados em um grande recipiente para atingir um “grau” de germinação das sementes, no entanto esse processo é interrompido após os mesmos liberarem os aminoácidos, açúcares e substâncias necessárias para a produção da cerveja.

Os traços da composição do logo foram inspirados nas antigas escritas de origem germânica, conhecida como runas. Os símbolos rúnicos era um antigo alfabeto dos habitantes no norte da Europa, que na mitologia nórdica significava força e poder divino. (WEMYSTIC). A questão é que nesta região, existiam também grandes admiradores da cerveja, o povo nórdico, conhecido também como vikings, degustavam a bebida em suas reuniões e festas. (NORSKCRAFTBEER).

Destacamos duas runas que foram baseadas simbolicamente no logotipo: a Runa Daeg que significado o equilíbrio, crescimento, transformação e prosperidade; Runa Othala representando propriedade, importância familiar e segurança. (WEMYSTIC).



Figura 4 – Representação de duas escritas rúnicas. A esquerda temos a Runa Daeg; já a direita a Runa Othala.
Fonte: www.wemystic.com.br

3.4.2 Processo de Construção

É fundamental uma marca expressar como principal intuito formas que possam distinguir das demais concorrentes, pesquisando, explorando e conhecendo importantes características se destacando nesse imenso mercado. Para se chegar a um resultado preciso e funcional, foram feitos vários croquis sendo capaz de acompanhar o processo de aperfeiçoamento a cada traço.

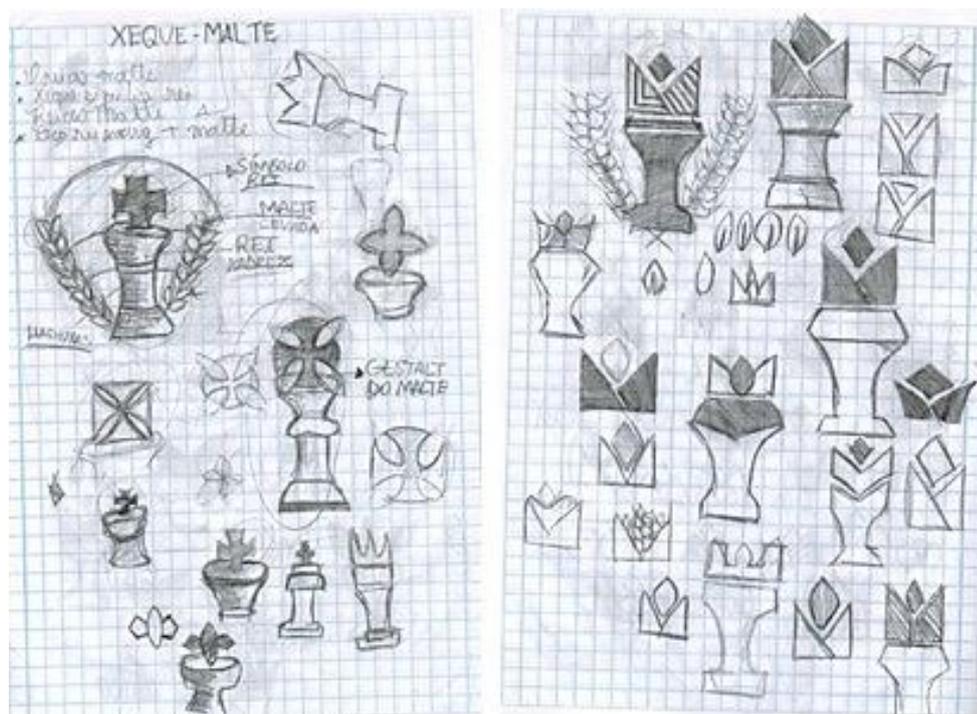


Figura 5 – Alguns dos croquis feitos com o objetivo de criar o logotipo ideal para a cervejaria Xequê Malte.
Fonte: Própria autoria

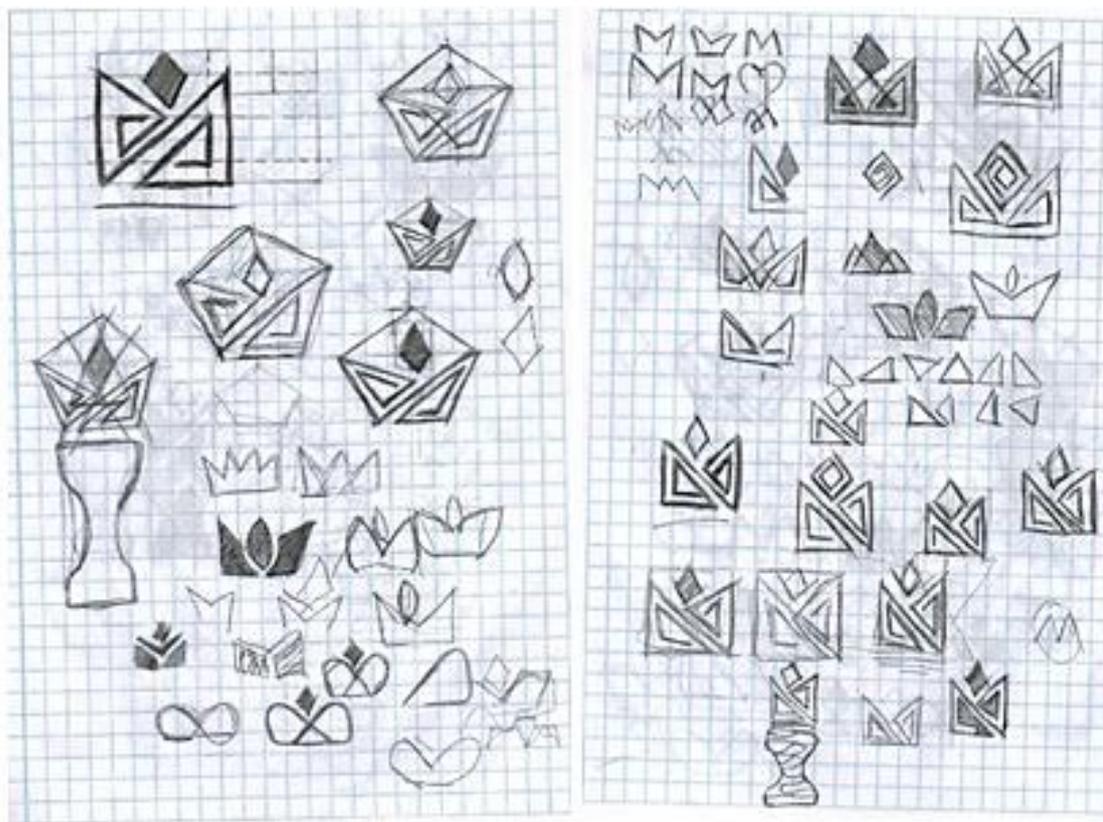


Figura 6 – Mais alguns dos croquis feitos com o objetivo de criar o logotipo ideal para a cervejaria Xequê Malte.

Fonte: Própria autoria

Seguidamente, após a realização dos esboços, foi feita a seleção de um único desenho que de fato atingiu as primeiras expectativas do conceito e assim digitalizado para ser vetorizado no computador.

A vetorização é feita desenhando virtualmente seguindo os mesmos traços do rabisco original. No entanto, foi visto a necessidade do uso de grids com o objetivo de uma maior precisão, equilíbrio e aperfeiçoamento as linhas.

O grid para a construção do símbolo foi inspirado a partir do próprio tabuleiro de xadrez, transformando as 64 casas do jogo em uma “malha gráfica”. Interligando os pontos de intersecções, formando o tracejado desejado e em seguida aplicando espessura nas linhas para que ficasse paralelo entre o espaçamento e preenchimento do traçado.

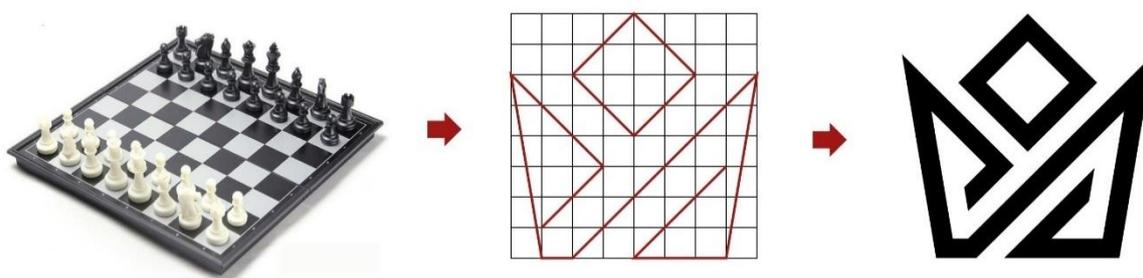


Figura 7 – Representação do processo de aplicação do grid para desenvolvimento do logotipo.
Fonte: Própria autoria

Na finalização do símbolo, além dos significados iniciais, foram estudadas e aplicadas outras técnicas durante o seu desenvolvimento: a presença de forma abstrata da letra “M”; a Gestalt usando a lei da unificação e a lei da unidade.

Na tipografia do logotipo, foi utilizado para a composição a fonte Bebas Neave. Essa família tipográfica além de expressar sofisticação, amigável e minimalista, possui um alongamento estreito em suas letras que nos lembra do mesmo alongamento das peças mais altas do xadrez. Também podemos destacar a harmonia na sua junção com o símbolo, sendo utilizado na diagramação das letras a proporção áurea, contribuindo a uma visão mais agradável aos olhos.

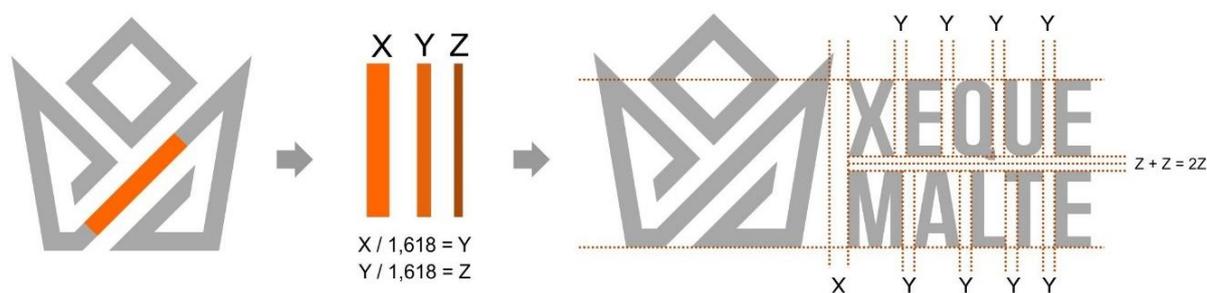


Figura 8 – Diagramação da tipografia do logotipo. Usando a espessura do tracejado do símbolo dividido pelo número de ouro (1,618 proporção áurea) para atingir um melhor alinhamento.
Fonte: Própria autoria.

3.5 Ilustração dos Tipos de Cerveja

Os principais estilos de cervejas oferecidas na Xequé Malte serão representados pelas peças de xadrez por meio de ilustrações personalizadas. Através dos seis tipos de peças existente no jogo, sendo o peão, torre, cavalo, bispo, rei e rainha, foram retratados usando o busto e apenas a parte superior que representa cada peça, exibindo imponência.

O busto humano, usado antigamente para estampar imagens de grandes superiores, veio criando um valor de superioridade ao longo do tempo, sabendo também que naquela mesma época as obras destacavam somente o busto e a cabeça para economizar recursos, já que o mesmo era suficiente para reconhecer a imagem pretendida.

Mesclando as cervejas com as peças de xadrez, a figura 9 apresenta o resultado das ilustrações propostas.



Figura 9 – Representação de cada estilo de cerveja por meios de ilustrações das peças de xadrez.

Fonte: Própria autoria

3.6 Aplicação da identidade visual

Confira a seguir, o resultado da aplicação em mockups⁷, do material produzido para composição da imagem da cervejaria Xequê Malte.



Figura 10 – Aplicação da identidade visual em mockups de papelaria e possíveis aplicações.
Fonte: Própria autoria.

⁷ Mockup – Na área de desenvolvimento de software, é uma representação do design de um projeto que será apresentado ao cliente. - <http://www.vaicomtudo.com/o-que-e-mockup-onde-e-usado.html>

4. CONCLUSÃO

Em um empreendimento que possui bons produtos, ótimos serviços e tendo uma forte missão, a identidade visual torna-se muito importante para fazer a diferença transmitindo a mensagem ideal para o seu público alvo e a fins, assim gerando lucros.

No estudo apresentado, podemos perceber as técnicas necessárias para compreender todo o processo de criação do logotipo e papelaria. Juntamente com o valor de conhecer melhor o cliente para que todas as expectativas não sejam apenas atendidas e sim superadas. O foco nos pequenos detalhes é um dos principais pontos de visão que faz um talentoso designer se destaca.

REFERÊNCIAS

ALIENADA. **Como Surgimos?** disponível em: <https://www.alienada.com.br/> | acessado em junho de 2018.

ARNO MÜLLER. **Cerveja!**. 1. ed. rev. e ampl. Canoas: ULBRA, 2002. 15 p.

ADG BRASIL. **Abc da Adg - Glossário de Termos e Verbetes Utilizados Em Design Gráfico** 1. ed. rev. e ampl. São Paulo: Edgard Blucher, 2012. 126 p.

BO BERGSTRÖM. **Fundamentos da Comunicação Visual**. 1. ed. rev. e ampl. São Paulo: Rosari, 2009. 191, 200, 206 p.

PORTAL BREJAS. **História da Cerveja**. disponível em: <http://www.brejas.com.br/historia-cerveja.sht> | acessado em abril de 2018.

DAVID AIREY. **Design de logotipos que todos amam**. 1. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Altas Books, 2010. 2, 8, 9, 21, 22, 28, 30, 33, 34, 45 p.

G1, Especial Publicitário: **Somos Todos Cervejeiros**. WEBSÉRIE ESPECIAL: A HISTÓRIA DA CERVEJA. disponível em: <http://especiais.g1.globo.com/especial-publicitario/somos-todos-cervejeiros/infografico/a-historia-da-cerveja/a-historia-da-cerveja.html> | acessado em maio de 2018.

LEIS MUNICIPAIS, Odelmo Leão. **LEI Nº 12.801, DE 5 DE OUTUBRO DE 2017**. disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/mg/u/uberlandia/lei-ordinaria/2017/1280/12801/lei-ordinaria-n-12801-2017-institui-o-programa-de-fomento-a-producao-artesanal-de-cerveja-e-sua-comercializacao-no-ambito-do-municipio-de-uberlandia-mg> - 10 de outubro de 2017 | acessado em maio de 2018.

NEWTON CESAR. **Direção de Arte em Propaganda**. 10. ed. rev. e ampl. Brasília: Senac, 2015. 114, 115, 116, 117, 118, 181, 182 p.

NORSK CRAFT BEER. **Cerveja na História dos Vikings**. disponível em: <http://norskcraftbeer.com/importancia-da-serveja/> | acessado em abril de 2018.

OCANECO, Silvano Spiess. **O que é Malte?**. disponível em: <http://www.ocaneco.com.br/afinal-o-que-e-malte/> - 17 de setembro de 2015 | acessado em abril de 2018.

SÓ XADREZ. Curiosidades: **Xeque-mate!**. disponível em: <http://soxadrez.com.br/conteudos/curiosidades/> | acessado em abril de 2018.

SURNAMEDB. **Last name: Shah**. disponível em: <http://www.surnamedb.com/Surname/Shah#ixzz1SP60S1SF> | acessado em maio de 2018.

WEMYSTIC. **Runas: O Significado desse Oráculo Milenar**. disponível em: <http://www.wemystic.com.br/artigos/significado-das-runas/> - 17 de setembro de 2015 | acessado em maio de 2018.

ABSTRACT

This article shows the development and foundations for the creation of visual communication of a fictitious craft brewery, reporting the importance of applying the design concepts and principles needed in the creative process of visual identity. The objective is provide a business image impressive, creating a tight loyalty with its customers and positioning as a benchmark in the beer market. The idea is create a modern, sophisticated and unique brand based on the theme of the chess game, which is the admiration established by the customers, meeting and exceeding the requirements proposed in the briefing, which help to assemble the compositional aspect of this project.

Keywords: *Chess, Logo, Brewery, Brand, Sheik, Malt.*

XEQUE MALTE: DESIGN DE INTERIORES PARA UMA CERVEJARIA ARTESANAL

*Daiany Kenea da Paz¹, Igor A. Lima de Camargo², Angélica Mariscano Tavares³,
Rodrigo Augusto Bassan⁴*

RESUMO

Este trabalho apresenta o desenvolvimento de um projeto de design e paisagismo para uma cervejaria artesanal. A partir de um briefing e um programa de necessidades fundamenta-se a pesquisa desde os primórdios da cerveja até suas variações mais atuais, estudando o processo de fabricação para conhecimento do maquinário e insumos até a ambientação de espaços comerciais deste tipo. A fim de estreitar e aprofundar o conhecimento técnico e sensorial sobre as particularidades destes estabelecimentos procede-se uma análise projetos similares que auxilia significativamente no processo criativo projetual. O resultado aponta um espaço convidativo, descontraído e curioso de experimentação, entretenimento e cultura.

Palavras-chave: cerveja artesanal, microcervejaria, sustentabilidade cerveja, história da cerveja

1. INTRODUÇÃO

De acordo com o SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, o Brasil é um dos maiores consumidores de cerveja no mundo. É o terceiro maior produtor, sendo superado apenas por Estados Unidos e China. Faz-se considerável, nos últimos anos, a mudança de comportamento dos consumidores de cerveja. A classe C, em sua maioria masculina, na faixa etária de 18 aos 65 anos permanece no consumo de grandes e populares marcas. Porém,

¹ Daiany Kenea da Paz do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. daianykpaz@hotmail.com

² Igor A. Lima de Camargo do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. E-mail de contato

³ Angélica P. Marsicano Tavares - Mestre – Professora do Curso de Graduação em Design e Arquitetura UNIESSA, Uberlândia, 2018. Angélica.tavares@uniessa.com.br

⁴ Rodrigo Augusto Bassan - Mestre - Professor Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2018. E-mail de contato

as classes B e C, incluindo-se relevante público de mulheres entre 30 a 65 anos, têm buscado as cervejas especiais como produtos diferenciados, mais encorpados, de paladar mais apurado e valor agregado. Segundo a Associação Brasileira da Indústria da Cerveja (CervBrasil), as chamadas cervejas especiais reúnem as artesanais, as importadas e as industriais de categoria “premium”. (SEBRAE, 2017)

De acordo com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), o número de cervejarias artesanais registradas, cresceu no Brasil em 2017 cerca de 37,7%. No país, são produzidos 14 bilhões de litros anuais e a tendência é crescente. A cada ano, é registrado um crescimento maior, impulsionando a geração de empregos, a criação de novos negócios e, sobretudo, a perpetuação de uma nova cultura de consumo.

Conforme ilustrado na Figura 1, o estado com o maior número de cervejarias é o Rio Grande do Sul, com 142 cervejarias. Sendo em Minas Gerais 87 delas instaladas.



Figura 1 – Infográfico – Distribuição das cervejarias no Brasil.

Fonte: MAPA Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento/Abracerva

Conforme relatos históricos, por volta de 1808, a família real trouxe a cerveja para o Brasil para ficar. De lá para cá, muita gente produziu a cerveja de modo artesanal, mas nunca com o compromisso de hoje, pensando na qualidade, aroma, sabor e textura, sendo que isso tem uma grande importância no mundo cervejeiro. Por isso não há um "ressurgimento" das cervejas artesanais, mas sim sua difusão como uma nova cultura, um novo conceito, novas técnicas, ingredientes especiais e alta qualidade.

Neste contexto, se justifica o desenvolvimento do projeto de design de interiores e de paisagismo para uma cervejaria artesanal a ser instalada (de forma fictícia) na cidade de Uberlândia/MG. Afinal, aqui já se fomenta a cultura cervejeira e, nesta tendência, a cidade se destaca como segundo polo do Estado atrás apenas da capital. Além disso, com a realização de um projeto diferenciado pretende-se valorizar o design no âmbito da abertura e já existentes empresas no mercado, como uma excelente e fundamental opção enfrentar a concorrência.

Tendo em vista o objetivo geral deste trabalho apontam-se como objetivos específicos:

- Conhecer a história da cerveja e a evolução da cerveja artesanal;
- Compreender o processo de produção artesanal e tomar conhecimento sobre os equipamentos e setores necessários;
- Estudar sobre design sensorial e relacioná-lo ao design de interiores comercial descrito;
- Promover um estudo de casos a partir de análises de projetos similares para se estabelecerem critérios sensoriais e técnicos sobre função, praticidade e estética para o projeto;
- Conhecer as normas que regem este tema e aplicá-las ao desenvolvimento projetual;
- Estudar materiais, acabamentos e iluminação adequados em um estabelecimento deste tipo;

- Elaborar um projeto que visa buscar o aproveitamento das condições naturais, melhorando, por exemplo, a eficiência energética e, conseqüentemente o conforto do usuário;
- Desenvolver memorial descritivo e modelagem tridimensional para ilustrar adequadamente o que se propõe.

Com a finalidade de atingir os objetivos propostos, foram seguidos alguns procedimentos metodológicos que, partem da definição de um briefing e programa de necessidades para conhecimento mais detalhado do cliente, a pretensão de seu empreendimento, o perfil do público alvo, exigências e expectativas. Posterior pesquisa exploratória em meio eletrônico e bibliotecas que levam ao embasamento teórico sobre o tema, à compreensão do processo de fabricação da cerveja artesanal, o funcionamento estratégico de um bar/restaurante e o design sensorial. Sequencialmente inicia-se o processo criativo que gera as ideias e estudos em croquis de setorização e fluxos, layout, materiais, iluminação e paisagismo. Através da utilização de softwares como AutoCAD (planta técnica) e Sketchup (maquete eletrônica em 3D) aplicam-se as informações otimizadas do processo criativo trabalhando em um melhor resultado criativo, estético e funcional.

1.1 Briefing

Dois irmãos, Fernando, 38 anos e Marcelo, 35 anos pretendem expandir sua produção caseira de cerveja, para uma microcerverjaria de alto padrão. Sonhadores, otimistas e determinados vislumbram o estabelecimento no mercado enquanto referência da cerveja artesanal tanto pela qualidade do produto quanto pela ambientação do espaço físico. Acreditam que a boa apresentação do produto faz a diferença e que características como descontração, curiosidade, experimentação, entretenimento e cultura devem estar relacionados ao espaço projetado.

Ainda sem um nome comercial definido os irmãos Garcia deixaram livre a sugestão da identidade visual da empresa e inclusive sugeriram o seu

desenvolvimento paralelo este projeto. Neste sentido, após cansativos estudos e criteriosa análise mercadológica e conceitual relacionou-se o nome XEQUE-MALTE como identidade empresarial. Buscou-se a temática do jogo do xadrez associada à base e à qualidade da cerveja com a conotação do rei, soberano. Relação de conceitos que unem a criatividade e inovação direcionando o projeto tanto na parte gráfica quanto aos interiores.



Figura 2 – Logotipo XEQUE-MALTE

Fonte: Própria autoria

A fábrica funcionará na parte da manhã e à tarde até às 17:00 horas quando então, em troca de turno se estabelece o uso noturno como um bar ou *brewpub*, como são chamados os bares que produzem sua própria cerveja.

Com aproximadamente 880 m² de área cuidadosamente arquitetada ao propósito, a Xeque Malte é a casa acolhedora dos apaixonados por cerveja artesanal. Um *brewpub* com espaço para a produção da cerveja e um salão para receber cervejeiros. Ao todo serão 10 torneiras para comportar as produções próprias.

Com área de produção preparada para a fabricação de Cerveja Artesanal, a Xeque Malte nasce com seis estilos do produto. No primeiro momento, os Chopes Malte serão vendidos no próprio local, oferecendo conforto para os clientes, e com projeto futuro de engarrafamentos de cerveja que serão vendidos no próprio local e também e-commerce.

O horário de funcionamento da fábrica será de segunda à sábado de 8 às 17h. O bar funcionará de terça à domingo, terça a quinta das 18h à 01h, sexta e sábado de 12h às 02h e no domingo de 12h às 22h. Para visitar a fábrica e conhecer o processo de produção, terão atendimentos acompanhados nos seguintes horários, às 10h, 11h e 12h, sendo feitos somente com agendamento e limite de 10

vagas por horário.

1.2 Programa De Necessidades

A Tabela 1 apresenta o programa de necessidades para a cervejaria XEQUE MALTE.

Tabela 1 – Programa de Necessidades – XEQUE-MALTE

SETORES	NECESSIDADES
Estacionamento	23 para carros, 1 para idoso, 2 vagas para portador de necessidades especiais. Um espaço para 10 motos estacionarem.
Area Externa	Trabalhamos com o paisagismo e com assentos/mesas para clientes que queiram fumar e ter contato com a área externa
Hall de acesso	Entrada dos clientes, logo na entrada se depara com o caixa ao lado esquerdo da cervejaria e logo a frente tem o balcão para atendimento.
Salão	Conforto, acessibilidade para pessoas especiais e garçons
Palco	Rampas de acessibilidade (cadeirante), iluminação neutra
Bar	Bar apenas para servir as cervejas e com corredor interno largo para que facilite a passagem dos garçons
Cozinha/Despensa	Cozinha toda em aço inox, tendo 3 cubas, uma delas serve apenas para lavar os alimentos, e a cuba dupla para lavar utensílios utilizados pelos clientes.
DML	Um armário que fica na sala dos funcionários, com pertences de limpeza.
Vestiário	Espaço dedicado aos funcionários para descanso no horário de almoço, guardar os pertences e para tomarem banho (funcionários da produção)
Sanitários	6 sanitários, sendo 4 no andar de baixo – 2 para clientes e 2 para funcionários (fica na sala dos funcionários)
Area de descompressão	Descanso dos funcionários, tendo um mini refeitório
Hall andar de cima	A primeiro momento é um museu da cervejaria, sendo que tem a possibilidade de ser uma lojinha para vendas de produtos como: cerveja, camisetas, taças, itens produzidos especialmente para a cervejaria Xequê Malte.
Administrativo	A sala da administração fica no andar de cima da cervejaria, uma sala dividida com o marketing, tendo apenas o necessário no ambiente.
Diretoria	Uma sala que tem a visibilidade da fábrica e salão.
Sala de reunião	Sala com visão para o estacionamento tendo uma mesa com cadeiras confortáveis que comporta uma grande reunião dos funcionários.
Câmara Fria	Espaço refrigerado
Depósito	Fica guardado o estoque de malte, e outros ingredientes necessários para a produção da cerveja.
SETORES	NECESSIDADES
Estacionamento	23 para carros, 1 para idoso, 2 vagas para portador de necessidades especiais. Um espaço para 10 motos estacionarem.

Fonte: Própria autoria

O número de funcionários será dividido por setores, sendo eles:

- Fábrica – 9 funcionários
- Administrativo – 1 funcionários
- Marketing – 1 funcionários
- Diretoria – 2 funcionários
- Recepcionista – 2 (sendo uma trabalhando no horário comercial e outra no turno da noite, para receber os clientes)
- Caixa – 2 atendentes
- Balcão – 3 (para servir as cervejas)
- Garçons – 4
- Cozinha – 6 funcionários
- Banheiros – 2 (um homem para o banheiro masculino e uma mulher para o banheiro feminino)
- Seguranças – 2 (por conta do estacionamento e outro logo na entrada da cervejaria)

As mercadorias são entregues em horários comerciais, para que assim não atrapalhe o funcionamento da cervejaria e que os funcionários tenham tempo para armazenar os mantimentos.

1.3 Fluxograma

A Figura 3 e 4 apresenta o organograma de setores e respectiva análise de fluxos para o projeto da cervejaria XEQUE MALTE.



Figura 3 – Fluxograma Térreo XEQUE MALTE

Fonte: Própria autoria

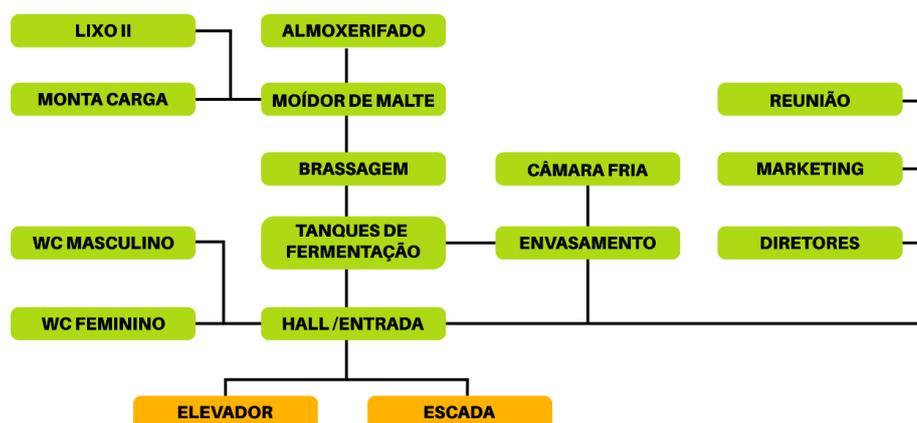


Figura 4 – Fluxograma 2º Pavimento XEQUE MALTE

Fonte: Própria autoria

2. FUNDAMENTAÇÃO TEORICA

2.1 O que é cerveja

“Cerveja é uma bebida alcoólica carbonatada, produzida através da fermentação de materiais com amido, principalmente cereais maltados como a cevada e o trigo. Seu preparo inclui água como parte importante do processo e algumas receitas levam ainda lúpulo e fermento (também chamado de levedura), além de outros temperos, como: frutas, ervas e outras plantas.” <http://www.brejas.com.br/cerveja.shtml>

Dentro desta definição de cerveja encontram-se diversas variedades, de acordo com fatores como método de produção, ingredientes usados, cor, sabor, aroma, receita, história, origem e assim por diante.

2.2 História da cerveja

Conforme DELIBERALLI, 2015, a história da cerveja está intimamente ligada com a origem e desenvolvimento das civilizações. Cita Hornsey na afirmação que provavelmente vários grupos pré-históricos tenham desenvolvido processos primitivos de obtenção de bebidas alcoólicas provenientes da fermentação de cereais. Há registros de proveniência da cerveja “da antiga Suméria e Babilônia: em 1913, o arqueólogo tcheco Bedrich Hrozny decifrou antigas tábuas que vieram a comprovar que na região entre os rios Tigre e Eufrates, os sumérios produziam quase vinte tipos de uma bebida que seria uma ancestral da cerveja”.

A cerveja, como resultado da fermentação de algum cereal pode ter sido ocasionalmente descoberta a partir da elaboração do pão, afinal a agricultura é uma das atividades mais remotas do ser humano.

Os egípcios logo aprenderam a arte de fabricar cerveja e carregaram a tradição no milênio seguinte, agregando o líquido à sua dieta diária.

A importância da cerveja para os egípcios refletia-se na existência de um funcionário encarregado de controlar e manter a qualidade da cerveja produzida, como também na criação de hieróglifos (imagem) que descrevessem produtos e atividades relacionadas com a bebida. (Queens Cervejaria)



Figura 5 – Hieróglifos que descrevem o consumo da cerveja
Fonte: brejas.com.br

Nesta época, a fabricação da cerveja, assim como do pão, era à cargo das mulheres, representadas pela Deusa da cerveja, *Ninkasi*. Deusa suméria da cerveja e Mestre Cervejeira entre os Deuses, Ninkasi nascera das bolhas de uma fonte de água fresca, seu nome significa “senhora que enche a boca”.



Figura 6 – NINKASI – Deusa da cerveja
Fonte: <http://www.saintbier.com/historia-cerveja>

Conforme MORADO (2011) os egípcios passaram os ensinamentos da produção de cerveja aos gregos, que ensinaram aos romanos. Estes, utilizavam prioritariamente o vinho, tido como a bebida dos deuses e a cerveja ficou destinada às classes menos favorecidas, aos povos bárbaros, como os gauleses e germânicos, disseminando, posteriormente por toda a Europa, servindo na Idade Média até como moeda de troca. Vários mosteiros fabricavam cerveja empregando diversas ervas para aromatizá-la, como mírica, rosmaninho, louro, sálvia, gengibre e o lúpulo, utilizado até hoje para dar o gosto amargo da cerveja e para preservá-la. (saintbier.com)

Com o aumento do consumo da bebida, artesãos das cidades começaram também a produzir cerveja. A partir do séc. XII pequenas fábricas foram surgindo nas cidades europeias com técnicas mais aperfeiçoadas, afinal, se alocavam as fábricas nas proximidades de fontes de água de qualidade.

No séc. XVI, cervejarias alemãs que estocavam os barris em adegas frias no inverno para serem consumidos no verão perceberam mudanças características no produto quanto à aparência mais transparente, clara e ao sabor mais leve abrindo novos caminhos aos cervejeiros. Isso se deve à transformação a levedura

durante o armazenamento: mutação genética ou seleção natural para adaptação às baixas temperaturas. As cervejas que passam por este processo recebem o nome de Lager, que vem do alemão *lagern*, que significa armazenada. (DELIBERALLI, 2015)

A criação da refrigeração artificial contribuiu sobremaneira para a indústria cervejeira que pode ampliar sua produção.

“Em 1842, Josef Groll, familiarizado com a fermentação a frio das lagers, produziu um novo tipo de cerveja, clara e de boa formação de espuma, de uma sensação refrescante que conquistou rapidamente a cidade de Pilsen, na atual República Tcheca. Nascia aí o estilo mais conhecido no mundo atualmente, que leva o nome da cidade onde foi inventada.” (DELIBERALLI, 2015)

2.3 Lei de pureza Alemã

De acordo com o site saintbier.com um dos mais antigos decretos alimentares da Europa. A *Reinheitsgebot* (Lei da Pureza da Cerveja) foi uma lei promulgada pelo duque Guilherme IV da Baviera, em 23 de Abril de 1516. “A lei da pureza da cerveja instituiu que a cerveja deveria ser fabricada apenas com: água, malte de cevada e lúpulo. A levedura de cerveja ainda não era conhecida nesta época. Devido à regulamentação europeia, outros ingredientes são autorizados nas cervejas alemãs, mas a maioria dos cervejeiros alemães continuam a seguir as prescrições do *Reinheitsgebot*, consideradas garantias de qualidade. Isto acontece principalmente nas marcas vendidas em território alemão.” (saintbier.com)

2.4 Cerveja no Brasil

A cerveja chegou ao Brasil na época da colonização, porém, demorou a se popularizar devido à venda e consumo prioritário da cachaça e do vinho pelos portugueses.

Em 1637, o holandês Maurício de Nassau chegou ao Brasil junto com o cervejeiro Dirck Dicx. Montaram a primeira cervejaria das américas e fabricavam

cerveja encorpada, com açúcar e cevada.

Com a chegada da família real portuguesa em 1808 houve a abertura dos portos às nações amigas e os ingleses dominaram o comércio das cervejas importadas.

O consumo foi crescendo e, em 1836, noticiou-se a fabricação nacional de cerveja. Com a imigração alemã, a cerveja inglesa deixava de ser a preferida. Mais clara e límpida, a bebida alemã conservava-se melhor e agradava mais ao paladar. Eram envasadas em garrafas de vidro. As primeiras fábricas produziam cerveja ainda sem marca e vendiam, em barris, para os depósitos (comércio que nem sempre era só de cerveja), onde era vendida de várias formas, às vezes engarrafadas e com rótulos próprios. Nesse momento, o Rio de Janeiro já tinha uma população de padrão médio formada por militares, oficiais de indústrias, proprietários de pequenas manufaturas, profissionais liberais e funcionários públicos. A cidade já era comparável a outras da Europa Central, e já possuía um mercado consumidor relevante.

Começaram a nascer no Brasil, marcas de grande sucesso empresarial que são conhecidas até hoje, como Antártica e Brahma, Bohemia entre outras. Em 1999, A Companhia de Bebidas das Américas (AmBev) foi fundada marcando a fusão entre a Antarctica e a Brahma. (saintbier.com)

2.5 Microcerverjarias no Brasil

O mercado brasileiro de cervejas artesanais cresce consideravelmente devido à significativa demanda por parte daqueles que buscam um produto de qualidade, diferenciado em teores alcoólicos, aromas, sabores, além de níveis de amargor.

O público que procura pelas cervejas especiais está na faixa etária de 23 a 35 anos, tem grau de instrução avançado e renda alta, importa-se com a boa localidade e ponto de venda, e influencia-se pelo preço.

Considerando o crescimento do mercado e o perfil do consumidor, percebe-se que o comércio da cerveja artesanal é promissor.

Nesse contexto, surgem os pequenos produtores (cervejeiros caseiros), contribuindo com o fortalecimento dessa cultura, ampliando o portfólio e lançando uma gama de bebidas desconhecidas pelo brasileiro. Alguns desses cervejeiros formalizam a atividade, tornando-se empreendedores, apesar da carência de informações do setor, enfrentando uma alta carga tributária no país.

As microcervejarias compõem um setor consolidado na Europa e nos EUA. Por aqui no Brasil começaram a surgir na década de 90 e se multiplicam. Muitas delas produzem suas cervejas seguindo a Lei da Pureza Alemã.

Segundo o site saintbier.com “em 2012 as cervejas especiais representavam 8% do mercado nacional da bebida em 2012 e encerraram 2014 com uma participação de 11%, segundo o Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja, que aponta a existência de 300 microcervejarias no País. A projeção é de que essa cota suba para 20% em 2020”.



Figura 7 – Produção Saintbier
Fonte: <http://www.saintbier.com/historia-cerveja>

2.6 Processo De Produção Da Cerveja Artesanal, Maquinário E Matérias Primas

A partir da escolha dos parâmetros, que definem a cerveja como: densidade inicial e final, teor alcoólico, cor e amargor, delineia-se o projeto, ou seja, escolhe-se o tipo ou estilo da cerveja que se quer produzir. As principais referências para esta escolha são: o *Brewers Association* e o *Beer Judge Certificate Program (BJCP)* - um programa de uma instituição norte-americana que descreve as características

e parâmetros de vários estilos de cerveja.

De acordo com Matthias Reinold, mestre cervejeiro, em seu artigo sobre a microcervejaria e seus equipamentos o processo se inicia com a seleção e a moagem do malte (cevada malteada).

2.6.1 Seleção e Moagem do Malte

Etapa essencial no processo de produção, afinal, o cuidado com a moagem promove apenas a casca “quebrada”, facilitando a extração de amido e das proteínas.

2.6.2 Mosturação ou Brassagem

O malte moído é misturado com água aquecida em temperatura controlada na Tina de Mostura. A hidratação do malte promove uma série de ações enzimáticas como a conversão de amido em açúcares fermentáveis e proteínas em nutrientes.

O tempo de mosturação geralmente varia de 60 e 90 minutos em temperaturas que variam de 62°C a 72°C, dependendo do estilo da cerveja.

Ao final dos 90 minutos, a temperatura do mosto é elevada a 76°C, num processo conhecido como *mash out*. Essa elevação da temperatura facilita o processo de filtragem e gera a inativação das enzimas.

2.6.3 Recirculação/clarificação e lavagem

O mosto é então, filtrado lentamente na Tina de Clarificação, onde se separa a fase sólida (bagaço) da fase líquida (mosto). Isto ocorre através de um processo de recirculação ou clarificação, importante para tornar a cerveja mais límpida e com menos impurezas.

Após a clarificação, quando o mosto já se encontra límpido, inicia-se o processo de lavagem, onde os açúcares residuais do malte são extraídos a uma temperatura de 80°C. Após a lavagem do malte, todo o mosto é transferido para a

tina de fervura.

2.6.4 Fervura

Processo onde ocorre a caramelização de açúcares e esterilização do mosto no cozinhador. Pode variar entre 60 a 120 minutos. Uma fervura longa e mais vigorosa aumenta a evaporação, porém ajuda a decantar as partículas no processo de resfriamento, melhorando a clarificação da cerveja. Nessa etapa são adicionados os lúpulos de amargor e, por fim os de aroma. Ao final da fervura é feito o mosto é bombeado ao *whirpool*, um processo semelhante à centrifugação, onde determinadas partículas indesejáveis (trub) são eliminadas.

2.6.5 Resfriamento

O mosto límpido é bombeado através de um resfriador de placas (Resfriador de Mosto) que promove resfriamento rápido evitando contaminação. É aerado e recebe uma dosagem de levedura cervejeira seguindo para o Tanque de Fermentação e Maturação onde adquire características de cerveja.

As faixas ideais de temperatura são entre 8°C a 15°C para as cervejas tipo lager e 15°C a 23°C para cervejas tipo Ale.

São exemplos de cervejas tipo Lager: Pilsen, Bock, Rauchbier, Schwarzbier

São exemplos de cerveja tipo Ale: Weiss, Pale Ale, Blond Ale, Tripel

2.6.6 Fermentação

Nos tanques de fermentação permanecem a temperaturas controladas por períodos distintos caracterizando a alta e a baixa fermentação. As fermentações “Ale” (de alta fermentação) duram de 5 a 10 dias e trabalham a temperaturas de 15 a 23°C. As fermentações “Lager” (de baixa fermentação) geralmente são mais longas, com uma temperatura de fermentação inicial de 8°C a 15°C.

2.6.7 Filtragem

Esta cerveja é então filtrada (Filtro de Cerveja) e armazenada no tanque de cerveja filtrada, de onde pode ser consumida diretamente, quando servida através de chopeira ou indiretamente, quando envasada em barris, latas ou garrafas.

A Figura a seguir apresenta o fluxograma de uma cervejaria bem como apresenta seu maquinário.

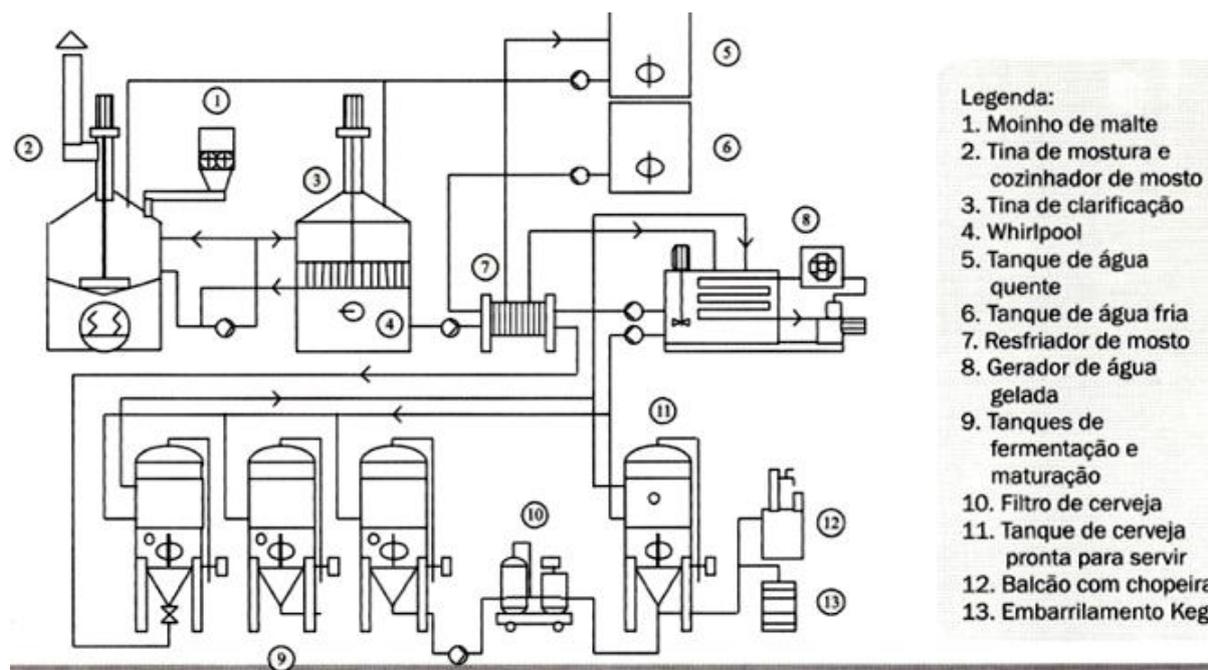


Figura 8 – Fluxograma de uma cervejaria / maquinário
Fonte: <http://www.steilenberg.com.br>

Nesta seção serão apresentadas as matérias primas necessárias para a elaboração da cerveja, bem como os principais fornecedores destes produtos na região. (MORADO, 2011)

a) Água

A água para a fabricação de cerveja será fornecida pela rede pública, a qual provém do subterrâneo diretamente do Aquífero Guarani e é bombeada através de poços e depois devidamente tratada. Tem baixo nível de contaminação, o que a torna boa para a produção de cerveja. Mesmo assim, precisa passar por três filtros

sequenciais para sua purificação e retirada de sedimentos orgânicos e principalmente do cloro adicionado pelo DAE, Departamento de Água e Esgotos, distribuidor local. Finalmente, deve passar por uma correção de PH, antes de cada brassagem, através da adição de sais minerais como, sulfato de cálcio ou ácido fosfórico.

b) Malte

Os principais fornecedores de malte no Brasil são revendedores de marcas importadas, de maior qualidade e custo mais considerável. A Agraria Maltes é produtora nacional de malte Pilsen e importadora de outras marcas de maltes especiais. Os fornecedores de malte são contatados com antecedência às produções, podendo até ser elaborado um contrato mensal de fornecimento e entrega de maltes.

c) Lúpulo

O Brasil não produz lúpulo, pois esta é uma planta que exige uma série de características muito específicas para sua produção e é muito sensível ao clima. Da mesma forma que o malte, o lúpulo pode ser facilmente encontrado em distribuidores como WE Consultoria, Lamas Brew Shop e Malte Sul, ou pode ser adquirido direto de representantes como a LNF no Brasil. Esta segunda opção pode ser considerada mais barata que as primeiras, pois são representantes e comercializam apenas em grandes quantidades.

d) Levedura

Os levedos são seres vivos e podem ser reutilizados após um breve e cuidadoso tratamento, evitando-se contaminações. As principais marcas são importadas e encontradas em locais como WE Consultoria, Lamas Brew Shop e Malte Sul. As marcas mais indicadas ao uso são BIO4, WhiteLabs, Fermentis e Lallemmand pois, têm em seu portfólio uma infinidade de linhagens de leveduras, cada uma específica para tipos diferentes de cerveja e cada qual com suas características sensoriais próprias.

2.7A Ambientação de Cervejarias e Brewpubs

O design de interiores toma partido da diversidade do público e da personalidade da cerveja artesanal para trabalhar espaços de convivência criativos e aconchegantes compostos por vários ambientes com diferentes opções de agregação desde a social até as mais privativas sempre pensado em impressionar os clientes.

A distribuição do layout normalmente ocasional ou flexível com design funcional e eficiente através da proposta de união de mesas para agregar grupos maiores ou menores conforme a necessidade pontual.

Desde as fachadas elementos marcantes ou que remetam a empresa ou o produto são evidenciados no intuito de chamar atenção e despertar a curiosidade. Placas metálicas vazadas a laser com iluminação embutida são também bastante utilizadas no momento servindo como painéis de textura.

Como centro de interesse o processo de produção é envolvido na ambientação que pode adquirir uma atmosfera mais industrial, descontraído ou mais aconchegante como um armazém, por exemplo. Um mix de materiais rústicos e sofisticados, dispostos harmonicamente dão um toque de atualidade e remetem ao rústico e artesanal.

A história e a evolução da cerveja bem como o esquema de produção, por vezes, são apresentados em quadros expostos em paredes como um centro cultural. Todos os sentidos são provocados afinal, não somente comemos com os olhos como também bebemos com eles. E o aroma... este é responsável por grande parte do interesse dos clientes. O design e marketing sensorial apresentam-se como tendência que consiste em estimular os sentidos humanos de alguma forma para incentivar o consumo de produtos a curto prazo. (cerveja e malte.com.br)

A iluminação de efeito faz referência à bebida, sendo proporcionada por garrafas e fundos de garrafa espalhados pelos ambientes, barris, tampas de garrafa ou peças que representem a identidade visual da marca, às vezes desenhadas exclusivamente para este fim. Tudo em um envolvimento completo. A sonorização

impõe a preferência do público por sons mais alternativos e distintos como o produto, possibilitando música ao vivo. A gastronomia deve ser especialmente direcionada a cada tipo de cerveja e o próprio cardápio pode apresentar esta conexão.

Lojas de merchandising, brinquedoteca, área de degustação e paisagismo exuberante, podem ser agregados como diferenciais. Visitas guiadas à fábrica também se apresentam como chamariz deste empreendimento. Acontecem em pequenos grupos com horário marcado.

3. Análise de projetos similares

As análises de projetos similares auxiliam sobremaneira como estudo de caso donde se retiram referências sensoriais e técnicas. Apresentam-se caracterizadas por 2 projetos significativos no contexto ora abordado. São eles:



Figura 9 – Cervejaria Alienada
Fonte: <http://m-sales.com.br/blog/portfolio/teste>



Figura 10 – Wals Cervejaria
Fonte: [www.archdaily.com.br//](http://www.archdaily.com.br/)

Os dois, grandes projetos, se alinham bem em relação ao modo acolhedor com o seu cliente. Independente de alguns pontos negativos, percebemos a intenção de proporcionar aos seus consumidores um espaço agradável para a degustação dos produtos e manter o mesmo satisfeito. A iluminação morna, favorece o ambiente rústico, por assemelhar a cores vibrantes das cervejas criando composição uma harmonia visual.

4. XEQUE MALTE – O PROJETO

O trabalho envolve o tema de xadrez, um grande espaço oferecendo conforto para seus clientes, onde poderá se acomodar e adaptar facilmente. Pensando principalmente no benefício tanto o fluxo de serviços gerados na produção, como também no atendimento direto e indireto com os consumidores.

4.1 Painel Semântico e Conceito de Projeto

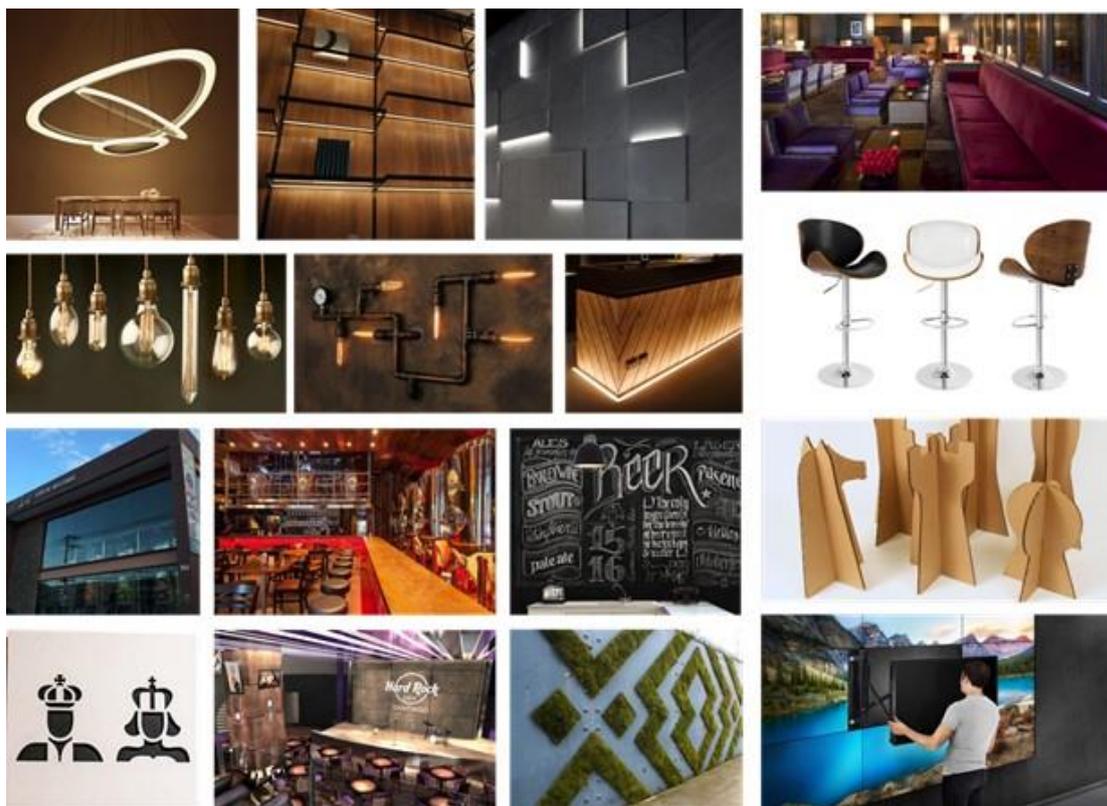


Figura 11 – Fluxograma de uma cervejaria / maquinário
Fonte: Google Imagens

O painel semântico, como finalidade busca inspirações para auxiliar nas composições internas e externas do ambiente, gerou grande importância para a conceituação do projeto. Buscando pontos atrativos e funcionais, produzimos ótimas opções para preencher os setores da cervejaria, trazendo como conceito do projeto a temática e sofisticação.

4.2 Planta de Layout



*Figura 12 – Planta Layout Humanizado Pavimento Térreo
Fonte: Própria autoria*



*Figura 13 – Planta Layout Humanizado Primeiro Pavimento
Fonte: Própria autoria*

4.3 Memorial Descritivo e Imagens Ilustrativas

O salão da cervejaria é dividido em quatro setores: área para clientes, caixa, bar e o palco. A mesclagem desse ambiente oferece conforto e uma iluminação aconchegante, pensando também na acessibilidade para pessoas especiais. Na área dos clientes foi proposto, cadeiras, mesas com a sua base de sustentação inspirado na peça torre do jogo de xadrez, sofás de couro próximos das paredes (vidros) e um telão de 120' polegadas afins de entretenimento.

O caixa possui balcão específico, computador, cadeira para o funcionário, caixas registradores e máquinas de cartão, além de estar localizado próximo à entrada principal para facilitar o fluxo de atendimento. Já o palco, oferece uma temática maior ao ambiente, com grandes peças de xadrez nas laterais, o piso preto e branco que lembra o tabuleiro do jogo, ao centro os equipamentos e espaço para o cantor e/ou banda, e também um outro telão de 120' polegadas ao fundo.



Figura 14 – Salão Térreo
Fonte: Própria autoria



Figura 15 – Salão Térreo: Vista do Caixa e Palco
Fonte: Própria autoria

Os banheiros masculino e feminino do térreo, foi projetado para atender as principais necessidades do utilizadores. Os dois, foram dispostos com bacias sanitárias, pias de apoio, secadores de papel e espelhos, sendo que no WC

masculino foi pensando nas divisórias em forma da peça do rei do xadrez para os mictórios, já no WC feminino colocamos nas paredes luminárias industriais de canos de ferro e lâmpadas de filamento.



Figura 15 – Banheiro Masculino
Fonte: Própria autoria



Figura 16 – Banheiro Feminino
Fonte: Própria autoria

A cozinha está montada com equipamentos industriais, como fogão, coifa, balcões, pia dupla e prateleiras, flexibilizando os preparos e agilidade no fluxo de passagem. Pensando na segurança, possui também extintores de pó químico para incêndio BC inflamáveis e energizados e porta ampla de saída nos fundos.

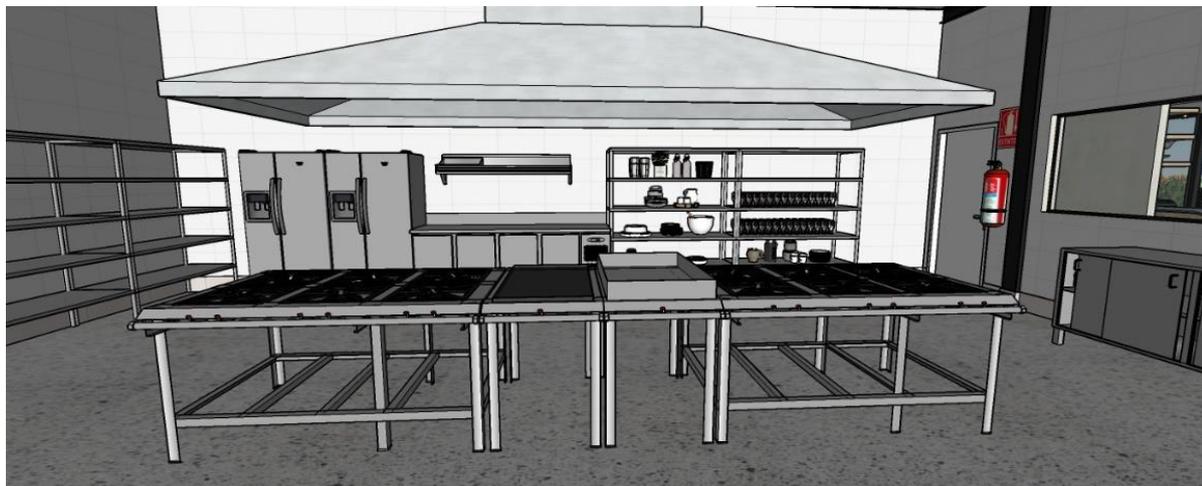


Figura 17 – Cozinha
Fonte: Própria autoria

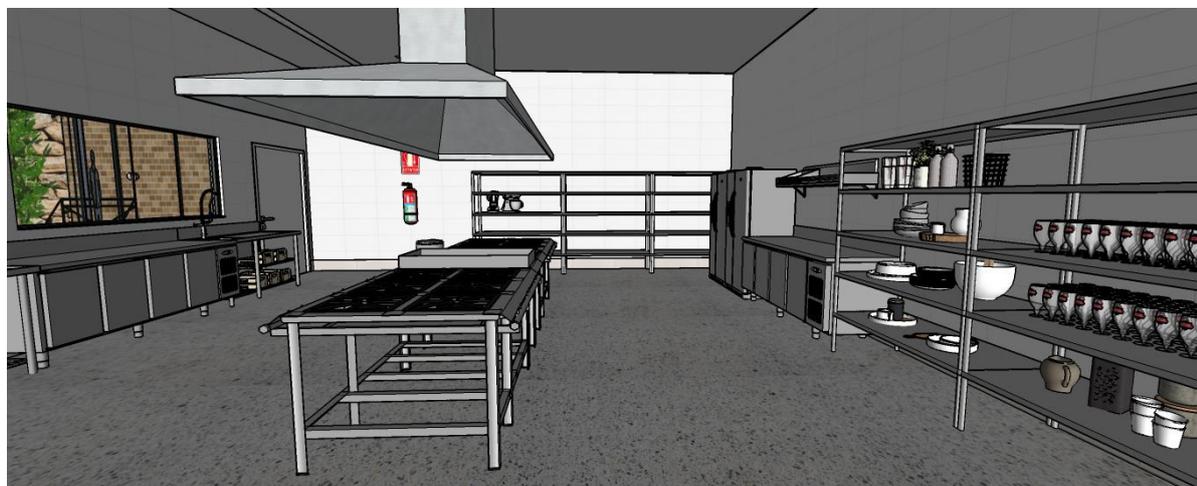


Figura 18 – Cozinha
Fonte: Própria autoria

O segundo pavimento, possui acesso através da escada ou elevador, tendo em primeira vista a recepção e um pequeno museu decorativo, sendo que também podendo ser uma loja de pequeno porte para venda de acessórios produzidos exclusivamente para a cervejaria Xequê Malte.



Figura 19 – Recepção e Museu Decorativo.

Fonte: Própria autoria

Ainda no segundo pavimento, na parte executiva, temos a sala dos diretores/ proprietários, incluindo cadeiras estofadas, prateleiras com bodas iluminadas de LED e em cima as peças decorativas de xadrez. Pensando na imponência desse ambiente, foi instalado uma janela possibilitando a visão da fábrica de produção da cerveja artesanal.

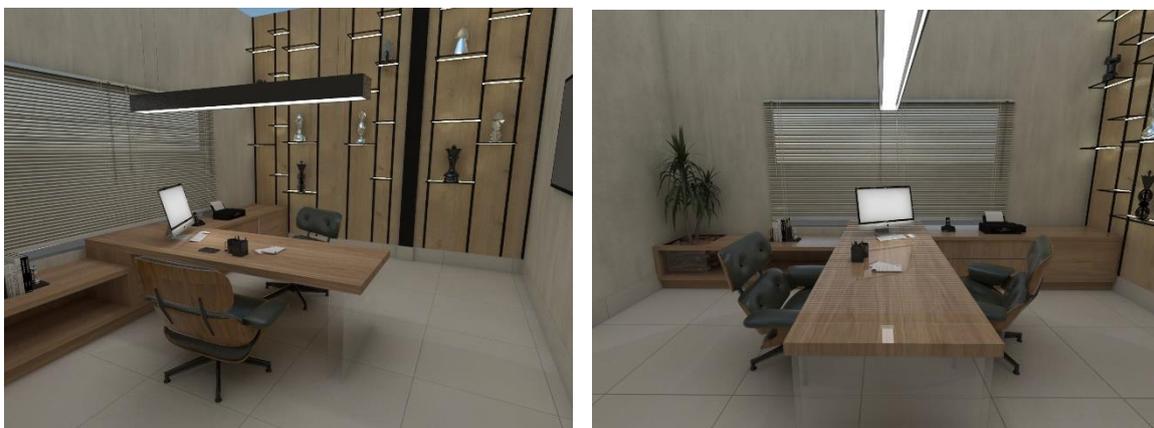


Figura 20 – Sala Diretores

Fonte: Própria autoria

As salas de marketing e setor financeiro foram projetados para ficarem em um mesmo ambiente, porém de forma que não exista conflitos entre serviços. No espaço possui estantes com armário de apoio, cadeiras e mesas para trabalho e atendimento.

No ambiente de reuniões, optamos por uma mesa extensa que ao centro possui conectores/carregadores para computadores e celulares. Na parede da porta de entrada/saída, desenvolvemos o símbolo do logotipo em negativo idealizado com ripas de MDF na diagonal, já do outro lado uma vista externa através

da divisória de vidro equipado com persianas automatizadas. O espaço também conta com uma TV para apresentações e um aparador portando uma máquina de café expresso, filtro de água e aperitivos.



Figura 21 – Sala de reunião.

Fonte: Própria autoria

A área de produção e armazenamento da cerveja, os maquinários foram instalados obedecendo um fluxo de produção, assim nenhuma fase contaminaria a outra. No depósito/almojarifado ficará os sacos de lúpulo, malte em cima de paletes evitando contato direto com o piso e demais ingrediente para cozimento da cerveja. Logo, seguimos para a moagem dos grãos de malte, que ao redor desse equipamento, disponibilizamos divisórias para impedir que resíduos e partículas que se espalhem no ar e entre em contato com as demais partes da produção. Em seguida, na área de brassagem, encontramos as tinas de mostura, clarificação e fervura que são ligadas através de tubulações. Após o cozimento, locomovemos para a área de fermentação, localizando-se os toneis. Assim seguimos para a sala de envasamento dos barris, quando higienizados são enchidos com cerveja adicionando o gás e depois transportado para a câmara fria. Na câmara fria são instalados nas tubulações para assim pulsar o líquido da cerveja por meio de Nitrogênio e CO₂, até chegar as choperias.

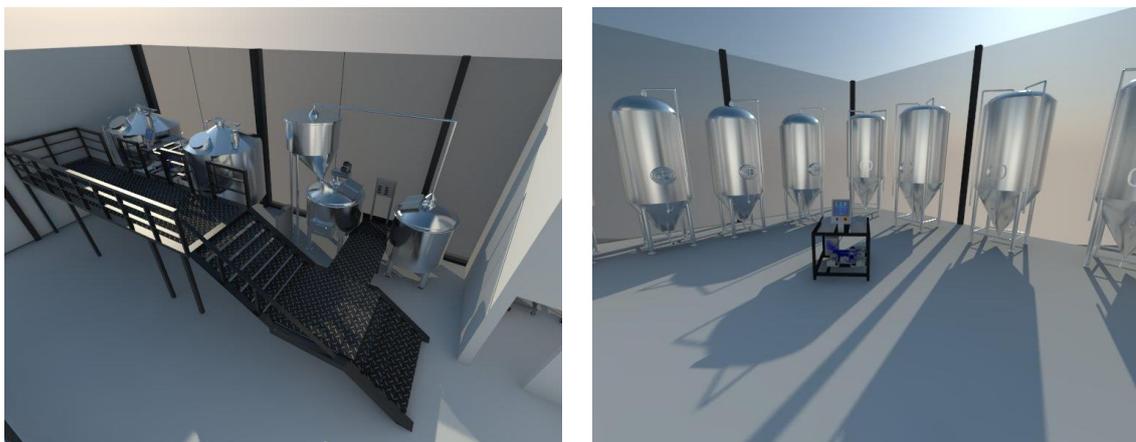


Figura 22 – Área de Produção e Armazenamento
Fonte: Própria autoria

No espaço externo do estabelecimento, temos o estacionamento, e a área com cadeiras e mesas para os consumidores que preferem ficar ao ar livre, assim apreciando o paisagismo. Usamos como divisória, as plantas fórmios e estrelízias, aplicados também nos cantos da estrutura. Nas paredes do estacionamento encontramos fachos de musgos formando desenhos geométricos e ciprestes com parede revestimento rochosos.



Figura 23 – Área Externa Cervejaria
Fonte: Própria autoria

5. CONCLUSÃO

Todo o projeto é um exemplo de elaboração e conceituação aplicado de forma precisa, com objetivo não ser apenas algo estético, mas funcional. A partir dos estudos, absorvendo as principais informações solicitadas e usando a temática

do xadrez, planejamos com expectativa de atender as necessidades do espaço, oferecendo conforto, sofisticação e bem-estar. Promovendo assim, para os funcionários agilidade no trabalho e para os clientes a melhor opção para degustar cerveja e petiscos com amigos e afins.

REFERÊNCIAS

MORADO, Ronaldo. **Larousse da Cerveja**. São Paulo: Larousse do Brasil, 2011.

DELIBERALLI, **Camilo Camargo**. **Cervejas artesanais no brasil: análise da comunicação integrada de marketing da cervejaria Bodebrown**. UFPR, Curitiba, 2015. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/43479/TCC%20Cervejas%20artesanais%20no%20Brasil%20Camilo%20Deliberalli.pdf?sequence=1> acessado em abril de 2018.

SEBRAE - Microcervejarias ganham espaço no mercado nacional. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/microcervejarias-ganham-espaco-no-mercado-nacional,fbe9be300704e410VgnVCM1000003b74010aRCRD> acessado em maio de 2018.

FAQ - Registro de Cervejarias no MAPA - 30 perguntas e respostas. Disponível em: <http://abracerva.com.br/wp-content/uploads/2017/12/FAQ-CERVEJEIRO-BRASIL-2017-30-QUESTOES-REG-MAPA.pdf> acessado em junho de 2018.

Queen's Cervejaria. A cerveja no Egito. Disponível em: <http://queenscervejaria.com.br/blog/79-a+cerveja+no+egito/> acessado em maio de 2018.

REINOLD Matthias. A microcervejaria e seus equipamentos. Disponível em: <http://www.steilenberg.com.br/imgs/3a7f682ba400b192ca22a47b294b14aa.pdf> acessado em maio de 2018.

ALIENADA. **Como Surgimos?** disponível em: <https://www.alienada.com.br/> | acessado em junho de 2018.

PORTAL BREJAS. **História da Cerveja**. disponível em: <http://www.brejas.com.br/historia-cerveja.sht> | acessado em abril de 2018.

UMA BREVE HISTÓRIA DA CERVEJA. disponível em: <http://www.saintbier.com/historia-cerveja> acessado em abril de 2018.

G1, Especial Publicitário: **Somos Todos Cervejeiros**. WEBSÉRIE ESPECIAL: A HISTÓRIA DA CERVEJA. disponível em: <http://especiais.g1.globo.com/especial-publicitario/somos-todos-cervejeiros/infografico/a-historia-da-cerveja/a-historia-da-cerveja.html> | acessado em maio de 2018.

LEIS MUNICIPAIS, Odelmo Leão. **LEI Nº 12.801, DE 5 DE OUTUBRO DE 2017**. disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/mg/u/uberlandia/lei-ordinaria/2017/1280/12801/lei-ordinaria-n-12801-2017-institui-o-programa-de-fomento-a-producao-artesanal-de-cerveja-e-sua-comercializacao-no-ambito-do-municipio-de-uberlandia-mg> - 10 de outubro de 2017 | acessado em maio de 2018.

ABSTRACT

This work presents the development of a design and landscaping project for an artisan brewery. From a briefing and a needs program, the research is based on research from the earliest days of beer to its most current variations, studying the process of manufacturing knowledge of machines and inputs for the implantation of commercial spaces of this type. To narrow and deepen the technical and sensorial knowledge about the peculiarities of these establishments, a similar analysis is done, which helps significantly in the creative process of design. The result points to an inviting, relaxed and curious space of experimentation, entertainment and culture.

Keywords: *microbrewery, beer sustainability, beer history*

PEQUENO E DESCOMPLICADO: UM NOVO “JEITO” DE MORAR

*Ana Márcia Alexandre Bezerra¹, Gabriela Martins de Assis², Melise Assunção Rangel³,
Suellen Cruz de Queiroz⁴, Áurea de Biaggi⁵ e Rodrigo Bassan⁶*

RESUMO

Este trabalho apresenta um estudo, sobre uma tendência cada vez mais comum no nosso cotidiano, são os apartamentos compactos e com mobiliário inteligente. Atende à um público dinâmico, com uma rotina de trabalho intensa, mas que procura refúgio nos escassos momentos de descanso. O objetivo deste trabalho, é conhecer melhor esse novo perfil de morador e suas peculiares necessidades. Com mobiliário funcional e de fácil manutenção, os “quarto e sala”, surpreendem enquanto cumprem sua finalidade básica de serem habitáveis. Com uma paleta de cores básicas, esses projetos funcionais mostram como é possível obter o efeito de amplitude e sofisticação em pequenos espaços. Outro aspecto importante abordado neste projeto, é a fácil manutenção desses espaços, onde o número de objetos, móveis, adornos, dentre outros são restritos e atendem apenas a função, a que se destinam. A marcenaria sob medida, é outro ponto muito importante para que se tenha o máximo proveito dos espaços. Sem dúvida, esse artigo contempla a realidade de muitos moradores que estão tendo a experiência do primeiro e compacto imóvel e ainda, a experiência de terem o design como facilitador de seu dia a dia.

Palavras-chave: Design, design funcional, pequenos espaços, móveis funcionais.

¹ Ana Márcia A. Bezerra, do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. ana.19marcia@outlook.com

² Gabriela M. de Assis, do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. gabriela-martins@hotmail.com

³ Melise A. Rangel, do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. melisea3@gmail.com

⁴ Suellen C. De Queiroz, do curso de Graduação em Design na Uniessa, Uberlândia, 2017. suellencq8491@gmail.com

⁵ Áurea Di Biaggi - Professora Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2017. auredibiaggi@hotmail.com

⁶ Rodrigo Augusto Bassan, Mestre Doutorando em Engenharia Mecânica - UFU - Professor Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2017. rodrigo_bassan@yahoo.com.br

6. INTRODUÇÃO

Neste trabalho, abordamos sobre um novo conceito de moradia, onde os espaços estão cada vez menores, no entanto com mobiliário inteligente e de acordo com as necessidades de cada morador.

O trabalho a seguir, compreende um estudo, acerca do perfil de um morador, com poucas horas para o lazer, muito dedicado ao trabalho, mas que ainda assim, busca o convívio social, através de pequenas reuniões em seu espaço planejado e adaptado para suas necessidades. Para isso, vejamos:

- Compreender as necessidades do dia a dia de cada morador e projetar o seu espaço, visando uma melhoria nos momentos de descaço e tranquilidade;
- Compreender as necessidades do convívio social, a frequência com que recebe em casa e o estilo destas pequenas reuniões;
- Adaptação de todo conteúdo mobiliário, de modo que este esteja atrelado à ideia de multifuncionalidade;
- Uma tratativa simples que contemple uma manutenção e organização descomplicada para o espaço.

Este estudo teve motivação, a partir de um crescente número que representa este estereótipo de morador. Identificamos a partir desta constante, um nicho de mercado voltado para planejamento de interiores, atrelado a realiza de cotidiana, dos estudados. Os menores espaços, são de fato, os que precisam de cada vez mais de planejamento para que se tenha todo o potencial do espaço alcançado.

Através de pesquisas nas mais diversas fontes de estudo, sejam elas de conteúdo escritos, imagens e observação, foi possível traçar uma estratégia de desenvolvimento, com divisão de tarefas entre os integrantes do grupo, a partir da afinidade que cada um apresentava ter, sobre determinada área de conhecimento. Com isso, o trabalho evoluiu para conteúdo rico e envolvente.

Com este artigo, será possível compreender melhor um determinado perfil de morador/cliente que vem aumentando cada dia mais. Será mais acessível e didático, a compreensão do briefing que representa este perfil.

6.1 Programa de necessidades

AMBIENTE	MOBILIARIO	QUANTIDADE
SALA DE ESTAR	SOFÁ 3 LUGARES RETRÁTIL E EXTENSÍVEL	1
	MESA DE CENTRO	1
	PAINEL COM RACK	1
	TV 42"	1
SALA DE JANTAR	MESA DE JANTAR	1
	CADEIRAS	4
	ESPELHO DE PAREDE	1
COZINHA	GELADEIRA	1
	FOGÃO	1
	ARMARIOS PLANEJADOS MDF	1
	MICROONDAS	1
	FORNO ELÉTRICO	
	COIFA DE PAREDE	

LAVANDERIA	TANQUE	1
	ARMÁRIO	1
	MÁQUINA DE LAVAR ROUPA	1
QUARTO	CAMA DE CASAL QUEEN	1
	CRIADO MUDO	2
CLOSET	POLTRONA	1
	COMODA	1
	GUARDA ROUPA	1
BANHEIRO	VASO SANITÁRIO	1
	BANHEIRA	1
	CHUVEIRO	1
	CUBA	1
	BANCADA	
ÁREA GOURMET	CHURRASQUEIRA	1
	MESA	1
	CADEIRA	2
	POLTRONA	1
	MESA LATERAL	1
	PUFE	1

1.2 Perfil do cliente

Delineamos o briefing do cliente, a partir de uma metodologia de perguntas e respostas, preenchendo assim, os quesitos do programa de necessidades.

Trata-se de uma médica, recém-formada que está cursando um programa de residência médica em uma grande metrópole brasileira, onde inclusive os preços de imóveis são bem altos e o pequeno apartamento, foi a solução para morar com conforto e tranquilidade. A cliente não mora com os pais, os quais à visitam com pouca frequência. Portanto, o imóvel precisa atender a necessidade de uma pessoa que vive sozinha e tem hábitos muito práticos, em função da vida corrida. Ainda sobre o perfil da cliente, ela busca um projeto inteligente que além de descomplicado, possa proporcionar uma experiência multifuncional. Para isso, foram projetados móveis e ambientes com mais de uma função, como por exemplo no caso do banheiro que através de um sistema simples de fechamento de portas, faz as vezes de lavabo para os dias de recepções e nos dias comuns cumpre a necessidade de um banheiro tradicional de suíte, além de um *plus* representado por uma confortável banheira.

7. A IMPORTÂNCIA DA MARCENARIA INTELIGENTE

Considerada por muitos, como o coração de qualquer projeto de interiores, a marcenaria tem atraído cada dia mais, soluções criativas que atendam demandas personalizadas. Com os espaços cada vez mais reduzidos, o emprego da marcenaria se faz ainda mais necessário, no tocante a forma mais eficiente de aproveitar e envolver os espaços. Transformar os “cantos ociosos” em espaços funcionais, é uma nova tendência no mundo do design de interiores que vai além do sentido estético, promove bem-estar e uma experiência de transformação do óbvio.

Uma ótima ideia é fazer a **base do sofá com algumas gavetas** quase imperceptíveis e sobre esta você coloca um futon, o painel da tv precisa ter uma profundidade para passar o cabeamento, aproveite para fazer uma porta e utilizar todo esse vão. Em vez de simples portas, **transforme-as em estantes**, você não imagina o quanto essa ideia é excelente. (<https://projetos.habitissimo.com.br/projeto/marcenaria-inteligente-o-grande-segredo-da-decoracao>)



Figura 1 – Sala

Fonte: <https://projetos.habitissimo.com.br/projeto/marcenaria-inteligente-o-grande-segredo-da-decoracao>

Figura 2 – Sala marrom

Fonte: <https://projetos.habitissimo.com.br/projeto/marcenaria-inteligente-o-grande-segredo-da-decoracao>

A marcenaria atual, condiciona nossas necessidades básicas e fundamentais de modo simples. Aliada a outros aspectos como cores e texturas corretas, garantem a qualidade e a finalidade estética, provando que é possível optar por linhas simples e obter um potencial incrível de um mobiliário charmoso e cheio de atitude.

8. SEM DIVISÓRIAS

O significado de integração, vem do latim *integrare* e em seu sentido literal, atribui o ato ou efeito de integrar ou tornar inteiro. (<https://dicionariodoaurelio.com/integrado>) Também podemos reconhecer, como sendo sinônimo de assimilar e reunir. Estes predicados, nos orientam quanto ao nosso tópico, SEM DIVISÓRIAS.

O objeto de estudo deste artigo, contempla um projeto de interiores em **conceito integrado**¹, ou seja, algumas paredes são removidas, seguindo um estudo civil prévio e há uma integração dos ambientes, formando um todo. As linhas que

delimitam cada setor do imóvel, são muito tênues, mas são presentes, demarcados pelo mobiliário e pelos adornos que compõe o projeto e fazem com que a moradora, apesar de toda a integração, tenha privacidade e conforto.

Os móveis planejados são ótimos elementos delimitadores dos espaços. Eles deixam claro onde “começa” um ambiente e termina outro. As cores também são elementos importantes na composição dos móveis e objetos, que devem ter o mesmo estilo e padrão. (<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/iniciacao-profissional/design-de-interiores-ambientes-integrados/45015>)

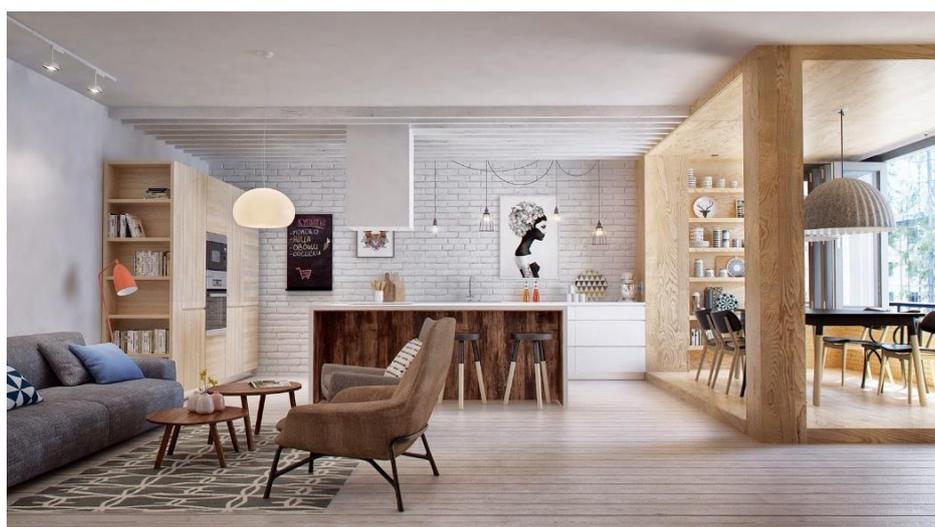


Figura 3 – Interior

Fonte: <http://larissacarbonearquitetura.blogspot.com.br/2014/09/conceito-aberto-no-apartamento-de-um.html>¹

O recurso de integrar os ambientes, é utilizado principalmente em imóveis com metragens reduzidas. Isto se aplica para que a sensação de amplitude e espaçamento, estejam presentes e despertem ainda mais a fluidez e a liberdade. Nesse sentido, a luz natural e a brisa que vem de fora, transformam o projeto mais simples e orgânico, uma vez que torna dispensável, o uso de luminárias e ar condicionado ou ventiladores, principalmente durante o dia.

Os benefícios de um projeto em conceito integrado ou aberto, como é tratado nos Estados Unidos por exemplo, vão além da sensação de mais espaço e incidência

¹ **Conceito Integrado:** Falar de ambientes integrados é sinônimo de unificar tudo num só ambiente, de forma criativa e funcional. Acréscimos ou extração de paredes pode ser a chave para se obter ambientes modernos e integrados, mas deve-se antes de tudo fazer uma análise geral do estado do imóvel. (<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/iniciacao-profissional/design-de-interiores-ambientes-integrados/45015>)

de mais luz natural, garantem que a moradora tenha mais “acessibilidade social”, ou seja, é possível interagir com as pessoas de modo mais informal e descontraído, porque não existem barreiras visuais que impossibilitem o diálogo, por exemplo.

Algumas escolhas foram muito importantes para tornar o projeto da moradora possível e dentro das suas necessidades, como por exemplo o piso unificado. Utilizamos o mesmo padrão para o piso para reforçar o conceito de integração. Nas paredes, cores claras que ampliam nosso campo visual. Na escolha do mobiliário, adotamos o mesmo estilo para manter a harmonia entre as composições de cada ambiente. E o ponto principal para finalizar a ambientação, foi deixar de lado os excessos e manter o foco na funcionalidade.

9. PEQUENO E DESCOMPLICADO: UM NOVO “JEITO” DE MORAR

Este artigo, contextualiza um perfil de cliente, voltado para o trabalho e com pouca disponibilidade para o lazer, ainda que o faça esporadicamente. Para isso, a grande “sacada” deste projeto, tem conexão com um espaço que também remete à praticidade em mantê-lo organizado, mas que também atenda às necessidades da moradora sem qualquer prejuízo, devido a limitação do espaço. Durante a fase de estudo preliminar, estas necessidades foram delineadas e todo o entorno disso, esteve embasado no conceito de multifuncionalidade, desempenhado pelo projeto de marcenaria e também no projeto de integração dos espaços.

9.1. Conceito projetual e painel semântico

O conceito projetual deste artigo, tem como objeto atender as expectativas da cliente, a partir do programa de necessidades estabelecido. Foram criadas várias situações, onde a cliente pudesse ter uma visão ampla de como seria o seu espaço e quais funções cada ambiente desempenharia. Definido estes conceitos, trabalhamos a parte estética, entendendo como são as referências e preferências da cliente. O resultado deste estudo minucioso, foram imagens que pudessem ilustrar e exemplificar o estilo e as tendências seguidas neste projeto.

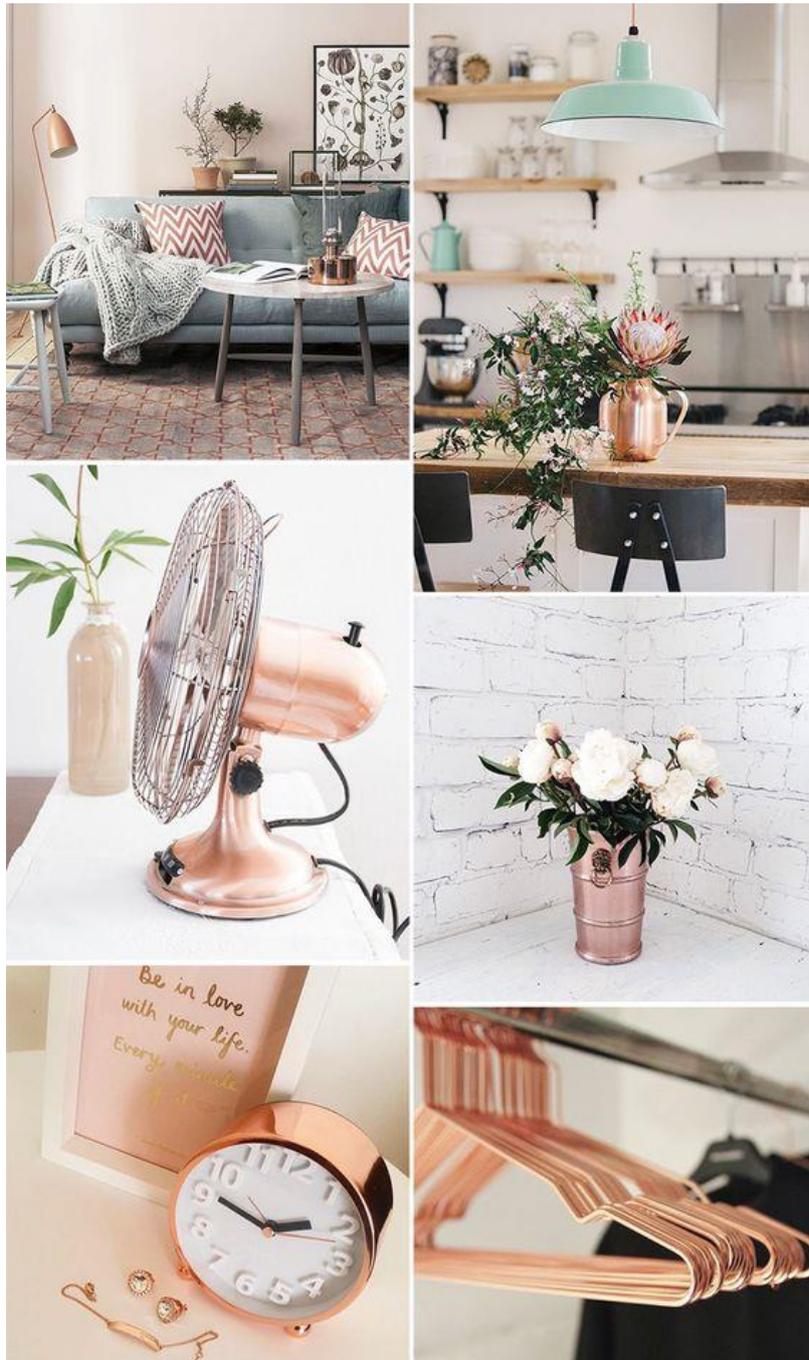


Figura 4 – Pannel Semântico - Image 8803

Fonte: <http://www.casinhaarrumada.com/2016/03/rose-gold-na-decoracao.html>



Figura 5 – Cabeceira

Fonte: <http://frenchyfancy.com/when-pictures-inspired-me-136/>

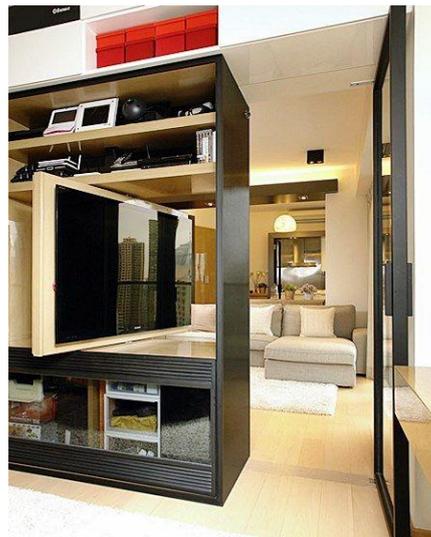


Figura 6 – Estante

Fonte: <http://www.simplesdecoracao.com.br/2014/08/uma-tv-para-dois-ambientes/>



Figura 7 – Contain

Fonte: <https://www.hortonandco.com.au/projects?lightbox=dataItem-impnqpxo>

9.2. Resultado

Sobre este projeto, observamos positivamente, a possibilidade de integração dos ambientes, tornando tudo mais amplo e arejado. Também podemos compreender como positivo, a ausência de barreiras visuais entre os ambientes. Negativamente, notamos que a privacidade da moradora pode ser prejudicada, devido a ausência de algumas paredes e divisórias, por se tratar de um imóvel para uma pessoa que mora sozinha, este ponto é negativo apenas nos momentos em que a mesma, recebe

amigos e familiares. Mas em resumo, podemos entender que o projeto abrange mais pontos positivos do que negativos, tendo em vista que aquilo que se fez desfavorável, foi suavizado com o frescor das cores e a tendência escandinava limpa e descomplicada, bem como a marcenaria inteligente que torna tudo muito mais interessante.

9.3. Layout tratado e setorizado

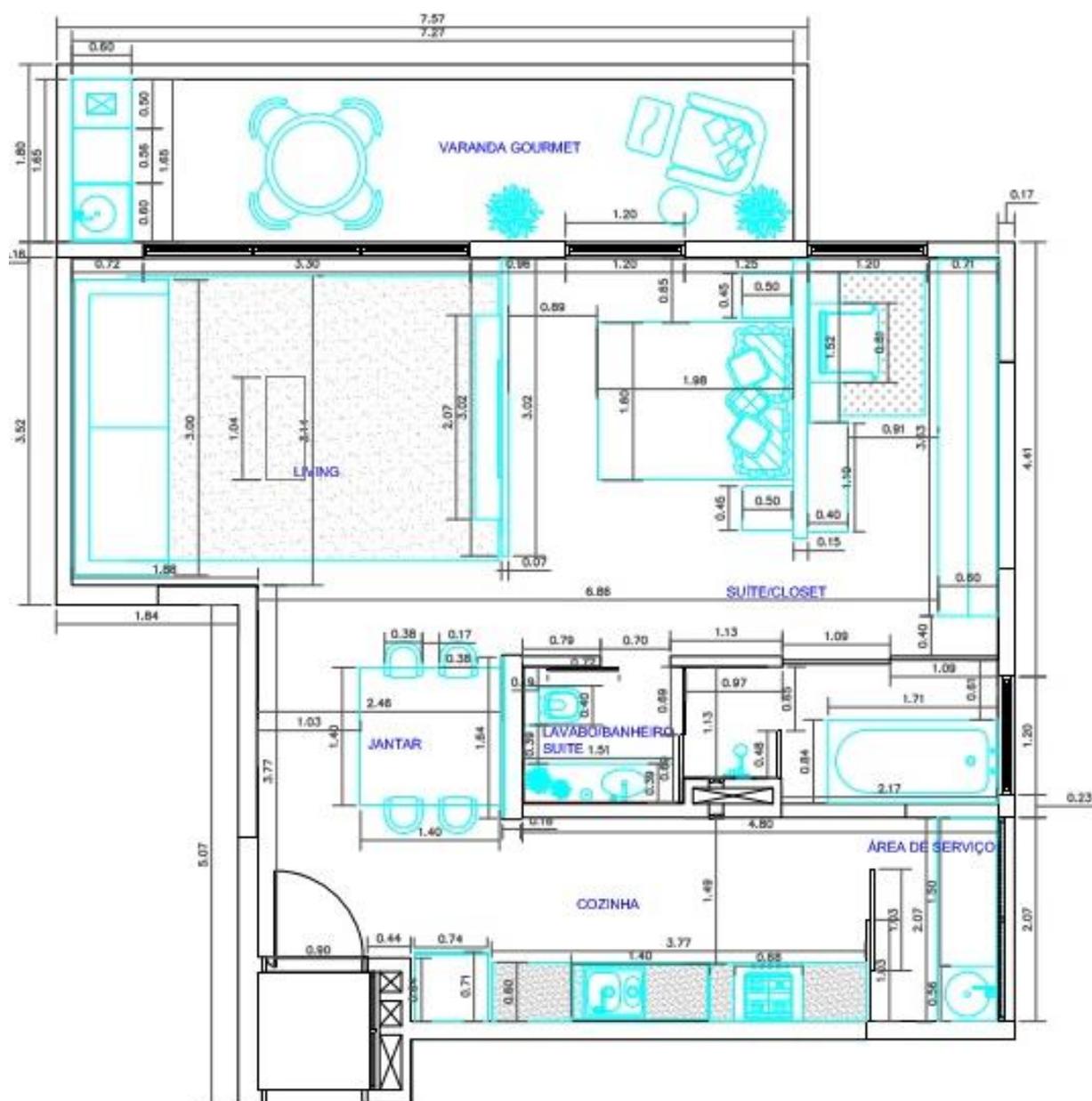


Figura 8 – Layout tratado
Fonte: Própria autoria



Figura 9 – Layout tratado
Fonte: Própria autoria

4.4. Memorial justificativo por setores

Este trabalho trata se de um projeto simples e criativo, onde todo o processo inicial e briefing estão embasados nas necessidades básicas da cliente, mas também seguindo conceitos e referências de design, interessantes aos olhos e gosto da cliente. Encontramos na marcenaria multifuncional e no design escandinavo, a mistura perfeita para atender as expectativas desta jovem cliente, recém-formada em medicina e muito dedicada ao trabalho que desempenha em seu curso de residência médica, alocado em uma grande metrópole. Em seu perfil, observamos que ela tem poucos amigos e os pais a visitam com pouca frequência, o que nos despertou a ideia de criação de um lindo e confortável “apartamento de solteiro.” Dentro de suas necessidades, projetamos móveis com multifunção, já que o imóvel era pequeno, mas com muito potencial. O imóvel será como um refúgio para os dias de descanso e por

isso, teve seu projeto delineado pelo conceito de ser algo descomplicado e funcional. O objetivo da cliente, não é permanecer neste imóvel por muito tempo, já que o período nesta grande cidade, será apenas uma fase ou etapa de sua vida profissional, mas ainda sim fez questão que tudo estivesse dentro daquilo que considera confortável e habitável, já que a rotina de trabalho é muito pesada e estressante.

Logo quando entramos, temos a visão de uma mesa com quatro lugares. A mesa tem um projeto inusitado que contempla a possibilidade de se abrir e dar apoio à panelas e utensílios utilizados nas refeições.



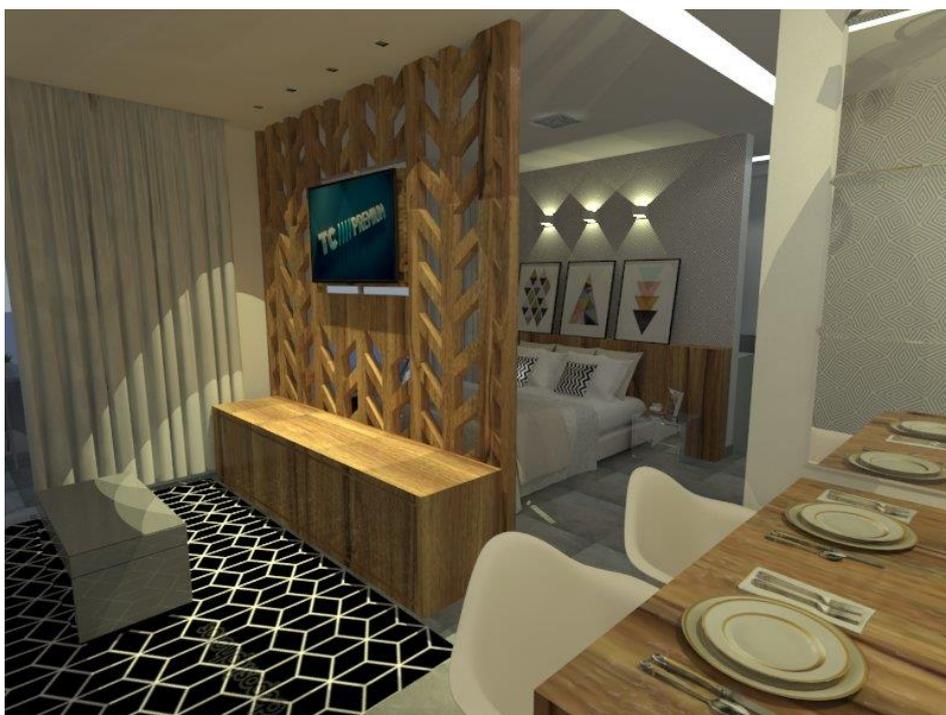
*Figura 10 – Mesa de jantar multifuncional
Fonte: Própria autoria*

No espaçoso living, temos um sofá retrátil que pode acomodar os convidados da moradora. Além do sofá que se transforma em cama através da função retrátil, no living também encontramos um painel vazado que abriga a tv de 42". O suporte onde se localiza a tv, pode ser projetado para o quarto, uma vez que possui a função de deslizar em modo horizontal para esquerda e para direita. Desse modo, a moradora pode assistir seus filmes favoritos tanto no sofá, como também no conforto de sua cama.



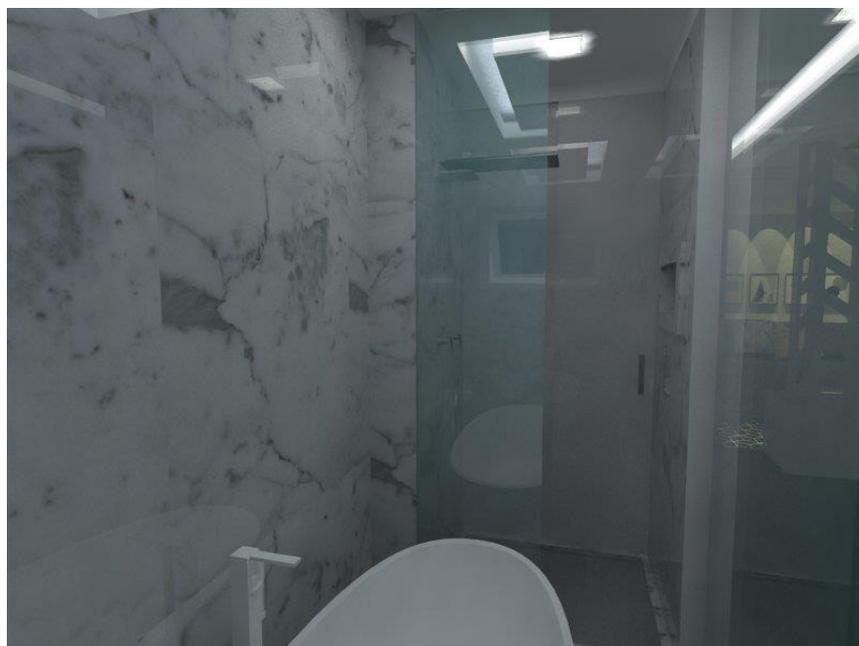
*Figura 11 – Mesa de jantar multifuncional
Fonte: Própria autoria.*

No quarto, temos um linda e imponente cabeceira, onde a moradora apoia quadros e guarda seus livros e objetos.



*Figura 12 – Painel Tv multifuncional
Fonte: Própria autoria*

Sobre a multifuncionalidade dos ambientes, encontramos uma solução para o único banheiro do apartamento, que pode ser isolado e transformado em lavabo, com um simples fechar e abrir de portas de correr.



*Figura 13 – Box banheiro
Fonte: Própria autoria*

10. CONCLUSÃO

Concluimos este projeto, com a certeza de que todas as possibilidades foram colocadas a prova, testadas e aprovadas. Entre um imprevisto e outro, encontramos as melhores alternativas para sanar todos os problemas e andar alinhados às necessidades da cliente. Concluimos também que este perfil de cliente, está cada dia mais comum, devido as ambições profissionais e o mercado de trabalho exigente, por profissionais mais dedicados. Não somente este perfil recorrente de clientes, também temos os imóveis com espaços, cada vez menores. Diante disso, encontramos no profissional de design de interiores, a possibilidade de extrair todo o potencial destes pequenos espaços. O projeto como um todo, representa um processo muito válido de aprendizagem, uma vez que cada briefing e cada perfil representa uma diversidade de situações e dificuldades a serem superadas, de modo a atender e respeitar as necessidades e referências, propostas por estes clientes.

REFERÊNCIAS

Revista Casa Cláudia. **Edição de maio 2017**: Matéria Outro Ângulo, pag 102 à 107. São Paulo, 2017. Ano 41.

Meio Eletrônico:

Conceito Integrado em Design de Interiores: https://www.google.com.br/search?q=conceito+integrado+design+interiores&rlz=1C1AVNE_enAR720AR720&oq=Conceito+&aqs=chrome.1.69i59j35i39j69i57j0l3.5785j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Conceito Aberto: <http://larissacarbonearquitetura.blogspot.com.br/2014/09/conceito-aberto-no-apartamento-de-um.html>

Dicionário Aurélio OnLine: <https://dicionariodoaurelio.com/>

Discovery Channel: <http://discoverymulher.uol.com.br/casa/irmaos-a-obra/>

Marcenaria inteligente: <https://projetos.habitissimo.com.br/projeto/marcenaria-inteligente-o-grande-segredo-da-decoracao>

Portal da Educação: <https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/iniciacao-profissional/design-de-interiores-ambientes-integrados/45015>

ABSTRACT

This work presents a study, on an increasingly common trend in our daily life, are compact apartments with smart furniture. It caters to a dynamic audience, with an intense work routine, but who seek refuge in the few moments of rest. The objective of this work is to know better this new inhabitant profile and its peculiar needs. With functional and easy-to-maintain furniture, the "bedroom and living room" surprise while fulfilling its basic purpose of being habitable. With a basic color palette, these functional designs show how you can achieve the breadth and sophistication effect in small spaces. Another important aspect addressed in this project is the easy maintenance of these spaces, where the number of objects, furniture, ornaments, among others are restricted and only serve the function, for which they are intended. Tailor-made joinery is another very important point to get the most out of the spaces. Undoubtedly, this article contemplates the reality of many residents who are having the experience of the first and compact real estate and still, the experience of having the design as a facilitator of their day to day.

Keywords: Design, functional design, small spaces, functional furniture.

PALMAROSA: DESIGN DE INTERIORES DE UMA SABOARIA NATURAL

*Adrielle Roberta Silva de Almeida*¹, *Angélica Marsicano*², *Rodrigo Augusto Bassan*³,

RESUMO

O estudo presente neste artigo propõe a elaboração de um projeto de interiores de uma empresa de produção e comercialização de produtos naturais destinados a banho, a Palmarosa. O campo de observação compõe-se da relação entre o design de interiores e design de produto, com finalidade de alcançar o melhor resultado, primeiramente foi feito um levantamento teórico sobre o mercado de trabalho deste tipo de estabelecimento, o surgimento de sabonetes e a produção deles com princípio ativo vegetal e sua evolução ao decorrer dos anos. Portanto, a realização deste projeto foi fundamentada nos conceitos propostos de sustentabilidade, alinhados a comodidade e praticidade.

Palavras-chave: Design, design comercial, saboaria, sustentabilidade, pinus, reflorestamento.

1. INTRODUÇÃO

O mercado de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos brasileiro em seu segmento de produtos para banho tem se apresentado em constante e considerável crescimento em função de uma participação mais significativa da mulher no mercado de trabalho; o surgimento de novos produtos que atendem mais amplamente as necessidades do consumidor e o aumento da expectativa de vida da população, o que impacta nos cuidados com a saúde e com a estética para conservar uma impressão de juventude. (SEBRAE, Ideias de Negócios). Os produtos diferenciados, artesanais ou naturais, aliados à uma bela apresentação ou formas inusitadas, mostram-se como

22 Adrielle Roberta Silva de Almeida do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2018. adriellerobertas@gmail.com

23 Prof^a MSc. Angélica P. Marsicano Tavares do curso Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. angelicamarsicano@gmail.com

24 Prof^a MSc Rodrigo Augusto Bassan do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2018. Rodrigo.bassan@uniessa.com.br

fortes no quesito concorrência pois aguçam a curiosidade do consumidor que atualmente se destaca em valorização da consciência ecológica buscando produtos menos agressivos e, portanto, mais saudáveis para si e para o meio ambiente. Tal preocupação se estende ao enriquecimento dos momentos cotidianos tornando o banho um ritual de purificação.

É neste contexto que se justifica a criação de um projeto de design de interiores para uma loja de produtos naturais para banho proporcionando um ambiente aconchegante, convidativo, bem iluminado e organizado que passe a sensação de limpeza e frescor.

Afim de se garantir o alcance desta meta destacam-se os seguintes objetivos específicos:

- Estudar a arte da saboaria, compreender o conceito e a evolução da sustentabilidade aplicada à ela;
- Caracterizar as necessidades e fatores preponderantes ao desenvolvimento deste empreendimento frente ao delineamento do briefing do cliente e da marca ou imagem empresarial;
- Desenvolver análise de projetos similares e de mercado;
- Alertar para o uso de recursos naturais e estudar os materiais mais relacionados ao conceito da empresa com a preocupação de se incluir o pensamento sustentável desde a composição de layout até a iluminação e acessórios.
- Apresentar o design da loja como uma ponte de ligação entre o produto e o cliente que visa além da consciência ecológica uma melhor qualidade de vida.

A metodologia utilizada para o desenvolvimento deste trabalho está baseada na de Bruno Munari, relatada em seu livro “Das coisas nascem coisas” de 2002. Frente ao problema projetual anteriormente exposto, desenvolve-se, a partir de entrevistas com o cliente, um *briefing*⁴ no qual serão delineados os perfis da empresa e de seus

⁴ Briefing - é um conjunto de informações, uma coleta de dados para o desenvolvimento de um trabalho. Palavra inglesa que significa resumo em português. É um documento contendo a descrição da situação de uma marca ou empresa, seus problemas, oportunidades, objetivos e recursos para atingi-los. FONTE: <https://www.significados.com.br/briefing/>

produtos, ressaltando-se o posicionamento de mercado e aspectos funcionais, práticos e estéticos envolvidos na questão. Então, estruturam-se o programa de necessidades e expectativas do cliente bem como o organograma de setores e fluxos para embasar a pesquisa de fundamentação teórica, imagética e de estudo de casos que servem de alicerce ao conceito e partido do projeto. Em seguida, estuda-se sobre materiais sustentáveis e a aplicação da madeira de reflorestamento como referência natural que se relaciona diretamente ao conceito da empresa. Enfim, inicia-se o processo criativo em croquis de layout e vistas compositivas para posterior desenvolvimento da parte técnica do projeto com plantas baixas de layout, gesso, piso, iluminação, cortes, vistas, detalhamentos necessários bem como memorial descritivo e imagens ilustrativas.

1.1 Briefing, programa de necessidades e fluxograma

Uma jovem de 29 anos, bastante criativa, formada em biotecnologia e produção de produtos naturais e fitoterápicos almeja realizar o sonho de seu primeiro empreendimento, uma loja de produtos de banho, uma saboaria natural cujos produtos possam enriquecer o momento do banho de maneira prazerosa e saudável.

Tem como foco a consciência sustentável e, portanto, preocupa-se, desde o desenvolvimento dos produtos até a embalagem biodegradável dos mesmos com a qualidade da matéria prima natural: glicerina, óleos vegetais e essências de frutas, flores entre outros.

Pretende atingir um público alvo feminino, acima de 20 anos, de classe média, consciente das questões ambientais, que dê valor aos seus momentos de banho como fonte de renovação e limpeza saudável.

O ambiente, para ela, deve ser reflexo desta consciência! Neste sentido, prioriza o cuidado com as materiais chaves utilizados na composição do design e também na iluminação. Pretende uma atmosfera convidativa, natural e cheia de frescor.

O funcionamento da loja será sempre sob sua administração com a presença de, no máximo, 2 funcionários para atendimento.

A Tabela 1 ilustra o programa de necessidades estabelecido para este empreendimento:

Tabela 1 – Programa de necessidades para a saboaria artesanal

SETORES	MOBILIÁRIO E EQUIPAMENTOS NECESSÁRIOS
VITRINE	MOBILIÁRIO EXPOSITOR / ILUMINAÇÃO DESTAQUE
ÁREA DE EXPOSIÇÃO	MOBILIÁRIO EXPOSITOR / ILUMINAÇÃO DESTAQUE
ÁREA EXPERIMENTAÇÃO	LAVATÓRIO E TOALHAS
CAIXA	BALCÃO / BANQUETA / COMPUTADOR / ILUMINAÇÃO DE TAREFA
ESCRITÓRIO	MESA / CADEIRAS / COMPUTADOR / GAVETAS / ILUMINAÇÃO DE TAREFA
DEPÓSITO	ARMÁRIOS OU ESTANTES E GAVETAS
COPA	BANCADA / 2 LUGARES / MICROONDAS / ILUMINAÇÃO DE TAREFA

Fonte: própria autoria

Os setores descritos na tabela 1 devem se relacionar conforme o fluxograma apresentado na Figura 1 e 2, a seguir:

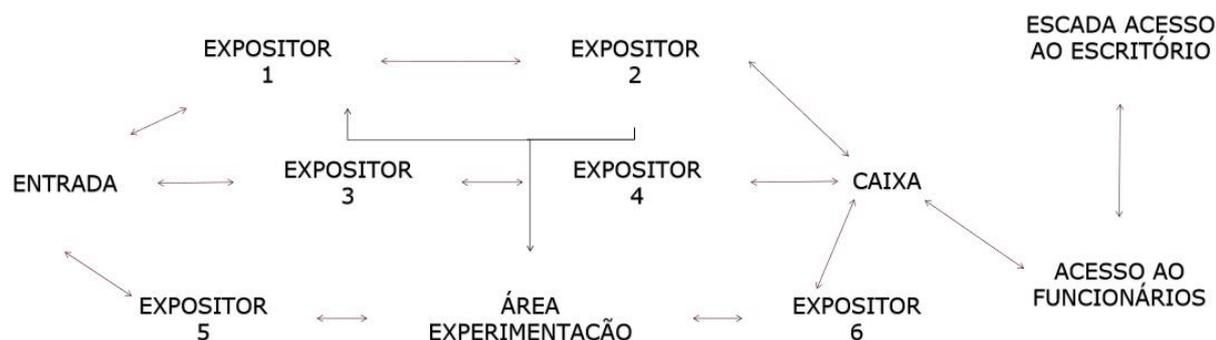


Figura 1 – Fluxograma para a saboaria natural

Fonte: Própria autoria



Figura 2 – Fluxograma para a saboaria natural

Fonte: própria autoria

1.2 A arte da saboaria

A saboaria, arte de fazer sabões, conforme o Portal São Francisco é uma arte surgida na pré-história através dos fenícios em 600 a.C. que ferviam gordura animal, água e cinzas até obterem uma pasta que utilizavam para na limpeza da lã de ovelhas e do couro de outros animais.

O produto sólido só foi criado no século VII quando os árabes inventaram o chamado processo de saponificação. (Portal São Francisco). Tal processo resulta da reação química entre a gordura e um álcali, resultando num sal ácido de gordura com ação detergente.

A reação de saponificação é conhecida como hidrólise alcalina pela presença de água (H₂O) e pela presença da base NaOH (soda cáustica). Na química representa a mistura de um éster (proveniente de um ácido graxo – óleos e gorduras) e uma base ou álcali (hidróxido de sódio) para se obter sabão (sal orgânico). (Mundo Educação – Reação de saponificação).

“Segundo uma antiga lenda romana, a palavra 'sabão' teve a sua origem no Monte Sapo nas proximidades de Roma, na Itália, onde animais eram oferecidos em sacrifício para os deuses. A gordura dos animais imolados no fogo misturava-se com a madeira queimada do altar. Esta mistura escorria para o solo nas proximidades de rios e as mulheres, ao lavarem roupas, sentiam uma maior facilidade em limpá-las quando estavam em contato com a nova substância.” (Portal Sebrae)

No final do século XIX, Harley Procter, dono de uma fábrica de velas juntamente com o químico James Gamble, criaram o sabão branco, quase ao acaso, devido à inclusão de ar na solução antes da moldagem. (OLIVEIRA, 2016) A partir de então tornou-se um produto cotidiano sendo fabricado industrialmente e perfumado.

Conforme o Portal SEBRAE o nome "sabonete" tem sua origem na palavra francesa “*savonete* e recebeu este nome em função de uma variação do sabão com a inserção de corantes e essências. “Sua função consiste em emulsionar e suspender pequenas partículas sólidas da pele, que, desta forma, são eliminadas junto com a água, diminuindo o ressecamento da pele.”

Os sabonetes industrializados são produzidos a partir da gordura animal remanescente do abate, associado à soda cáustica e diversos outros produtos

químicos como conservantes, corantes e essências artificiais, muitas vezes causadores de irritações da pele.

1.3 O sabonete vegetal e a evolução da saboaria artesanal

O sabonete Eucalol chegou revolucionando o mercado brasileiro em 1926. Foi o primeiro sabonete vegetal e, segundo o Portal São Francisco, era verde, derivado do eucalipto e gerava uma certa rejeição do público, acostumado a cores mais suaves, como branco e rosa.



Figura 3 – Sabonete EUCALOL

Fonte: <http://josecalvino.blogspot.com/2015/10/lembrancas-do-eucalol.html>

Através de jogadas de marketing que incentivavam o colecionismo de embalagens, brindes e estampas se popularizou. Sua aceitação foi tanta que as tais estampas passaram a ser consideradas um material incentivador da cultura; possuidor de cunho didático e um ótimo referencial de aprendizagem.

A chegada das multinacionais como LEVER e PALMOLIVE enfraqueceu as vendas do EUCALOL, que perdeu mercado. No entanto, a Botica Granado, primeira “Farmacia” que manipulava produtos vegetais caminhava em paralelo e mesmo com a falência da Eucalol a Granado continuou produzindo seus sabonetes vegetais sendo reconhecida até hoje. Ao longo de todo este tempo alguns artesãos faziam seus sabonetes vegetais em casa para vender na vizinhança aparecendo com isto os glicerizados.

A carência de glicerina nos sabonetes comerciais é a principal razão do ressecamento que sentimos na pele com o seu uso. E muitas vezes vemos o próprio sabonete ressecar e rachar. Esta é a principal diferença entre os sabonetes comerciais e os sabonetes artesanais. Os ácidos graxos contidos nos óleos utilizados para se fazer o sabonete artesanal ajudam a regular a umidade e nutrir a pele, enquanto a glicerina natural dá uma textura mais macia. (Portal Sebrae)

A chegada da francesa L'Occitane em 1996 e seus sabonetes vegetais vindos de Marseille revendo conceitos e valores pelo resgate ao natural reforçou a curiosidade do mercado para os sabonetes naturais quer seja de óleos vegetais ou minerais.



*Figura 4 – Sabonete L'Occitane
Fonte: L'Occitane*

Atualmente, bases dissolvidas artesanalmente, transforma-se em criativos volumes mágicos de banho com cores e aromas, moldados em várias formas e tamanhos diferentes. Podem ainda se enriquecidos com a adição de outros ingredientes que agregam benefícios, por possuírem propriedades medicinais como ervas, frutas e outros vegetais. Assim, além de limparem suavemente a pele cumprem funções emolientes, hidratantes, desengordurantes e até mesmo esfoliantes.

A saboaria artesanal é uma atividade feita sem o emprego de máquinas que prevê a permanência de 100% da glicerina, a guardiã da hidratação cutânea, no sabonete. Um sabão natural é um sabão verdadeiro, livre de derivados de petróleo, lauril, sulfatos, parabenos, BHT, EDTA, estabilizantes, fragrâncias sintéticas, corantes artificiais ou qualquer outro aditivo ou conservante químico amplamente usado na indústria cosmética.

Além disto, no sabão natural deixamos o chamado sobreengorduramento, que é uma dose extra de manteigas ou óleos vegetais que ficarão livres no sabão, sem saponificar, acrescentando uma qualidade extra no sabonete, deixando-o ainda mais hidratante. (BOA SABOARIA NATURAL)



Figura 5 – Sabonete Cacau e Manteiga de Bacuri

Fonte: <https://www.yamuna.com.br/collections/saboaria/especial>

2. A CONSCIÊNCIA SUSTENTÁVEL E O DESIGN DE AMBIENTES COMERCIAIS ASSOCIADOS A PRODUTOS NATURAIS

Pensar em uma loja de produtos naturais pressupõe um pensamento ecológico e uma consciência sustentável. Desta forma, podem-se associar o uso de materiais naturais no design através dos recursos extraídos da terra de maneira sustentável para uso.

Cada vez mais as pessoas vêm reconhecendo os benefícios causados pelo uso de produtos menos processados e com mais qualidade tanto no setor alimentício como no de vestuário, higiene e cosmético, construção etc.

Os espaços comerciais de produtos naturais têm frequentemente tomado partido de materiais naturais desde a arquitetura ao design de interiores e iluminação. A madeira de reflorestamento é uma destas vedetes!

3. MADEIRA DE REFLORESTAMENTO NO DESIGN DE AMBIENTES COMERCIAIS

A madeira vem sendo aplicada durante séculos de diferentes formas, por arquitetos e designers, unificando a criatividade no desenvolvimento do projeto técnico com um excelente desempenho e resultado obtido a partir do seu uso.

Madeira no design vai além da estética, é sinônimo de aconchego, bem-estar, naturalidade com um toque orgânico, um material versátil, pois permite que seja usada

em basicamente todos os ambientes, sendo com acabamentos em pisos, forros, portas, janelas, revestimentos de parede, mobiliário e adornos decorativos.

Atualmente, contamos com inúmeras opções em madeira de reflorestamento, que tem como objetivo a preservação de mata nativa, mas é importante optar pela madeira de reflorestamento certificada, pois garante uma extração baseada em questões socioambientais sem a exploração de mão de obra e desmatamento, evitando assim o aquecimento global, dentre outros.

Com sua neutralidade, a madeira harmoniza muito bem a qualquer estilo e ambiente, juntando este material com uma iluminação adequada, o ambiente comercial se torna convidativo e valoriza os itens expostos, criando uma atmosfera ao mesmo tempo luminosa e aconchegante.

4. ILUMINAÇÃO ADEQUADA À PRODUTOS NATURAIS

Em ambientes comerciais, como lojas, boutiques, escritórios, entre outros, é fundamental uma iluminação adequada, de acordo com os produtos comercializados e ambiente planejado. Além de exercer sua função básica de iluminar o espaço, a iluminação ainda tem o poder de direcionamento ao público, aumentar as vendas, criar um ambiente aconchegante, conforto visual, evitando distorção nas cores e valorizando o ambiente e os produtos expostos.

Através da iluminação é possível também destinar o público alvo da loja, portanto deve ser proposta de acordo com a identidade da mesma. Para criar uma atmosfera aconchegante junto com a madeira, a luminosidade uniforme transmite a impressão de simplicidade.

A iluminação utilizada no ambiente comercial onde se revende produtos naturais é essencial, sua conservação é totalmente diferente de um sabonete comercializado, por serem produtos sem aditivos químicos, sem conservantes, nem corantes artificiais, tendem a perder suas características mais rápido com o tempo. Como são feitos de ingredientes naturais, quando exposto ao sol ou locais quentes o aroma tende a evaporar com o calor e sua cor desbota com a luz, portanto deve ser

evitado o uso de lâmpadas incandescente e halógenas, pois parte da luz emitida por elas esquentam o ambiente.

Portanto, a mais indicada para durabilidade destes produtos são as LEDs, por terem uma baixa emissão de calor, apesar do sistema de LED esquentar, gerando temperatura térmica durante a conversão da eletricidade em luz, ele não joga o calor para o ambiente graças ao auxílio de dissipadores que têm a capacidade de removê-los, um dos aspectos que contribuem para aumentar sua vida útil, são encontradas em vários tipos, tornando possível iluminar toda a loja com essa mesma tecnologia, além de ter grande durabilidade é uma lâmpada onde tem um baixo consumo de energia, trazendo ao cliente um custo x benefício maior.

5. RESULTADO DA ANÁLISE DE SIMILARES

Com a finalidade de se buscarem referências técnicas projetuais foram desenvolvidas análises de dois projetos similares ao aqui proposto. São eles:

O primeiro a ser analisado é da loja Lush, marca britânica de cosméticos naturais. Localizada em São Paulo, foi desenvolvido pelo escritório Studio M+B arquitetura e design, (Carlos Myra e Angela Beneton, ambos arquitetos). O projeto é de 2014, tem como conceito sustentabilidade.



Figura 6, 7 – Loja LUSH

Fonte: https://www.galeriadaarquitetura.com.br/projeto.aspx?idProject=1462&escritorio=studio-mb-arquitetura-design_&projeto=lush-spa



Figura 8 – Loja LUSH interior

Fonte: https://www.galeriadaarquitectura.com.br/projeto.aspx?idProject=1462&escritorio=studio-mb-arquitetura-design_&projeto=lush-spa

O segundo projeto a ser analisado, é o mercado de grãos, um imóvel de 130 m² localizado em São Paulo, na Vila Leopoldina. Os donos é um jovem casal empreendedor. O projeto foi desenvolvido pelo escritório Mandril Arquitetura + Interiores (Helena Kallas e Bruno Reis), a reforma foi feita em 2016, e por ser um ponto alugado os clientes queriam investir o mínimo possível no projeto.



Figura 9, 10 – Mercado de Grãos

Fonte: <https://www.arcoweb.com.br/noticias/interiores/mandril-arquitetura-mercado-de-graos-sao-paulo>



Figura 11 – Mercado de Grãos

Fonte: <https://www.arcoweb.com.br/noticias/interiores/mandril-arquitetura-mercado-de-graos-sao-paulo>

Ambos os projetos têm como principal material o uso da madeira, um deles utilizam a madeira de demolição, que é o reaproveitamento de obras, o segundo, utiliza a madeira de reflorestamento pinus, pelo fato de ser ecologicamente correta e ser uma árvore com crescimento relativamente rápido.

É perceptível que ambos os projetos têm como característica uma atmosfera aconchegante e o caráter informal, o que mais destaca de diferente de um para o outro é a forma como a iluminação é utilizada nestes ambientes, enquanto a loja Lush faz o uso de iluminação direcionada através dos trilhos e spots, querendo ressaltar os seus produtos e trazer uma sofisticação ao ambiente ocasionado pela luz e sombra, o Mercado de grãos tem como proposta um ambiente arejado, simples e bem iluminado, utilizando de caixa de spots de duas lâmpadas, com luz difusa, distribuídas em um painel no teto feito a partir da madeira de pinus, iluminando com uniformidade e intensidade, sem perder a riqueza em detalhes.

As cores escolhidas em ambos projetos são os tons neutros (branco, preto, cinza e amadeirados) e tem como grande centro de interesse o paisagismo que é aplicado no interior destas lojas, na Lush encontra logo na entrada ressaltando o seu pé direito duplo com o uso de uma parede verde e no mercado de grãos foi utilizado nos fundos da loja uma composição de jardim vertical já com uma árvore existente no local. Tem como predominância a linhas retas, horizontais e verticais, prevalecendo do equilíbrio simétrico e trazendo em ambos os projetos serenidade.

Nestas análises busca-se observar como um projeto é já em fase de conclusão, quanto a aplicação do conceito similar e o uso de materiais adequados por meio de estudos, para isso, as análises foram focadas nos aspectos de interiores, principalmente em: iluminação, linhas compositivas, cores, texturas e centros de interesses, tem como objetivo compreender na prática os pontos fortes e fracos, para gerar a melhor solução para o projeto proposto.

6. O PROJETO – PALMAROSA – SABOARIA NATURAL

6.1 PAINEL SEMÂNTICO E CONCEITO DO PROJETO

Para a criação do conceito madeira como protagonista, proposto neste projeto, os croquis e painel semântico foram as principais ferramentas para geração de alternativas. Antes de iniciar a fase do desenho, foi criado um painel através de imagens digitais, que assemelham ao conceito proposto e as necessidades que se procura atender, com finalidade de inspirar e orientar. Na figura 17 está presente o painel semântico criado para guiar este projeto.



Figura 17 – Painel Semântico

Fonte: Própria autoria a partir de referências do pinterest

Após a construção do painel semântico usado como parte do processo criativo, deu início a fase de geração de alternativas a partir de croquis, com diferentes distribuições de layout, representadas nas figuras a seguir.

6.2 PLANTA DE LAYOUT DEFINITIVO



*Figura 18 – Planta layout térreo
Fonte: Própria autoria*



*Figura 19 – Planta layout mezanino
Fonte: Própria autoria*

6.3 IDENTIDADE VISUAL DA EMPRESA E DO PRODUTO / EMBALAGEM

A marca que já segue o conceito de sustentabilidade tanto no desenvolvimento dos seus produtos quanto em suas embalagens, tem como principal matéria prima o óleo vegetal de palmarosa, nome da loja, e em sua embalagem a utilização de fibra de coco. Foram elaborados alguns estudos de tipologia e forma, inicialmente, na palavra foram feitos teste com várias fontes, pois a ideia é utilizar de uma fonte manuscrita que remetesse a feminilidade da mulher, público alvo da loja, conforme apresentado na Figura 20.



Figura 20 – Estudo de tipografia
Fonte: Própria autoria

Após isso foram adicionadas a essas fontes o próprio ramo da palmarosa, complementando a escrita, como na Figura 21.



Figura 21 – Estudo de tipografia
Fonte: Própria autoria

As escolhas finais foram aplicadas em alguns mockups de embalagem de sabonete, esfoliante corporal e bálsamo corporal, como representa a Figura 22, com uma adequação na fonte para que o P não fique parecendo um R.



Figura 22 – Mockups de embalagem
Fonte: Própria autoria

Para identidade visual da empresa foram utilizados a logo aplicada em um cartão de visita também com o fundo onde representa um papel reciclado, representando na Figura 23.



Figura 22 – Identidade Visual
Fonte: Própria autoria

6.4 MEMORIAL DESCRITIVO E IMAGENS ILUSTRATIVAS

No principal setor, a loja, foi utilizado em todos os expositores a madeira pinus pelo seu baixo custo e sustentabilidade e alguns detalhes em cor no MDF acqua – Duratex, a marca também apresenta o uso de madeira de pinus no desenvolvimento

de suas placas. Como destaque foi utilizado um painel ripado em composição com jiboias que tem como irrigação através do gotejamento.



Figura 23 – Vista do balcão
Fonte: Própria autoria



Figura 24 – Perspectiva Ilustrativa
Fonte: Própria autoria



Figura 25 – Vista lateral

Fonte: Própria autoria

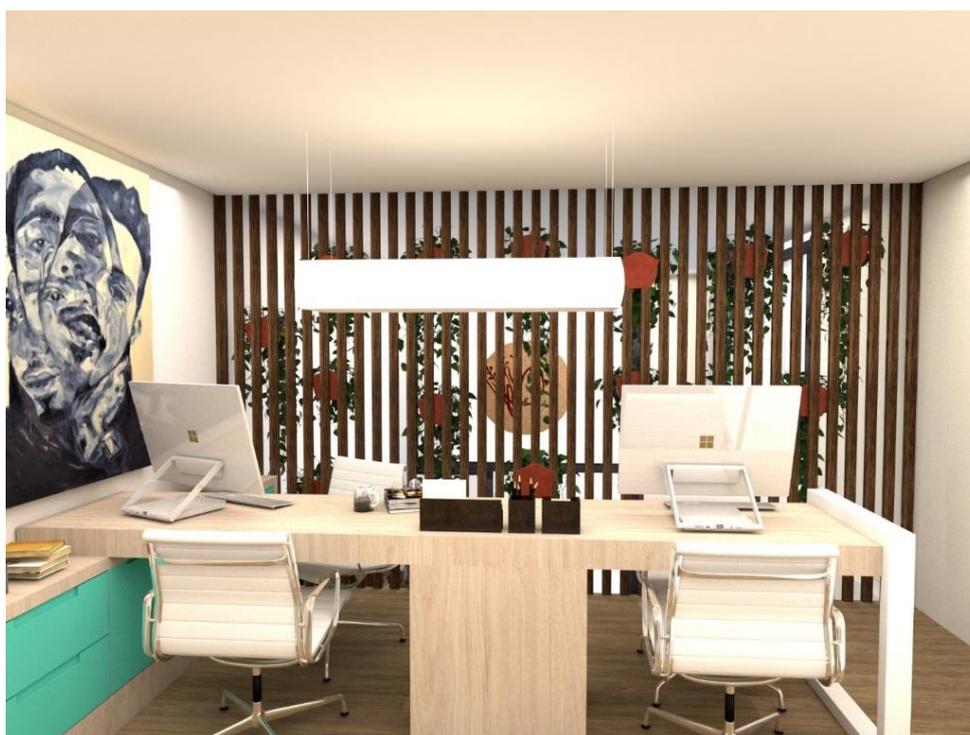


Figura 26 – Vista lateral

Fonte: Própria autoria

7 CONCLUSÃO

Conclui – se que o projeto atingiu as expectativas e objetivos principais propostos inicialmente, afim de compreender a importância e evolução do conceito sustentabilidade em diferentes áreas, encontrar a melhor solução de acordo com o perfil do cliente, layout e fluxograma proposto.

Após as análises de similares, painel semântico e pesquisas sobre diferentes materiais que poderiam ser aplicados neste projeto, a melhor solução será a utilização da madeira de pinus em grande parte da loja pelo seu custo x benefício, a utilização de iluminação a base da tecnologia LED por ser economia a longo prazo ao cliente.

Uma das prioridades era desenvolver de forma eficiente uma iluminação natural a loja pelo seu pé direito alto, mas que dê certa forma não agredisse os produtos ali expostos, a alternativa é a implantação na fachada do vidro fotovoltaico, cumpre sua principal função que é a de passagem de iluminação natural, mas através de semicondutores aplicados entre as lâminas faz a conversão da luz do sol em eletricidade e ajudam a diminuir a absorção de calor interno, sendo assim não interferindo aos produtos ali frágeis ao calor.

REFERÊNCIAS

ABNT. **NBR 14724**: informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação. Rio de Janeiro, 2002. 6 p.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. Martins Fontes, São Paulo, 2002.

Meio Eletrônico:

OLIVEIRA, C. Saboaria: a história e os sabonetes artesanais. Disponível. em: <https://blog.elo7.com.br/manual-de-tecnicas-artesanais/saboaria-historia-sabonete.html> acessado em junho de 2018.

Portal São Francisco. **História do Sabonete**. Disponível. em: <https://www.portalsaofrancisco.com.br/historia-geral/historia-do-sabonete> acessado em junho de 2018.

Mundo Educação. Reação de Saponificação. Por Livia Alves de Souza. Disponível em: <https://mundoeducacao.bol.uol.com.br/quimica/reacao-saponificacao.htm> acessado em junho de 2018.

Fabricação de sabonetes glicerizados. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-fabrica-de-sabonetes-glicerizados.b4987a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD> acessado em junho de 2018.

Design de interiores sustentável – Suas técnicas e benefícios. Disponível em: <http://www.temsustentavel.com.br/design-de-interiores-sustentavel/>

Como conservar um sabonete natural. Disponível em: <https://aidee.com.br/como-conservar-um-sabonete-natural/> acessado em junho de 2018.

Planejada com sustentabilidade. Disponível em: https://www.galeriadaarquitetura.com.br/projeto.aspx?idProject=1462&escritorio=studio-mb-arquitetura-design_&projeto=lush-spa acessado em maio de 2018.

Mandrill Arquitetura: Mercado de grãos – São Paulo. Disponível em: <https://www.arcoweb.com.br/noticias/interiores/mandril-arquitetura-mercado-de-graos-sao-paulo>

ABSTRACT

The present study proposes the elaboration of an interior design of a company producing and selling natural products for bathing, Palmarosa. The field of observation makes up the relationship between interior design and product design, aiming to achieve the best result, first a theoretical survey was made on the labor market of this type of establishment, the appearance of soaps and their production with active plant principle and its evolution over the years. Therefore, the realization of this project was based on the proposed concepts of sustainability, aligned with convenience and practicality.

Keywords: Design, commercial design, saboaria, sustainability, pine, reforestation.

L'ÉCLAIR GOURMET: CONFEITARIA FRANCESA COM TOQUE BRASILEIRO

Carla Gabriela Marques da Silveira¹, Elice Borges Neves Campos², Naiara Ribeiro Chaves Macedo³, Angélica Marsicano Tavares⁴

RESUMO

Este artigo tem como objetivo descrever o projeto de interiores realizado para a doceria L'Éclair Gourmet, localizada no bairro Fundinho, onde está a parte histórica da cidade de Uberlândia com sua arquitetura tradicional, praças e casas antigas. Charmosa e encantadora, esta loja recebe tons suaves e pastéis na decoração em estilo “candy colors” e apresenta uma ambiência familiar, mantendo as tradições das docerias francesas aliadas à culinária brasileira. Para a criação do projeto, primeiramente foi determinado um briefing que gerou um programa de necessidades para nortear a realização de pesquisas sobre o tema em questão abordando todas as informações do local, bairro, dicas de administração de uma doceria, objetos de decoração, culinária francesa, estruturação de cozinhas para produção de doces e outras informações. O levantamento de imagens referenciais para o projeto, bem como as análises de projetos similares auxiliam no processo criativo projetual que resulta em um espaço gastronômico com uma proposição de experiências em relação ao bem-estar e prazer de apreciar um bom doce gourmet. A doceria “L'Éclair Gourmet” com estilo único, personalidade, criatividade e valorização do belo, traz um ambiente aconchegante, confortável e bastante convidativo.

Palavras-chave: Doceria. Culinária. Francesa. Doce. L'Éclair.

¹ Aluna Carla Gabriela Marques da Silveira do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. carlagabimarques@hotmail.com

² Aluna Elice Borges Neves curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. eliceborgesneves@hotmail.com

³ Aluna Naiara Ribeiro Chaves Macedo do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. naiararc Macedo@yahoo.com

⁴ Me. Angélica Pereira Marsicano Tavares – Professora do Curso de Graduação em Design UNIESSA. Uberlândia, 2017. angelicamarsicano@gmail.com

1 BRIEFING

Este artigo concentra-se em apresentar o desenvolvimento de um projeto de design de interiores para uma doceria localizada em Uberlândia-MG, no bairro Fundinho, onde serão produzidas e servidas sobremesas inspiradas na culinária francesa.

O projeto nasceu com a proposta de unir o que há de melhor em confeitaria com o melhor da arte em panificação.

Nossa cliente se chama Olívia, tem 33 anos, nasceu e vive em Uberlândia. Namora um empresário francês há quatro anos e mora sozinha no setor sul da cidade.

A França, especialmente sua lindíssima e romântica capital Paris, inspira muitas pessoas ao redor do mundo em muitos aspectos. Com a Olívia não poderia ser diferente. Ela morou alguns meses na França, realizou um curso gastronômico em Paris e, encantada por tantos detalhes voltou ao Brasil com o sonho de abrir seu próprio negócio aqui, uma doceria que trouxesse aquele toque de encanto da França.

O projeto tem como objetivo valorizar o aspecto gourmet dos doces, expostos como se fossem joias nas vitrines de vidro. Além de facilitar a visualização dos “quitutes”, os vidros agregam praticidade por sua facilidade de limpeza e manutenção.

Com espírito inovador e criativo, a loja aposta na cultura de doces individuais sofisticados para presentear. Caixas finas e delicadas embalagens garantem o sucesso do presente, onde o visual é tão importante quanto a qualidade do produto.

Neste projeto, as exigências e expectativas extraídas da cliente durante entrevistas informais foram: utilização de traços delicados de forma a dar um aspecto feminino e delicado cuja inspiração encontra-se nos *macarons*, ícone da cultura francesa, impõe o estilo *candy colors*, com as tonalidades dessaturadas, suaves juntamente com tons neutros, que refletem muita luz e que deixam o ambiente mais leve. Tons de verde, amarelo e azul trazendo frescor ao ambiente, enquanto os tons de rosa remetem ao romantismo.

Inspirada nas melhores docerias francesas, a L'Éclair une a arte e a delicadeza da cozinha clássica ao sabor brasileiro. Essa combinação entre tradição e a modernidade está presente não só nas receitas e ingredientes selecionados, mas

também nas embalagens e na decoração dessa doceria. Tudo que se produz é estritamente artesanal e exclusivo.

Com a ideia de proporcionar aos clientes um ambiente acolhedor, agradável e familiar onde todos possam se sentir em casa degustando o que há de melhor na arte do doce acompanhados de sabores com toque francês, são servidos uma variedade de doces, tortas e salgados feitos na loja mesmo, preparados com muito carinho.

A doceria L'Éclair Gourmet destaca-se por seu design clean, marcado por sua leveza, delicadeza, transparência e sofisticação. Possui ambiente agradável para quem preferir tomar um café ali mesmo acompanhado de um doce. A doceria tem como cargo chefe a famosa bomba de chocolate, *éclair* para os franceses. Feito com a massa *choux*¹, típica dos doces franceses, o *éclair* é similar às bombas que encontramos nas docerias brasileiras. Tem formato comprido e recebe recheios e coberturas variadas. Muito bem confeitados torna-se a estrela das vitrines das confeitarias.



Figura 1 – Inspirações: à esquerda os macarons – paleta de cores e à direita as bombas ou éclairs – o carro chefe da doceria

Fonte: Google imagens

2 POSICIONAMENTO COMERCIAL

A L'Éclair Gourmet surge do fascínio pela confeitaria francesa e tem a proposta de fornecer aos clientes produtos diferenciados, utilizando-se de ingredientes e materiais de primeira linha, para garantir alta qualidade e autenticidade a seus produtos com foco nos minis e nos pequenos eventos, além de oferecer opções para presentear e, claro, para consumir no dia a dia.

¹ Massa choux - ou pâte à choux - Composta de uma mistura de água, manteiga e farinha, que é cozida e acrescida de ovos ainda morna. Quando assada ganha uma crosta fina, um interior oco e uma aparência de inflada (o alto teor de umidade da massa evapora no cozimento, e esse vapor é responsável pelo crescimento da massa e pelo oco característico). Fonte: <http://acozinhacoletiva.blogspot.com.br/2012/02/massa-choux.html>

A produção é artesanal e não são utilizados preparos prontos, essências, aditivos e demais produtos artificiais, buscando sempre a excelência da verdadeira confeitaria.

A loja tem como missão produzir e comercializar produtos com qualidade, proporcionando momentos de prazer com ambiente sofisticado e atendimento personalizado. Sua visão é ser referência em doceria gourmet no estado de Minas Gerais em cinco anos. Seus valores são qualidade, resiliência, ética e respeito.

O cardápio conta com deliciosos clássicos da culinária francesa, sendo algumas das sobremesas: *eclair*, de *fondant* ou *chocolat*, crepes, mousse ao *chocolat*, *l'île flottante*, torta de maçã, *crème brûlée*, *profiteroles*, *mille-feuille*, *macaron*, *baba au rhum*, bolo de cenoura, doce de cidra, biscoitos, *crumbles* de maçã, entre outros. Além da variedade de opções doces e salgadas para serem degustados ali mesmo na nossa doceria, os visitantes podem encomendar doces inteiros e individuais, para festas e eventos.

A loja conta com 10 funcionários e uniformes próprios para cada função exercida, possui ar condicionado, wi-fi, tomadas espalhadas pela área social, aceita reserva por telefone, possui mesas ao ar livre, possui música ambiente, realiza entregas à domicílio e prima pela acessibilidade.

3 HISTÓRIA E DEFINIÇÃO DA CONFEITARIA GOURMET

De acordo com o Portal Educação, a palavra confeitaria vem do latim “*confectum*” e significa aquilo que é confeccionado com especialidade.

A confeitaria, doceria ou doçaria é a especialidade da culinária que se ocupa do preparo, decoração e comercialização dos alimentos doces produzidos de forma tradicional. (Que Conceito, dicionário)

No Brasil, as confeitarias chegaram por volta dos anos 50 e 60, vindos principalmente da França, famosa como centro dos doces refinados e requintados, e da Áustria com seus doces e tortas finas e outras delícias. Nessa mesma época, os confeitários estrangeiros traziam a técnica do manuseio do chantilly, do Creme Paris, da massa folhada, do *fondant* (Calda de açúcar usada em coberturas) e foram

obrigados a trabalhar nas padarias, pois eram raras as confeitarias exclusivamente doceiras. (Portal Educação)

Conforme publicação do Portal JE Online, a miscigenação tão característica de nosso país contribuiu muito para dar forma a nossas especialidades de pratos. A princípio, os doces conventuais portugueses se difundiram, mas logo foram sendo enriquecidos por ingredientes nativos, como frutas em geral e mandioca. O ciclo da cana-de-açúcar teve também papel fundamental, pois havia abundância de matéria prima para a produção de doces. Nos engenhos e fazendas, fazia parte do lazer das sinhás o preparo de doces, bolos e compotas. Os primeiros doces genuinamente brasileiros foram o pé-de-moleque, a paçoca, a rapadura, a mãe benta (espécie de broa), a cocada, os quindins de laiá, além dos bolos de mandioca.

O primeiro bolo de farinha que se adaptou no Brasil foi o pão-de-ló, que possui origem portuguesa. A comercialização da confeitaria que temos atualmente, começou com a influência dos imigrantes franceses, italianos, portugueses e alemães e com a introdução de novos equipamentos e máquinas que facilitam o trabalho do confeitoiro, que passou a ter mais tempo para ler e desenvolver receitas mais requintadas, melhorando a qualidade dos doces.

Já o termo “gourmet”, tem origem francesa e remete ao conhecedor de boas bebidas como o vinho e iguarias. Conforme o Portal Significados, é o “nome que se dá um estilo de culinária mais elaborada, requintada e que atende as exigências do consumidor com gosto mais apurado em relação à qualidade e apresentação do prato ou da bebida”. Associa-se à ideia de “alta cozinha”, envolvendo cultura e arte culinária com produtos de primeira linha e apresentação impecável.

A expressão “gourmet” pode ser relacionada a uma pessoa que possui paladar apurado dotada de conhecimento aprofundado de culinária e gastronomia.

A culinária gourmet é um nicho de mercado bastante explorado e que atinge desde os produtos mais caros e tradicionalmente requintados, como o *foie gras*² e o caviar, como também alimentos mais populares, como hambúrgueres, brigadeiros e coxinhas, por exemplo. (Portal Significados)

² *foie gras* - o fígado ou, em francês, *foie gras* – termo que em francês significa “fígado gordo” – é o fígado de ganso ou pato que foi forçosamente alimentado à exaustão, o que levou à hipertrofia lipídica do órgão. Fonte: <http://www.loucospordicascasgastronomicas.com/sabores/foi-gras-le-marquis/>

4 A CONFEITARIA BRASILEIRA E FRANCESA

De acordo com a afirmação de Marina Stroh Ibri, da Brigaderie de Paris em sua publicação no Portal Conexão Paris, a confeitaria francesa é menos doce do que a confeitaria brasileira por utilizar muitas frutas na sua elaboração atenuando o seu sabor açucarado.

Enquanto no Brasil se consome em larga escala o leite condensado, na França o campeão de consumo é o famoso creme de avelã com chocolate, assegura Mariana.

Conforme o e-book Doce Tentação (2015) “os doces do Brasil surgiram no período colonial, em especial a partir do século XVIII com a instalação em larga escala dos engenhos de açúcar no país”. Originalmente, as primeiras sobremesas brasileiras foram as frutas tropicais, como manga e carambolas, regadas a mel. Banana assada com canela, tapioca e banana com laranja eram bastante populares desde este período. Com o surgimento do açúcar, vieram as compotas de frutas, descascadas e cozidas em calda pelos escravos. Os religiosos portugueses mantiveram as receitas à base de ovos que preparavam em seu país de origem, mas acrescentando ingredientes brasileiros. Assim surgiram doces como quindim, papa-de-anjo, ambrosia, bom-bocado, manjar e pudim. A utilização dos ovos se dava devido ao fato de que Portugal foi o principal produtor da Europa entre os séculos XVIII e XIX. A partir desse momento, em cada região do país foram se desenvolvendo receitas típicas de acordo com o alimento que era encontrado em abundância em cada lugar. Portanto, o hábito de se comer determinados tipos de doce passou a fazer parte dos costumes locais, fazendo das sobremesas parte importante da culinária brasileira.

Doces regionais brasileiros:

- nordeste: baba de moça, cajuzinho, beijinho, canjica, doce de caju e rapadura;
 - centro oeste: doce de pequi, melado de tacho, balas de café;
 - norte: bala de maná, doce de buriti, tapioca;
 - sudeste: brigadeiro, churrisco, paçoca de amendoim, pé-de-moleque, cural, doce de abóbora, pamonha;
 - sul: pão de cuca, doce de pinhão, torta de maçã alemã.
-

5 RESULTADO DA ANÁLISE DE SIMILARES

O estudo de caso aplicado a este projeto destaca a análise de três projetos similares resumidos a seguir:

5.1 Shugaa Room For Dessert / Bangucoque - Capital da Tailândia

O Shugaa, figura 2, foi inaugurado em 2016, é conhecido como bar de sobremesas de menu criativo e uma variedade de doces delicados de estilo francês e bolos de *fondant*.



Figura 2 – Shugaa Room For Dessert / Bangucoque

Fonte: <http://www.arredanegozi.it/2017/06/shugaa-room-for-dessert-bangkok/>

Utiliza as cores verde-menta, o rosa-bebê e o azul-céu que remetem aos doces, conhecidas como “candy colors”, no mobiliário, em contraste com a base neutra das paredes e detalhes de madeira clara, trazendo aconchego e leveza.

A iluminação deixa de ser coadjuvante no projeto e passa a ser ponto focal para a decoração promovendo o bem-estar. Luminárias em tom acobreado ou *gold* rosê, apresentam formas orgânicas e fogem ao convencional, propondo um “mix” de romantismo e ousadia.

O piso em madeira clara compondo com as paredes gera a sensação de calma e leveza.

Enfim, desde a paleta de cores que serviu de inspiração imediata à Doceria L'Éclair Gourmet, a iluminação e a suavidade do ambiente foram pontos marcantes neste estudo.

5.2 Peggy Porschen Cakes / Londres - Reino Unido

Peggy Porschen Cake, como ilustra a figura 3, é uma doceria tradicional em Londres que foi inaugurada em 2010.



Figura 3 – Peggy Porschen Cakes / Londres
Fonte: <http://thecakeblog.com/2011/08/peggy-porschen-cakes.html>

A paleta de cores dessaturadas como o rosa-bebê na fachada, nas demais paredes e nas cadeiras, o verde-menta no detalhe de algumas paredes com a exposição dos produtos e o branco harmonizam o ambiente aconchegante e sereno.

No mobiliário linhas retas se contrapõem equilibradamente a traços curvilíneos, pés arredondados e peças trabalhadas, sugerindo romantismo elegância e nos remetendo a outros tempos.

As luminárias clássicas de luz amarelada juntamente com o piso em madeira auxiliam na sensação de conforto e tornam o ambiente bastante convidativo.

5.3 Ladurée Paris / Paris - França

Ladurée, apresentada na figura 4, é uma famosa casa de doces francesa, fundada em Paris, em 1862. Todas suas lojas que estão espalhadas pelo mundo, são lindamente decoradas.



Figura 4 – Ladurée Paris / Paris

Fonte: <http://mypaperfactory.com/laduree-paris-mon-amour/>

Novamente a paleta de cores propõe o sabor sugerido e bem como nos demais ambientes analisados destacam-se romantismo através de acabamentos e acessórios como nas arandelas e cortinas. A forma de apresentação do produto agrega valor ao mesmo ganhando o cliente desde o primeiro olhar na vitrine.

O menu variado de doces tipicamente franceses fica como inspiração bem como a iluminação de destaque aos produtos e os lustres clássicos de iluminação geral que trazem charme e elegância a este ambiente agradável.

6 PROJETO DOCERIA L' ÉCLAIR GOURMET

6.1 Programa de Necessidades

- Entrada: mesas e cadeiras.

- Vitrine: mesa expositora e produtos.
- Área de convivência social: mesas, cadeiras, iluminação, adornos.
- Balcão: balcão, iluminação, máquina de cartão de crédito, telefone, adornos.
- Banheiro: sanitário, iluminação, adorno, cuba, bancada, espelho, peças para sanitário e barras para apoio.
- Cozinha: forno, pia, utensílios de confeitaria, utensílios de cozinha, coisa/exaustor, eletrodomésticos, geladeira, freezer, forno elétrico, microondas, ilha, iluminação, aventais, toucas e luvas, descartáveis, cafeteira, cardápio e porcelanas.
- Depósito de material de Limpeza: produtos de limpeza, rodo, vassoura, panos de chão e baldes.

6.2 Fluxograma

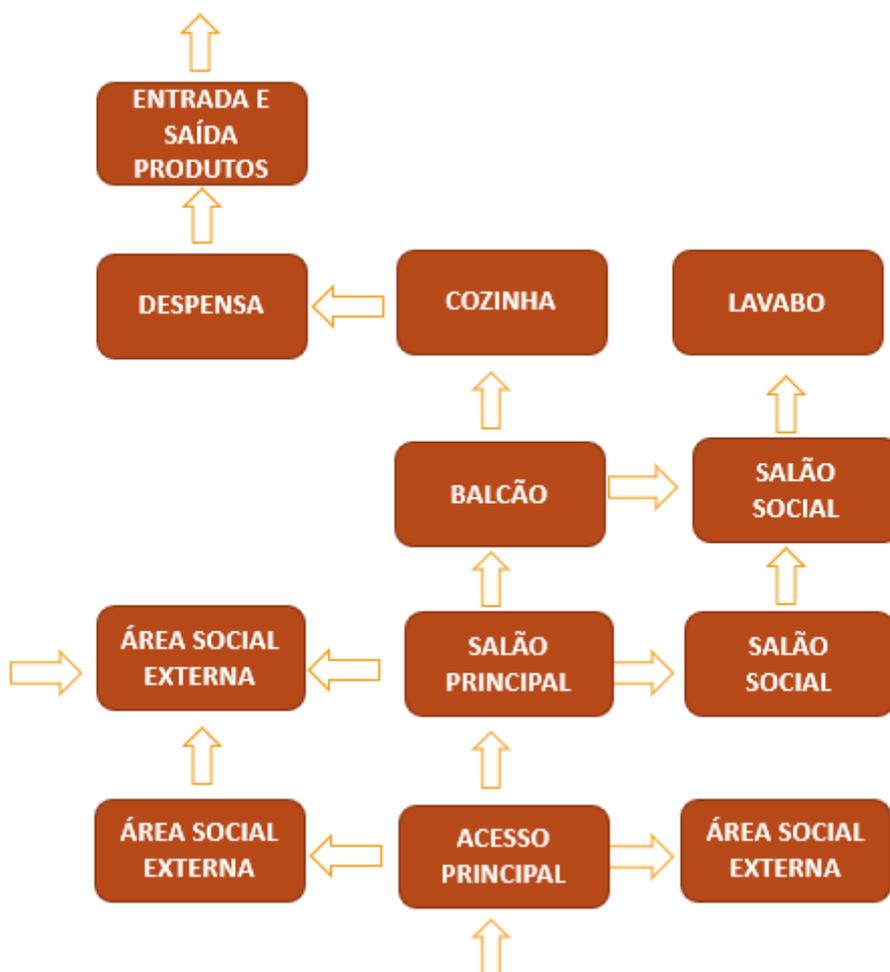


Figura 5 – Fluxograma L'Éclair Gourmet
Fonte: própria autoria

6.3 Conceito e Painel Semântico

Confeitaria francesa com toque brasileiro!

Por se tratar de um empreendimento brasileiro, a proposta da cliente Olívia envolve a culinária técnica francesa com receitas clássicas e também reinventadas que possibilitem a inserção de ingredientes tropicais e redução do açúcar proporcionando inovação nos padrões de apresentação.

A paleta “*Candy Color*” apresenta-se como tendência para decorar com leveza, alegria e personalidade. Versáteis, as cores dessaturadas, também chamadas de “pastéis” lembram a doçura e o romantismo. Aliadas aos tons neutros e padrões madeira agregam conforto e aconchego.

Com o conceito Doçura e Leveza, o projeto da doceria L'Éclair Gourmet propõe um ambiente agradável, aconchegante e tranquilo.

A figura 6 ilustra as imagens referenciais de projeto que compõem o painel semântico.



Figura 6 – Painel Semântico Doceria L'Éclair Gourmet
Fonte: própria autoria – montagem de imagens do Google imagens

Para a iluminação destacam-se as peças em gold rosê que sugerem personalidade e ousadia compondo com a paleta de cores escolhida em um toque de sofisticação.

6.4 Apresentação Layout

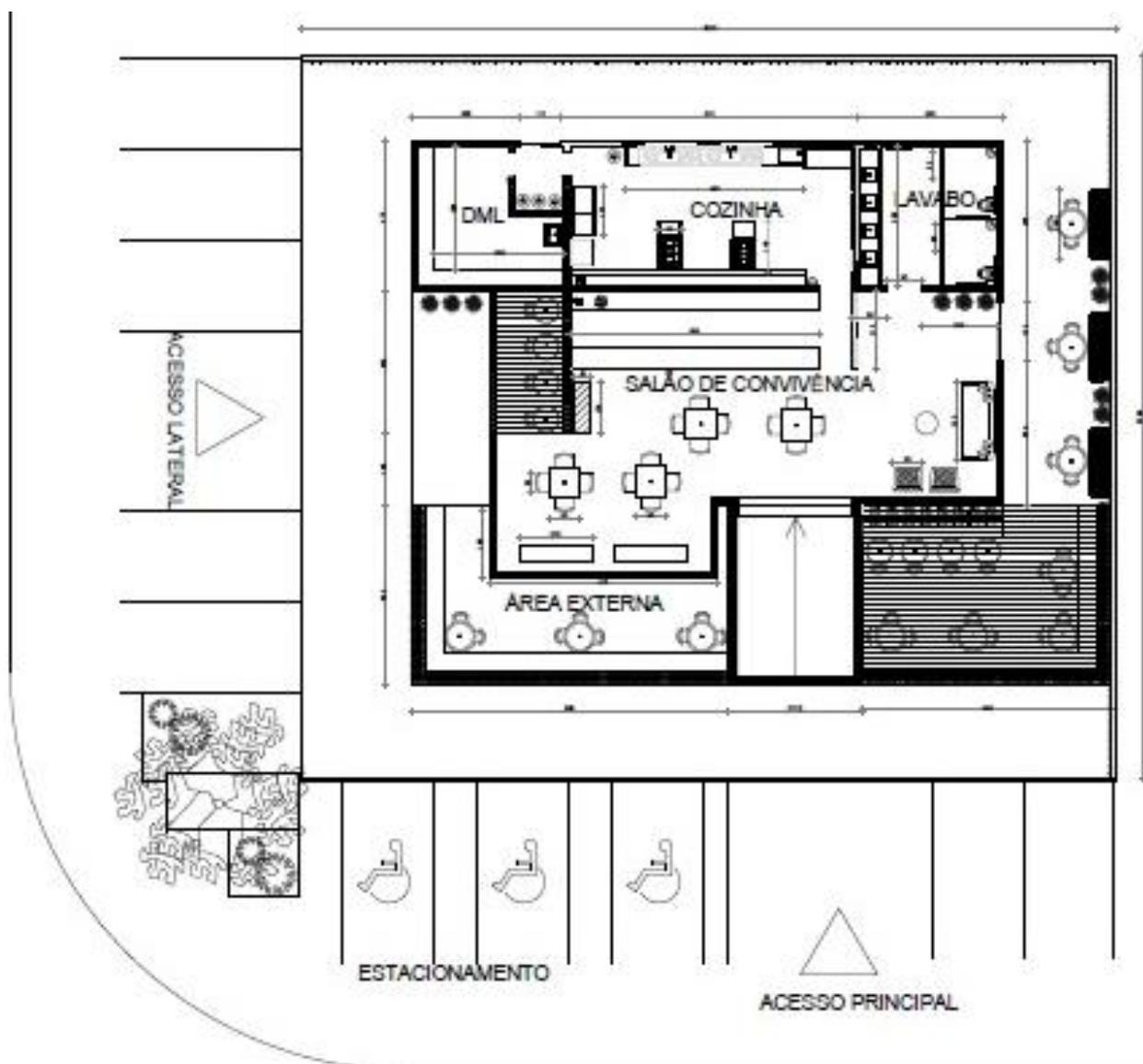


Figura 7 – Layout da Doceria L'Éclair Gourmet
Fonte: Própria autoria

6.5 Memorial Descritivo

Para a criação da logomarca da doceria, as especificações fornecidas pela cliente foram utilização de traços finos e delicados de forma a dar aspecto feminino e delicado. A logo escolhida pela cliente foi a seguinte:



*Figura 8 – Logo Doceria L'Éclair Gourmet
Fonte: Própria autoria*



*Figura 9 – Fachada da Doceria L'Éclair Gourmet
Fonte: Própria autoria*

A loja foi projetada com inspiração na composição de cores “candy colors” e base neutra. O acabamento de algumas peças possui finalização romântica. Para a

iluminação foi escolhido lustres finos e nobres. Utilizamos a luz dirigida em áreas reduzidas, com luz concentrada para iluminar os doces e as mesas.

A fachada da loja recebeu as cores rosa e marrom, que nos lembram dos doces.

Na parte externa, foi aproveitado o apoio dos assentos em concreto para colocar uma linda e perfumada floreira de lavandas. Para paisagismo, na pérgola de madeira plástica foi apoiada a trepadeira sete léguas. Como jardim vertical, em toda a extensão do muro foi plantado a trepadeira unha de gato, deixando o espaço exterior verde e aconchegante. Nas mesas, foram espalhados os vasilhinhos de flores mini orquídea e rosa pedra para dar charme a todo o ambiente. As mesas e cadeiras são de ferro, com acabamento romântico trazendo delicadeza e leveza ao ambiente, conforme as imagens a seguir 10, 11 e 12.

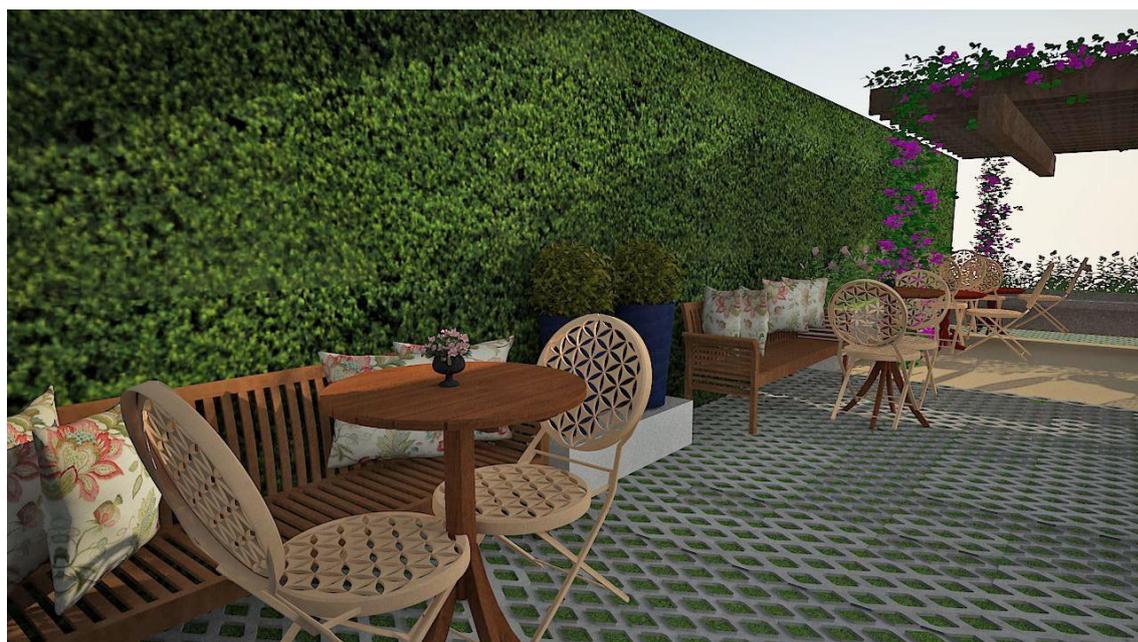
O piso escolhido para a entrada da doceria foi Granilite Fulget drenante e em toda parte externa o utilizado foi o concregrama drenante.



*Figura 10 – Fachada da Doceria L'Éclair Gourmet
Fonte: Própria autoria*



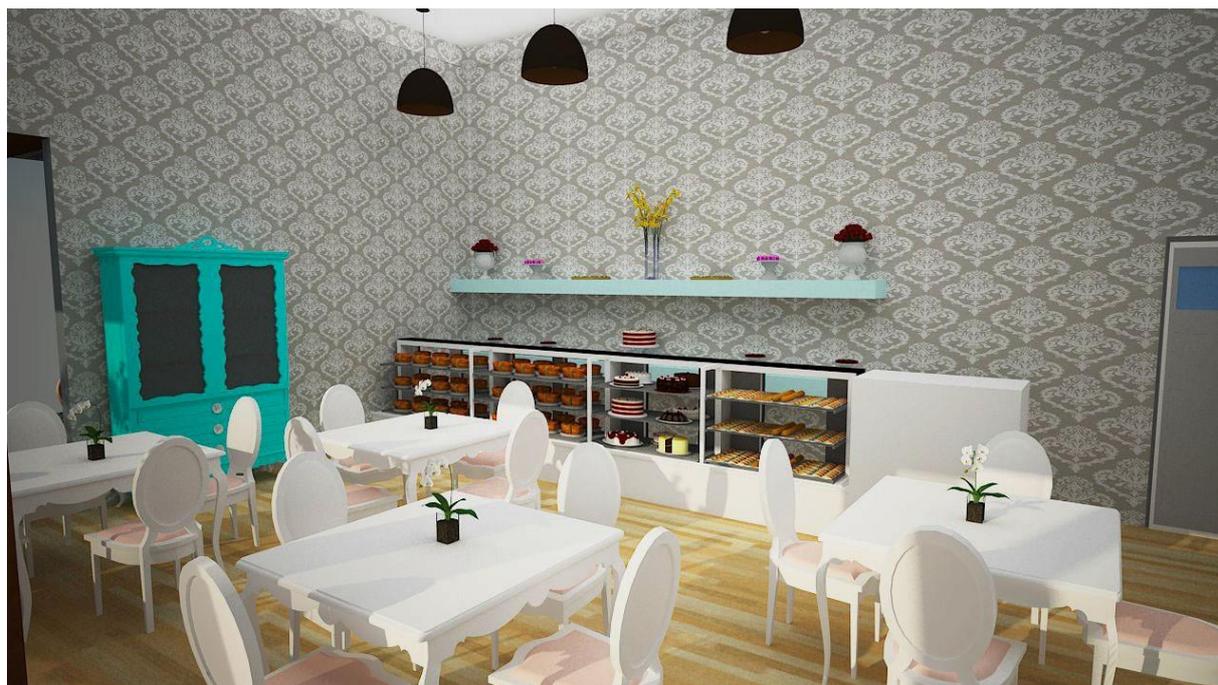
*Figura 11 – Fachada da Doceria L'Éclair Gourmet
Fonte: Própria autoria*



*Figura 12 – Área externa da Doceria L'Éclair Gourmet
Fonte: Própria autoria*

Para revestimento do piso no salão de convivência foi escolhido vinílico em régua Durafloor Osaka deixando o ambiente claro, leve e mais amplo com aspecto de madeira.

O papel de parede utilizado deu personalidade ao ambiente. Todo o mobiliário possui acabamento romântico com a paleta de cores dessaturadas. Foi criado como ponto de destaque a cristaleira em tonalidade verde. As mini orquídeas deram toque alegre às mesas.



*Figura 13 – Salão de Convivência Doceria L'Éclair Gourmet
Fonte: Própria autoria*

Para opção mais aconchegante, foi colocado um estofado fixo com poltronas, criando um ambiente acolhedor para receber grupos maiores de pessoas. O destaque da iluminação deste ambiente é o lustre que traz sofisticação ao ambiente.

Contribuindo com a personalidade do projeto, a divisória feita em cobogós (elementos vazados) traz leveza e além de integrar os espaços, os separa também sem a rigidez das paredes. Deixa o espaço com boa ventilação.



*Figura 14 – Salão de Convivência Doceria L'Éclair Gourmet
Fonte: Própria autoria*

A vitrine possui vidro temperado, tendo como características mais importantes a durabilidade e a transparência que valorizam os doces e as peças decorativas e os deixam sempre à vista do consumidor. Os aparadores são na cor branca para deixar ainda mais em evidência os doces exibidos como joias nas vitrines, possuem acabamento romântico. Os lustres chamam atenção pela beleza e deixam a vitrine bem iluminada para a boa visualização.



*Figura 15 – Vitrine Salão de Convivência Doceria L'Éclair Gourmet
Fonte: Própria autoria*

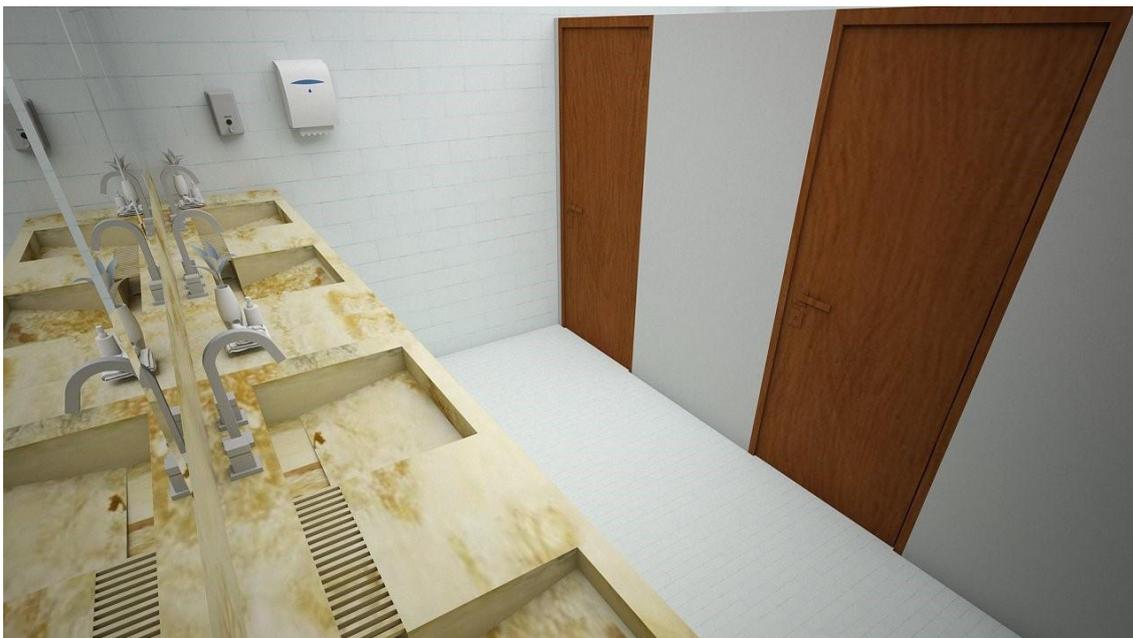
O lavabo possui bancada em mármore ônix iluminada com quatro cubas esculpidas. O espelho tem acabamento bisotado e ocupa toda a parede. A acessibilidade está em todo o espaço projetado do lavabo.



*Figura 16 – Lavabo Doceria L'Éclair Gourmet
Fonte: Própria autoria*



*Figura 17 – Lavabo Doceria L'Éclair Gourmet
Fonte: Própria autoria*



*Figura 18 – Lavabo Doceria L'Éclair Gourmet
Fonte: Própria autoria*



*Figura 19 – Sanitário do lavabo Doceria L'Éclair Gourmet
Fonte: Própria autoria*

A cozinha recebeu revestimento conforme especificações da ANVISA para espaços gastronômicos.



*Figura 20– Cozinha Doceria L'Éclair Gourmet
Fonte: Própria autoria*

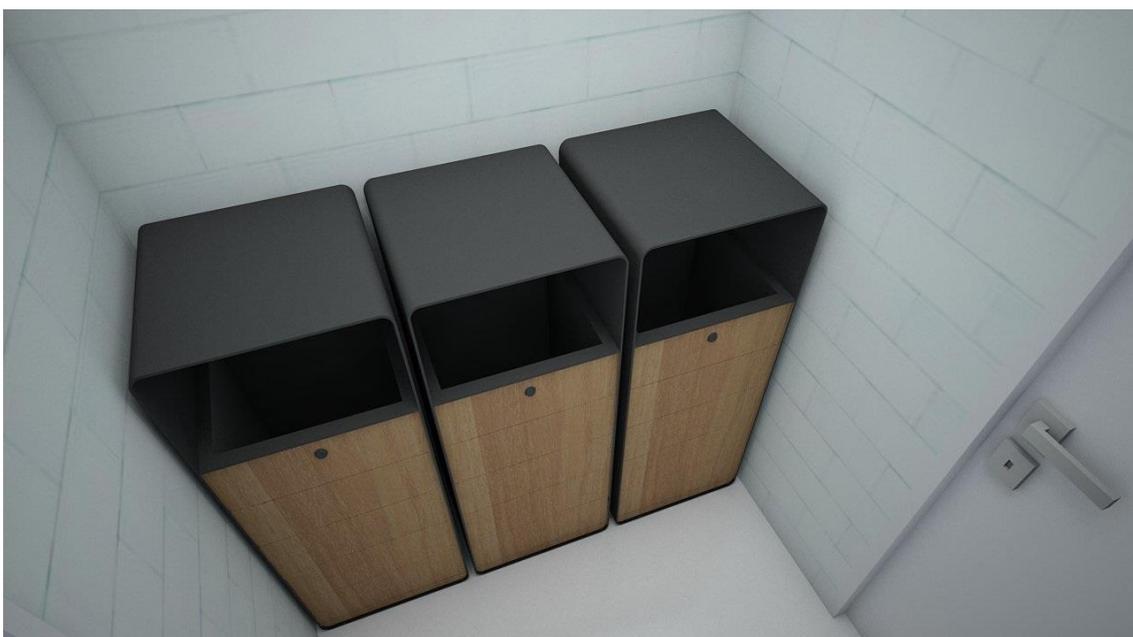


*Figura 21 – Cozinha Doceria L'Éclair Gourmet
Fonte: Própria autoria*



*Figura 22 – Cozinha Doceria L'Éclair Gourmet
Fonte: Própria autoria*

Para o DML – depósito de materiais de limpeza, foi escolhido lixeiras grandes em seu primeiro compartimento conforme a figura 22 a seguir:



*Figura 23 – Compartimento para Lixeiras DML - Doceria L'Éclair Gourmet
Fonte: Própria autoria*

O depósito conta com armários, prateleiras e tanque para limpeza.



*Figura 24 –DML - Doceria L'Éclair Gourmet
Fonte: Própria autoria*

7 CONCLUSÃO

O projeto da Doceira L'Éclair Goumert apresentou um ambiente com doçura e leveza, usando a paleta de cores pastéis como o rosa-bebê, verde-menta, amarelo claro e azul céu. O mobiliário no estilo romântico com traços curvilíneos e peças trabalhadas bem como a iluminação com lustres e pendentês compõe com pisos de cores claras e aspecto de limpeza. No cardápio sobremesas típicas da França, como o L'eclair (que originou o nome da empresa), o macarron, entre outros, porém com o acionamento dos ingredientes e outros doces e salgados brasileiros que trazem a conexão entre culturas culinárias distintas.

8 REFERÊNCIAS

Portal Educação. **História da Confeitaria**. Por colunista. Disponível em: <https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/culinaria/historia-da-confeitaria/59906> acessado em maio de 2017.

Portal QueConceito. Seu novo conceito em dicionário. **Conceito de Confeitaria**.

Disponível em: <http://queconceito.com.br/confeitaria> acessado em maio de 2017.

Portal JE Online. **A Confeitaria no Brasil**. Disponível em:

<http://jeonline.com.br/coluna/1112/a-confeitaria-no-brasil> acessado em maio de 2017.

E-book **Doce Tentação – Uma Doce História do Brasil**. Disponível em:

<http://www.mundoagridoce.com.br/wp-content/uploads/2015/10/e-book-doce-tentacao-demo.pdf> acessado em maio de 2017.

Fork This World. Disponível em: <http://www.forkthisworld.com/shugaa-room-for-dessert/>. Acesso em 18 de junho de 2017.

Site oficial Peggy Porschen. Disponível em: <https://www.peggyporschen.com/>. Acesso em 17 de junho de 2017.

Site oficial Laduree. Disponível em: <https://www.laduree.fr/>. Acesso em 17 de junho de 2017.

ABSTRACT

This article aims to describe the design of interiors carried out to the candy store L Éclair Gourmet, located in the bairro Fundinho, where is the historical part of the city of Uberlândia, with its traditional architecture, squares and old houses. Charming and charming, this store receives soft and pastel tones in the “candy colors ” style decoration and presents a familiar ambience, maintaining the traditions of French docerias allied to Brazilian cuisine. For the creation of the project was first given a briefing which generated a program needs to guide the conduct of research on the topic in question, addressing all of the information of the location, neighborhood, tips for the administration of a candy store, decorative objects, French food, structuring of the kitchens for the production of candy and other information. The survey of images of reference for the project, as well as analyses of similar projects help in the creative process, the design problem that results in a space for dining with a proposition of experiences in relation to well-being and enjoy a nice sweet gourmet. The doceria "L'eclair Gourmet" with unique style, personality, creativity and appreciation of the beautiful, brings a cozy, comfortable and quite inviting atmosphere.

Keywords: *Doceria. Cuisine. French. Sweet. L'éclair.*

CAIXA DO AÇAÍ: FONTE DE SAÚDE.

Dayanne Alves Camargos¹, Keli Aparecida Miranda², Michelline Duarte Silva³, Angélica Pereira Marsicano Tavares⁴, Áurea Eliana Felício Di Biaggi⁵

RESUMO

O presente artigo apresenta o desenvolvimento de um projeto de design de interiores para uma loja de açaí na cidade de Uberlândia/MG. Com o foco na alimentação saudável, prática e melhoria na qualidade de vida este negócio propõe também a consciência ecológica, afinal, seu espaço físico é resultante da composição volumétrica de containers reaproveitados que foram descartados da função de transporte marítimo. Em termos metodológicos, após o delineamento do perfil do cliente e a justificativa pela demanda do projeto em questão, discorre-se, sobre a história do açaí e seu papel na nutrição para então, buscar referencial sobre o sistema construtivo e as alternativas de projeto. Análises de projetos similares propõem tecnicamente como estabelecer a linguagem em design desta loja aliando-se ao referencial imagético levantado em painel semântico que embasa todo o conceito utilizado. Enfim, o processo criativo culmina no desenvolvimento técnico de um lugar contemporâneo e aconchegante cujo caráter informal sugere o convívio social além da alimentação equilibrada.

Palavras-chave: design de interiores, açaí, container, alimentação, saúde.

1 INTRODUÇÃO

É notável a tendência mundial pela busca por uma alimentação mais natural e saudável. No Brasil, apesar da crise, é perceptível o aumento da demanda por alimentos associados à saúde e ao bem-estar. Desde produtos light e diet, passando

¹ *Dayanne Alves Camargos* - Aluno (a) do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. day87camargos@gmail.com

² *Keli Aparecida Miranda* - Aluno (a) do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. marcenariaquatroirmaos@hotmail.com

³ *Michelline Duarte Silva* - Aluno (a) do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. michelline-duarte@hotmail.com

⁴ Me. Angélica P. Marsicano Tavares – Professora do Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2017. angelicamarsicano@gmail.com

⁵ Áurea Eliana F. di Biaggi - Professora Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2017. aureadibiaggi@hotmail.com

pelos naturais vegetais e integrais, aos poderosos grãos como a chia, a linhaça e a quinoa, chegando aos alimentos livres de glúten e lactose.

A mudança de hábito do consumidor brasileiro tem gerado um novo estilo de vida e uma rotina mais saudável na qual o açaí é presença garantida.

Neste contexto, surgiu a demanda para um projeto de design de interiores para uma loja de alimentação saudável cujo açaí destaca-se como “carro-chefe”.

1.1 O perfil do cliente

O cliente é caracterizado por um empresário de 40 anos, do ramo de telefonia, que tem pretensão de expandir seus interesses financeiros criando uma nova marca na área de alimentação saudável com foco principal no público jovem. Apaixonado pelo sabor e versatilidade do açaí é adepto à alimentação saudável e busca energia renovada a cada dia. Trabalha no período matutino e tem disponibilidade de horário à tarde e à noite podendo estar presente na maior parte do horário de funcionamento de seu empreendimento.

Em viagem de negócios à Curitiba percebeu o grande número de estabelecimentos e residências que reutilizam contêineres e, após buscar mais informações sobre este tipo de construção e o conceito que a envolve, teve a certeza de sua utilização em seu negócio.

Vislumbra um ambiente aconchegante, charmoso e receptivo para familiares e amigos em contato com a natureza.

Após conversas informais estabeleceu-se que a nova marca de loja de açaí será Caixa do Açaí, por ser um estabelecimento dentro de um contêiner. A arquiteta e as designers contratadas pelo cliente tiveram a liberdade de escolha do logo. Inspirada na imaginação da venda do produto “carro-chefe”, açaí; numa “caixa”, contêiner – que significa uma caixa feita em aço, alumínio ou fibra.

Há um número enorme de contêineres vazios ao redor do mundo, apenas ocupando espaço nos portos. Uma das razões para isso é que é muito caro para reenviar os recipientes vazios de volta para sua origem, na maioria dos casos, é mais barato comprar novos contêineres da Ásia. O resultado é um excedente de

contêineres sem função que podem se transformar em uma casa, escritório, escola, estúdio, abrigos de emergência e etc. (SustentArqui).

O cliente propôs um trabalho em parceria com uma arquiteta para o estudo de viabilização da construção em contêineres, visando à conscientização ecológica e maior rapidez, limpeza da obra, menor perda de material, etc. Visto que a construção em contêiner é considerada mais sustentável por ser uma obra mais limpa e rápida e pelo próprio reuso do material.

A marca é nova, o público alvo é o jovem, já que a estrutura se encontra em frente a uma faculdade e próximo a academias e bares. Além do açaí, em várias versões como suco, creme ou na tigela, a Caixa do Açaí, comercializará também sucos de outras frutas e lanches como crepes e wraps.

Neste sentido, este projeto justifica-se enquanto forma de conscientização pela alimentação saudável e pensamento ecológico desde sua construção.

2 O AÇAÍ E SEU PAPEL NA NUTRIÇÃO

Uma das mais importantes fontes de alimentação na Região Amazônica, o açaí, ficou restrito à região até os anos de 1990, quando veio descendo na direção Sul e conquistou os consumidores do Sudeste do País e depois todo o território. (Revista Gôndola, 2017).

Nutrição, sabor e frescor disseminaram a importância do fruto que abriu espaço no mercado desde em sorveterias – que se adaptaram para a venda – até lojas novas especializadas.

O açaí, conhecida como uma frutinha roxa, rica em proteínas, fibras e lipídios, traz muitos benefícios à saúde, além de ser altamente versátil, podendo ser usada em sorvetes, sucos, junto com cereais, sobremesas em geral ou até mesmo pura. A fruta possui ainda um grande potencial antioxidante e antiinflamatório. (Treino Mestre, set.2015)

Auxilia na prevenção de doenças cardiovasculares, impacta no controle do colesterol e pode até contribuir no emagrecimento ou no controle do metabolismo. (Revista Gôndola, 2017).

O açaí possui mais propriedades antioxidantes do que a uva e, portanto, com o auxílio da vitamina E, conseqüentemente distribui Ômega-6 e Ômega-9, combate o colesterol ruim do corpo e melhora a circulação sanguínea. Por isso atua contra a velhice precoce e vários problemas cardíacos. Essa fruta também ajuda no combate ao câncer por possuir ácido oléico, retardando assim o desenvolvimento de tumores e contribuindo na destruição das células cancerígenas.

Outra doença que o açaí ajuda a prevenir é a osteoporose. Afinal de contas, é um alimento rico em cálcio e potássio. Ainda tem o ferro, que previne e combate a anemia, mais o fósforo, além de outros minerais.

Como toda fruta, o açaí também é uma excelente fonte de fibras. Essa quantidade presente é suficiente para que haja ótima saciedade de quem o consome. Portanto, a frutinha ajuda nas dietas. O lado que pode acarretar em algum problema a quem deseja emagrecer é o do açaí ser rico em carboidratos. (Treino Mestre, set.2015)

Muito consumido pelos adeptos de esporte, no pós-treino, para repor as energias, o açaí pode prevenir doenças como o câncer, o diabetes, mal de Alzheimer e a anemia. (Raisa Lima, G1, set/2014) E como muitas iguarias, seu consumo deve ser moderado, por conter uma carga calórica relevante.

3 A REUTILIZAÇÃO DE CONTÊINERES NA ARQUITETURA E O DESAFIO PARA O DESIGN DE INTERIORES

Como citado anteriormente, container é uma estrutura feita em aço, alumínio ou fibra, usado como recipiente para transporte de vários tipos de cargas pelo mundo todo, e pode ser reutilizado na arquitetura. Seu reaproveitamento garante menor descarte ao meio ambiente e agilidade em projetos.

O uso do container na construção como elemento arquitetônico atende demandas de novas práticas construtivas e garante o reaproveitamento desses cofres de cargas que ficam abandonados em portos. Trata-se de uma solução sustentável e de baixo custo para residências, escritórios e até comércios. Esse tipo de aplicação se destaca pela facilidade no deslocamento e expansão do projeto. (Gabriel Bonafé – Aecweb).

Abaixo vantagens e desvantagens da construção em contêiner, de acordo com site Construção em contêiner: Vantagens e Desvantagens – SustentArqui:

a. Vantagens:

- Obra mais limpa com redução de entulho e de outros materiais;
- Rapidez na execução, leva geralmente entre 60 a 90 dias para ficar pronta.
- Economia de recursos naturais, menor uso de areia, tijolo, cimento, água, ferro etc.
- Reutilização do material.
- Flexibilidade: Além da construção, poder ser desmontada e montada em outro terreno, sua característica modular e geométrica permite diversas configurações e facilita a construção e/ ou montagem.
- Baixo custo
- Bem administrada à construção pode ser 30% mais barato do que a tradicional.
- Durabilidade; o contêiner tem vida útil longa; pois é projetado para resistir às diversas intempéries e suportar grandes cargas. – Na maioria das vezes, não requer serviços de fundação e terraplenagem.
- Mantém boa permeabilidade do terreno.

b. Desvantagens e Cuidados:

- O terreno precisa ter espaço para as manobras dos guindastes no transporte e armazenamento dos contêineres.
 - Requer mão-de-obra especializada, principalmente nos cortes das esquadrias.
 - Requer cuidados especiais de isolamento térmico e acústico. O contêiner é feito de aço que é um ótimo condutor de calor e péssimo isolante acústico.
 - Como se trata de um tipo novo de construção carece de legislação adequada e dificuldade de obtenção de financiamento.
-

- Dependendo do que o contêiner transportava no passado, podem haver vestígios contaminantes.
- Os solventes liberados da pintura e selantes utilizados na fabricação do contêiner podem ser prejudiciais à saúde.
- Pode haver a ferrugem, é preciso tratamento adequado antes da aplicação na construção.

Para ser utilizado na arquitetura, o container passa por um processo de tratamento e recuperação que inclui limpeza, funilaria, serralheria, pintura, revestimentos e acabamentos. Tudo de acordo com exigência e gosto do cliente. A preparação da estrutura é feita na fábrica e in loco, dependendo das características de cada projeto — como as dimensões do container utilizado. Guindastes e caminhões muncks transportam o material para o local de instalação. (Gabriel Bonafé – Aecweb).

A base do projeto é usufruir desse tipo de estrutura para uma loja de açaí. A idéia lembra o uso de trailers como estrutura para fast-food e/ou barzinhos em lugares públicos, como praças e praias. Apesar da semelhança de conceito, a qualidade do container é superior, assim como a customização e segurança. (Containersa, 2014).

Um desafio proposto nesse projeto é dar acessibilidade ao espaço físico reduzido dos contêineres utilizados. Criatividade e fundamentação conceitual aliam-se à técnica e ergonomia para propor a circulação de um cadeirante, e seu acesso livre aos ambientes, tanto térreo e superior, através de um elevador.

4 ANÁLISE DE PROJETOS SIMILARES

Na análise de similares foi observado a percepção técnica e sensorial, ou seja, o material utilizado, cores, iluminação e acabamentos, bem como as emoções proporcionadas em cada projeto analisado.

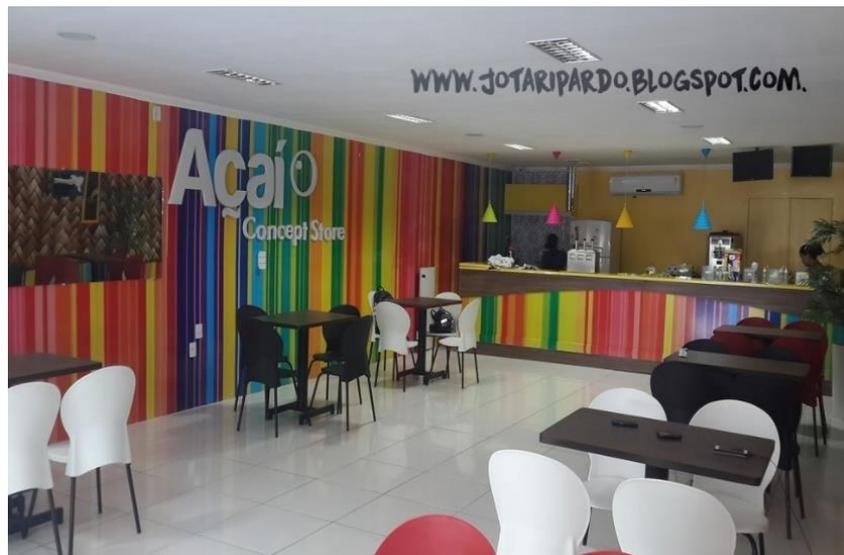
Na análise 1, Açaí no Ponto, figura 1, percebe-se uma decoração simples e leve. Não possui muitas acomodações, que não permite a sensação de tumulto. Cedendo espaço generoso para circulação. As linhas compositivas predominantes são

arredondadas nas mesas e assentos. No balcão há linhas retas e pouco inclinadas para dentro. Duas cores são predominantes, lilás e o branco, permitindo uma leveza com toque do tom de verde presente. A posição das acomodações e definição do balcão no fundo da loja contribuem para harmonia e ritmo no ambiente. As cores são pontos positivos de referência, combinação perfeita no lilás intenso com branco aconchegante. Já a iluminação poderia ser menos intensa.



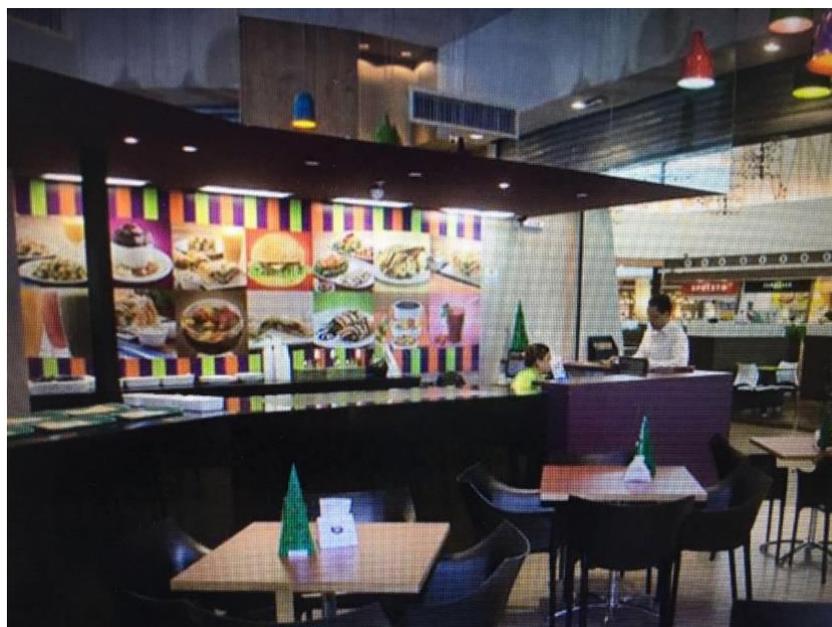
*Figura 1 – Açai no Ponto - Análise 1.
Fonte: Google imagens*

Na análise 2, Açai Concept Store, figura 2, o ambiente tem estilo eclético, colorido e com originalidade. As linhas compositivas são retas no balcão, mesas e paredes. Já as cadeiras, tem formas arredondadas. Várias cores em linhas verticais compõem paredes e balcão. As cadeiras são distribuídas nas cores branca, vermelha e preta. Há ritmo na decoração das paredes. Os pendentives sobre o balcão é um atrativo, porém o uso de várias cores deixa o ambiente confuso. O contraste com as cores das cadeiras não gerou harmonia. E a iluminação do ambiente está fraca.



*Figura 2 – Açaí Concept Store - Análise 2.
Fonte: Google imagens.*

Já na análise 3, Açaí da Terra, figura 3, a decoração do ambiente está um pouco pesada, o que dificulta a sensação de aconchego. Como na análise 2, as linhas que predominam são retas, no balcão, mesas e também no teto. Os bancos têm formas levemente arredondadas. As cores predominantes são o lilás e o preto, cores escuras em um ambiente escuro. As mesas no marfim ajudam a melhorar a harmonia que não está equilibrada. Bacana a composição do painel, que expõe os produtos servidos pela “casa”.



*Figura 3 – Açaí da Terra - Análise 3.
Fonte: Google imagens*

5 CAIXA DO AÇAÍ

O projeto comercial, Caixa do Açaí, possui uma localização estrategicamente voltada ao seu público-alvo, próximo à escolas, faculdades, academias, bares e shoppings, no setor sul de Uberlândia/MG.

O negócio foi desenvolvido em dois containeres de 2,44 x 6,06 x 2,60m, um de 2,40 x 12,20 x 2,60m e outro de 1,00 x 2,44 x 2,60m que totaliza uma área de 61,30m². Conta com dois salões de convivência e ambientes externos com ampla acessibilidade, no térreo e pavimento superior.

5.1 Programa de Necessidades e Fluxograma

O programa de necessidades se resume na Setorização do projeto. A figura 4 mostra que no salão de convivência (térreo) há mesas, bancos, cadeiras. Banheiro com acessibilidade. Balcão (caixa) com espaço para computador e cadeira giratória. Almojarifado para o cofre e prateleiras. Cozinha com armários, fogão industrial, freezer, coifa, copa, DML, banheiro e espaço para lanche dos funcionários.

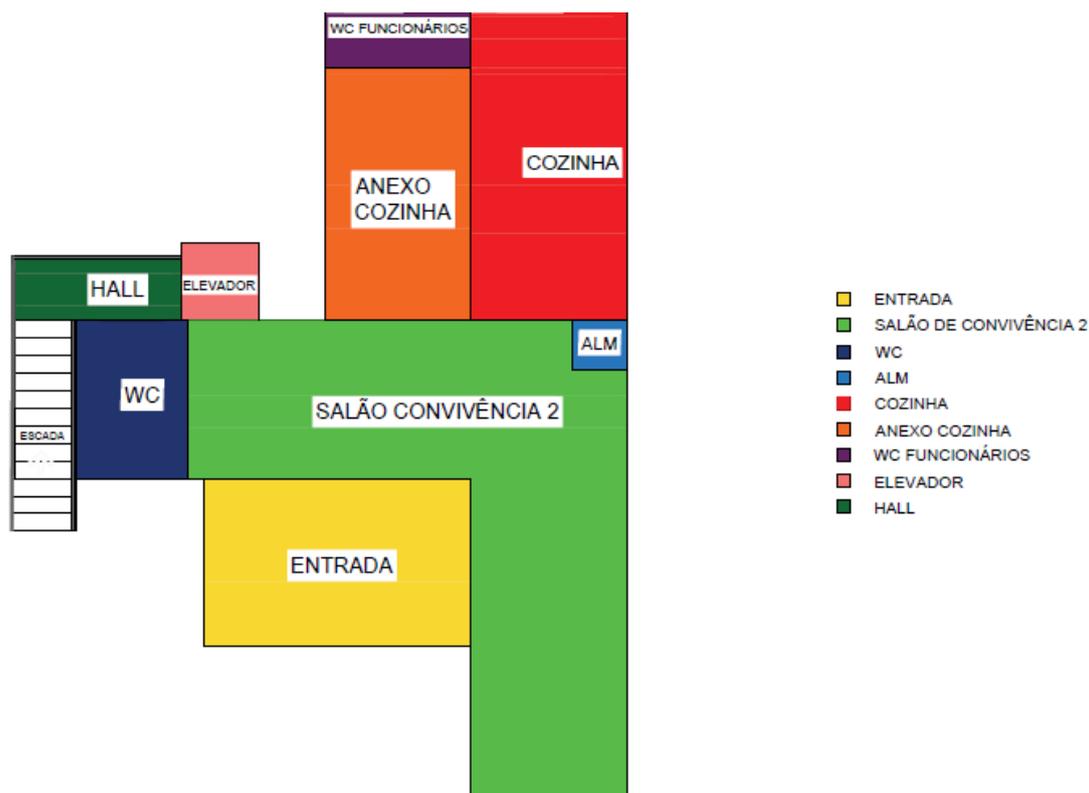


Figura 4 – Setorização Caixa do Açaí – Térreo.
Fonte: Própria autoria.

Já na figura 5, no 2º pavimento, salão de convivência também com mesas, bancos e cadeiras. Terraço e outra cozinha com freezer e balcão para atendimento.

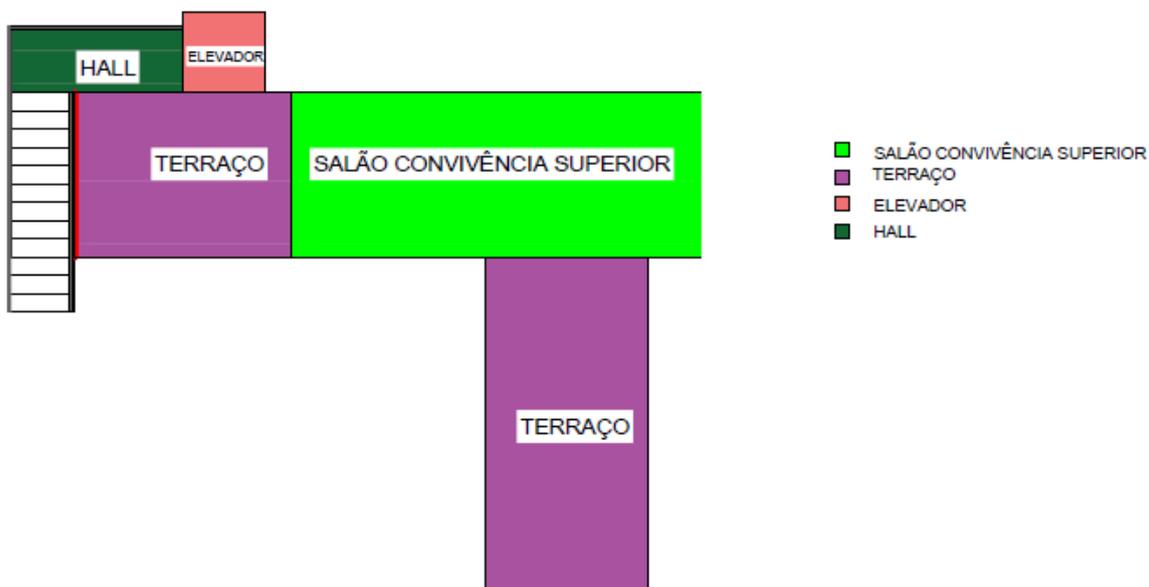


Figura 5 – Setorização Caixa do Açai – Pavimento Superior.
Fonte: Própria autoria.

Na figura 6, o organograma e fluxograma dos ambientes do projeto.

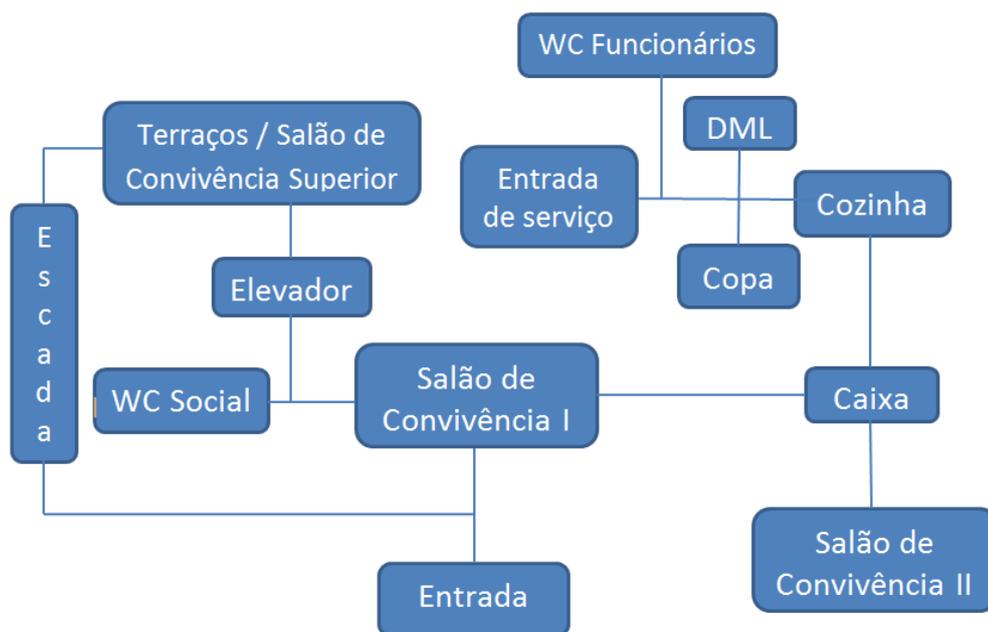


Figura 6. Fluxograma Caixa do Açai.
Fonte: Própria autoria

5.2 Painel semântico e conceito de projeto

As figuras a seguir apresentam o painel semântico referente ao projeto cujo conceito propõe a mistura entre materiais rústicos e sofisticados em um ambiente urbano que integra a natureza em uma atmosfera bastante aconchegante.



Figura 7 – Painel semântico Caixa do Açaí.
Fonte: própria autoria. Montagem de imagens do Google imagens.

5.3 Layout humanizado

A Caixa do Açaí apresenta-se dividida em dois pavimentos. No térreo, um deck de convivência convida à entrada do estabelecimento que se apresenta em um salão com mesas quadradas e também arredondadas com bancos estofados proporcionando maior conforto aos clientes. O empreendimento conta com escada na área externa e elevador de acessibilidade para acesso ao pavimento superior.

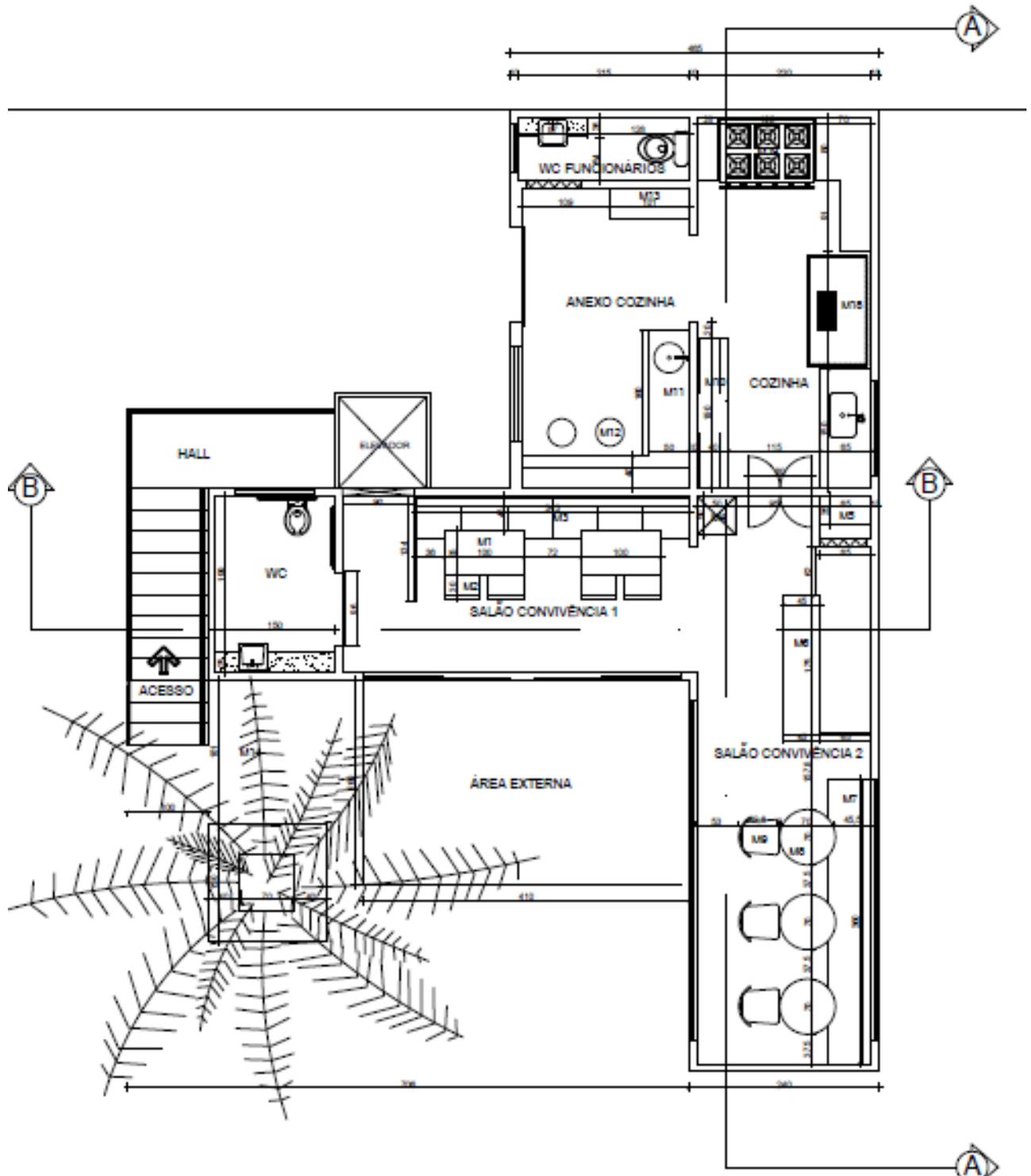


Figura 8 -Planta Mobiliário – Térreo. Auto CAD
Fonte: Própria autoria

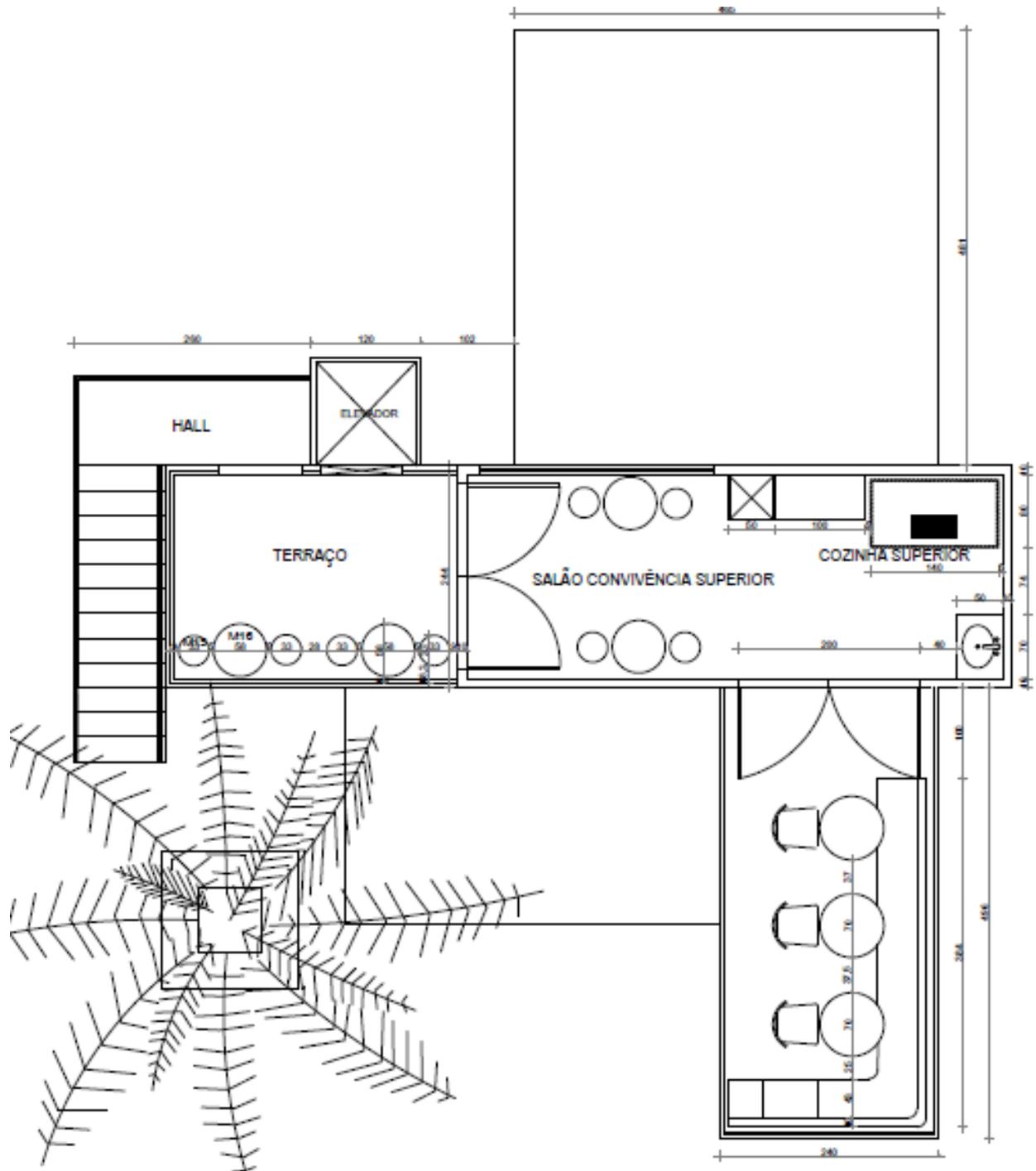


Figura 9 - Planta Mobiliário – Pav. Superior. Auto CAD
Fonte: Própria autoria

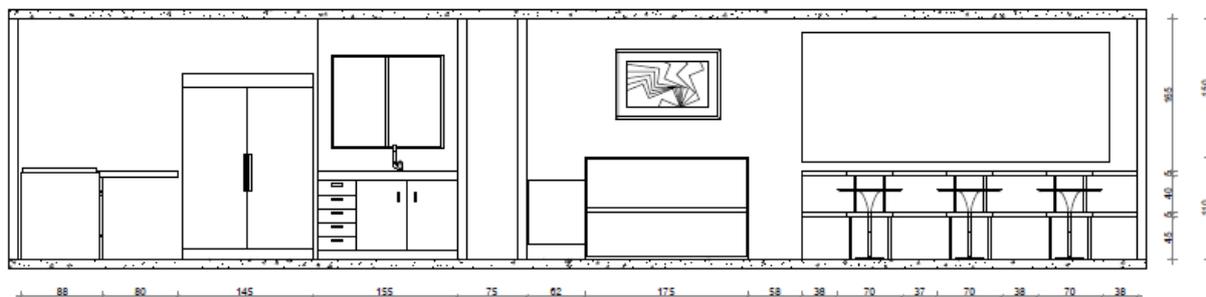


Figura 10 - Corte A – Térreo
Fonte: Própria autoria

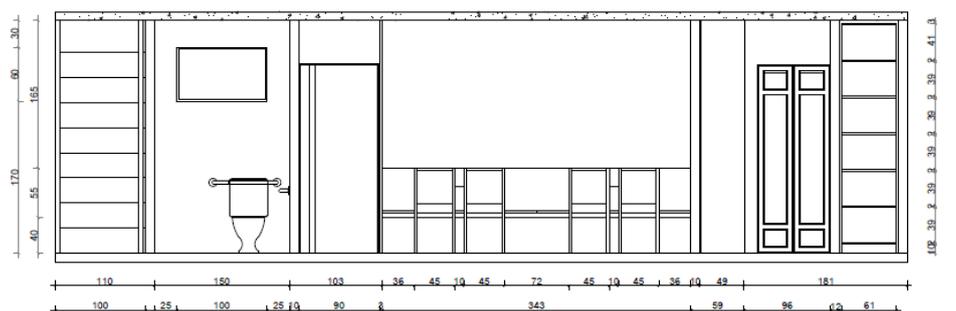


Figura 11 - Corte B – Térreo
Fonte: Própria autoria

5.4 Memorial descritivo e imagens do projeto

O estilo Contemporâneo tem uma mistura inusitada de materiais interagindo a sofisticação urbana com aconchego da natureza, o que atende as expectativas do cliente, onde sua realização é a pretensão que seja um ambiente aconchegante, charmoso e receptivo para familiares e amigos.

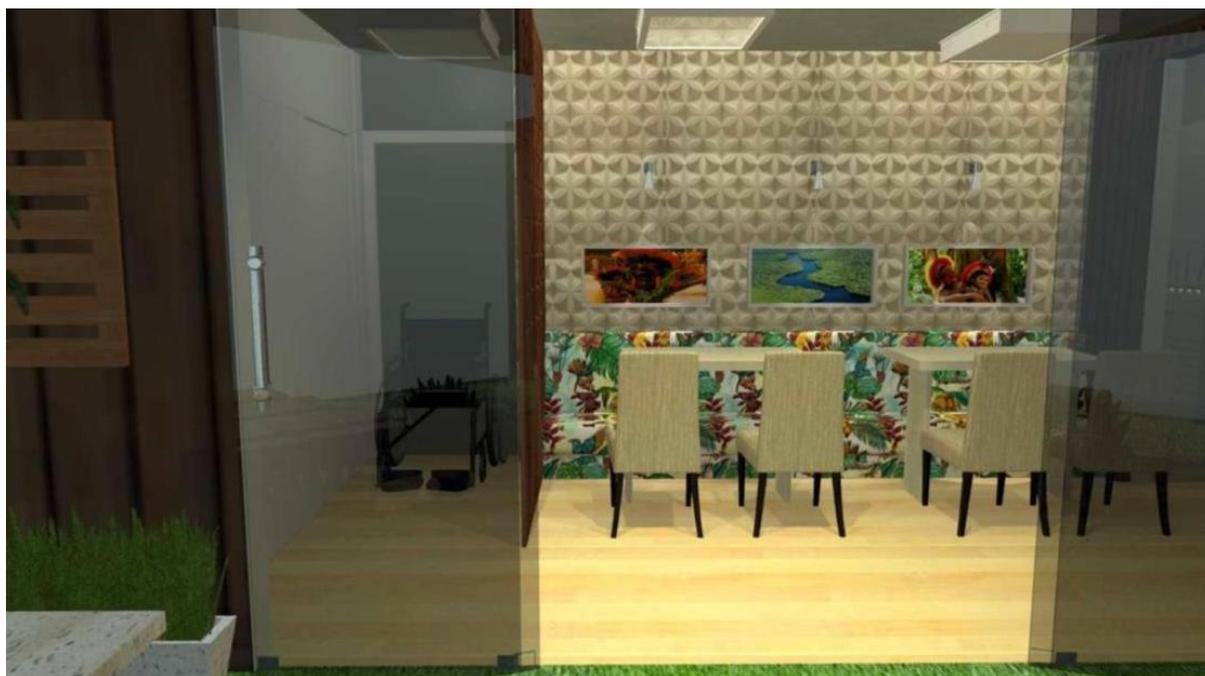
Uma das principais exigências do cliente é a agregação da natureza a estrutura dos containeres. Outras exigências é o uso de cores sofisticadas; 03 ambientes direcionados; logo moderna e atrativa; além do uso de fotografias de pratos servidos na loja e da localidade da origem do açaí.

No salão de convivência, do térreo, que foi dividido em dois, foi solicitado porta de entrada em blindex, pois possibilita visualização do interior da loja, além de dar um tom de sofisticação. O piso escolhido foi o Porcelanato Retificado Plant HDBe, da

Portinari. Os móveis são compostos por cadeiras e bancos estofados e estampados em conjunto com mesas em MDF Cobre Cortem.



*Figura 12 - Fachada Loja Caixa do Açai.
Fonte: Própria autoria. Promob*



*Figura 13 - Térreo – Salão de Convivência I..
Fonte: Própria autoria. Promob*



*Figura 14 - Térreo – Salão de Convivência I.
Fonte: Própria autoria. Promob*

No salão de convivência II, foi também definido o mesmo piso do salão de convivência I, cadeiras e bancos também estofados e aconchegantes, mesas redondas em MDF linho couro, dando harmonia ao ambiente. No mesmo salão está o caixa, composto em MDF para organização de documentos que envolvem o fluxo de caixa.



*Figura 15 - Térreo – Salão de Convivência II
Fonte: Própria autoria. Promob*

Na cozinha foi solicitado um piso mais claro, ficou definido o uso do Porcelanato Plus Bianco Eliane. A bancada da pia é em granito Andorinha, com cuba de aço inox para facilidade no manuseio de preparo de refeições e sucos. A cozinha conta também com vários armários em MDF para maior comodidade e armazenamento de produtos e utensílios.



*Figura 16 - Térreo – Cozinha
Fonte: Própria autoria. Promob*



*Figura 17 - Térreo – Cozinha
Fonte: Própria autoria. Promob*

Anexo ao ambiente foi reservado uma área para lanche dos funcionários com uma bancada em granito e um espaço para o DML.



*Figura 18 - Térreo – Anexo a Cozinha
Fonte: Própria autoria. Promob*

No banheiro dos colaboradores há uma bancada para cuba sobrepôr de mármore, sanitário acoplado, piso porcelanato como da cozinha, e porta sanfonada, para melhor aproveitamento de espaço.



*Figura 19 - Térreo – Banheiro dos colaboradores
Fonte: Própria autoria. Promob*

No banheiro social, dos clientes, foi utilizado bancada de mármore Imperial, também com uma cuba sobrepor. O piso é o mesmo do salão de convivência do térreo. A porta é de correr e há barras de apoio para cadeirantes.



*Figura 20 – Banheiro Social
Fonte: Própria autoria. Promob*



*Figura 20 – Pavimento Superior
Fonte: Própria autoria. Promob*

No piso superior, pessoas com acessibilidade reduzida têm acesso através do elevador. É possível circular tranquilamente entre os bancos e mesas redondas em

MDF, tipo bistrô, no terraço e no salão. Também há no pavimento superior há um espaço com bancadas em mármore, para pia e outro freezer como complemento da cozinha no térreo. Para atender a necessidade e facilitar o atendimento, foi planejado um elevador onde sucos e preparos de lanches podem ser transportados com praticidade.

6 CONCLUSÃO

Desenvolver esse projeto foi uma oportunidade de usar conhecimentos adquiridos em sala de aula, durante todo o curso de Design da Faculdade UNIESSA e trabalharmos em grupo, com auxílio dos professores, em uma experiência colaborativa e bastante construtiva. Proporcionou-nos satisfação em aceitar e desenvolver o proposto visando o bem-estar dos clientes garantindo acessibilidade, sofisticação e aconchego. O projeto resultante, após inúmeras transformações, chegou a um patamar de abrangência prática e bastante funcional que relacionou os conceitos pretendidos pelo cliente além de estabelecer-se enquanto referência na cidade por utilizar uma alternativa construtiva que gera interesse e curiosidade.

7 REFERÊNCIAS

Você Conhece os Benefícios do Açaí? - Disponível em <https://belezaesauade.com/acai/> acessado em 16/05/2017 às 12h23min;

Consumo de Açaí Pode Prevenir Doenças Como Câncer e Anemia - Disponível em <http://g1.globo.com/am/amazonas/especial-publicitario/hapvida/noticia/2014/09/consumo-do-acai-pode-prevenir-doencas-como-cancer-e-anemia.html> acessado em 16/05/2017 às 12h47min;

Os Benefícios do Açaí e Cuidados Com Consumo em Excesso - Disponível em <http://www.treinomestre.com.br/os-beneficios-acai-e-cuidados-com-o-consumo-em-excesso/> acessado em 30/05/2017 às 17h02min;

Revista Gôndola. Belo Horizonte, MG: Amis, Abril 2017. Ano 22. Nº251;

Container é estrutura sustentável e econômica para construção civil - Disponível em https://www.aecweb.com.br/cont/m/rev/container-e-estrutura-sustentavel-e-economica-para-construcao-civil_9793_10_0 acessado em 01/06/2017 às 17h08min;

Lanchonete Container: Um Negócio Portátil - Disponível em <http://www.containersa.com.br/2014/02/lanchonete-container-um-negocio.html> acessado em 05/06/2017 às 16h41min;

Construção em contêiner: Vantagens e Desvantagens - SustentArqui - Disponível em <http://sustentarqui.com.br/dicas/construcao-em-conteiner/> acessado 26/05/2017 às 18h31min.

ABSTRACT

This article presents the development of an interior design project for an açai shop in the city of Uberlândia/MG. With the focus on healthy eating, practice and improvement in quality of life this business also proposes ecological awareness, after all, its physical space is resulting from the volumetric composition of reused containers that have been discarded from the maritime transport function. In methodological terms, after the delineation of the customer profile and the justification for the demand of the project in question, we discuss, about the history of açai and its role in nutrition, to then seek referential about the constructive system and the project alternatives. Analyses of similar projects propose technically how to establish the language in design of this store by allied with the imagetic frame raised in semantic panel that supports the whole concept used. Finally, the creative process culminates in the technical development of a contemporary and cozy place whose informal character suggests social coexistence Beyond Balanced Nutrition.

Keywords: *interior design, açai, container, food, health.*

SE JOGA NA COR: BRECHÓ E ATELIÊ CONTEMPORÂNEO NO ESTILO BOHO

Maesla Carvalho Carrijo¹, Angélica P. Masicano Tavares², Rodrigo A. Bassan³

RESUMO

Este trabalho apresenta o desenvolvimento de um projeto de design de interiores para um brechó e ateliê de design. Resgata parcerias com trabalhos artesanais em um contexto atualizado, também em prol de gerar economia, evitar desperdícios e decorar espaços. Soluciona um ambiente comercial no estilo Boho, que mostra as variadas possibilidades de decoração e economia, envolvendo beleza, moda e bom preço. Além de acessórios, adornos e projetos de interiores de um modo consciente e atrativo, curioso e confortável.

Palavras-chave: Brechó contemporâneo, estilo Boho, ateliê design, design de interiores.

1 INTRODUÇÃO

Em se tratando de um tema atemporal, os brechós, lojas em que são vendidas roupas, calçados, acessórios até adornos ou objetos de arte usados, envolvem a moda e seu constante resgate de tendências, bem como uma alternativa para se enfrentar os tempos da economia em crise. Afinal, compram os desapegos e os vendem para outras pessoas à valores acessíveis. Estes estabelecimentos tem surgido desde feiras ao ar livre, em lojas físicas ou itinerantes e até no meio digital. E tem sido bastante visitado por jovens, adultos ou idosos de diferentes classes sociais que procuram economia, estilo e diversidade das peças de um modo geral. Conforme o SEBRAE (2015), “compras em brechó possibilitam economia que vai até 80% em relação às lojas tradicionais”.

¹ Maesla Carvalho do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2018. maeslacarvalhoyahoo.com.br

² Angélica P. Marsicano Tavares - Mestre - Professora Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2018. angélica.tavares@uniessa.com.br

³ Rodrigo Augusto Bassan – Doutor - Professor Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2018. design@gmail.com.br

Característica marcante nestes lugares que, por vezes, até auxiliam na sua depreciação. Mas a total desorganização, o descaso com a mercadoria e aparência carregada pela diversidade e volume de produtos, cores, texturas, padrões, etc, nem sempre costumam condizer ao nível das peças de estilo, variedade, e das opções de cores e tamanhos que ali apresentam.

Neste contexto, surge o questionamento de um conceito chave para agregar soluções às deficiências que grande parte dos brechós apresentam como:

- A falta de personalização/coerência do ambiente, muitas das vezes remetendo um estilo que acham ser *vintage* ou retrô por dispor de alguns elementos que remetem à proposta, mas que de um modo geral não são padrões da época ou não possuem conjuntos de característica que, quando somados, dão um determinado caráter ao ambiente como um todo;
- A má distribuição do mobiliário, agregado a pontos de luz impróprios, deixando-o com um aspecto desorganizado.
- A pouca circulação de passagem e erros quanto a visibilidade de objetos ou mobiliário que poderiam remeter um destaque maior na decoração como um todo.
- E principalmente, identidade visual com logotipos que não remetem ao interior dos brechós.

A partir dessas questões, apresenta-se neste artigo o projeto de design de interiores para um brechó contemporâneo que se justifique enquanto alternativa de consumo consciente de produtos de qualidade com estilo, personalidade e preço amigável em um ambiente agradável, bem setorizado, organizado, funcional e de decoração temática.

Desta forma, apresentam-se como objetivos específicos:

- Apresentar coerência de estilo e beleza ao se decorar um brechó;
 - Solucionar opções de espaços mau resolvidos, com um layout funcional;
 - Demonstrar sutileza no projeto luminotécnico e de gesso;
 - Criar adornos artesanais pertinentes a proposta apresentada;
-

- Ousar na criação de uma logomarca que não somente chame a atenção, mas que remeta às características do estilo já mencionado;
- Sugerir em um dos cômodos um ateliê/escritório para criação, confecção e comercialização de adornos. Assim como atendimentos de projetos e consultorias de interiores quando solicitado.

Para a realização deste trabalho, utiliza-se o método dedutivo, no qual Antônio Carlos Gil interpreta-o como:

[...] método que parte do geral e, a seguir, desce ao particular. (...) O protótipo do raciocínio dedutivo é o silogismo, que consiste numa construção lógica que, a partir de duas preposições chamadas premissas, retira uma terceira, nelas logicamente implicadas, denominada conclusão. (GIL, 2008 : 3).

A partir desse contexto, o projeto apresenta-se pautado nos seguintes elementos e princípios do Design: psicologia das cores, texturas, contraste, linha, luz, e tipos de equilíbrio. Assim como algumas tendências para o aproveitamento de roupas e adornos artesanais no processo de *upcycling*¹.

A ferramenta utilizada para a elaboração teórica desse trabalho foi a pesquisa exploratória, que segundo Gil [...]

[...] têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. De todos os tipos de pesquisa, estas são as que apresentam menor rigidez no planejamento. Habitualmente envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso. (GIL, 2008: 27).

Portanto, desenvolveram-se leituras de livros, artigos digitais, revistas, análises de projetos similares além de visitas *in loco* e entrevistas informais com algumas donas de brechós para embasar o estabelecimento das relações entre os elementos e princípios do Design, bem como quais tendências são utilizadas

¹ Upcycling – Conforme site Escola de Estilo, é o processo que dá uma “vida” para aquelas peças que você deixou no fundo da gaveta, utilizando-as de forma criativa. Com intuito maior de evitar o desperdício de materiais que ainda possuem alguma utilidade, sem ter que produzir mais materiais para desenvolver algo e assim a energia e poluição é poupada, promovendo, portanto, sustentabilidade e economia.

atualmente para o aproveitamento de roupas e adornos artesanais no processo de *Upcycling*.

Assim, iniciaram-se leituras de revistas relacionadas ao tema proposto e pesquisa em internet. E para que essa relação fosse melhor compreendida, sentiu-se a necessidade de aprofundamento em livros abordando temas relacionados, e artigos para trazer uma proposta geral em um *briefing* abrangente.

Logo, foi montado um programa de necessidades e um painel semântico de todas as referências de design, cores, formas, texturas, simetrias, estampas, materiais, tempo, contexto enfim, tudo que remetesse ao tema pretendido.

Sequencialmente, a análise de similares envolveu, além de pesquisa em internet, a visita em três brechós de Uberlândia para compreender como essas empresárias tinham a percepção dos elementos da decoração que os ambientes delas propunham e, conseqüentemente, após esta experiência, aliada ao conteúdo estudado realizaram-se fluxograma, setorização e conseqüentes croquis de layout, adornos, mobiliário, luminárias e estudo de logotipo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Brechó e suas origens

O significado da palavra brechó, também conhecido como adelo conforme Wikipédia, se origina principalmente de uma loja de artigos usados, principalmente de roupas, calçados, louças, objetos de arte, bijuterias e objetos de usos domésticos. Segundo o artigo Brechós: opção de consumo e negócio, de Aline Silvério, a venda de produtos usados que eram expostos em feiras ao ar livre chamado Mercado de pulgas, surgido na Europa entre 1880 e 1890, em *Sant Queen*, ao norte de Paris no “*Marché aux puces*” (mercado de pulgas). Era um espaço com más condições de saneamento e ali mesmo eram vendidas peças sem muita higiene, infestadas inclusive por pulgas, por isso do nome.

No Brasil iniciou-se no século XIX com diversas feiras de venda de antiguidades, artesanatos e lojas de roupas usadas. A primeira cidade que surgiu uma loja de produtos usados foi no Rio de Janeiro. Inicialmente a loja era chamada de

Casa do Belchior, pela popularidade, outras lojas foram surgindo com a mesma proposta, e o termo se modificou e simplificou por “brechó”. Segundo Callan (2007), brechó é uma loja onde é possível encontrar roupas e acessórios de segunda mão a preços acessíveis, se comprados aos do *prêt- à- porter* (pronto a usar).

Pelo pressuposto da história da moda, a bibliografia refere que em meados de 1968, principalmente nos Estados Unidos, os brechós repercutiram com um crescimento considerável. Segundo Braga (2004) uma “busca de características de outros momentos históricos de moda, fez com que os brechós se tornassem verdadeiros focos e referência tanto de pesquisa para criação em série, como para o consumo pessoal”. Moutinho credita a disseminação dos brechós especificamente aos *hippies*², uma vez que fizeram parte da contracultura de um movimento cultural da juventude, objetivando através da adoção de uma composição indumentária, plena de índices identificatórios a traduzir e materializar uma linguagem, como afirma ele. E eram nos brechós que tinham a disposição dos variados vestuários, inclusive os não tradicionais, isto é o que não estava à venda naquele momento histórico. Glória Kalil, na versão eletrônica da revista *Veja* da editora Abril (1997) cita, “Os modernos, por sua vez, embaralham todas essas tendências com o burburinho das ruas e uma peça ou outra de brechó, para de jeito nenhum parecer que estão na última moda”. Ou seja, as compras de segunda mão também são regidas pelo estilo, além de apresentar uma opção mais econômica e acessível à moda.

Com a exposição do brechó na mídia atualmente associado a ideia de modernidade e vanguarda, ele ganha um novo conceito, status e mais espaço no mercado brasileiro atingindo, até então, consumidores cada vez mais variados.

A difusão no meio digital levantou uma outra discussão, a ambiental. Em pauta no programa *Encontro com Fátima Bernardes* exibido no mês de Abril (2018) a estudante de Ciências Sociais e youtuber Nátaly Neri, cita que atualmente a moda sustentável vem surgindo por inúmeros termos como consumo consciente, moda

² Hippines - Conforme Wikipedia, é um estilo nômade de se vestir, viver, e pensar sobre a vida de forma tranquila e serena de ser.

consciente, *Upcycling*, *slow fashion*³, dentre outros. Ela cita que antes pensava de uma forma bem individual e atualmente ela entende que vestir o que ela veste, propagar as coisas que ela acredita, não muda somente a realidade dela, mas muda a condição de trabalho de outras pessoas, o meio ambiente, e a forma como estamos acostumados a usar, consumir e comprar.

2.2 Estilo Boho e suas particularidades

Conforme arquiteta Deborah Yassunaga no site Sala da Casa, o estilo BOHO é caracterizado pelas referências *hippie*, *country*, romântico, *vintage*, étnico e cigano. Tem como base os países Marrocos e Índia com seus *mix* de tecidos em estampas e cores além do estilo de vida nômade e descontraída. Como exemplo, a *figura 1* apresenta a liberdade de expressão e mistura de variados materiais, cores, texturas, estampas etc.



Figura 1 – Ambiente BOHO
Fonte: <https://www.tuacasa.com.br/decoracao-boho/>

A origem do nome remete a *Bohemian* (traduzindo por Boêmio) e *Soho* (um bairro londrino elegante e irreverente) onde se difundiu nos anos 20. Portanto, neste estilo Boho, possui carácter ousado com intuito principal a não programação e

³ Slow fashion - Conforme site eCycle, é uma alternativa mais sustentável sócio ambientalmente do que a moda globalizada. Pois ela informa que praticar slow fashion é deixar de consumir novas peças e vestuário e investir em reutilização. Em vez de descartar, por que não remendar e dar um novo estilo as peças que já possui.

organização de ideias. Por que ele visa justamente a liberdade de expressão para que a criatividade flua naturalmente. Quanto aos materiais característicos ao estilo, há uma somatória de cores vivas e alegres, estampas em *patchwork*, étnica e florais, adornos que remetem a paz espiritual, materiais firmes como madeira, rattam e vime, plantas, velas, luzes penduradas e muito equilíbrio por se tratar da mistura de materiais, texturas, cores e objetos.

2.3 Elementos e Princípios do Design aplicados no estilo Boho

De acordo com Travis 2013 “Os princípios de Design correspondem as leis científicas do mundo da usabilidade, muito semelhantes as leis da gravidade e da relatividade no mundo da física. Os princípios de Design são relativamente constantes e foram concebidos ao longo de vários anos a partir do estudo da cognição e do comportamento humano. Eles nos ajudam a oferecer diretrizes baseadas na compreensão do ser humano e na interpretação do mundo que o cerca”.

Relacionando-os ao estilo Boho temos:

a) Cores

Em ambientes de inspiração Boho percebe-se a utilização de tonalidades neutras como preto, cinza, marrons e beges, bem como cores dessaturadas que apresentam um pouco de cinza em sua composição, como verde oliva. Estas, normalmente associam-se às cores vibrantes como amarelos, vermelhos, roxo ou violeta e azul turquesa harmonizadas com dourado ou prata para uma conotação chique.

Dentre as composições cromáticas normalmente trabalhadas em design, várias são as opções que se adequam ao Boho desde que se mantenham as características de um ambiente inusitado, despojado com personalidade e criatividade. Diversas são as possibilidades de composição cromática no estilo Boho, desde que alegres.



Figura 2 – Cores no ambiente BOHO

Fonte: foto: via Soung Wiser <https://www.limaonagua.com.br/inspiracoes/inspire-se-com-o-colorido-do-estilo-boho-de-decoracao/>

b) Textura

Presença variada de texturas lisas, ásperas, orgânicas e decorativas sempre com conotação tridimensional marcante. Tecidos como couro, algodão e até lã. Estampas étnicas e florais além de outros padrões, alegres, coloridos, podendo ser utilizados pendurados na parede, como colchas, cangas, toalhas de mesa ou tapetes. Destaca-se a imitação de pele de animais, elementos artesanais como colchas e tapetes de crochê, macramê, abajures românticos, cestos, bancos ou cadeiras de vime e almofadas com cores e estampas diferentes. Uma apropriação da textura tátil que em contraste com as lisas reforçam a valorização do conforto visual.



Figura 3 – Texturas aplicadas ao BOHO

Fonte: <http://studiolabdecor.com.br/guia-da-decoracao-boho/>

c) *Contraste*

O contraste cria ênfase entre claro e escuro, grande e pequeno, novo e velho, cheio e vazio etc. Marca os centros de interesse de uma composição que, neste caso, deve ser pautada na harmonia entre o mais e o menos. Portanto, no caso de utilização de mobiliário mais pesado ou detalhado em ornamentos, a parede de inserção deverá sugerir um fundo de base neutra, moderado para que haja o conforto visual necessário.

Ladrilhos hidráulicos e cobogós também são boas opções no aspecto contraste na aplicação Boho.



Figura 4 – Exemplo de aplicação de contraste no decor BOHO
Fonte: <https://www.tuacasa.com.br/decoracao-boho/>

d) *Linha compositiva ou formas predominantes*

O ambiente de estilo Boho não tem formas predominantemente rígidas. Apresenta-se com linhas compositivas mistas em predomínio das retas sobre as curvas, porém, com evidência de pontos focais ou ênfases em peças chaves como baús ou móveis de estilo *vintage*. As linhas ajudam a realçar, direcionar e criar movimento. Linhas podem canalizar certas ideias. A figura abaixo ilustra a mistura Boho também em linhas compositivas cuidadosamente harmonizadas.



Figura 5 – Exemplo de linhas e formas na composição BOHO
Fonte: <http://studiolabdecor.com.br/guia-da-decoracao-boho/>

e) Luz

A iluminação no decor Boho caracteriza-se pelo aspecto do “acaso”, sem que haja uma leitura rígida de muito planejamento ou intenção direta. A luz indireta e difusa apresenta-se em um ar romântico, sutil. Cordões de luz, luminosos com mensagens, lanternas ou velas e pendentos estilosos promovendo uma produção atraente e dinâmica.



Figura 6 – Iluminação BOHO

Fonte: Acervo Multisolutions - <http://www.varietes.com.br/2016/05/sim-iluminacao-boho-na-decoracao-tambem-2/>

f) Tipos de equilíbrio

Um tópico primordial para elaboração de qualquer projeto, com intuito principal de classificar a disposição dos elementos é o tipo de equilíbrio. Partindo dos

princípios defendidos por diversos estudiosos da Matemática (Arquimedes), da Arquitetura (CHING) entre outros, tem-se:

- a. Simétrico Rígido: com a característica estática entre dois objetos de igual proporção.
- b. Simétrico Ótico: com o mesmo propósito do Simétrico Rígido, porém, utilizam-se objetos diferentes que possuam o mesmo volume e peso visual.
- c. Assimétrico: possui uma característica marcante por possuir objetos diferentes em tamanho, peso, volume, material etc.

Na composição Boho, em função da diversidade de estilos, materiais, cores e formas, o equilíbrio variável ou ótico apresenta-se como o mais utilizado. Afinal, a busca pelo conjunto de mesmo peso visual e dinamicamente diferente faz-se fundamental neste contexto. É comum, por exemplo, utilizarem-se criados diferentes entre si ou compostos com mesas, cadeiras e baús.

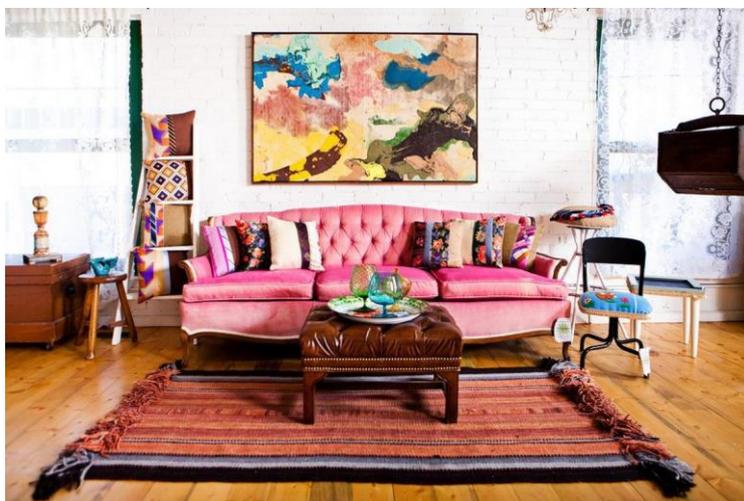


Figura 7 – Ambiente Boho com composição em equilíbrio variável
Fonte: <https://www.decorfacil.com/estilo-boho-na-decoracao/>

2.4 Adornos/ serviços no processo de *Upcycling*

Conforme já mencionado anteriormente, o termo *upcycling* evita desperdícios de materiais e o reaproveitamento de novas matérias-primas com intuito de redução de recursos e energia, podendo ser relacionados a roupas, acessórios, adornos etc. Neste contexto é válido mencionar que designers brasileiros utilizam este propósito com adornos reaproveitados de garrafas, retalhos de madeira, papelão e sucata conforme site Hometeka.

Outra proposta utilizada para decoração e/ou comercialização do espaço, será o crochê contemporâneo. Por que atualmente ele traz a ideia de repaginar um processo antigo, muito praticado inclusive por mulheres com habilidades ímpar em trançar fios para confecção de tapetes, colchas, roupas etc. E que atualmente ele volta a ser inspiração para várias faixas etárias, inclusive por adentrar nas residências com intuito decorativo. Não deixando de trazer aconchego por se tratar de um costume antigo, mas com uma repaginada em oferecer sensações diferentes aos ambientes.

Ainda neste contexto de sustentabilidade, foi-se pensado em criar em um dos cômodos do brechó, um ateliê/escritório no estilo contemporâneo para fabricação e parceria com outros profissionais para venda de adornos. Como telas de variadas técnicas de *String art*⁴, *Quiling*⁵, aquarela, vasos cimentícios de diferentes tamanhos e técnicas, porta – retratos revestidos de cordão, sisal, etc. Incluindo tapetes, bancos revestidos de crochê, aplicações de cordas coloridas de diversos diâmetros para revestimentos de vasos e criação de colares. E o reaproveitamento de gavetas com intuito de servir como porta joias. Não descartando a possibilidade de formar novas parcerias desde que seja com este mesmo fim.

E a proposta escritório, exerce a função para futuros trabalhos que envolverá projetos e/ ou consultorias de design de interiores, já que ele oferece peças com este intuito decorativo. Ou seja, um brechó em que o cliente sairá com ego realizado e completo, por se tratar de assuntos que remetem a essa proposta. Pois lidará com a beleza e estética na realização dos serviços de moda, acessórios, adornos e ainda na elaboração de projetos/ consultorias de interiores.

3 LEVANTAMENTO DE DADOS PARA O PROJETO

3.1 Briefing, programa de necessidades e fluxograma

Uma jovem designer, casada, 32 anos e iniciante empreendedora com um sonho de ser empresária, estuda as reais possibilidades pela situação política e

⁴ *String art* - Conforme site Vai com tudo.com, é uma técnica artesanal e artística com intuito de criar formas e desenhos por meio de fios que serão passados por pregos. E linhas entrelaçadas de acordo com o molde planejado.

⁵ *Quiling* - Conforme site História das Artes, é uma técnica que trabalha com desenhos feitos de papéis de várias cores, tamanhos e gramaturas, mas com intuito de serem enrolados minunciosamente de um a um com um formato cilíndrico

econômica em que os brasileiros se encontram, e após os resultados, decide abrir mão de um emprego de quase 10 anos trabalhados, para iniciar um novo ciclo. Atuar no ramo da moda, e decoração.

Portanto, ela decide abrir um brechó que comercialize roupas, calçados e acessórios seminovos com valores acessíveis, assim como adornos, projetos ou acessórios de design de interiores em um espaço reservado no brechó e ateliê/escritório para os clientes que ali se interessarem.

Para tanto, ela necessita de algum planejamento, não somente financeiro, como de parceiros para que todos os projetos se tornem reais e vantajosos para ambas as partes. Portanto, foi estabelecido de um modo geral o público feminino com a faixa etária entre 25 a 35 anos, não abrindo mão de comercializar peças de roupas ou acessórios para todas as faixas etárias. Ela solicita fazer parcerias para terceirização do serviço de lavanderia e costureira, assim como para exposição e/ou elaboração dos adornos. Pois com essas parcerias, terão o intuito de não somente oferecer oportunidade de emprego para esses profissionais, como solucionar rapidamente problemas de uma mancha, ou uma peça descosturada por exemplo. E para dar oportunidade de novos talentos artesanais que ela pretende evidenciar para o mundo decorativo.

A cliente solicita uma vasta paleta de cores, plantas de várias espécies espalhadas em todo espaço, um *mix* na composição dos adornos, estampas nos papéis de parede e almofadas dentro da paleta de cor escolhida por ela. Alguns elementos que possam remeter alguma lembrança, tanto de infância, quanto a viagens já realizadas, podendo ser artesanais, ou não. Já o mobiliário, terão uma base compositiva neutra, por isso ela pretende utilizar algumas peças rústicas de madeira que já possui, outras com estilo mais clássico ganhadas de sua avó, e poucas serão feitas com a madeira de pinus para redução de custo. Almeja que cada ambiente deste brechó proporcione um carácter ousado, livre, criativo e convidativo para todos aqueles que ali visitarem.

Para um melhor entendimento de quais elementos principais terão essa proposta, foi estabelecido o programa de necessidades apresentado na *tabela 1*.

Tabela 1- Programa de Necessidades

AMBIENTE/ SETOR	MOBILIÁRIO	EQUIPAMENTO/ACESSÓRIO
Hall	-Criado mudo Luis XV retrô; -Cadeira estofada Boho	- Cortinas de voal; - Lustre candelabro bronze
Salão principal (1 vitrine frontal)	- Araras madeira de pinus; -Mesa madeira de demolição; -Cristaleira country com vidro e madeira ref. 10239	-Espelho dourado retangular ref. 26787; -Lustre candelabro bronze;
Vitrine frontal	- Ressalto madeira de pinus; - Banco madeira de demolição branco	-2 Manequins em fibra feminino branco
Salão 1 (2 vitrines laterais)	-Araras madeira de pinus	-Porta colares customizado (filetes de madeira e puxadores coloridos); -Barra de ferro metalon customizada (expor pulseira); -Gavetas customizadas (expor bijuterias variadas)
Vitrines laterais	-Ressalto madeira de pinus;	- 1 manequim em fibra feminino branco
Provador	-Puff banquetta Dani Redondo pés palito Suede Rose – Ref.13300	- Espelho veneziano retangular; -Cabideiro de parede reaproveitado (filete de madeira e puxadores coloridos)
Sanitário	-Cuba tacho de cobre 34x34; -Base madeira demolição para trocador e bancada; -Porta mdf de giro verde Noronha – Eucatex; -Vaso sanitário tampa acoplada Deca	-Barras de aço escovado; -Espelho veneziano quadrado
Ateliê escritório	-Estante pinus e mdf Verde Noronha; -Mesa madeira pinus retangular; -Cadeiras Eames DSW amarela Ref.1102b	-Luminária customizada colhedor de frutas Ref. 77819/201
Caixa	- Balcão madeira pinus com logo da loja	- Luminária de ferro fundido com suporte de plantas; - 1 Notebook Dell; - 1 Calculadora; - 1 Máquina de cartão de crédito
Copa	- Armários madeira pinus e mdf Roxo Mirtilo – Duratex; -Mesa tampo madeira pinus; -Cadeira country em madeira Roxo	- 1 Microondas Electrolux; - 1 Geladeira General Motors; - 1 Filtro barro São João; - 1 Cafeteira Expresso Arno
Jardim exterior	-Pergolado madeira Angelim; -Viga de madeira Angelim	- Tanques cimentícios; - Estante de ferro

Fonte.: Própria autoria

A ser proposto em uma casa antiga, de área total igual a 109 m², será dividido nos seguintes ambientes conforme Figura 8.

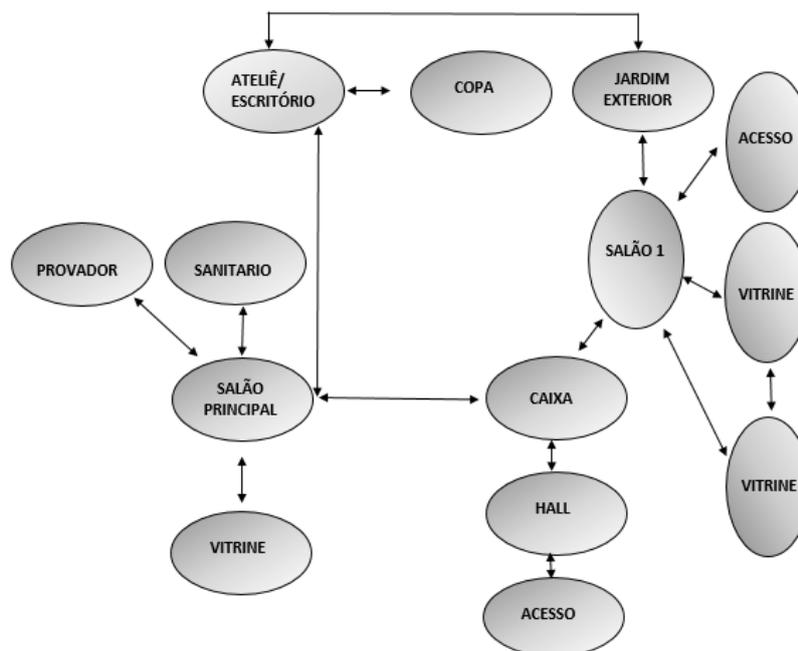


Figura 8- Fluxograma – Bora Brechó: Ateliê Design
Fonte: Própria autoria

3.2 Painel Semântico e conceito projetual

O mural de imagens apresentado conforme a *Figura 9*, apresenta as referências principais utilizadas como inspiração projetual.



Figura 9 – Painel semântico – composição de imagens
Fonte: Própria autoria – composição de imagens do Google imagens

Nele foram reunidas imagens coloridas com inúmeras texturas, formatos, tamanhos, formas, contrastes e diversos materiais com intuito de passar uma sensação de liberdade, criatividade, e alegria assim contemplando também as necessidades apontadas pela cliente.

A partir da paleta conforme o círculo cromático denominado em alternada de 60, que teve como princípio para formação do conceito projetual deste trabalho. Sendo assim, as matizes escolhidas para aplicação foram:

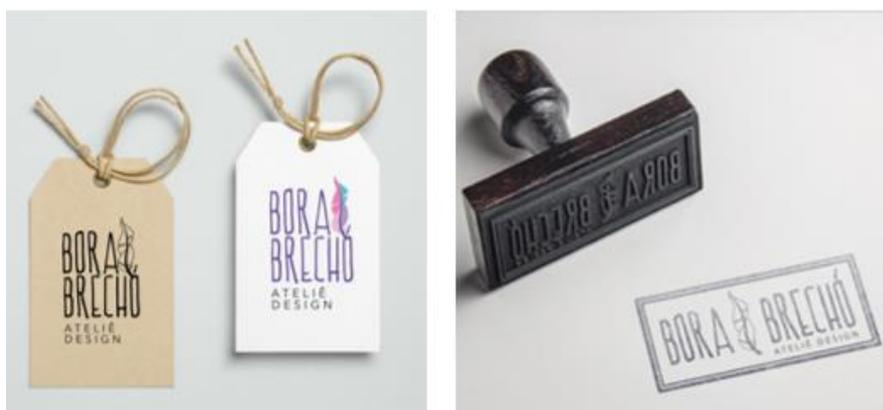
- Rosa: remete a feminilidade e delicadeza
- Roxo: modernidade e criação
- Azul: calma e harmonia
- Verde: vida e refrescância

Logo, foi perceptível que esta paleta não só se adequa, como se complementa aos diferentes tipos de estamparias que serão aplicadas no decorrer de todo o espaço. Com o cuidado de se manter tons neutros como madeira, dourado e prata para trazer um equilíbrio visual, não perdendo as características de apresentar uma proposta com um design vibrante, enérgico e divertido dentro das variações de saturação e o valor tonal aplicado em cada objeto definido desde então.

Consequentemente foram pensadas em diversas funções de textura sejam para contemplar na linha mobiliária, nos revestimentos, adornos, e sendo aplicadas cada uma com função diferenciada. Oferecendo sensações térmicas, táteis e visuais diferentes também. Outro fator de relevância foram as linhas escolhidas ora para passar entusiasmo e movimento, ora para expor ordem e clareza na exposição de determinados produtos. Assim com a definição dos tipos de equilíbrios que foram estabelecidos em cada espaço. Havendo-se uma preocupação de passar uma sensação de informalidade e espontaneidade quando necessário em cada espaço. E principalmente o fator luminotécnico, pois houve-se o cuidado de escolher cada tipo de lâmpada, luminária, cor, facho, intensidade de luz, enfim, fatores que quando somados agregam em apresentar aconchego, funcionalidade, e atratividade dentro das particularidades de cada espaço. Ou seja, todos esses fatores reunidos em prol de um projeto que comtemple as necessidades e funcionalidades de um espaço amplo como este.

3.3 Identidade Visual – Bora Brechó: Ateliê Design

A identidade visual para este empreendimento surgiu através de um conjunto de símbolos e tipografia, com um conceito de criatividade, liberdade e leveza, dando uma sensação de movimento.



*Figura 10 – Logotipo Bora Brechó e aplicações
Fonte: Própria autoria – em parceria com Rei Marques*

Definida após alguns croquis de variados formatos, as iniciais B surgiu do nome “Brechó” e B do estilo “Boho” em cada lado das linhas da pena, para remeter a ideia de traços orgânicos, irregulares femininos e livres. As cores foram determinadas pela paleta da loja e o complemento da marca “Ateliê Design” se dá pelos tipos de serviços e produtos que serão comercializados.

4 BORA BRECHÓ: Ateliê Design

Este projeto tem a proposta inicial de reunir tanto elementos decorativos, memorativos, acessórios e vestuário seminovos, quanto a consultorias e projetos de interiores, comercializados em um mesmo espaço com valor acessível. Pois trata da liberdade de criar um projeto em que mistura conceitos diferentes em um mesmo espaço. Facilitando no agrado do público que ali visitar pela variedade de estilos e quanto as diferentes possibilidades que irão encontrar. Esta proposta de uma loja com

diferentes segmentos, tem fidelizado a clientela, sobretudo pela praticidade. E será com esse pensamento que Bora Brechó: ateliê design, pretende atender seus clientes oferecendo um atendimento personalizado, de facilidade e bom gosto. Fatores essenciais para se obter um bom relacionamento de um comércio a surgir com tantos predicados como esse!

4.1 Planta baixa de layout e setorização



Figura 11 – Planta Baixa de Layout e Setorização
Fonte: Própria autoria

4.2 Memorial Descritivo e justificativo de projeto

A fim de compreender após uma leitura histórica, informativa e técnica de todo o processo criativo, há-se o momento final para o relato detalhado de todos os espaços ali ambientados.

Vitrines:

Figura 12 – Vitrines
Fonte: Própria autoria



Figura 13– Vitrines
Fonte: Própria autoria

Ambas com dimensões diferentes, possuem alguns aspectos fundamentais no planejamento e composição do todo. Na vitrine principal por exemplo, possui um fundo com criação de um divisor temático em que inúmeros cabides são presos de forma desordenada em uma estrutura metálica, compondo um cenário com intuito de induzir as pessoas a olhar por toda ela. Os produtos são distribuídos na sequência de movimento dos olhos para leitura (de cima para baixo, da esquerda para a direita). A iluminação foi pensada de cima para baixo e de frente para os fundos (para não ofuscar o observador). Sem haver fachos específicos, foi-se definido uma iluminação de fundo, com luz indireta e spots direcionais de 4000k. Para se criar um ambiente aconchegante e confortável visualmente. Já os produtos foram separados pelo interesse do consumidor. Principalmente os que são selecionados nas vitrines laterais, por possuírem uma linha de mobiliário e adornos maior que dos manequins. Sendo de importância ressalva que em todos os momentos, desde a paleta escolhida, quanto a linha mobiliária, os adornos, posição dos manequins, das luminárias foram pensados nesta “brincadeira” de ressaltar ou não determinado elemento, justamente para chamar atenção em algo. Não se esquecendo de uma base compositiva neutra aplicada no piso e mobiliário para não confundir os clientes para quais pontos olhar inicialmente.

Hall:



Figura 14 – Hall
Fonte: Própria autoria

O pequeno hall evidencia o estilo solicitado: Boho. Portanto houve uma preocupação de se ter uma iluminação geral com um pendente de cúpula com cristais para se criar uma atmosfera clássica, e outra com luz difusa escolhida com luminária de chão, iluminando o ambiente com sutileza. Assim como outros elementos foram adicionados neste ambiente como cadeira estofada, tapete, cortinas, papel de parede, aparador, adornos etc. Todos com um *mix* de textura tátil visual decorativa por ser aplicada dentro da proposta sugerida, proporcionando sensações diferentes.

- Salão principal:

Possui um amplo espaço, com mobiliário que atendam às necessidades dos clientes na proposta já solicitada. Como araras, sofá, cristaleira, mesa, banco, ambos de madeira e dois espelhos estratégicos sendo iluminados de modo coerente para não ocorrer ofuscamento. Outros adornos como tapete, almofadas, quadros, malas, etc, foram adicionados com a importante função de embelezar, como trazer conforto ao espaço.



Figura 15 – Salão
Fonte: Própria autoria

Foi pensado em outros pontos de iluminação para iluminar a mesa classificada como geral, e de destaque para o lustre de 12 lâmpadas de 5000k. Já os

dois espelhos e a cristaleira, terão iluminação de fundo com luz indireta com spots direcionáveis de 4000k. Por fim nas araras das roupas, serão dependuradas cordões de bola iluminadas difusas de 5000k, a fim de promover de um modo geral um ambiente confortável, funcional e colorido.

- Salão 1:



*Figura 16 – Salão
Fonte: Própria autoria*

Com área retangular, este espaço não somente atendeu a função de expor roupas e acessórios, como oferece um livre acesso na entrada de carrinhos de bebê e cadeirantes. Pois houve-se a necessidade da instalação de uma porta de giro com vão de 1 metro para circulação de ambos com direito ao livre acesso para os outros espaços deste Brechó/ ateliê. Ainda nesta sala, houve o reaproveitamento de gavetas de diversos tamanhos para expor acessórios, sendo divididos entre duas vitrines. Que foram expostas por uma linha de mobiliário e adornos e bijuterias, para passar uma sensação de informalidade, espontaneidade e irregularidade dentro da proposta *upcycling*. Assim como cabos de vassoura entrelaçados com intuito ser um pendurador de roupas e acessórios customizados. A iluminação deste espaço é considerado geral e de tarefa. Com painéis de led de temperatura de cor branca e pontos específicos nas duas vitrines com temperatura de cor neutra. Por fim lâmpadas bulbo de led penduradas próximo ao balcão de 5000k. Apresentando um papel de

parede floral nas paredes principais de menor proporção e um tom rose nas paredes secundárias, dentro da paleta já escolhida inicialmente.

- Provador:



*Figura 17 – Provador
Fonte: Própria autoria*

A fim de passar privacidade a este espaço sem perder as características do estilo proposto, foi-se pensado em uma cortina de tecido mais pesado, um espelho veneziano com metragem suficiente que o cliente veja-o de corpo inteiro sem distorcer o reflexo. E uma ambientação bonita e interessante. Já que o provador é um espaço primordial por proporcionar uma experiência positiva. Pois é nele que o cliente irá tomar a decisão da compra. Portanto, houve a escolha de um papel de parede colorido com estampa circular para oferecer uma atmosfera dinâmica e estimulante e tons de pouco valor tonal, deixando o azul turquesa e rosa mais evidentes, sendo aplicados na parede e no tapete para remeter a sensação de calma e conforto. Na iluminação teve –se o cuidado de não aproximar os pendentês próximo ao espelho para não dar sombra. Classificada como iluminação geral e luz direta por iluminar todo o centro desses espaços com lâmpadas bulbo de led penduradas de 12w e 4000k. Os ganchos e banquinho foram adicionados ao espaço para promover conforto e praticidade ao cliente. Por fim, a surpresa de se ver fios de lã pendurados na laje de aproximadamente 2,60 de altura, com o intuito de remeter aos fios da

máquina de tear manual e uma ambientação diferenciada. Por fim a instalação de um domus com uma estrutura de alumínio e policarbonato compacto, semelhante ao vidro sobre o telhado, acompanhando a metragem retangular do provador com intuito de entrar luz natural neste espaço.

- Sanitário:



*Figura 18 – Lavabo
Fonte: Própria autoria*

Mesmo com adaptação para portador de necessidades especiais, e um trocador de fraldas, este lavabo não deixa de ter seu charme. Foi ambientado com materiais que remetessem a um conforto térmico e visual. Já que a madeira e a lã estiveram presentes em vários momentos na decoração deste espaço. O revestimento foi criado a partir de pedaços de sisal sendo postos uma do lado da outra e mais alguns pedaços de forma contorcida colocados sobre as peças já postas. Logo foi realizado um molde de silicone e reaplicado no gesso, para então a realização das peças prontas com finalidade decorativa de revestir dois ambientes. Ambos serão instalados em linhas horizontais e verticais, formando uma estampa simples, orgânica porém memorativa. Pois as peças irão remeter a uma colcha de

tear no espaço influenciado pela proposta *upcycling*. A iluminação escolhida foi geral, com pendentos instalados de alturas diferenciadas mas com iluminância suficiente para iluminar o espaço como um todo. E outra de tarefa com função de iluminar a bancada. A paleta de cores escolhida para esse espaço foram, fendi, amadeirado, branco e os fios de lã neutros na laje.

- Ateliê/ escritório:



*Figura 19 – Ateliê
Fonte: Própria autoria*

Este foi o único espaço que não necessariamente teve a proposta Boho em sua decoração. Ele segue um estilo contemporâneo mas sem perder uma das cores da paleta já proposta. A cor verde é evidenciada por um valor tonal escuro com a junção da madeira de pinus, e o mdf verde Noronha, trazendo requinte e sofisticação a ele. Portanto, foi-se criado uma estante com dupla função para expor e armazenar todos os produtos na função de ateliê e escritório de Design de interiores. Este móvel, além de trazer um equilíbrio assimétrico, por possuir nichos de diferentes tamanhos, obteve como característica principal a evidência de linhas retas, horizontais, com iluminação embutida de fita de led em apenas alguns ângulos para trazer a sensação de movimento, em alguns pontos de destaque. Pois ao criar esta estante, foi propositalmente a composição de muitas linhas retas, e na horizontal por

questões de alongar e tranquilizar o espaço, e algumas verticais, para torna-lo mais sóbrio. Justamente pela questão de demonstrar ordem e objetividade de todos os objetos ali expostos ao se criar um mobiliário com dupla função. Ainda neste móvel, há-se uma mesa apoiada em um de seus compartimentos com o mesmo material, comportando 4 cadeiras Eames na cor amarela e um pendente como objeto de destaque sendo reaproveitado de uma cesta de pegar manga de ferro. Neste espaço, há-se uma gama de exposição de quadros realizados por diversas técnicas, contando com spots de trilhos para evidenciar essas obras de 3000k. A orientação do faixo será classificada por um pendente com lâmpadas bulbo de led 12w e 4000k, assim como as AR 70 de 3000k para dar ênfase nas prateleiras com alguns adornos. Já a iluminação indireta, fica a par da estante/ expositor de produtos com fita de led de 3000k. Acrescentando dois pontos de luz direcional com dois minis spots de 4000k em um móvel que merecia destaque.

- Caixa:



Figura 20 – Caixa
Fonte: Própria autoria

Com balcão criado da madeira de pinus, o caixa oferece intencionalmente a logo da loja em sua parte frontal e um espaço considerável em seu interior para armazenar produtos que serão necessários como embalagens, notebook, e máquina de cartão. O charme do espaço ganha por agregar peças de ferro fundido em sua decoração. São expostos um quadro de pena, símbolo da logomarca, e uma luminária, sendo considerada peça de destaque pela dupla função de iluminar e servir de apoio para armazenar plantas. Além de possuir uma gaveta reaproveitada como função decorativa e uma charmosa cadeira com design clássico de madeira, trazendo conforto e beleza.

- Copa:



*Figura 21 – Copa
Fonte: Própria autoria*

Mesmo não sendo um espaço de frequente visitação dos clientes, esta não perdeu sua beleza e função. Foi aproveitado a incidência da luz natural em uma janela lateral, e baseado nela, foi projetado a planta de layout. Com armários superiores e inferiores realizados de madeira de pinus, mdf na cor roxa e vidro em algumas portas basculantes. A torre também com o mesmo material para armazenamento do micro-

ondas, cafeteira etc. Dml para guardar pertences de limpeza do dia a dia, uma geladeira de pequeno porte, e uma mesa balcão. Ambos foram pensados em questão de ergonomia, função e estética. Pois justamente por possuir uma área reduzida, houve esse cuidado para não comprometê-la mais ainda. Assim como a porta articulada ou conhecida popularmente como porta camarão, por permitir sua abertura dobrando uma folha sobre a outra, ficando ambas recolhidas na lateral para economizar espaço. A paleta escolhida, foi azul turquesa, roxo e branco, contando desde a elementos mais simples e rústicos como filtro de barro, piso de cimento queimado aos mais sofisticados como quartzo roxo Stellar. Com iluminação geral e de tarefa, esta possui dois painéis de led 24w e 5000k classificada com o fecho de luz direta para uma área de necessidade de iluminação clara e funcional.

- Jardim Externo:



*Figura 22 – Jardim / área externa
Fonte: Própria autoria*

Este espaço é contemplado pelo paisagismo de possuir um revestimento cimentício com plantas de várias espécies penduradas a partir de uma estrutura de madeira angelim em sua parte superior. Com o propósito de ser mais resistente, esta mesma madeira será aplicada no pergolado com função de embelezar, assim como

amenizar a incidência solar para dois tanques cimentícios e uma prateleira de alumínio. Este espaço possui um conjunto de mesa e cadeiras de vime, assim como arandelas externas com acabamentos próprios para esse fim. Contando com uma iluminação geral e de fundo com um fecho de efeito wall washing, onde serão aplicados balizadores de chão led 2500k (âmbar), em uma parede que haverá espécies de plantas penduradas. Assim como arandelas e lâmpadas bulbo led 4000k em outra parede e um tubo led linear de 5000k para iluminar embaixo do pergolado.

5 CONCLUSÃO

Durante a junção de todos os fatores já expostos, reunidos em prol de um projeto que contemple as necessidades e funcionalidades de um espaço amplo como este, concluo que, mediante a técnicas iniciais desde o *briefing*, levantamento de dados, até o projeto executivo, nada adianta se não houver, planejamento, técnica, elementos e princípios do design, e principalmente esmero e dedicação pela profissão! Segundo Steve Jobs, “no vocabulário da maioria das pessoas, design significa aparência. É decoração de interiores. É o tecido de cortinas, do sofá. Mas para mim, nada poderia estar tão longe do significado de design. Design é a alma fundamental de uma criação humana, que acaba se expressando em camadas externas sucessivas do produto ou serviço”. Ou seja, decorar um ambiente pode parecer tarefa fácil – mas a verdade é que existem diversas técnicas, processos e tendências que vão muito além de senso de estética ou de bom gosto. O amor pelo que se faz vem em primeiro lugar. E é com este amor pelo qual realizei esse projeto, que finalizo mais uma etapa ciente de outras inúmeras que logo virão.

REFERÊNCIAS:

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1991. 270 p.

CALLAN, G. O. **Enciclopédia da moda**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

BRAGA, J. **História da Moda: uma narrativa**. São Paulo: Anhembi, 2004.

LOWDERMILK. Travis. **Design centrado no usuário: um guia para o desenvolvimento de aplicativos amigáveis.** São Paulo: Nocatec, 2013. 97p, cap. 7

4 Lições de Steve Jobs que vão inspirar sua vida profissional. Disponível em: <http://leadsforbusiness.com.br/4-licoes-de-steve-jobs-que-vaio-inspirar-sua-vida-profissional/> acessado em Julho de 2018.

Você sabe diferenciar luz difusa, direta e indireta? Disponível em: <http://www.glight.com.br/blog/233-2/> acessado em Junho de 2018.

Quilling – Criando imagens. Disponível em: <https://www.historiadasartes.com/salados-professores/quilling-criando-imagens/> acessado em Maio de 2018.

Conheça a String art- Técnica de criar desenhos com linhas na decoração. Disponível em: <http://www.vaicomtudo.com/conheca-string-art-tecnica-de-criar-desenhos-com-linhas-na-decoracao.html> acessado em Maio de 2018.

Boho Chic na decoração. Disponível em: <http://saladacasa.com.br/boho-chic-na-decoracao/> acessado em Maio de 2018.

Brechós: opção de consumo e negócio. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/producao-academica/brechos-opcao-de-consumo-e-negocio/4517/> acessado em Maio de 2018.

KALIL, G. Mistura fina. Disponível em: http://www.vejanasaladeaula.com.br/240997/p_096.htm/ acessado em Abril de 2018.

SALGADO, M. C. Cartografia sentimental de Livros e Sebos. Disponível em: <<http://www.traca.com.br/?tema=padrao&pag=sobresebos&mod=inicial>>. acessado em Maio de 2009.

Brechó. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Brech%C3%B3/> acessado em Abril de 2018.

Brechós atendem as mudanças do mundo da moda. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/brechos-atendem-as-mudancas-do-mundo-da-moda.b3c1080a3e107410VqnVCM1000003b74010aRCRD>. Acessado em Abril de 2018.

Upcycling: Você sabe o que é isso? Disponível em: <https://www.escoladeestilo.com.br/upcycling-o-que-e/>. Acessado em Abril de 2018.

O que é slow fashion e por que adotar essa moda? Disponível em: <https://www.ecycle.com.br/component/content/article/73-vestuario/5950-slow-fashion.html>. Acessado em Abril de 2018.

Peças de decoração provam que o upcycling é muito mais interessante que você imaginava. <https://www.hometeka.com.br/inspire-se/pecas-de-decoracao-resultado-do-upcycling/> Acessoado em Abril de 2018.

ABSTRACT

This work presents the development of an Interior Design Project of a thrift store and design studio. Recovers partnership with craft works in an updated context, also in favor of generate economy, waste and decorate spaces. Solve a comercial space in Boho style, which shows variety possibility of decoration and economy involving beauty, fashion, and a good price, besides accessories and adornments, Interior Design in a conscious way, attractive, curious and comfortable.

KEY WORDS: Contemporary thrift store, Boho style, Design studio, Interior Design

ALLA LUCE: DESIGN BIOFÍLICO PARA UM BIOCREMATÓRIO

Fabrcio Sousa¹, Angélica P. Marsicano Tavares²

RESUMO

Este artigo fala sobre o projeto fictício de interiores de um cemitério contemporâneo ou biocrematório, onde é feito um novo processo funerário com menor impacto ambiental, por meio da biocremação ou cremação líquida ou ainda, hidrolise alcalina. O estudo aborda também a utilização do design biofílico que integra a natureza ao ambiente trazendo vários benefícios, cemitérios tradicionais e seus impactos ambientais. O projeto não aborda questões religiosas pela grande diversidade de culturas existentes no nosso país. A intenção do projeto é trazer paz e tranquilidade para um momento da perda de um ente querido.

Palavras-chave: Cemitério, design biofílico, interiores, paisagismo, projeto.

1 INTRODUÇÃO

A perda de um ente querido é sempre um momento triste e difícil. Porém, independentemente das diferentes crenças sobre vida após a morte, há que se considerar a necessidade de escolha por um processo funerário. Atualmente, no Brasil, pratica-se o sepultamento, seguido ou não de enterro ou da cremação, porém, variação deste último tem ocorrido, de forma significativa, em alguns estados americanos gerando curiosidade e discussões por todo o mundo sobre a questão ambiental envolvida em cada caso.

O risco eminente de contaminação do solo e dos lençóis freáticos oferecidos pelo sepultamento tradicional, juntamente com as consideráveis áreas urbanas a estes cemitérios destinadas vêm sendo tópicos de debates e críticas gerando novos estudos e análises da conveniência de outros processos. (ROSA, 2016)

¹ Fabrcio Sousa do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. fabriciosousacomercial@gmail.com

² Angélica P. Marsicano Tavares do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. angelicamarsicano@gmail.com

A cremação, apesar de um costume antigo, tem passado por transformações tecnológicas que agregam vantagens inclusive no sentido ecológico. (jung.com.br)

Não sendo foco, neste artigo, uma discussão de cunho religioso, apresenta-se o desenvolvimento do projeto de interiores e de paisagismo para um crematório contemporâneo fictício que envolve um processo conhecido por biocremação ou cremação por hidrólise alcalina. Tal processo é legalizado em alguns estados americanos como Colorado, Flórida, Illinois, Minnesota, Oregon, entre outros e desde setembro de 2015, na Convenção Internacional da Indústria Funerária, vem sendo defendido por causar menos impacto ao meio ambiente. (CATTANI, 2015)

Com o objetivo de se criar um lugar sereno, contemplativo e energizante em que reinam a paz e a harmonia a proposta deste projeto envolve aspectos complementares que culminam em um conceito mais amplo:

Pesquisar os processos funerários, suas tendências tecnológicas;

Estudar os conceitos e definições envolvidas neste tema relacionando brevemente os tipos de cemitérios existentes;

Despertar a consciência ecológica associada aos processos funerários;

Associar o simbolismo do espaço funerário ao design biofílico, interagindo interior e exterior, em busca da conexão do ser humano com a natureza.

Metodologicamente, a partir da elaboração de um *briefing* ordena-se o programa de necessidades e o fluxograma. Então, promove-se a busca pelo referencial teórico associado ao tema em questão, bem como as imagens de inspiração para o painel semântico. Paralelamente, análises de projetos similares embasam de forma sensorial e técnica o processo criativo que culmina no desenvolvimento técnico projetual de interiores e de paisagismo.

1.1 Briefing

O propósito é desenvolver um projeto de interiores, para uma empresa especialista em velórios reservados para um público exclusivo e de alto padrão, onde não são realizados rituais tradicionais como enterro e cremação, mas sim um processo chamado hidrólise alcalina.

O esperado para esse projeto é que o ambiente traga a sensação de paz e tranquilidade através de elementos que causam esses sentimentos nesse momento delicado. Para tanto, utiliza-se o design biofílico com o intuito de causar sensação de paz através da integração com a natureza e elementos naturais como vegetação e pedras naturais.

O espaço deve contar com salas de velório, espaço ecumênico, lanchonete, integrados por praças, administração/almoxarifado, espaço de funcionário (não contemplado neste projeto) e a sala de hidrólise alcalina.

A limpeza será terceirizada e o DML, fica no setor de funcionários ao fundo do terreno, ambas as partes não foram contempladas no projeto de interiores.

1.2 Programa de Necessidades

Para o desenvolvimento do projeto em consonância com as expectativas do cliente apresenta-se na Tabela 1 o programa de necessidades elaborado:

Tabela 1 – Programa de Necessidades

Setores ou ambientes	Mobiliário	Equipamentos
Velório suíte 01	02 Poltronas em couro, 01 mesa de velório, 01 Sofá em couro, 01 Poltrona Charles Eames com pufe, 01 Copa seca 01 Cama 01 criado, 01 lixeira de banheiro	01 Cafeteira, 02 Ar condicionado, 01 Abajur, 01 Chuveiro
Velório suíte 02	02 Poltronas em couro, 01 mesa de velório, 01 Sofá em couro, 01 Poltrona Charles Eames com pufe, 01 Copa seca 01 Cama 01 criado, 01 lixeira de banheiro	01 Cafeteira, 02 Ar condicionado, 01 Abajur, 01 Chuveiro
Espaço ecumênico	04 Bancos em madeira e aço, 01 Altar em madeira e aço	
Lanchonete de alto atendimento	02 Mesas Saarinen redondas 120cm, 08 Cadeiras Thonart pretas, Armários em marcenaria	01 Cafeteira, 01 Filtro, 01 Geladeira
Lavabos externos M		Barras de apoio nas louças sanitárias, Cubas em pedra esculpida com altura acessível
Lavabos externos F		Barras de apoio nas louças sanitárias, Cubas em pedra esculpida com altura acessível

Setores ou ambientes	Mobiliário	Equipamentos
Espaço de interação externa 01	01 Banco em madeira cumaru e estofado para área molhada, 04 Poltronas em madeira cumaru e estofado para área molhada	
Espaço de interação externa 02	01 Banco em madeira cumaru e estofado para área molhada, 04 Poltronas em madeira cumaru e estofado para área molhada	
Sala de hidrólise alcalina	02 Macas	02 computadores, 02 fornos de Hidrólise Alcalina

Fonte: Própria autoria

1.3 Fluxograma

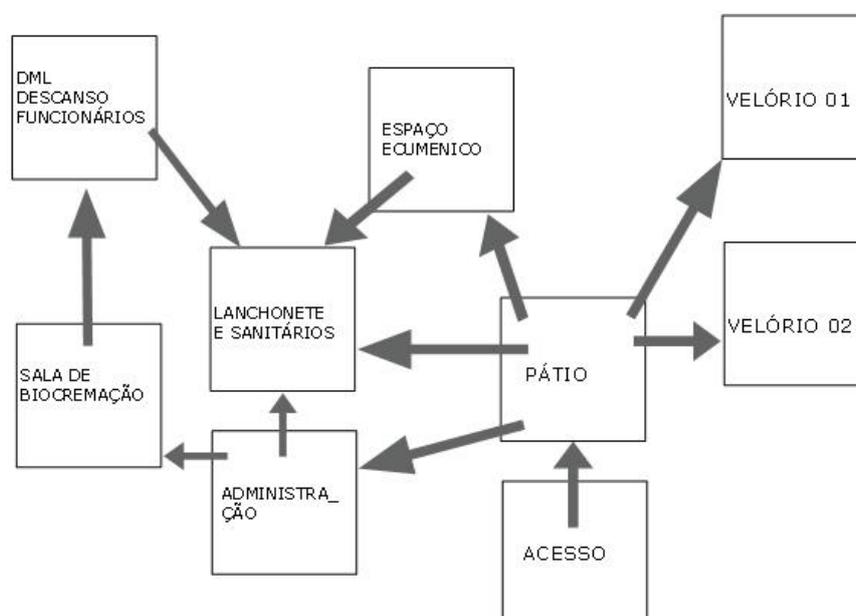


Figura 1 – Fluxograma

Fonte: Própria autoria

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Processos funerários e suas tendências tecnológicas

Na atualidade, sem entrar em discussão de aspectos religiosos, são comuns e utilizados alguns métodos funerários como: cemitério horizontal, vertical e jardim ou parque. Em processos que se distinguem entre o sepultamento/ enterro e a cremação.

No cemitério horizontal o mais tradicional, os corpos são colocados em caixões de madeira e sepultados, em jazigos de mármore ou granito ou de forma subterrânea em túmulos. Antigamente utilizavam grandes construções, estátuas e mausoléus, que hoje são conhecidos também como pontos turísticos que simbolizam um pouco da história do nosso país.

No cemitério vertical, os corpos são colocados em urnas ou gavetas estruturadas e organizadas como um prédio que conta com tubulação especial para que o necrochorume, substância resultante do processo de decomposição, possa ter destino correto. Assim, é tido como um método mais ecológico por não haver contaminação do solo e lençol freático, além da otimização do espaço.

Os cemitérios jardins ou parques tem grande contemplação da natureza por serem sempre em campos abertos em contato direto com a vegetação. Neste tipo de cemitério os corpos são enterrados em jazigos subterrâneos e sempre cobertos por terra / grama / jardim.

Alguns cemitérios contam com salas de cremação. Processo pelo qual o corpo é colocado em um caixão de madeira que, após o velório, é levado a um forno de incineração sobre altíssima temperatura (aproximadamente 1000° C). Apesar de não contaminar o solo e o lençol freático, atinge a camada de ozônio com a quantidade de gás carbônico emitido no processo. “A pessoa precisa ter manifestado em vida a vontade de ser cremada. Para isso, ela deve redigir um documento expressando o desejo. A declaração de vontade precisa ser registrada em cartório.” (WESTIN,2013)

Um novo processo de cremação está sendo usado em alguns estados dos Estados Unidos. É a chamada biocremação, cremação líquida, “verde” ou por hidrólise alcalina. Tida como alternativa e ecológica. Funciona a partir da aceleração rápida do processo comum de decomposição do corpo usando calor, pressão e uma substância alcalina, como o hidróxido de potássio ou hidróxido de sódio.

“O corpo é colocado dentro de um recipiente de aço com 300 litros ou mais de água, que é aquecida até 300 graus, o que mata micróbios e até mesmo destrói os príons responsáveis pela versão humana da doença da vaca louca. Depois de uma ou duas horas, a maior parte do corpo foi dissolvida em líquido. Os ossos remanescentes são moídos em cinzas.” (GIZMODO Brasil)

Os tecidos musculares e órgãos são transformados em uma água estéril, que pode ser descartada em rede de esgoto e o restante do material, ossos e aparelhos médicos são triturados e entregues aos familiares em urnas de louças. (CATTANI, 2015)

2.2 O design biofílico e sua aplicação em espaços contemplativos

Etimologicamente, o termo biofilia se forma da união entre dois vocábulos gregos: *Bios* que significa vida e *phília* que traduz em afinidade, amor. (<http://etimologias.dechile.net>) Deste modo, direciona-se ao sentido de amor à vida ou aos seres vivos, de conexão com a natureza.

A relação do ser humano com a natureza apresenta aspectos tanto no sentido evolutivo como no filosófico, afinal, diversos estudos comprovam cientificamente os benefícios desta relação para a saúde física e mental humana. Na Arquitetura e no Design a biofilia, conhecida pelo termo *Biophilic Design* ou design biofílico, busca relacionar as pessoas com o ambiente natural e uma interação entre interior e exterior mais direta e geral, não apenas em ocorrências isoladas, diminuindo o impacto ambiental do mundo construído. (CHIAPETTA, 2016)

O efeito biofílico consiste em bem-estar, em um estado de estresse reduzido, melhoria de concentração e tranquilidade de pensamentos resultante das visadas da natureza. A intensidade ou efetividade do design biofílico depende do nível de exposição ou configuração geral do espaço. Desde imagens retratadas pela arte e fotografias até vegetação de interiores podem ser utilizadas como fontes neste aspecto. Porém, a plenitude de seu resultado é garantida a partir da exposição a ambientes naturais repletos de flora exuberante e água visível em um contexto contínuo e amplo de projeto para reduzir o estresse e conferir benefícios restaurativos e calmantes. Esse efeito deve ser considerado em um projeto interiores no design de todos os ambientes, mas especialmente em ambientes nos quais a aprendizagem, a cura e a concentração são fundamentais. (LIDWELL, 2015)



Figura 2 – Imagens de Thorncrown Chapel - Eureka Springs, Arkansas

Fonte: <https://inhabitat.com>



Figura 3 – Imagem de NAAVA

Fonte: <https://www.naava.io/editorial/biophilia-love-of-life>

Conforme WALLACE, 2015 “o termo latino contemplativo corresponde à palavra grega *teoria* e ambas se referem a uma total lealdade para com o revelar, esclarecer e tornar manifesta a natureza da realidade”. Ainda reforça que “de acordo com o teólogo cristão Josef Pieper, o principal elemento envolvido no conceito da contemplação é a percepção silenciosa da realidade.”

Neste contexto, espaços contemplativos que envolvam os conceitos de biofilia tendem a ser fontes de boas energias, bons pensamentos e calma emocional.

3 ANÁLISE DE PROJETOS SIMILARES

Na busca de dados sensoriais e técnicos para o projeto, elabora-se uma análise de projetos similares enlevando-se dois daqueles que mais se destacam comparativamente à proposta ora em desenvolvimento. Ambos projetos apresentam uma estrutura arquitetônica contemporânea, com linhas horizontais e verticais rígidas que se harmonizam em volumes prismáticos fortemente definidos em meio à paisagem. Os acabamentos do primeiro projeto trazem uma sensação de matéria prima natural, que interfere de forma rústica e aconchegante fazendo com que o cemitério se comunique com a natureza, dando a ideia que ele faz parte do terreno construído.

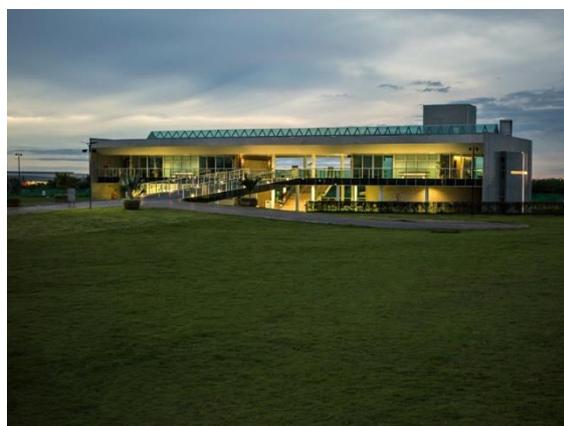
São eles:

- a) Cemitério de Sansepolcro / Arezzo, Itália Projeto: Studio Zermani e Associati



Figura 4 – Composição de imagens do Cemitério de Sansepolcro / Arezzo, Itália
Fonte: archdaily.com.br e studiozermaniassoc.wixsite.com

b) Cemitério e crematório Parque dos Buritis / Uberlândia-MG



*Figura 5 – Composição de imagens do Cemitério e crematório Parque dos Buritis em Uberlândia
Fonte: Thiago Mesquita fotografia e G1-Globo.com*

Já no segundo, embora seja suntuoso e moderno, os acabamentos são tradicionais e clássicos o que já não se causa tanto impacto, por serem já muito utilizados em muitos projetos.

No cemitério de Sansepolcro foram utilizadas linhas compositivas alongadas e rígidas afim de demonstrar grandeza, passar segurança e impressionar o expectador até mesmo tirando um pouco do foco da dor de ter perdido um ente. As texturas naturais utilizadas trazem a sensação de ser um espaço agradável, porém, como ponto negativo, aponta-se a falta de vegetação mesmo que desértica como cactos, agaves, capim texano entre outros para que possa compor bem com materiais escolhido e trazer ainda mais harmonia ao ambiente. Faz-se notável também a falta

de mobiliário acomodações confortáveis para o público, como cadeiras ou bancos compondo com o interior do ambiente de velório.

Já no cemitério e crematório Parque dos Buritis percebem-se linhas compositivas rígidas e modernas. A vegetação mais presente alia-se às sensações de aconchego transmitidas por um projeto luminotécnico bem pensado na capela com luz indireta e de efeito.

4 PAINEL SEMÂNTICO E CONCEITO PROJETUAL

Com as pesquisas baseadas no *briefing*, foi criado esse painel semântico e a partir dele desenvolvido um conceito projetual: TRANQUILIDADE EM MEIO A CONTEMPORANIEDADE.

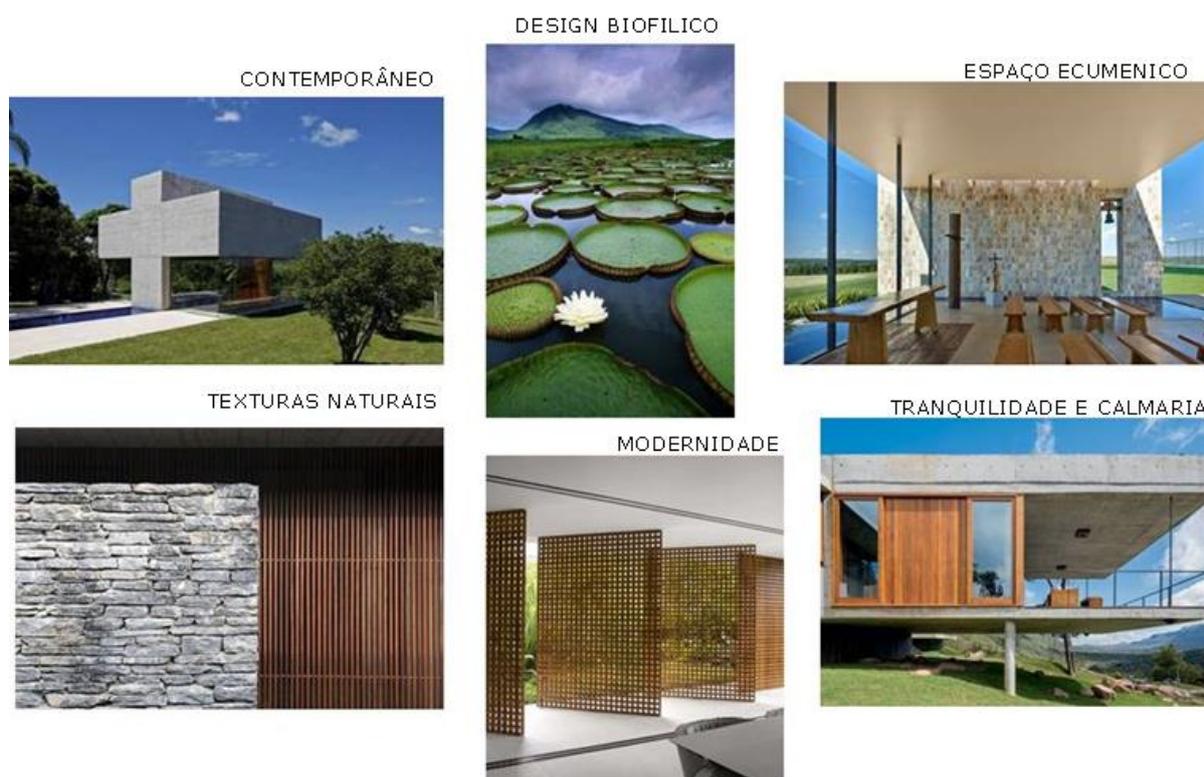


Figura 6 – Painel semântico
Fonte: própria autoria – composição de imagens do google

5 O PROJETO

ALLA LUCE apresenta-se como um cemitério de biocremação, alocado em Uberlândia, de forma fictícia, objetivando a caracterização contemplativa dos ambientes internos e externos inter-relacionados através do design biofílico, com paisagismo em vegetação exuberante. Neste contexto pretende proporcionar aos seus clientes a tranquilidade e a busca pelo conforto frente a dor do momento difícil de perda.

5.1 Planta de setorização

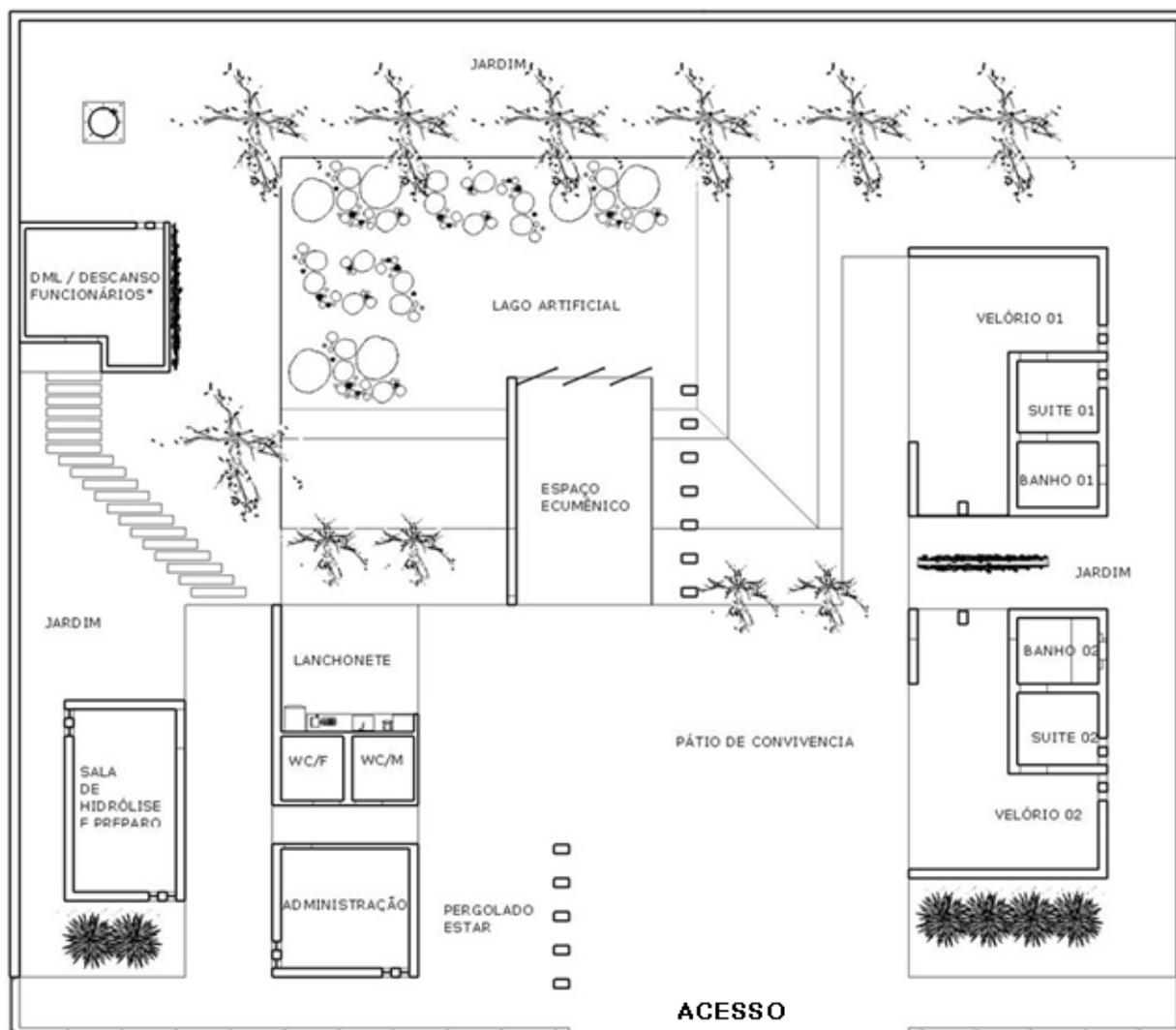


Figura 7 – Planta Baixa Arquitetônica e setorização
Fonte: Própria autoria

5.2 Salas de velório 01 e 02

As salas de velório encontram-se espelhadas e, portanto, apresentam o mesmo layout de forma a caracterizar um padrão na linguagem no design associando a função à prática e estética deste tipo de ambiente.

A Figura 8 ilustra o layout das salas de velório em um contexto de design clean e com uma mescla de mobiliário de design com contemporâneo. Em cada sala de velório foi utilizado assentos em couro devido exigência da vigilância sanitária, e mobiliário solto, sendo eles:

- 01 Sofá Soho – Sierra móveis de 4,45m em couro fendi feito sob encomenda;
 - 01 Poltrona Charles Eames com Puff em couro preto;
 - 02 Cadeiras de aproximação Nara – Abraccio em couro preto;
 - 01 Mesa para apoio do corpo em aço cortem;
 - 01 Buffet Constantin – Artefacto 1,4m em lamina de pau ferro;
 - Para maior aconchego, foram escolhidos elementos, acabamentos e adornos que harmonizam e compõe o cenário desejado dentro do conceito definido. São eles:
 - 01 Quadro com fotografia de mar, com a intenção de causar os efeitos do design biofílico;
 - 01 Quadro com fotografia contemporânea;
 - 01 Zenital que traz luz natural e integração com a natureza com a intenção de causar os efeitos do design biofílico;
 - Pedra ferro natural; na parede do sofá, com a intenção de causar os efeitos do design biofílico;
 - Concreto aparente em algumas paredes e vigas, a fim de contemplar o contemporâneo;
 - 01 Cama 1,30x1,80cm
 - 01 Persiana Hunter Douglas Colmeia,
 - 01 Criado mudo;
 - 01 Abajur;
-

- Mármore Branco Carrara para bancada e nicho do banheiro;
- Revestimento Escacilhado Palha Ceusa;
- Box em vidro 12mm único e fixo;
- Chuveiro;
- Misturadores

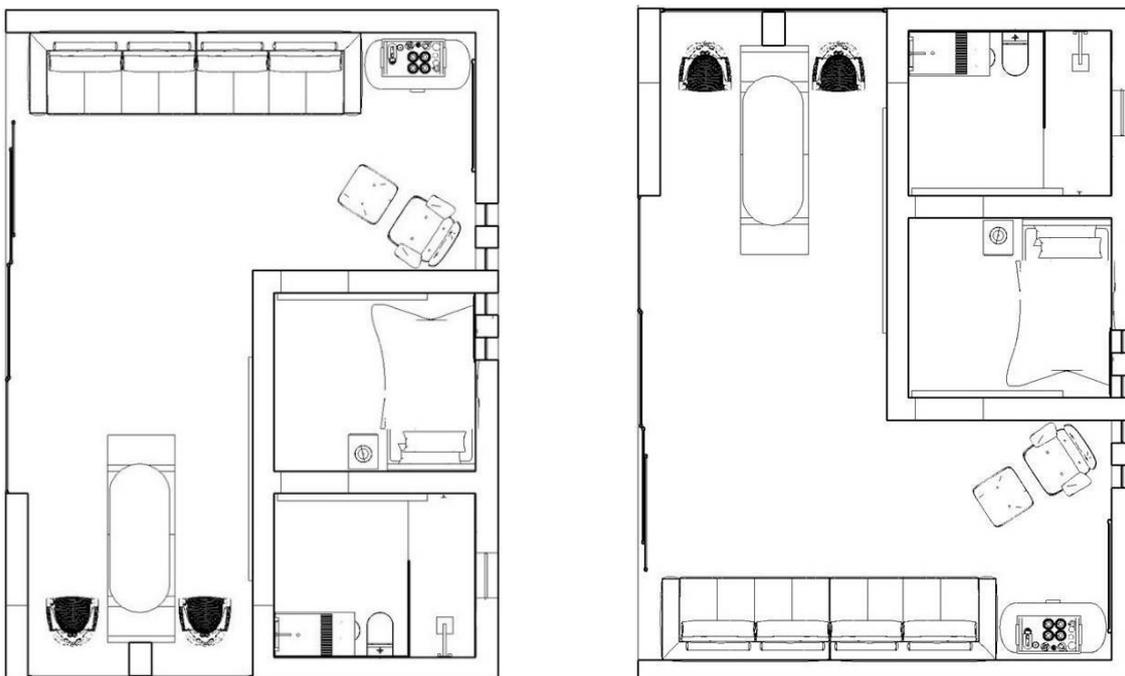


Figura 8 – Layout salas de velório 01 e 02

Fonte: Própria autoria



Figura 9 – Imagem 3D da salas de velório

Fonte: Própria autoria



Figura 10 – Imagem 3D da sala 01 de velatório
Fonte: Própria autoria

5.3 Espaço ecumênico

Foi desenvolvido um espaço ecumênico, afim de deixar com que qualquer família de qualquer cultura ou religião fique à vontade em fazer um culto de homenagem ao ente querido, no espaço não foi usado nenhum objeto que trás referência de outra cultura.

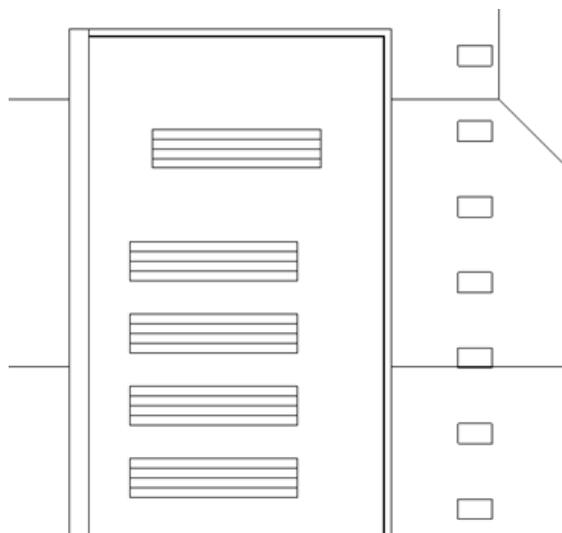


Figura 11 – Layout espaço ecumênico
Fonte: Própria autoria

Para manter no conceito projetual e utilizar do design biofílico o espaço é projetado para um lago com vitória-régia e vista para grande parte do jardim. No mobiliário identificamos bancos compostos por metal e madeira natural, já nos acabamentos, tem pedra ferro na parede da esquerda e concreto aparente no piso e nas pérgolas à direita.



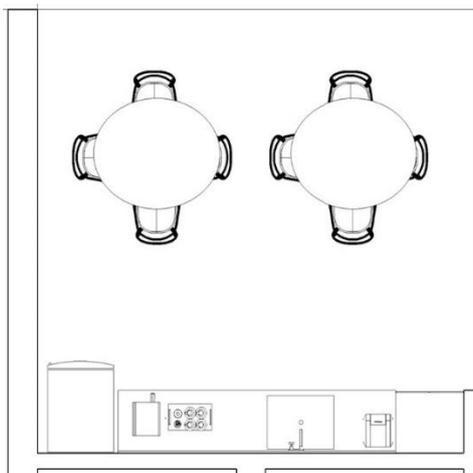
*Figura 12 – Imagem 3D entrada do espaço ecumênico
Fonte: Própria autoria*



*Figura 13 – Imagem 3D do espaço ecumênico
Fonte: Própria autoria*

5.4 Lanchonete

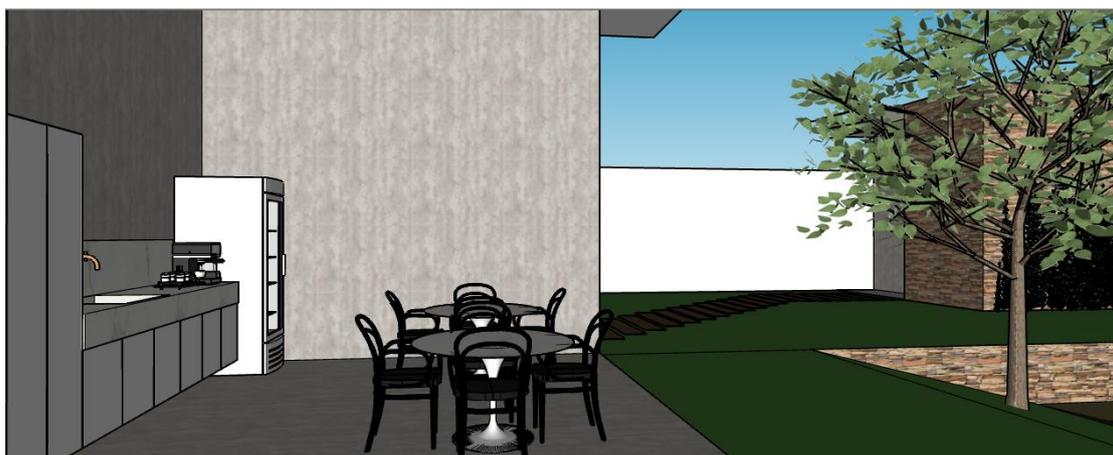
Para esse espaço foi pensado num layout para lanches rápidos, mas que contemple a natureza, o serviço de buffet é de self service com cafeteira, geladeira e bebedouro, pois a empresa que fornece os alimentos é terceirizada.



*Figura 14 – Layout lanchonete
Fonte: Própria autoria*

O mobiliário escolhido é clean e de designers clássicos, compondo com a marcenaria branca e acabamentos em concreto aparente sendo eles:

- 02 Mesas Saarinen em mármore Branco Carrara 1,30x100cm;
- 08 Cadeiras Thonart pretas;
- Mármore Branco Carrara nas bancadas;
- Marcenaria branca.



*Figura 15 – Imagem 3D da lanchonete
Fonte: Própria autoria*

5.5 Sanitários

Os sanitários possuem layouts espelhados e dentro das normas de acessibilidade, Esses espaços foram pensadas de forma simples e elegante, compostos de cores neutras e sofisticadas – branco e cinza – nos acabamentos foram utilizados Silestone Banco para as bancadas e espelhos de bancadas que contornam todo o ambiente, enquanto no piso e nas paredes o que predomina é o concreto aparente.

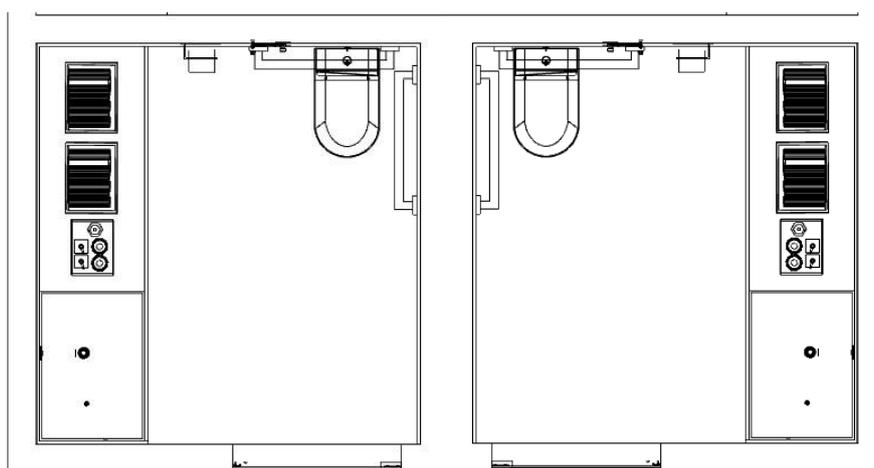


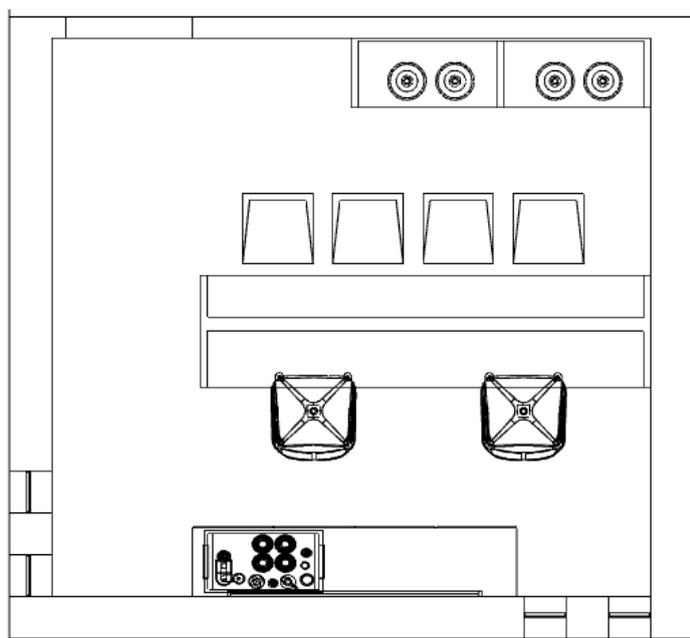
Figura 16 – Layout sanitários
Fonte: Própria autoria



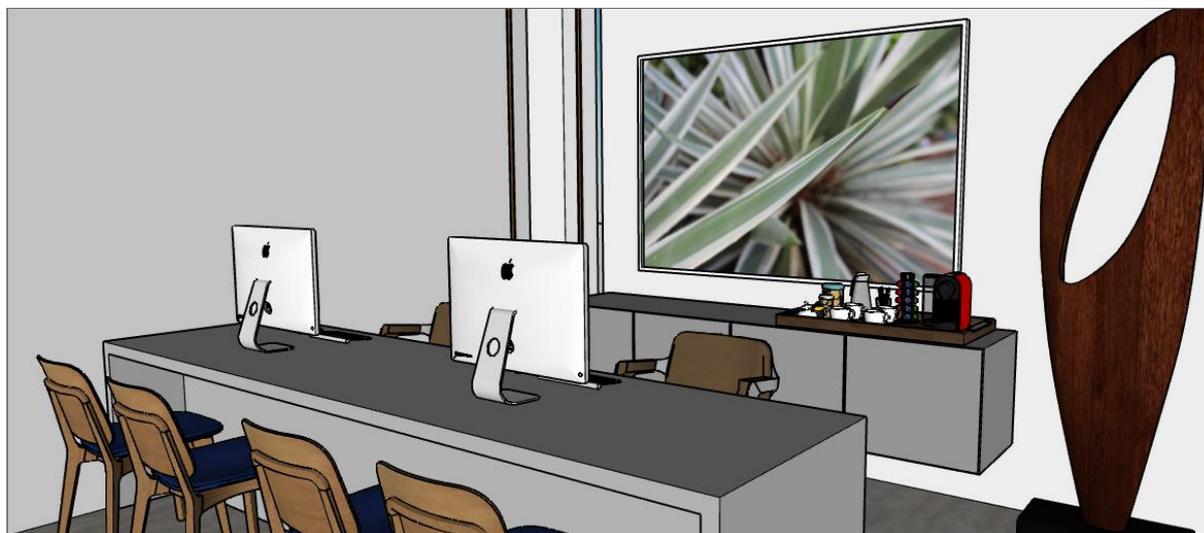
Figura 17 – Imagem 3D do banheiro
Fonte: Própria autoria

5.6 Administração

A administração é o espaço onde é feita a contratação do serviço prestado e das demais funções burocráticas. Esse ambiente possui atmosfera clean e mobiliário minimalista conciliada ao aconchego na madeira e da vegetação presente em quadro, e escultura orgânica, lembrando e priorizando os efeitos do design biofílico.



*Figura 18 – Layout administração
Fonte: Própria autoria*



*Figura 193 – Imagem 3D da sala administrativa
Fonte: Própria autoria*

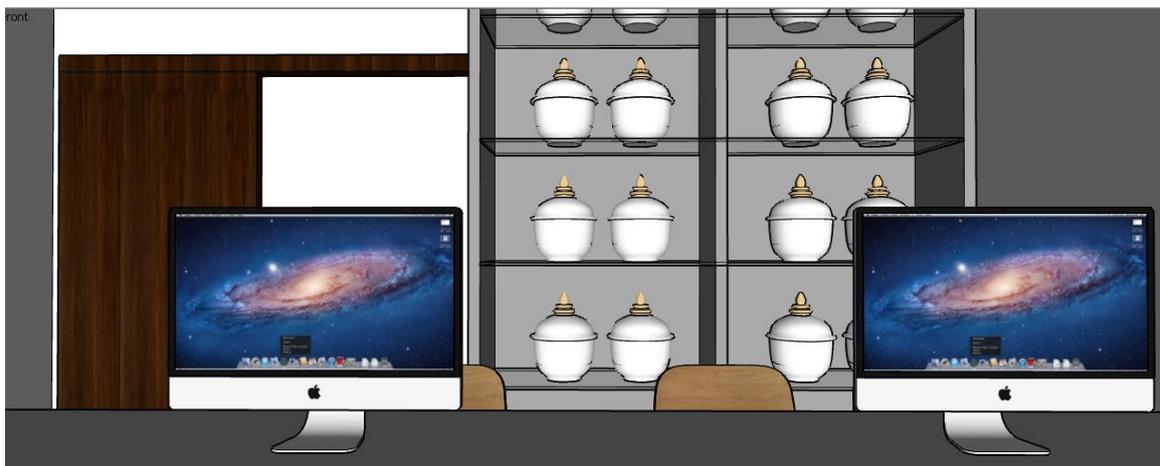


Figura 20 – Imagem 3D da sala administrativa com vista para as urnas
Fonte: Própria autoria

5.7 Sala de Hidrólise

Nesse ambiente é feito todo o processo de hidrólise alcalina e de preparação do corpo, por isso todas as paredes e pisos são brancos e os equipamentos armários, bancadas e macas são em aço inox devido à exigência da vigilância sanitária.

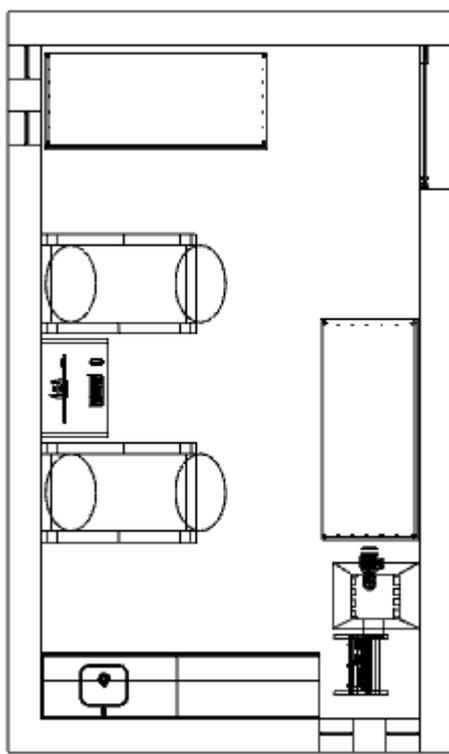


Figura 21 – Layout sala de biocremação
Fonte: Própria autoria

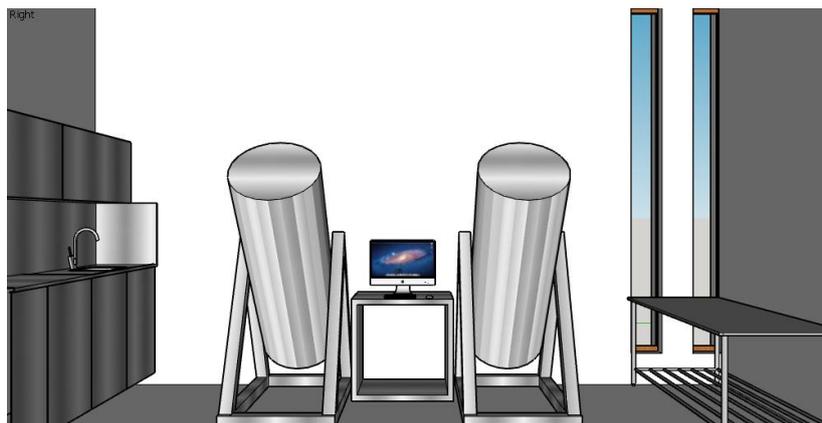


Figura 22 – Imagem 3D da sala de bioremediação
Fonte: Própria autoria

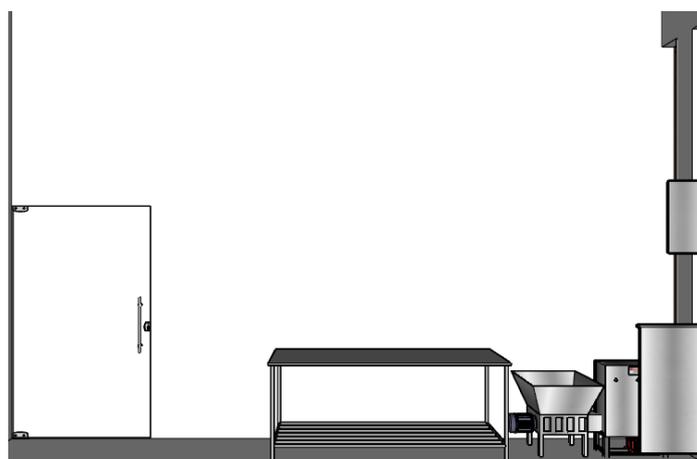


Figura 23 – Imagem 3D do biocrematório
Fonte: Própria autoria

5.8 Pátio de convivência e jardins externos de contemplação

O pátio de convivência é o espaço que mais se pode notar a integração ao jardim e logo ao design biofílico com isso pode notar a variedade de plantas no projeto de paisagismo. O mobiliário descrito abaixo é específico para área externa e composto de madeira maciça Cumaru e tela sintética.

- 02 Sofá Pietro 03 lugares 262cm – Gardem / Sierra Móveis;
- 08 Poltronas Pietro 92cm – Gardem / Sierra Móveis;
- 02 Mesas de centro Pietro 150x70cm – Gardem / Sierra Móveis;



Figura 24 – Layout pátio de convivência
Fonte: Própria autoria



Figura 25 – Imagem 3D do pátio de convivência
Fonte: Própria autoria



Figura 26 – Imagem 3D da área externa
Fonte: Própria autoria

Na figura do projeto de paisagismo podemos notar as seguintes espécies de plantas sugeridas:

LEGENDA:

- 01 GRAMA ESMERALDA / ZOYSIA JAPONICA
- 02 PAU FERRO / LIBIDIBIA FERREA
- 03 VITÓRIA-RÉGIA / VITORIA AMAZONICA
- 04 TREPadeira-UNHA-DE-GATO / FICUS PUMILA
- 05 CAPIM-DO-TEXAS-ROXO / PENNISETUM SETACEUM
- 06 AGAVE-AZUL / AGAVE TEQUILANA



Figura 27 – projeto de paisagismo
Fonte: Própria autoria



*Figura 28– Imagem 3D do lago ao fundo da área destinada ao culto ecumênico
Fonte: Própria autoria*

6 CONCLUSÃO

O Projeto fictício do cemitério contemporâneo e ecológico “Alla Luce” foi desenvolvido para o trabalho de ateliê de graduação, com o intuito de aprimorar e desenvolver técnicas aplicadas nas disciplinas do curso de Design da faculdade UNIESSA.

Ao decorrer do trabalho foram acrescentadas as técnicas apresentadas no curso e outras que agregaram valor ao projeto como a implantação do design biofílico.

Contudo os resultados foram surpreendentes, a arquitetura e o design conciliados à integração da natureza e texturas naturais, deixaram os ambientes com sensação de paz e tranquilidade, que era esperado para um momento tão delicado.

REFERÊNCIAS

WESTIN, Ricardo. Crematórios se multiplicam pelo Brasil. Especial Cidadania. Ano X – nº 440 Jornal do Senado. 13 de agosto de 2013. Disponível em: http://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/496455/130813_440.pdf acessado em abril de 2018.

CATTANI, Cícero. **Biocremação: funeral ecologicamente sustentável.** Disponível em: <http://cicerocattani.com.br/biocremacao-funeral-ecologicamente-sustentavel/> acessado em maio de 2018.

NEUHAUS, Patrícia Gubert. **A experiência do espaço na visita ao cemitério contemporâneo.** Dissertação de mestrado UFRGS, 2012. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/65613> acessado em março de 2018.

ROSA, Guilherme. **É bom pensarmos como serão os cemitérios do futuro.** Disponível em: https://motherboard.vice.com/pt_br/article/pgzeq8/como-serao-os-cemiterios-do-futuro acessado em abril de 2018.

JUNG. Tecnologias para processos térmicos. Disponível em: http://www.jung.com.br/linhas_produtos/produto/4/5/linha_crematorio acessado em março de 2018.

CHIAPETTA, M. S. **Biofilia: nossa conexão com a natureza pode ser chave a conservação do planeta.** eCycle, 2016. Disponível em: <https://www.ecycle.com.br/component/content/article/63-meio-ambiente/4584-biofilia-nossa-conexao-com-a-natureza-pode-ser-chave-a-conservacao-do-planeta-amor-biophilia-philia-genetica-hipotese-ecologia-educacao-ambiental-biofilico-arquitetura-biophilic-design-saude-evolutivo-atracao-filosofico-ligacao-emocional-.html> acessado em março de 2018.

WALLACE, B. A. Princípios da Ciência Contemplativa. Buda Virtual, dez de 2015. Disponível em: <http://www.budavirtual.com.br/principios-da-ciencia-contemplativa/> acessado em abril de 2018.

Outras fontes de pesquisa utilizadas:

<https://www.megacurioso.com.br/ciencia/104375-voce-ja-ouviu-falar-em-cremacao-liquida.htm>

<https://exame.abril.com.br/seu-dinheiro/os-custos-do-enterro-e-da-cremacao/>

<https://www.megacurioso.com.br/sustentabilidade/99457-cremacao-verde-empresa-dissolve-cadaveres-e-os-descarta-em-esgotos.htm>

<https://mundoestranho.abril.com.br/cotidiano/como-e-feita-a-cremacao-de-cadaveres/>

<http://gizmodo.uol.com.br/o-que-e-a-cremacao-liquida-e-por-que-ela-e-illegal-em-alguns-estados-americanos/>

<https://g1.globo.com/natureza/noticia/nada-de-cremacao-ou-enterro-opcao-por-dissolver-corpo-apos-a-morte-ganha-adeptos.ghtml>

http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2011/08/110830_liquefacao_mv_pai.shtml

<https://www.cerejeiras.com.br/blog/cremar-ou-enterrar-diferencas>

<https://noqueirense.com.br/enterro-ou-cremacao-entenda-a-diferenca-entre-esses-processos>

[file:///C:/Users/GEDU/Downloads/14506-72737-2-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/GEDU/Downloads/14506-72737-2-PB%20(1).pdf)

Design biofílico

http://www.interface.com/LA/pt-BR/campaign/biophilic-design/Biophilic-Design-pt_BR

<http://leonettipiemonte.arq.br/site/?p=1357>

Espaço contemplativo

<https://www.archdaily.com.br/br/767847/centro-contemplativo-windhover-aidlin-darling-design>

ABSTRACT

This article talks about the fictitious interior design of a contemporary or biocrematory cemetery, where a new funerary process with a lower environmental impact is made, through the biocremation or liquid cremation or alkaline hydrolysis. The study also addresses the use of biophilic design that integrates nature into the environment bringing various benefits, traditional cemeteries and their environmental impacts. The project does not address religious issues because of the great diversity of cultures in our country. The intention of the project is to bring peace and tranquility to a moment of the loss of a loved one.

Keywords: *Cemetery, biophilic design, interiors, landscaping, design.*

AURORA CLUB - LUZ, MÚSICA E EMOÇÃO

Nailan Cristina Teixeira Marques Martins¹, Samara Leite da Silva², Waldirene Maria de Lima Martins³, Angélica Pereira Marsicano Tavares⁴, Rafaela Nunes Mendonça⁵

RESUMO

Apresenta-se nesse artigo a elaboração de um projeto de interiores para uma nova casa noturna na cidade de Uberlândia. Nesse cenário, propõe-se um planejamento e uma ambientação singular e dinâmica para atrair e agradar jovens e adultos que buscam entretenimento, descontração, diversão em um ambiente atrativo, funcional, confortável e seguro. O projeto tem como foco principal mostrar como a luz e as cores podem causar sensações físicas e psicológicas diversificadas no ser humano. A proposta envolve sistemas diferenciados e tecnológicos desde a recepção do cliente até seu atendimento e sua diversão.

Palavras-chave: Sensações, entretenimento, tecnologia, sofisticação e conforto.

1. INTRODUÇÃO

Entre as diversas formas de lazer noturno, uma das mais procuradas por jovens e adultos é, sem dúvida, a boate. Este setor tem crescido bastante, sendo uma ótima opção de investimento para os empresários, porém, a rivalidade neste ramo é inexorável. “O mercado de trabalho nesse setor é muito lucrativo, porém com vida de prazo médio”, diz Clarisse Setyon, coordenadora do curso em gestão de entretenimento *da Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM (ESTADÃO PME, 2012)*. “Nesse setor deve-se estar sempre em busca de inovação e/ou mudança, pois com o tempo extenuam e perdem força. A distinção nesse setor é a

¹ Nailan Cristina T. M. Martins do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2018. Nailan.marques@hotmail.com

² Samara Leite da Silva do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2018. samaraleiteds@gmail.com

³ Waldirene Maria de Lima Martins do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2018. atrattiva@atrattivamoveis.com.br

⁴ Angélica Pereira Marsicano Tavares - Mestre - Professora Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2018. angélica.tavares@uniessa.com.br.

⁵ Rafaela Nunes Mendonça - Mestre - Professora Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2018. rafaella.mendonca@gmail.com

chave mestre para o sucesso, pois o público está sempre em busca de novidades e tendências”, destaca Alexandre Mutran, diretor de atendimento da agência Tudo, braço de eventos do Grupo ABC (ESTADÃO PME, 2012).

Na era da automação, aliam-se tecnologia, criatividade e dinamismo ao design, como forma de reagir à mesmice de ambientes monótonos e desinteressantes, garantindo diferentes cenários e variadas sensações. Um bom projeto de iluminação, não cumpre apenas com a função de visibilidade, muito além de iluminar e destacar peças e ambientes é um fator considerado como provedor de emoções. Além de permitir que se observe o espaço a nossa volta, o posicionamento, a quantidade e a intensidade, a cor e luz são capazes de incitar movimento e estímulos em diversas ambiências. Segundo Schmid (2005), no ambiente interno, a iluminação artificial, além de auxiliar a leitura do espaço, tem um valor significativo estético muito forte e pode mudar expressivamente a sensação de espaço. “A luz e suas cores propõem uma harmonia entre o corpo, mente e emoção podendo ser utilizada até mesmo em tratamentos terapêuticos”, cita Laiana Lima do escritório *L: R Arquitetura e Interiores (ACRITICA, 2016)*. Um foco de luz em uma pessoa de forma que a destaque, por exemplo, pode causar sensação psíquica, pois a fará se sentir importante, notável.

A finalidade desse artigo reside no desenvolvimento de um projeto de design de interiores de um espaço comercial, o qual a partir de uma estrutura arquitetônica existente se dá origem a uma casa noturna titulada Aurora Club, a ser instalada em setor nobre de Uberlândia. São abordados conceitos, técnicas e materiais, visando aproveitamento do espaço, segurança e qualidade do serviço oferecido, enfatizando a principal proposta do projeto que é a sensação causada pela luz. Abrange-se a definição e progresso das casas noturnas; estudo da influência da cor nos ambientes e formas de execução; aplicação e cumprimento das normas de segurança e cuidado com o espaço; por fim, a concepção de um projeto genuíno com caráter sofisticado e atmosfera iluminada.

De acordo com o que foi mencionado, distingue-se a base desse projeto. Neste âmbito de projetar um ambiente noturno no campo de design de interiores, desvelou-se a criação de um espaço luxuoso, atrativo ao público alvo, que possa

propiciar sensações aos usuários através da iluminação e que procura se adequar ao mercado e exigência dos usuários. Por meio de pesquisas de caráter bibliográfico e documental, como sites, artigos científicos, monografias e outros meios tradicionais, compôs-se um estudo do tema em foco. O processo criativo desenvolveu-se em etapas, sendo elas: desenvolvimento do Briefing, programa de necessidades e fluxograma, fundamentação teórica e referencial imagético de inspiração, análise de similares, conclusão e por fim, o desenvolvimento técnico e ilustrativo do projeto.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Casa Noturna: Conceito e Evolução

Termo moderno e generalizado que abrange vários tipos de comércio, entre eles: bares, discotecas, teatros, casa de shows, bordeis, etc.¹ Conhecida também como Boate, do francês *Boite*, refere-se a um espaço profissional e de entretenimento noturno no qual, além da distração, se pode dançar, beber, encontrar amigos e fazer novas amizades, ver as pessoas e ser visto por elas. (FERREIRA, 1999).

Originou-se das “discotecas” em meados de 1970 e início de 1980, termo que se refere ao tipo de música da época, a *Disco Music*, a qual é um conjunto de arranjos de instrumentos de ritmos, melodias e batidas capazes de proporcionar efeitos psicológicos e fisiológicos nas pessoas. Em meados da década de 70 os componentes da *Disco* começam a se juntar, o desenvolvimento do *Soul* dos anos 60 – música negra ou *Blackmusic* – com surgimento do *Funk* e o toque do *Jazz*, formam então a *Disco Music*. A partir de então, surgem as danceterias.²

A primeira danceteria do mundo foi a *The Whisky-A-Go-Go* (figura 1), localizada em *West Hoolywood* na Califórnia – EUA. Tornou-se famosa pela exposição de suas dançarinas em gaiolas³.

¹ DICIONARIO SANSAGENT - Casa Noturna: definição. sansagent. 2013. Disponível em: <[http://dicionario.sansagent.com/casa noturna/pt-pt/](http://dicionario.sansagent.com/casa%20noturna/pt-pt/)>. Acesso em: 08 maio 2018.

² RC, Marcello. **Disco** Night. Disponível em: <<http://www.disconight.com.br/historiadisco.html>>. Acesso em: 07 abr. 2018.

³ THE Whisky-A-Go-Go: 1ª danceteria do mundo. 1ª danceteria do mundo. 2013. Disponível em: <<http://www.gazetaam.com/category/quadros/recordar-e-viver/>>. Acesso em: 7 maio 2018.



Figura 1 - *The Whisky-A-Go-Go*

Fonte: <https://www.pinterest.com/pin/492581277974514076/>

As danceterias tornaram-se mundialmente populares através do filme “Os embalos de sábado à noite”, estrelado por Jhon Travolta e no Brasil na novela “*Dancin’ Days*” de 1978, a qual foi tema de uma reportagem de uma revista Norte Americana *NewsWeek* destacando a influência dos hábitos, costume e consumo.⁴Nessa época já se manifestavam características das atuais “boates”, como o jogo de luz nas pistas de dança e DJ no comando do som. Para fugir do retrógrado e repressão militar, os jovens mergulhavam no hedonismo (a busca pelo prazer).

Após a década de 80 a Disco Music se transformou e influenciou os novos gêneros musicais que a sucedeu. Já na década de 90 a moda passou a ser a música eletrônica, deu-se início as *Raves* de forma inovada, pois já existiam desde 1950, festas livres que propunha fugir da realidade através de dança, música e drogas. Ainda nessa década, estava no auge o movimento *Clubber*, no inglês *Club*, foi esse movimento que fez alavancar a música eletrônica em um curto período. No Brasil, as casas noturnas de São Paulo que se destacam são *Hell's Club*, *Over Night*, *Arena*, *Palacios*, *Contra-Mão*, *Toco*, *Sound Factory* e *Nation*. Os *Clubbers* normalmente

⁴ MEMORIA GLOBO – *Dancing’ Days*: Tema de reportagem. 1978. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/dancin-days/curiosidades.htm>>. Acesso em: 08 maio 2018.

possuem visuais extravagantes, são estereotipados e cores alucinógenas são suas preferências. Hoje, toda essa nomenclatura se resume em Casa Noturna, porém, como nas décadas anteriores, sofreram algumas alterações, apresentando-se mais atualizadas.⁵ Segundo entrevista feita pelo site ESTADÃO PME (Pequenas e Médias Empresas) com a especialista Clarisse Cetyon, coordenadora do curso em gestão de entretenimento da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) esse setor é um bom negócio, pois as pessoas que buscam esses lugares para seu lazer, estão dispostas a gastar mais, motivadas, por exemplo, por questões psicológicas associadas ao estresse diário. Porém, essas empresas têm um prazo médio de vida, o que implica na busca por um lucro rápido. Para isso é comum que os empresários estejam constantemente abrindo novas empresas ou renovando a existente, no intuito de se recolocarem no mercado, pois as mesmas extenuam e perdem força. Ainda em entrevista ao mesmo site, Alexandre Mutran diretor de atendimento da agência Tudo, braço de eventos do grupo ABC em entrevista ao mesmo site, destaca que o mercado é intermitente e as pessoas querem novidades, se o negócio fica repetitivo, por isso é aconselhável que o empresário lance um novo empreendimento.

2.2 Sensações Lumínicas

a) Luz e Emoção

A iluminação, que antes era usada apenas para dar visibilidade e auxiliar na arquitetura, deixou esse *status* e, além de dar destaque em pontos específicos e delimitar ambientes, passou a ser considerada a provedora de sensações. Segundo as arquitetas Laiana Lima e Rafaela Santos, do escritório *L:R Arquitetura e Interiores*, “um ambiente mal iluminado pode gerar stress, cansaço visual e mental e até depressão”(ACRITICA,2016).

A iluminação tem o poder de persuasão sobre o ser humano, podendo ser usada inclusive para o tratamento de doenças através da *Cromoterapia*, técnica que utiliza as cores para estabelecer o equilíbrio entre o corpo, mente e emoções (FONTE, data). De acordo com o desejo da pessoa, a iluminação pode provocar relaxamento,

⁵ CLUBBER. 2017. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Clubber>>. Acesso em: 07 abr. 2018.

agitação e até mesmo produtividade. Cada ambiente deve ser iluminado de acordo com sua função, e sempre que possível utilizar a iluminação natural, que auxilia nas questões de conforto ambiental. Nesse sentido, a luz natural é considerada como uma luz benéfica ao homem, pois estimula a produção de vitamina D no organismo, aumentando a energia e regularizando o metabolismo.

A luz artificial, porém, é o foco principal deste projeto, pois é através dela que se trabalham os sentimentos diversos em cada pessoa de acordo com o âmbito. Uma boa iluminação é o ponto alto de qualquer ambiente, entretanto o mau uso pode destruí-lo. Gurgel (2004, p.234, 241-242) cita maneiras e aspectos necessários para um projeto de iluminação que devem considerar as atividades e tarefas que serão exercidos no ambiente, cores e texturas, dimensões e pé direito, idade dos usuários, além de como se dá a iluminação natural do ambiente e o que é possível fazer para melhorar.

Dentro do quesito “artificial”, tem-se a iluminação cênica, a qual é direcionada, usada para destacar pessoas ou objetos, sendo capaz de transformar ambientes em cenários. Esse artefato se dá através de equipamentos, onde cada um tem sua propriedade específica capaz de compor imagens, formas e dar ritmo de acordo com a quantidade e tipo de luz emitida em cada dispositivo (FONTE, data). Independente do uso de cores e desenhos dos fachos é importante que a cena seja iluminada, possibilitando visualização e movimentação no espaço.

b) O poder das cores

As cores interferem tanto psicologicamente quanto fisiologicamente. Interpõe-se no ser humano criando todo tipo de sensações, como: alegria ou tristeza, exaltação ou depressão, atividade ou passividade, calor ou frio, equilíbrio ou desequilíbrio. Cada cor tem uma determinada vibração nos sentidos das pessoas, capaz de exortar ou transtornar a emoção, a consciência, os impulsos e desejos, ou seja, podem atuar de forma positiva ou negativa (FONTE, data).

Na teoria das cores, fala-se de temperatura da cor, as quais podem ser quentes ou frias. Cada temperatura propõe um sentimento e uma ação diferente, pois, pode interferir diretamente no psicológico do ser humano, causando agitação ou

calmaria, vigor ou debilidade (Fracchetta-2014). Nesse sentido, o projeto elaborado, que será apresentado na sequência deste estudo, se apoia nas seguintes determinações, que expõem as cores quentes e as respectivas sensações relacionadas:

- **Vermelho:** força, energia, amor, liderança, alegria, excitação, perigo, fogo, revolução, paixão;
- **Magenta:** sofisticação, sensualidade, feminilidade, desejo;
- **Alaranjado:** energia, vitalidade, sucesso, criatividade, equilíbrio, entusiasmo, confiança, ludismo;
- **Violeta avermelhado:** velocidade, otimismo, alegria, felicidade, criatividade, idealismo, riqueza;
- **Amarelo:** luz, calor, vibração, alegria, criatividade, descontração.

Fonte: (Facchetta, 2014)

As casas noturnas são ambientes onde as pessoas vão em busca de alívio, visando esquecer dos problemas, para isso as cores quentes se adequam perfeitamente, pois estimulam o psicológico delas e proporcionam positividade. Algumas das sensações causadas pelas cores quentes são: excitação, energia, entusiasmo, descontração, alegria, entre outras. A cada cor especifica uma sensação.

2.3 Requisitos normativos e regulamentação

Na abertura de um novo empreendimento, são necessários alguns requisitos legais, administrativos e técnicos, porém existem normas técnicas específicas para cada setor.

Tratando-se de casa noturna, há uma peculiaridade em relação às normas e leis no Brasil, pois surgiram algumas mudanças no quesito segurança após o ocorrido na boate *Kiss* em Santa Maria no dia 27 de Janeiro de 2013, fato que tornou a fiscalização mais severa.

Dos procedimentos primordiais para funcionamento e segurança, sendo válidos para recintos de público igual ou maior a 100 (cem) pessoas, destacam-se, conforme Juliana Domingos (2017):

1. Alvará de funcionamento e capacidade máxima: deverá estar exposto na entrada do estabelecimento. Alvarás, laudos e resultados de vistorias e pericia deveram ser divulgados pela prefeitura e corpo de bombeiro na internet. O recinto poderá ser penalizado caso haja superlotação, mesmo sem decorrência de acidentes (LEI Nº 16.675);
 2. Uso de comandas: fica expressamente proibido. O pagamento deverá ser feito no ato do consumo, evitando filas e tumultos. Caso ao contrário, o usuário ser barrado por não ter efetuado o pagamento poderá ser fatal numa desocupação emergencial (LEI 13.425/17);
 3. Saídas de emergência: no mínimo duas saídas nesse tipo de estabelecimento, sinalizadas com placas reflexivas e/ou eletrônica com bateria própria, tanto em pisos quanto paredes orientando rota de saída emergencial disposta na altura correta. Programa Brigada de Incêndio com os funcionários, para que estejam preparados em caso de eventuais emergências. (ABNT NBR 9077/ 13434/ 14276);
 4. Exaustores de fumaça no teto ou parede, rente ao teto;
 5. Sistema de alarmes de incêndio e Sprinklers (pulverizador de água) no teto, com corte de energia elétrica em caso de curto.
 6. Extintores e hidrantes em várias áreas do recinto com indicações, estando em dias a manutenção e o prazo de validade (LEI Nº 16.675);
 7. Acústica: deve ser feito com materiais ante chama, revestimento não propagador de fogo e que não expilem fumaça (LEI COMPLEMENTAR Nº 4/2013 Art.3º);
 8. Portas corta-fogo: proteção das saídas de emergências com barras ante pânico (ABNT NBR 11742/ 11711);
 9. Acessibilidade (edificações, mobiliários, espaços e equipamentos), para utilização dos usuários de forma autônoma e segura (ABNT NRB 9050);
 10. Manual de normas e rotinas de serviços de higiene e limpeza visando a saúde e bem-estar do usuário.
-

2.4 Análises de similares

Com a finalidade de levantamento de dados e análise dos aspectos sensoriais e técnicos aplicados aos interiores de casas noturnas, foram levantados alguns projetos que se aproximam do tema do projeto aqui abordado. Após o levantamento, foram selecionados três ambientes similares ao proposto por este estudo, para então desenvolver as devidas análises.

Os espaços selecionados foram:

a) *Coco Bongo* – Cancun, México.



Figura 2 – imagens de Coco bongo- Cancun

Fonte: <http://www.cocobongo.com/locations/cancun/?lang=pt>

b) *Greenhouse* - Hudson Square, Nova Iorque.





Figura 3 – imagens de Greenhouse

Fonte: <http://decoracaopracasa.com/top-5-boates-de-design-no-mundo/>

c) Roxy – Goiânia, Goiás.



Figura 4 – imagens de Roxy

Fonte: <http://decoracaopracasa.com/top-5-boates-de-design-no-mundo/>

As análises foram feitas com bases no referencial imagético, bem como pela descrição dos espaços, disponibilizadas em sites. Através dessas informações e partindo de uma observação assistemática, puderam-se levantar alguns aspectos – técnicos, estéticos e semânticos importantes a serem considerados no desenvolvimento do projeto.

O primeiro objeto de análise é a boate *Coco Bongo*. Esse espaço trás um novo conceito de palco para seu projeto. Trata-se de uma pequena área delimitada que se projeta acima do nível do piso através de um sistema hidráulico, transformando o bar em palco. Demonstra-se como uma inovação, a partir do momento em que o cliente é convidado a subir e se divertir, possibilitando que esse indivíduo se destaque

entre os demais presentes, permitindo assim uma experiência psíquica que vai além de dança e música.

As boates *Roxy Club* e *Greenhouse*, propõe o uso intensivo da tecnologia, do design exótico, aproximando-se das características do futurismo com o uso de cores contrastantes e neons. A *Roxy* traz em sua decoração aparatos que transformam o seu teto em uma grande “colmeia” iluminada, já a *Greenhouse*, além de ser uma boate sofisticada, trás uma iluminação diferenciada, com contrastes nas cores, tecnologia e muito luxo.

Com todo o exposto, os principais pontos elencados para o desenvolvimento do projeto da Aurora Club, fundamenta-se pelo foco na iluminação planejada, aplicada em pontos estratégicos considerando fatores de mobilidade, flexibilidade e tecnologia. Também se apoia na questão do contraste nas cores e néons, bem como na ideia de “bar-palco” apresentado na boate *Coco Bongo*. Assim, a Aurora Club foi projetada a partir da união de experiências únicas com conforto, beleza, segurança e sustentabilidade. O projeto da boate visa unir pessoas que buscam algo além da diversão, permitindo o fluir da imaginação trazendo sensações psíquicas e físicas.

3. AURORA CLUB – O PROJETO

3.1 Briefing

Para o *briefing* considerou-se o perfil de um empresário hipotético, um rapaz solteiro, de 30 anos, empreendedor e admirador de festas noturnas. Além do gosto por festas, o cliente gosta de viajar e conhecer diferentes lugares, especialmente onde há uma vida noturna agitada e sofisticada.

Como público alvo, destacam-se os jovens e adultos, especialmente das classes econômicas mais altas. Para isso o espaço deve priorizar o requinte, transpondo essa característica desde o espaço arquitetônico até os móveis e acessórios. A iluminação é o referencial na boate, a qual visa promover sensações diversas através das cores e movimentos.

A Aurora Club é um empreendimento noturno, seu funcionamento será de Terça a Domingo. Para atendimento aos clientes, disponibiliza-se de duas funcionárias para o caixa, quatro *Barmans* sendo dois para o bar principal e outros

dois para atendimento no Bar palco, três funcionários para atendimento da cozinha e outros dois para auxílio de limpeza nos banheiros internos da boate. Durante o dia, quando a boate não estiver em funcionamento, terá uma equipe de limpeza terceirizada para fazer a manutenção do recinto.

A Aurora Club propõe um planejamento e uma ambientação singular e dinâmica para atrair e agradar jovens e adultos que buscam entretenimento, descontração, diversão em um ambiente atrativo, funcional, confortável e seguro. Para se diferenciar e se manter no mercado, tem como foco principal mostrar como a luz e as cores podem causar sensações físicas e psicológicas diversificadas no ser humano. A proposta envolve sistemas diferenciados e tecnológicos desde a recepção do cliente até seu atendimento e sua diversão.

A boate recebeu o nome Aurora Club referenciada ao fenômeno Aurora Boreal, a qual se trata de um composto de luzes brilhantes e coloridas observadas no céu noturno em países polares. Visto isto, a referência casa-se perfeitamente com o conceito do projeto.



*Figura 5 – Logo da boate
Fonte: Própria autoria*

3.2 Programa de Necessidades

A Tabela 1 apresenta o programa de necessidades para a boate.

Ambiente	Mobiliário	Equipamento	Complemento
Entrada 1	-	• Cascata de água e luz	• Jardim
Entrada 2	• Balcão de recepção	• Sensores de presença • Sensores de toque • Raio de luz contínuo	• Agenda • Caneta
Lounge	• Sofá • Painel • Mesa de centro • Poltrona	-	-
Caixa	• Balcão	• Máquina de cartões • Tablet	• Calculadora • Caneta
Escritório	• Mesa • Cadeira • Móvel	• Notebook	• Calculadora • Mouse • Quadros
Bar	• Balcão	• Freezer • Liquidificador	• Bebidas • Utensílios para drinks • Baldes de gelo
Pista	• Bistrô	• Piso com elevação hidráulica	-
Camarote	• Mesa • Sofá	-	• Balde de gelo
Palco	-	• Microfone • Caixa de som	-
Camarim	• Camarim • Poltrona • Armário	-	-
Banheiro	• Poltronas	-	• Vaso sanitário • Mictório • Espelho • Quadros
Banheiro de serviço	-	-	• Vaso sanitário • Mictório • Espelho
DML	• Armário	-	• Tanque

Tabela 1 – Programa de Necessidades
Fonte: Própria autoria

3.3 Fluxograma

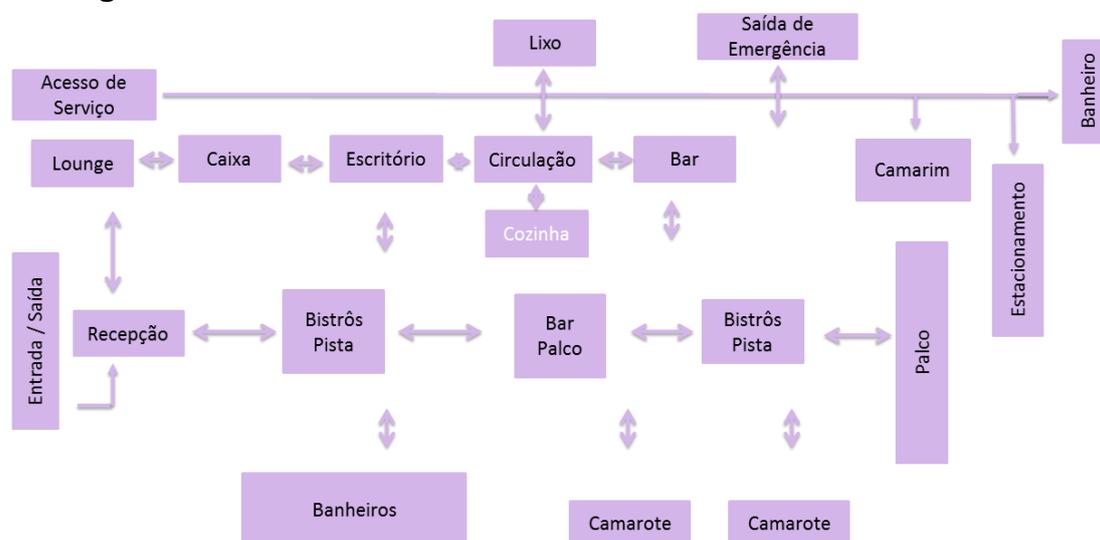


Figura 6 – Fluxograma
Fonte: Própria autoria

3.4 Setorização

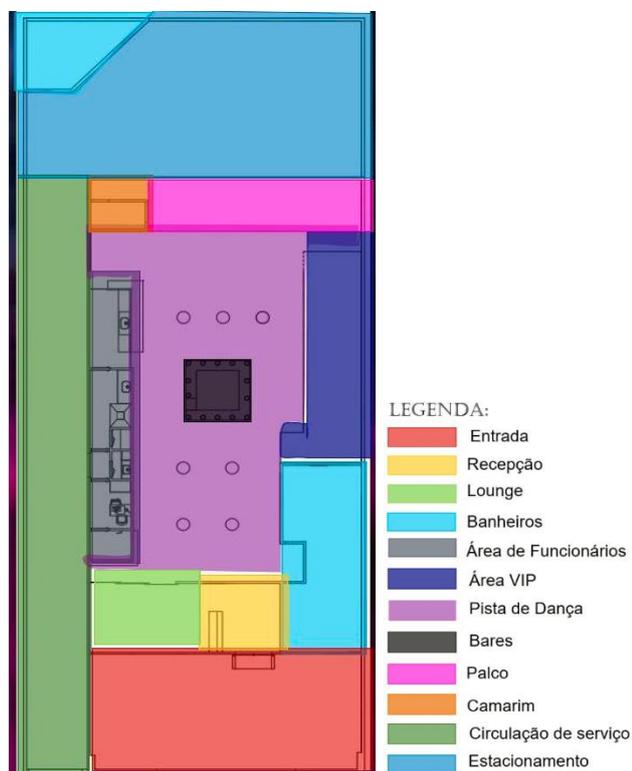


Figura 7 – Setorização
Fonte: Própria autoria

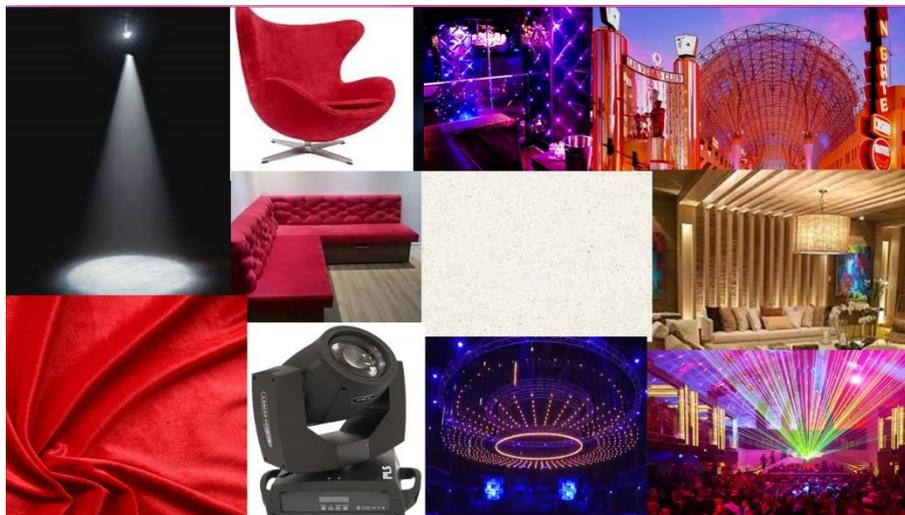
3.5 Painel Semântico e conceito projetual

Tratando-se de um projeto de interiores com ênfase em sensações lumínicas, elaborou-se um estudo para criação de um ambiente diferenciado e inovador.



Figura 8 – Painel Semântico – agrupamento de imagens do Google imagens
Fonte: Google imagens

Conforme esclarecido na fundamentação do projeto como as luzes e as cores podem provocar emoções e sensações nos seres humanos, ressaltam-se esses dois pontos através de diferentes formas e efeitos, aliando tudo isso a tecnologia.



*Figura 9– Painel Semântico – agrupamento de imagens do Google imagens
Fonte: Google imagens*

3.5.1 Layout, Memorial descritivo e imagens ilustrativas

A boate Aurora Club é um empreendimento de alto padrão, localizado no setor sul de Uberlândia, que procura atender seu público de forma singular. Sendo assim, projetou-se um ambiente requintado, buscou-se um pouco do estilo Hi Tech no uso de linhas retas, decoração limpa e futurista, prevalece-se o uso da cor preta em todo o interior com a mistura de cores quentes em alguns pontos e no mobiliário.

O uso da tecnologia é um ponto forte do projeto. Para isso, utilizou-se de algumas das muitas tecnologias que existem no mercado, como a automação, fibra ótica, lasers e, principalmente, o uso da tecnologia fotovoltaica, uma energia limpa e sustentável que traz economia financeira e ainda garante o funcionamento da boate em qualquer ocasião. Como a arquitetura do espaço não permite entrada de ar natural, foram utilizados exaustores industriais no salão principal (pista de dança) e ar condicionado nos ambientes reservados. A energia da boate é obtida pela tecnologia do sistema fotovoltaico, um sistema para geração próprio, onde a luz solar é transformada em energia/corrente elétrica.

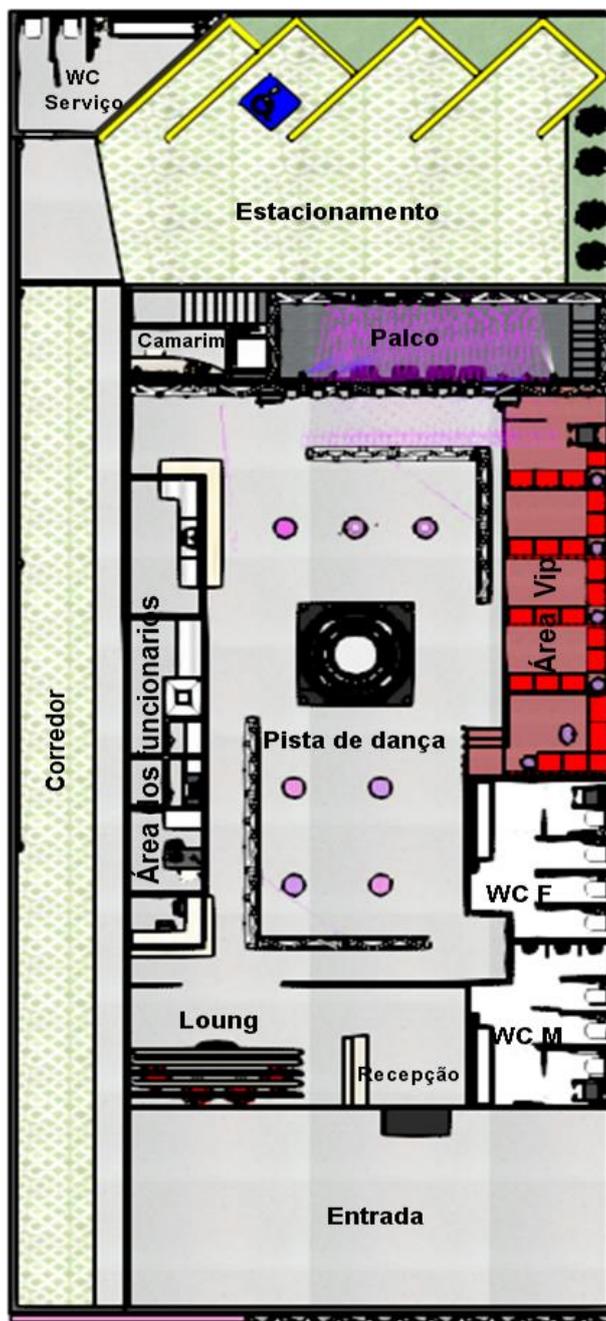


Figura 10 – Layout
Fonte: Própria autoria

O espaço ainda conta com as normas de segurança da NBR e atende leis administrativas exigidas, trazendo ao usuário segurança e tranquilidade para curtir a noite e esquecer-se dos problemas diários, podendo então desfrutar de um empreendimento único.

No que diz respeito à fachada, o nome da Boate é posicionado do lado esquerdo, utilizando um letreiro Neon, disposto em uma pequena marquise. Acima do nome o logo com a letra "A" são construídos com base na fonte *Tech*, sem relevo.



*Figura 11 – Fachada
Fonte: Própria autoria*

Em toda a fachada utilizou-se de revestimento 3D diamantado em vidro laminado transparente tendo de fundo uma tela tensionada, onde a luz é provida por fita de Led RGB atrás da tela, a qual emite a luz em todo revestimento, ha um portão central que segue o 3D diamantado em vidro laminado e blindado na cor fumê, permitindo a visão do interior da primeira entrada da boate. Na calçada utilizou-se a pedra portuguesa vermelha e um paisagismo limpo.

Adentrando a porta central, depara-se com o primeiro espetáculo da boate, referenciada na famosa *Fremont Street* em *Las Vegas*, um telão que reveste todo o teto e desce na parede, dando a sensação extraordinária de estar dentro da reprodução da tela. Para iluminação geral, dispôs-se de arandelas embutidas nas paredes laterais com lâmpadas de 6500k.



Figura 12 – Telão
Fonte: Própria autoria

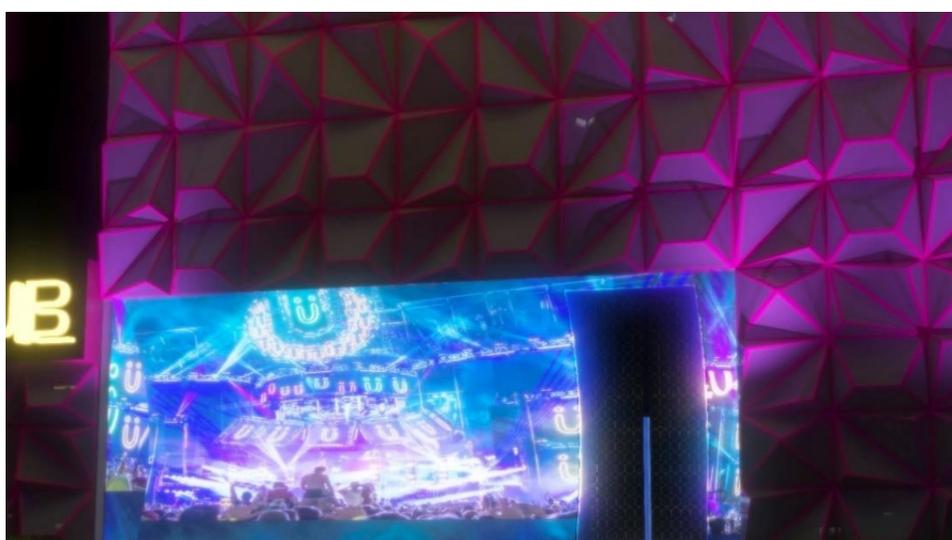


Figura 13 – Telão
Fonte: Própria autoria

Embutida nesse telão tem-se uma porta de vidro laminado com pintura de cubos, sendo que no interior do vidro há uma luz que provoca o efeito 3D dado pelo jogo de luz e sombra, onde o efeito de luz se dá nos espaçamentos da pintura. Passando pela porta geométrica, o usuário é surpreendido por um teto iluminado por fibras óticas, as quais encaixam suas pontas em vários pendentes de acrílico com bolhas dispostos no teto da recepção. Para iluminação geral da recepção, utilizou-se de spots duplo embutido com fundo preto para lâmpadas Par30 de 6500K. Porém, o

usuário pode ser surpreendido por uma "luz divina", que sai entre esses tubos do teto, a qual é acionada através de uma automatização, o usuário tem nesse momento a sensação de boas vindas.



Figura 14 – Recepção
Fonte: Própria autoria

Para mexer mais com o psicológico do público quando essa luz divina se aciona, projeta-se um holograma no Lounge no tamanho real da pessoa focada anunciando sua chegada á quem a aguarda, podendo ainda ser vista pelas outras pessoas. Esse mesmo holograma se repete no palco do lado de dentro da boate, o efeito luminoso causada pela "luz divina" promove uma sensação de importância e de destaque ao usuário.

Esse ambiente é requintado, com poltronas Egg, uma mesa de centro e pergolado iluminado com fita Led de 2700k trazendo aconchego e tranquilidade, contando ainda com uma sanca na parede próxima ao pergolado no qual dispõe iluminação em fita de Led 2700k, para a iluminação geral utiliza-se no teto spots duplo de embutir com fundo preto com lâmpadas de 6500k.

No Lounge encontra-se a entrada para o centro de atenção da boate, é uma porta de Muxarabe em 3D com três partes deslizantes com amortecedores, as quais duas delas se abrem, sendo que é possível deslocar as três partes caso necessários.



Figura 15– Lounge
Fonte: Própria autoria

Adentrando a porta de Muxarabe tem-se o ambiente onde se realiza o maior espetáculo das noites, o salão. O usuário depara-se com muito luxo, iluminações cênicas e decorativas, cores quentes e contrastantes despertando o entusiasmo, vitalidade, disposição, alegria, ânimo, entre outros que despertam positividade nas pessoas, utilizando-se da cor preta em todo o restante da boate inclusive o teto, no piso é em *Graniliti* branco. Dispostos em vários pontos dentro da boate, encontra-se os bistrôs iluminados, ao centro do salão tem-se o bar-palco, o qual é um bar que em algum momento se transforma em palco levantando o seu piso de plataforma elevatória através de um sistema hidráulico deixando-o nivelado com o balcão, nesse bar é oferecido apenas bebidas. Para iluminação geral utilizou-se de vários spots duplos de embutir com fundo preto para lâmpadas Par30 de 6500k no forro de lã de vidro.



*Figura 16– Pista de dança
Fonte: Própria autoria*

No camarote conta-se com sofá Alemão Botonê cor bordo e mesas de canto no mesmo material dos bistrôs. Os camarotes estão dispostos sequencialmente em nível mais elevado de acordo com seu valor de custo para desfrute. Possuem guarda-corpo em vidro temperado e laminados para segurança dos usuários e seu piso é em carpete ante chama. Para finalizar os camarotes com chave de ouro, envolveu-se todos eles com um belíssimo pergolado iluminado com fita de Led de 2500k.



*Figura 17– Área Vip
Fonte: Própria autoria*

Ao fundo do salão do lado esquerdo esta a porta de emergência principal, sendo que a porta de entrada também é emergencial, pois fica sempre aberta, podendo ser deslocada sempre que necessário e tem livre acesso já que o consumo é pago no ato da compra, evitando bloqueio de pessoa pelo não pagamento.

Ao fundo do salão está o palco principal, com nível elevado a 120 cm, contando com uma escada lateral para acesso ao salão e outra para o camarim, piso carpetado com material ante chama, paredes pintadas com tinta preta fosca. Dispostas em uma estrutura de aço no teto tem-se a iluminação cênica, as quais provem de canhões de luz voltadas para o palco, para iluminação geral utilizou-se do mesmo spot do salão.



Figura 18– Palco
Fonte: Própria autoria

Ao lado do palco está localizada o camarim para uso exclusivo de artistas, local pequeno porem confortável ao usuário. O camarim dispõe de uma mesa para maquiagem com espelho e iluminação, fabricada com MDF na cor Chamois, atrás se tem um papel de parede com estampa geométrica cinza e branca, poltrona, ar condicionado piso em *Graniliti* branco. No teto utilizou-se para o forro a mesma lã de vidro boreal ante chama que dispõem em todo o teto da boate, porem na cor branca

para dar mais leveza ao ambiente, na parede tinta branco gelo e o piso revestido com carpete ante chama.

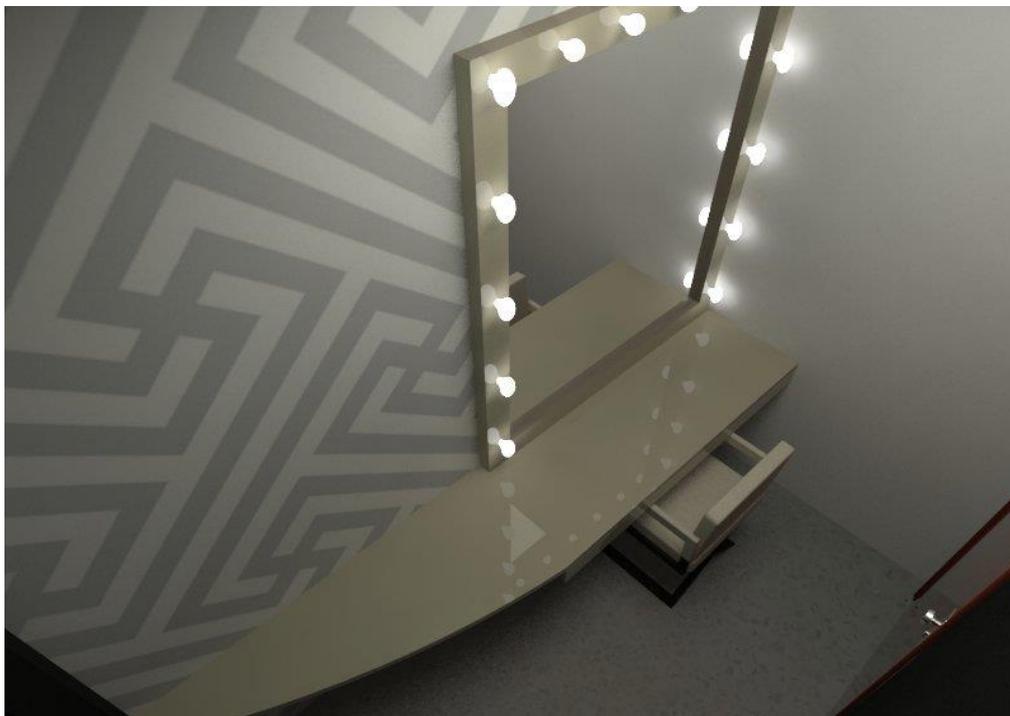


Figura 19– Camarim
Fonte: Própria autoria

Para acesso ao palco, tem-se a escada que fica ao lado do camarim, a mesma possui piso *Graniliti* com fitas antiderrapantes para fácil manutenção do espaço e balizadores dos dois lados da escada. Conta com teto forrado com a lã de vidro boreal na cor preta com iluminação geral em spots duplo com fundo preto embutido para lâmpadas Par30 de 6500k. Nesse corredor ha uma porta de acesso ao estacionamento e saída lateral, portanto pode ser usada como rota de fuga caso necessário.

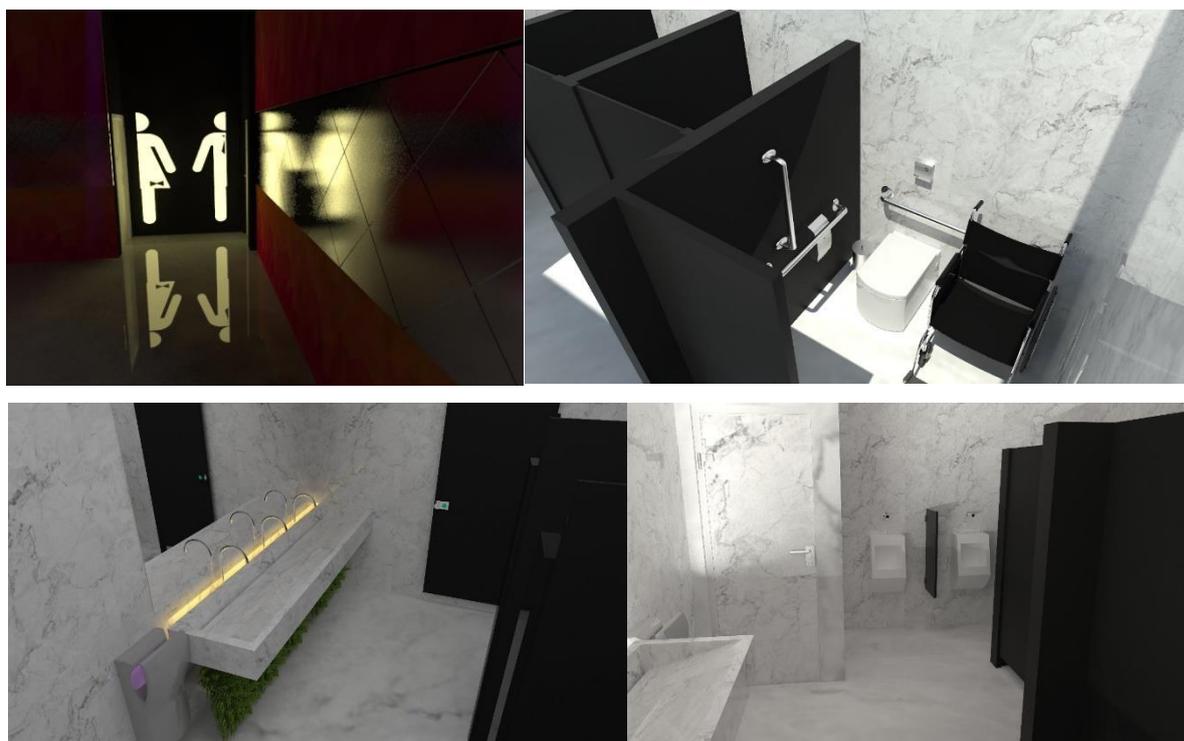
Considerando a direção "entrando" na boate, ao lado esquerdo conta-se com um caixa, possui uma bancada em pedra Ônix, vidro laminado brindado no atendimento, mesa em MDF *Gianduia*, aparelhos eletrônicos de uso, cadeira e ar condicionado. O piso de *Graniliti* branco e parede em tinta branca gelo, a iluminação geral é com painel de Led de 2700k. Saindo do caixa, a porta se dá em um escritório, onde fica a parte administrativa. Esse ambiente conta com uma mesa em MDF *Gianduia*, cadeira presidencial, aparelhos eletrônicos de uso, armário com dois cofres,

ar condicionado, piso *Graniliti* branco e forro no teto em lã de vidro na cor branca, iluminação geral com painel Led 30 cm 6500k. A saída do escritório se dá em um Hall de acesso, o qual também se dá no DML, cozinha e saída lateral para o corredor do estacionamento, podendo ainda ser utilizada para fuga se for preciso, pois a mesma dá acesso à saída lateral. No DML há um armário embutido vassoureiro em MDF Gianduia e na lateral bancada em granito São Gabriel e tanque embutido em alumínio, piso de *Graniliti* branco e uma parede revestida em cerâmica na cor cinza, outras em tinta branco gelo. A porta de acesso é do modelo camarão e iluminação geral com painel de Led 30 cm de 6500k. Na cozinha que se tem o acesso pelo Hall, é onde se produz a parte gastronômica da boate, portanto é um ambiente mais específico. Dentro da cozinha há uma despensa com prateleiras em MDF Gianduia para guardar os suprimentos não perecíveis, possui cerâmicas nas paredes, piso *Graniliti* e forro em Lã de vidro branco, iluminação geral com painel Led 22 cm de 6500k. Na cozinha conta-se com acessórios e as peças de uso para cozinha em aço Inox: fogão, fritadeira, pia e armário em MDF revestido em aço inox. Para melhor manutenção, utilizou-se o piso *Graniliti* branco e revestimento nas paredes cerâmicas cinza, o teto também em Lã de vidro branco. A iluminação geral se parte de um painel de Led 30 cm de 6500k. A cozinha dá acesso ao Bar principal da boate, onde os usuários são atendidos. O bar conta com uma bancada em L no mármore ônix com iluminação e na parte interna bancada toda de inox e armários em MDF revestidos em inox e refrigerados para bebidas, uma prateleira de bebidas, nas paredes há um grafiato com Lamato, piso *Graniliti*. Para luz geral utilizou-se a tela tensionada com uma tubo Led de 2700k.



Figura 20– Área dos funcionários
Fonte: Própria autoria

Nos banheiros, tanto o masculino quanto o feminino, utilizou-se o mármore Carrara no piso, paredes e divisórias dos sanitários, pia esculpida no mesmo mármore com recuo junto a parede onde se tem torneiras embutidas com iluminação em spots mini dicroicas. No teto tem-se um revestimento da linha Polygono branca textura Paris que segue a mesma geometria 3D da porta Muxarabe da entrada do salão.



*Figura 21 – W.C Masculino e feminino
Fonte: Própria autoria*

Na lateral externa da boate, encontra-se o corredor que dá acesso ao estacionamento privativo, de uso exclusivo do proprietário e convidados. O piso é composto por piso-grama e coberto próximos às portas com pergolados. E ao final do corredor está o estacionamento, no qual há um paisagismo. A iluminação do local, com intuito de dar efeito e não deixar muito claro utilizou-se arandelas dispostas em todos os lados dos muros e também iluminação no jardim horizontal.



*Figura 22 – W.C Externo
Fonte: Própria autoria*

No canto esquerdo estacionamento há um banheiro para uso dos funcionários e/ou convidados, que dispõe de pia esculpida em mármore Carrara, o mesmo mármore no piso e revestimento das paredes, textura 3D geométrica em uma delas e espelhos. Na pia, utilizou-se uma iluminação no recuo entre a parede e a pedra.

4. CONCLUSÃO

Tratando-se de um projeto de design de interiores para uma casa noturna, leva-se em conta variados aspectos projetuais teóricos e práticos. O uso de referências e análises de similares permitiram a realização do projeto com base no objetivo principal.

Entender o que o público é o ponto de partida, quanto maior a impressão causada maior é o sucesso. Buscar diferenciais é de suma importância, a boate Aurora Club buscou através do poder da luz e das cores provocar sensações únicas e de diversas formas em seu público por meio da tecnologia e humanização do espaço.

Relacionar o design de uma casa noturna e o mundo contemporâneo é quase obrigatório, afinal, o público está sempre em busca de novidades, não permitindo que

se caia em monotonia. A personalidade na escolha, desde uma composição visual até as sensações sentidas, é a marca da casa noturna Aurora Club.

Quer ir a uma balada? Tem-se aqui uma proposta irrecusável de diversão e entretenimento com sensações inesquecíveis.

REFERÊNCIAS

RC, Marcello. **Disco Night. Ano de publicação não citado**- Disponível em: <<http://www.disconight.com.br/historiadisco.html>>. Acesso em: 07 abr. 2018.

CULTURA E MUSICA – AUTOR DESCONHECIDO. **Discoteca no Brasil**. Disponível em: <<http://www.culturaemusica.com/pesquisa/discobrasil.htm>>. Acesso em: 07 abr. 2018.

CLUBBER. 2017. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Clubber>>. Acesso em: 07 abr. 2018.

ESTADAO PME - GESTÃO (Org.). **Quer ser um empresário da noite? Você precisará matar o negócio em até 5 anos para sobreviver**. 2012. Disponível em: <<http://pme.estadao.com.br/noticias/noticias,quer-ser-um-empresario-da-noite-voce-precisara-matar-o-negocio-em-ate-5-anos-para-sobreviver,2044,0.htm>>. Acesso em: 08 abr. 2018.

SCHMID, Aloísio Leoni. **A ideia de conforto. Reflexões sobre o ambiente construído**. Coleção Pesquisa, Curitiba, Pacto Ambiental, 2005.

IMBIAKPA, Doubara. **TeeDeez Nightclub: Anteprojeto de um Equipamento de Lazer Noturno**. 2014. Trabalho Final de Graduação (Graduação em Arquitetura e urbanismo) – Departamento de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2014. Disponível em: <http://portaldoarquiteto.com.br/wp-content/uploads/2015/10/monografia-4.pdf> acessado em abril de 2018.

ESPECIALIZE: Iluminação natural e artificial no design de interiores. Goiânia: Ipog, v. 1, jul. 2017. Disponível em: <[iluminacaonodesigndeinteriores.pdf](#)>. Acesso em: 28 abr. 2018.

ACRITICA **Iluminação pode causar sensações e despertar sentimentos nas pessoas**. 2016. Disponível em: <<https://www.acritica.com/channels/entretenimento/news/iluminacao-pode-causar-sensacoes-e-despertar-sentimentos-nas-pessoas>>. Acesso em: 01 maio 2018.

MANAIA, Mariele Berbel. Luz, cor e percepção: A influência da iluminação no comportamento humano. **Lume Arquitetura**, São Paulo, p.1-5, 2010. Disponível em: <http://lumearquitectura.com.br/pdf/ed53/ed_53_At_-_Linguagem_visual_e_psicoterapia.pdf>. Acesso em: 01 maio 2018.

LACY, Marie Louise. **O poder das cores no equilíbrio dos ambientes**. São Paulo: Pensamento, 1996. 118 p. Tradução de: Editora Pensamento-CULTRIX LTDA. Disponível em: <PODERDASCORESNOEQUILIBRIODOSAMBIENTESO.pdf>. Acesso em: 04 maio 2018.

FACCHETTA, Alexandre. **Efeitos da iluminação no comportamento humano**. 2014. Disponível em: <<http://www.forumdaconstrucao.com.br/conteudo.php?a=3&Cod=723>>. Acesso em: 04 maio 2018.

GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação: A construção Biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores**. 3. ed. São Paulo: Annablume, 2001. 151 p. Disponível em: <ACorComoInformacao-LucianoGuimaraes-compartilhandodesign.wordpress.com1.pdf>. Acesso em: 05 maio 2018.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação**. 5. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2006. 189 p. Disponível em: <PsicodinamicadasCoresemComunicacao-ModestoFarina-ClotildePerez-DorinhoBastos-compartilhandodesign.wordpress.com.pdf>. Acesso em: 06 maio 2018.

GURGEL, Miriam. **Projetando espaços**. Guia de arquitetura de interiores para áreas residenciais. 2.ed. São Paulo: Senac, 2004

DICIONÁRIO SANSAGENT - CASA Noturna: **definição. sansagent**. 2013. Disponível em: <<http://dicionario.sansagent.com/casa-noturna/pt-pt/>>. Acesso em: 08 maio 2018.

THE Whisky-A-Go-Go: 1ª danceteria do mundo. **1ª danceteria do mundo**. 2013. Disponível em: <<http://www.gazetaam.com/category/quadros/recordar-e-viver/>>. Acesso em: 7 maio 2018.

MEMORIA GLOBO - DANCING' Days: **Tema de reportagem. 1978**. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/dancing-days/curiosidades.htm>>. Acesso em: 08 maio 2018.

FERREIRA, A.B.H. Aurélio século XXI: **o dicionário da língua portuguesa**. 3.ed. ver. E ampl. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

LIMA, Juliana Domingos de (Ed.). **Lei Kiss: Regras para casas noturnas aprovadas pela Câmara**. 2017. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/03/09/Quais-s%C3%A3o-as-regras-para-casas-noturnas-aprovadas-pela-C%C3%A2mara>>. Acesso em: 04 jul. 2018.

LEI Nº 16.675 – DE 26/06/2017- Estabelece Normas gerais de segurança em boates, casa noturna e demais estabelecimentos abertos ao público.

LEI 13.425/17 – DE 30/03/2017 - Estabelece diretrizes gerais sobre medidas de prevenção e combate a incêndio e a desastres em estabelecimentos, edificações e áreas de reunião de público; altera as Leis nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, e 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil; e dá outras providências.

LEI COMPLEMENTAR Nº 4/2013 Art.3º - Na execução do projeto, fica vedado o uso de materiais inflamáveis no rebaixamento de tetos, pisos, portas e revestimento de paredes.

ABNT NBR 9077 – LEI COMPLEMENTAR Nº 4/2013 Art.2º- Saídas de emergência em edifícios.

ABNT NBR 13434 - LEI COMPLEMENTAR Nº 4/2013 Art.2º- Sinalização de segurança contra incêndio e pânico.

ABNT NBR 14276 - Programa de brigada de incêndio

ABNT NBR 11742 / 11711 - *Porta corta-fogo para saída de emergência*

ABNT NBR 9050 – Acessibilidade a edificações, mobiliários, espaços e equipamentos urbanos.

ABSTRACT

This article presents the design of an interior design for a new nightclub. In this scenario, it is proposed a unique and dynamic planning and setting to attract and please young people and adults who seek entertainment, fun and relaxation in an attractive, functional, comfortable and safe environment. As the main focus, the project cited still proposes sensations that can be obtained through light and colors. The proposal involves differentiated and technological systems from the reception of the customer to their service and their enjoyment.

Keywords: Sensations, entertainment, technology, sophistication and comfort.

CASA CONTAINER: TENDÊNCIA DE SUCESSO

Maria Amélia Mundim Ferreira¹, Angélica P. Marsicano Tavares².

RESUMO

Neste trabalho apresenta-se o conceito básico de CONTAINER como moradia, sua história e o conceito da proposta no geral. A importância da habitação e a verdadeira razão para que certos conceitos e estilos de habitações estejam presentes na nossa vida e no nosso dia a dia. O presente trabalho tem por objetivo abordar conceitos, comparar modelos e ideias para aplicar, criar, informar e apresentar sobre o projeto CASA CONTAINER, TENDÊNCIA DE SUCESSO. O projeto destina-se a uma pessoa do sexo masculino, introvertido, que utiliza a residência durante três dias na semana e procura o conforto de uma casa acolhedora, mas de fácil manutenção.

Palavras-chave: *Container, Moradia, Tendência, Design.*

1. INTRODUÇÃO

A humanidade, historicamente, sempre passou por transformações, porém, atualmente ocorrem de modo mais veloz e de efeito radical de alterações resultantes muitas vezes capazes de quebrar paradigmas e mudar conceitos antes nunca repensados. A sociedade desenvolveu novos costumes, e dentre estes, a modificação dos núcleos familiares se destaca, pois, não guardam mais as raízes tradicionais. O conceito de família se readequou, o de lar também seguiu estas mudanças. Desenvolveram novos locais de moradia surgindo assim, o container como um novo meio de morar.

O uso do container como habitação iniciou há duas décadas atrás e é considerado uma forma de moradia alternativa que originalmente proporcionou o reaproveitamento de containers transformando-os em residências. Como esta

¹ Maria Amélia Mundim Ferreira – Aluna do curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2017. danielapcorrea@gmail.com

² MSc. Angélica P. Marsicano Tavares – Professora do Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2017. angelicamarsicano@gmail.com

demanda cresceu consideravelmente e expressivamente, hoje é comum a compra de containers novos para utilizar na construção civil, sendo vendidos por preços baixos e bastante atrativos, que compensam seu custo benefício. Sua estrutura metálica sugere longevidade de durabilidade tornando-se solução sustentável ao novo estilo de morar aliado ao design e funcionalidade.

1.1 O PERFIL DO CLIENTE

O cliente Afonso Henrique é um jovem de 26 anos médico, solteiro, que se importa com o meio ambiente e com a sustentabilidade. Reside e atende na cidade de Uberlândia por 3 dias na semana e procura o conforto de uma casa acolhedora, mas na medida correta. Precisa viajar sempre quer seja a trabalho ou a passeio. O lar ideal será de fácil manutenção e limpeza. Seu estilo é definido como urbano, contemporâneo, despojado, com um toque clássico. E de perfil introvertido.

Possui um terreno de 20m x 20m = 400m², no centro da cidade, perto de seu consultório. É ciclista e adepto do Uber, por não possuir carro solicitou que na área destinada a garagem fosse feito um paisagismo com uma boa vista, que lhe desse a paz que o cotidiano da cidade grande poderia lhe tirar.

2. CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE O NOVO MORAR

Uma preocupação que acompanha a humanidade desde o início de sua existência é a busca por abrigo, seja para prevenir ataques de outros seres vivos, seja para se resguardar de condições climáticas adversas. Com o advento da agricultura e da domesticação dos animais começou a primeira grande mudança nas características de abrigos, que agora passavam a ser moradias fixas uma vez que o nomadismo começava a ser abandonado. (MATEUS Alice, 2014) A necessidade de passar mais tempo em uma mesma localidade fez com que as construções ficassem cada vez mais elaboradas e passassem por um processo de evolução que culminou nas construções que podem ser observadas aos moldes da atual sociedade.

Alguns problemas que podem ser observados e que ganham cada vez mais espaço nas discussões políticas atualmente são a falta de moradia, superlotação,

fatores econômicos e a questão ambiental. Nada mais natural que procurar soluções que se adequem à todas essas necessidades. O conceito de moradia então toma proporções muito maiores sendo atrelado a versatilidade, praticidade e a eco-arquitetura.

2.1 CONTAINER COMO TENDÊNCIA

Um exemplo de objeto que começa a ser muito difundido na construção civil são os containers. Um container é uma caixa confeccionada em aço, alumínio ou compósitos, com uma estrutura projetada para resistir ao uso constante de transporte de mercadorias. Possui uma grande resistência a chuva, incêndio e outras adversidades. (TIBÚRCIO Túlio, 2017)

Segundo Túlio Tibúrcio, professor do Departamento de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Viçosa.

Container é estrutura sustentável e econômica para construção civil, o reaproveitamento do material garante menor descarte na natureza e viabiliza projetos com mais agilidade. O uso do container na construção como elemento arquitetônico atende demandas de novas práticas construtivas e garante o reaproveitamento desses cofres de cargas que ficam abandonados em portos. Trata-se de uma solução sustentável e de baixo custo para residências, escritórios e até comércios. Muito comum no Japão e na Europa — principalmente na Holanda e na Inglaterra — esse tipo de aplicação se destaca pela facilidade no deslocamento e expansão do projeto. Já se tornou uma prática consolidada que atende a uma grande diversidade de usos. (TIBÚRCIO, 2017).

Os projetos habitacionais em containers estão sendo cada vez mais difundidos como moradias de baixo impacto ambiental e baixo custo. A vida útil de um container em sua função original de transporte de mercadorias varia entre 10 e 20 anos e seu descarte é um empecilho, sendo que na maioria das vezes se torna sucata. (TIBÚRCIO Túlio, 2017), porém, tais containers são projetados para elevadas cargas e mesmo depois de estarem fora de sua vida útil podem facilmente ser recuperados para a utilização em outras funções. A compra e restauração de um container ou até mesmo a compra de containers novos é uma opção economicamente

viável para a construção civil, comparando com o processo de edificação de uma construção equivalente em alvenaria, por exemplo.

Quando se fala na utilização de containers para moradia deve-se ressaltar a praticidade da construção, uma vez que o projeto pode ser pré-fabricado e apenas montado no local desejado. Como tais materiais podem ser suspensos apenas em quatro pontos não há a necessidade de fundação, mantendo o solo intacto e possibilitando o deslocamento futuro para qualquer outra localidade. Por ser de caráter modular, a versatilidade das montagens é enorme, podendo ser empilhados, acoplados, posicionados horizontal e verticalmente, além de serem leves, de forma que equipamentos convencionais de carga podem facilmente reposicioná-los, garantindo assim um ótimo aproveitamento do espaço. (TIBÚRCIO Túlio, 2017)

A construção de projetos com containers é relativamente rápida, dispensando preparação do terreno e gastos com materiais como areia, tijolo, água, cimento, etc. Além de deixar a obra mais limpa, evitando entulho. Apesar de necessitar de mão de obra especializada, o custo final e o tempo de entrega da obra ainda são menores que os de obras convencionais. A construção civil atualmente é o segmento que mais consome recursos mundiais, sendo uma das menos sustentáveis atividades do planeta. (MMA, 2016)

Uma vez que tais equipamentos não foram projetados para serem moradias, algumas modificações devem ser feitas para garantir o conforto do morador. É indispensável a utilização de isolamento térmico e acústico, que podem ser garantidos por meio de revestimentos internos e externos e pinturas reflexivas. Uma solução ecologicamente recomendável que vem sendo utilizada para melhorar o isolamento térmico é a criação de jardins sobre o teto dos containers, permitindo ainda todo um projeto paisagista. Deve haver também um projeto de iluminação e ventilação, garantindo o bem-estar do morador.

É relativamente simples a instalação de uma casa container. Os perfis metálicos devem ser dispostos de acordo com o projeto e soldados, deve-se fazer o isolamento térmico com fibra de vidro, por exemplo e é recomendado realizar a aplicação de telha metálica sanduíche, com uma interface de isopor para aprimorar o isolamento termoacústico. As paredes podem receber acabamento interno de

madeira ou gesso mantendo a menor espessura possível das paredes para não perder espaço interno.

Apesar de ser uma opção de moradia popular, acessível a todas as classes, nada impede que sejam realizados projetos mais arrojados, que ainda sim podem ser mais baratos e ecologicamente corretos. Uma obra assim pode ser composta por vários containers interligados formando espaços amplos, vários andares, espaços arejados, arquitetura planejada auxiliando o compacto ao confortável e um design com infinitas possibilidades.

As possibilidades são muitas, pode-se priorizar a difusão de moradia, criar complexos habitacionais com moradias compactas para centenas de pessoas em um pequeno espaço físico garantindo minimamente o conforto necessário para uma pessoa em suas atividades diárias. Pode-se priorizar a economia, ao se comparar obras equivalentes que utilizam outros materiais em sua construção. Ainda na questão econômica, existe a possibilidade a construção de escritórios e ambientes de trabalho eficientes e entregues a curto prazo. Existe a opção de moradias complexas e bem elaboradas priorizando o conforto e a estética bem como existe a opção de moradias sustentáveis, que utilizam, além dos containers, outros materiais reaproveitados, fontes de energia renovável e sistemas que evitam o desperdício de recursos.

3. APRESENTAÇÃO DO PROJETO

A proposta do projeto é criar um local que insinue um espaço amplo e integrado mesmo se tratando de um espaço limitado que seja, ambientado, flexível, prático e confortável; pronto para atender as necessidades do dia a dia do usuário em questão.

A ideia para essa configuração é verdadeiramente não trazer paredes, divisórias e sim aproveitar das próprias estruturas do container para criar essas divisões, brincando assim com as inúmeras possibilidades de criação, configuração e encaixes, por vezes apropriando-se do mobiliário para criar esta delimitação dos espaços. Este modelo em regra é construído a partir do conceito de um bom aproveitamento dos terrenos e proposto às pessoas que moram sozinhas ou casais

sem filhos com a vantagem de poder viver em qualquer área, sejam elas bem localizadas ou mais afastadas e não precisem de residências mais amplas.

Assim o projeto de casa container tem em sua particularidade a concretização da fluidez, da integração dos ambientes por meio de inúmeras combinações de passagens sem o usuário ser obrigado a seguir determinado caminho ou fluxo para se chegar a determinado local; do benefício do morar sozinho; da privacidade e da casa do isolamento. Apesar do seu pé direito ser relativamente baixo o uso de portas largas, amplia e dá vasto acesso à liberdade de movimento, é o espaço exato onde as representações que se instituem no pós-moderno podem ser admiradas a partir de vários ângulos.

Discorrer acerca do container é, de certa maneira, constituir um diálogo entre diversas possibilidades. A classe média-alta redefiniu a compreensão de morar ao instaurar uma residência unifamiliar e, atropelando a complexidade das dinâmicas da história, cindiu o espaço reservado em cômodos, que se tornaram microcosmos da experiência singular. A habitação atual está estabelecida no princípio do cômodo, do novo, do amplo e do restrito e essas novas colocações permitem pronunciar que o container é uma nuance contemporânea que se apresenta como um futuro. (TIBÚRCIO Túlio, 2017)

Neste contexto, o projeto residencial foi desenvolvido a partir da necessidade de um novo local para morar do cliente Afonso Henrique que veio de Goiânia para atender em um consultório na cidade de Uberlândia. Ele apostou nesta cidade pelo seu constante crescimento e pela facilidade de atuação no mercado da saúde, na área da cirurgia plástica, nesta região. Ele vive em constante ponte aérea entre estas duas cidades e não utiliza automóvel. Em seu terreno de 400m² próximo ao consultório será executado o projeto.

3.1 MODELOS UTILIZADOS NO PROJETO

Considerando as qualidades do container, o modelo que será mais ideal ao projeto é o container *dry* sendo o mais comum em todo o mundo. Possui uma grande variação para as mais diferentes aplicações, é fabricado com aço corten, uma liga de aço 75% mais resistente que o aço convencional, é perfeito para resistir as mais

variadas ações do clima. Além de poder ser mantido a céu aberto, sem comprometer a sua estrutura e sua carga. Sem ser modificado é todo fechado, possuindo apenas duas portas traseiras para carga e descarga. O container *dry* pode ser de 20 pés (6 metros) ou 40 pés (12 metros) com altura de 2,60 metros.

Por conta da sua altura ele é o mais indicado para se desenvolver casas, escritórios ou outros projetos voltados para as pessoas.

Para este projeto utilizam-se containers *dry* com o sistema do container “reefer” que já possui um gerador que funciona tanto óleo diesel, como eletricidade e mantém a temperatura entre - 25°C e + 25° C. Para a composição necessária à montagem da residência foram necessários um modelo de 40 pés (12 metros) e dois modelos de 20 pés (6 metros).

3.2 PROGRAMA DE NECESSIDADES

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

Tabela 1 – Programa de necessidades – Casa Container, tendência de sucesso.

SETOR	AMBIENTE	MOBILIÁRIO	EQUIPAMENTOS
SOCIAL	SALA	Poltronas, sofá, painel vazado, luminárias, lustres, aparador, módulos, mesinha.	Televisão, vídeo game.
SOCIAL	COZINHA	Banquetas, armários, ilha, balcão de apoio, módulos, pia.	Micro-ondas, geladeira, adega, máquina de café expresso.
SOCIAL	BANHEIRO	Espelho, pia, sanitário, chuveiro, bancada.	-
SOCIAL	ESPAÇO EXTERNO	Bancos, espelho de água.	-
	ESPAÇO DE LAZER	Cadeiras, piscina.	-
PRIVATIVO	QUARTO	Cama, armário, espelho, poltrona.	-

Fonte: Própria autoria

3.3 ORGANOGRAMA / FLUXOGRAMA

A figura 1 ilustra o fluxograma.



Figura 1 – Fluxograma

Fonte: Própria autoria - montagem de fotos do Google imagens

3.4 PAINEL SEMÂNTICO E CONCEITO PROJETUAL

Para melhor demonstração das ideias propostas para o projeto, foi elaborado um painel semântico mostrado na figura 2. Esta, corresponde à algumas inspirações referentes a mobiliários, decoração que agregue no atendimento do briefing. Algumas das referências visuais mais significativas apresentam-se em destaque.



Figura 2 – Painel Semântico

Fonte: Própria autoria - montagem de fotos do Google imagens

Uma base neutra é a proposta no interior do ambiente para promover limpeza visual, permitindo uma abertura maior dos revestimentos com tonalidades mais fortes em pontos estratégicos, e também para não haver conflito entre objetos e estruturas de decoração, além de favorecer o uso de cores nos mobiliários. A paleta reduzida de materiais e cores contribui para a unidade visual entre os ambientes, considerando a delimitação do espaço que se tem. Mobiliário planejado, com texturas adequadas são indispensáveis para a criação de ambientes aconchegantes e práticos. O uso de pontos bem distribuídos de iluminação reflete na integração e ampliação dos ambientes.

Utiliza-se a paleta de cores de base neutra variante entre o preto, branco e bege, e de tons frios com o uso do azul, destaca-se a utilização do vermelho mesmo que em menor escala para criar certo contraste.

O conceito é de um lar “aconchegante e prático”, e em relação a este conceito aposta-se nas tendências do design, no uso da teoria das cores, paisagismo e na utilização de mobiliários práticos, funcionais, aliados a acabamentos que agregassem e complementassem perfeitamente a decoração, para que desta forma atenda-se as expectativas do cliente.

3.5 MEMORIAL DESCRITIVO, LAYOUT E IMAGENS DO PROJETO

Todo o projeto foi pensando no acolhimento e bem-estar do morador e, a partir daqui, apresenta-se o resultado final, os materiais, técnicas e ideias trazidas por meio das imagens renderizadas e pequenas explicações.

Conforme o layout, apresentado na figura 3 na forma de planta humanizada, podemos perceber a harmonia e a fluidez, bem como a sensação de integração entre os espaços.



Figura 3 – Planta Humanizada
Fonte: Própria autoria



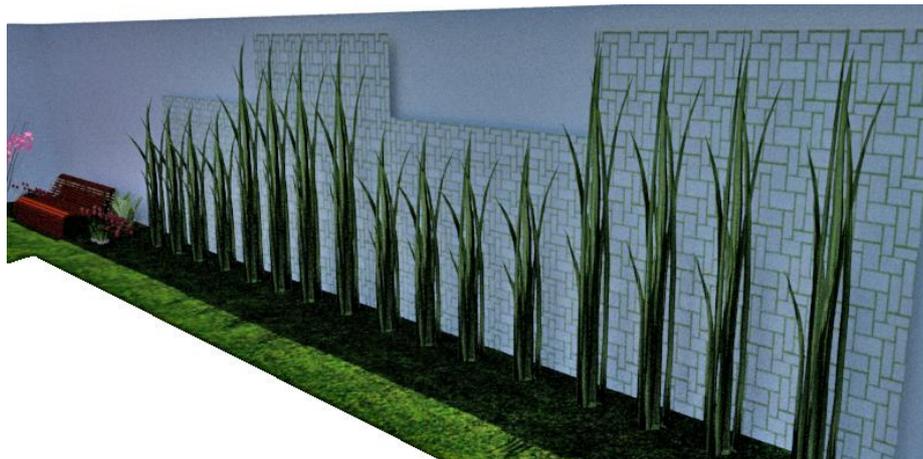
Figura 4 – Fachada
Fonte: Autoria Própria



Figura 5 – Panorâmica Frontal
Fonte: Própria autoria



Figura 6 – Jardim Externo
Fonte: Própria autoria



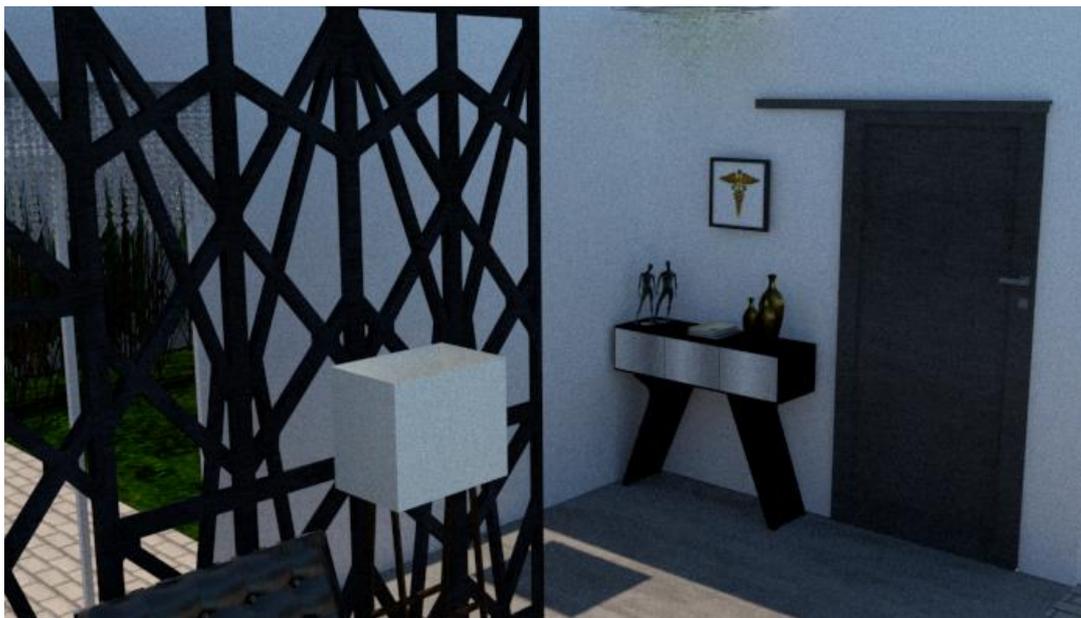
*Figura 7 – Paisagismo Lateral Esquerda
Fonte: Própria autoria*



*Figura 8 – Paisagismo Lateral Direita e Espelho D'água
Fonte: Própria autoria*



*Figura 9 – Sala Entrada
Fonte: Própria autoria*



*Figura 10 – Sala Detalhe Aparador
Fonte: Própria autoria*

A ideia de um painel na sala para condicionar a estrutura à dividindo se deu com o objetivo de criar uma área que contemplasse a vista da área externa, mas sem que o morador tivesse que realmente sair da sua casa, por exemplo em dias frios ou em dias quentes que tivesse ainda a opção de abrir as largas portas e sentir a brisa do verão. Mas também para dar certa privacidade ao ambiente uma vez que todas as portas são de vidro e o campo de visão é grande. Conta com luminárias cavalete e poltronas, painel vazado compondo a decoração.



*Figura 11 – Sala de TV
Fonte: Própria autoria*

Espaço dedicado para os momentos que o morador quiser relaxar assistindo a televisão, ou jogando. A sala foi equipada com televisão de última geração, luminárias, tapetes felpudos, mesa de centro, apoio, sofá ergonômico, tudo pensado no aconchego do morador.



Figura 12 – Banheiro
Fonte: Própria autoria



Figura 13 – Banheiro Detalhe Box
Fonte: Própria autoria

No banheiro a decoração é minimalista, ainda equipado com tecnologias ecológicas e sustentáveis dispostas no chuveiro, em torneiras, válvulas de descarga, vaso sanitário.



Figura 14 – Quarto
Fonte: Própria autoria



Figura 15 – Quarto Ao Anoitecer
Fonte: Própria autoria

A decoração monocromática em tons de azuis frios foi peça chave para criar a composição do quarto. A ideia da passagem do quarto ser uma espécie de sacada

baixa com uma vista privilegiada foi adotada, mas que ao mesmo tempo desse real acesso às áreas de lazer, cozinha e sala.



Figura 16 – Cozinha
Fonte: Própria autoria



Figura 17 – Cozinha Detalhe Ilha
Fonte: Própria autoria

Na cozinha para atender praticamente o morador, dispõem se de bancada para realizar as refeições, banquetas, máquinas de preparo rápido de comida como

o micro-ondas, ainda temos adega, máquina de café expresso, pia e armários projetados para guardar os utensílios domésticos.

Ainda na cozinha, foi pensada com diversos armários projetados para guardar produtos e objetos, de forma que quase nada precisaria ficar exposto para não contaminar o ambiente com muita informação.



Figura 18 – Lazer
Fonte: Própria autoria



Figura 19 – Lazer Detalhe Deck
Fonte: Própria autoria

Pensada para descanso e pequenos momentos de descontração e conversas, indicou-se um mobiliário com lounges e almofadas, vasos decorativos, para o deck na área da piscina.

O espaço de toda à área externa, tanto na parte frontal da casa quanto nos fundos foi projetado com o mesmo objetivo, pensando no bem-estar do morador, um local para relaxar e contemplar a própria casa, em seus horários de descanso, pausas e refeições, lazer, enfim enquanto estiver na residência. Espaços que acomodam e que por si só já promovem o relaxamento e a inclusão. O verde está em todos estes ambientes que contam com arborismo, paisagismo, lounges, vasos decorativos, flores, conta ainda com um pergolado ornamentando ainda mais o espelho d'água. Já na parte externa localizada nos fundos temos a piscina e um deck de madeira.



Figura 20 – Panorâmica Posterior
Fonte: Própria autoria

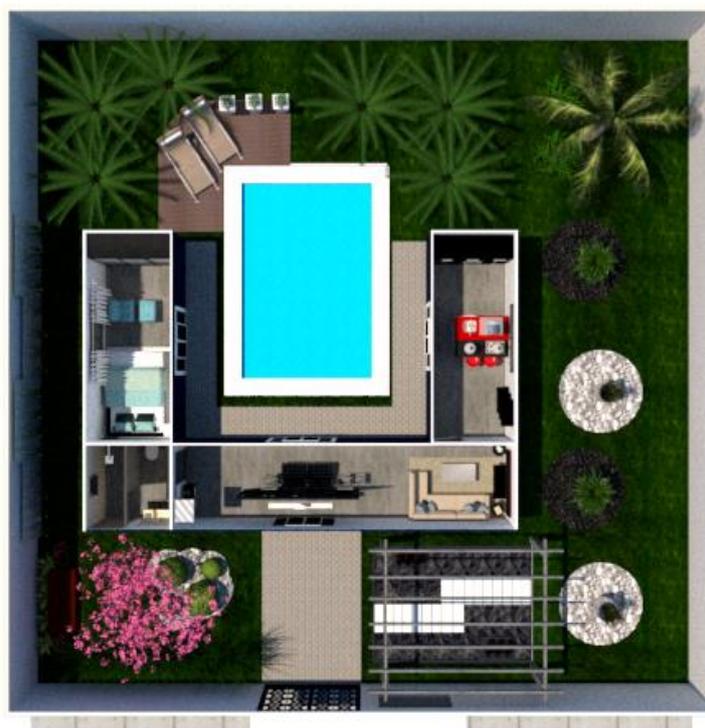


Figura 21 – Corte Vista Superior
Fonte: Própria autoria



Figura 22 – Vista Superior
Fonte: Própria autoria

Pintura das paredes e metálicos com tintas da marca Coral nas cores “urso de pelúcia”, “presença masculina” no painel e portas “além da escuridão”.

No piso da cozinha porcelanato acetinado na cor de cimento queimado, e em todos os outros ambientes o próprio cimento queimado, e revestimento de parede retificado no banheiro, nas áreas externas utilizou bloquete piso intertravado. Ainda utilizou para revestimento do balcão silestone vermelho, blocos com efeito vazado tridimensional em baixo da bancada da cozinha, nas áreas molhadas pastilhas de vidro. Madeira no deck, estruturas pré-moldadas de concreto no pergolado, estes materiais entre outros estiveram em evidência no projeto.

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

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

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

Foram usados no projeto lustres em tendências clássica, alguns spots que nos remete a identidade demonstrada no projeto. O ambiente que mais conta com luminárias é na sala. Em geral utilizou LEDs tipo tubo e lâmpadas AR48 e AR70 que proporcionam uma iluminação de foco direto e preciso para cada ambiente e são a alternativa mais sustentável e o custo benefício é o maior em relação aos outros tipos de lâmpadas.

4. CONCLUSÃO

O presente trabalho trouxe a tendência de se utilizar o container na construção civil como uma solução para a moradia de jovens solteiros e para atingir esse objetivo foi realizado todo um estudo e pesquisa em torno do assunto, para verificar se realmente está em ascensão, se é ecologicamente e financeiramente viável. A partir deste houve um entendimento maior desse perfil de moradia, como nasceu e os motivos pelas quais os moradores optam por residir nestes imóveis e qual perfil mais se adequa.

Observa que atualmente há uma grande abertura no que tange a mudança dos conceitos de moradia, hábitos, paradigmas culturais, sociais e familiares, neste embasamento eis que um novo conceito de morar surge.

Pelo perfil do cliente podemos perceber que ele tinha necessidades peculiares e particulares em relação a forma que usaria a residência, não era a sua única casa em questão, e por utilizar ela por três dias na semana está não poderia ser de difícil manutenção e cuidados, mas não poderia abandonar todos os benefícios que uma casa poderia e deve oferecer.

Considerando este perfil elaborou-se o conceito desenvolvido no projeto de estrutura, equipamentos, iluminação, paisagismo, mobiliário e decoração, os quais dialogam no projeto entre si.

Esse tipo de imóvel restringe de certo modo o mobiliário, os revestimentos, a própria decoração em si a serem utilizados, obrigando assim a repensar em características, funções para objetos, que possam atender as necessidades do

ambiente e também do cliente satisfatoriamente, de forma a colaborar com a funcionalidade desses espaços.

A proposta foi de ambientes tranquilos, de decoração atual, com mobiliários que respeitem o espaço e as necessidades do cliente. Decoração contemporânea com elementos e aposta clássica, a praticidade que dialogou com as necessidades de seu morador.

A aposta foi em grandes aberturas para a passagem de luz natural, criar um espaço bem ventilados e para promover a circulação do morador, integrando praticamente todo os ambientes.

Chega-se à conclusão que oferecer ao futuro morador um local de contemplação, descanso, acolhedor, mas que seja também belo e funcional de acordo com critérios e necessidades já pré-estabelecidas estamos realizando a nossa função como designers com grande sucesso. Embora este seja um dos dois lares do cliente é de supra importância que ele se sinta bem e amparado, e realmente contemple o bem-estar que só a sua casa pode lhe proporcionar, mesmo que neste particular não se trate apenas de uma.

A utilização do container se provou viável e não apenas uma tendência, mas sim uma tendência de sucesso quando conseguiu se tornar uma nova opção de moradia, econômica, ecológica, sustentável e esteticamente agradável. O reaproveitamento como estrutura arquitetônica minimiza consideravelmente os resíduos da construção civil e fabris, o que engrandece ainda mais este projeto.

REFERÊNCIAS

ARTIGO POR COLUNISTA. **Casa container é tendência sustentável de moradia**, disponível desde 06 setembro de 2013.

<<http://www.webradioagua.org/index.php/tutorial/item/1315-casa-container-%C3%A9-tend%C3%Aancia-sustent%C3%A1vel-de-moradia>> Acesso em 18/11/2017.

ARTIGO POR COLUNISTA. **Revestimento Termo acústico para container**, disponível desde 18 dezembro de 2015.

<<http://mirandacontainer.com.br/2015/12/18/revestimento-termo-acustico-container/>> Acesso em 05/12/2017.

ARTIGO POR COLUNISTA. **Acabamentos internos para container**, disponível desde 06 julho de 2016. <<http://mirandacontainer.com.br/2016/07/06/acabamento-interno-para-container/>> Acesso em 05/12/2017.

ARTIGO POR COLUNISTA. **Container City, um novo conceito em arquitetura sustentável**, disponível desde abril de 2015. <<http://wwwo.metlica.com.br/container-city-um-novo-conceito-em-arquitetura-sustentavel/>> Acesso em 18/11/2017.

ARTIGO POR COLUNISTA. **Como surgiram as moradias**, disponível desde junho de 2013. <<http://www.escolakids.uol.com.br/como-surgiram-as-moradias.htm>> Acesso em 05/12/2017.

ASENSIO, Alejandro. **Apartamentos Pequeños**. United King: Parragon Books, 2005.

BERMAN, M. **Tudo que é sólido se desmancha no ar**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

BERQUÓ, E. **A família no século XXI: um enfoque demográfico**. São Paulo: Revista Brasileira de Estudos de População, volume 6, no 2; julho/dezembro 1989.

BOESIGER, Willy. **Le Corbusier**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

CUNHA, José Celso. **A História das Construções** - Vol.1 - Da pedra lascada às Pirâmides de Dahchur. São Paulo: s/e, 2009.

CUNHA, José Celso. **A História das Construções** - Vol. 2 - Das Grandes Pirâmides de Gisé ao Templo de Medinet. São Paulo: s/e, 2011.

FANAYA, Daniella. **Arquitetura e Urbanismo**. Disponível desde agosto de 2015. <www.construçãoecia.com.br>. Acesso em: 18/11/2017.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

GORNEZ, M. E.; E. S.; MUNHOZ, C.; SPIZA,C.; VON STAA, R. **História da Arquitetura**. Artigo de 2007. Disponível em <<http://www.educacional.com.br/reportagens/arquitetura/default.asp>>. Acesso em 22/11/2017.

JHEPHARD, L. **Referenciando figuras e imagens**. Disponível em: <<http://www.contornospesquisa.org/2012/08/como-referenciar-figuras-imagens-e.html>> Acesso em 01/11/2017.

MATEUS, Alice. **Revolução Neolítica**. Disponível desde junho de 2014. <<http://www.alicemateus188.blogspot.com.br>> Acesso em 05/12/2017.

MIGOTTO, Roberto. **Casa Vogue**. São Paulo: s/e, 2000. (1v). Disponível em: <www.robetomigotto.com.br>. Acesso em: 24/05/2013.

MMA. **Construção Sustentável**. Disponível desde julho de 2016. <<http://www.mma.gov.br/cidades-sustentaveis/urbanismo-sustentavel/constru%C3%A7%C3%A3o-sustent%C3%A1vel>>. Acesso em 05/12/2017.

SENNETT, R. **O Declínio do Homem Público: as tiranias da intimidade**. (L. A. Watanabe, trad.). São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

TIBÚRCIO, Túlio. **Container é estrutura sustentável e econômica para construção civil**. Disponível desde setembro de 2017. <https://www.aecweb.com.br/cont/m/rev/container-e-estrutura-sustentavel-e-economica-para-construcao-civil_9793_10_0> Acesso em 05/12/2017.

TRAMONTANO, M. **Habitacões, metrópoles e modos de vida: por uma reflexão sobre a habitação contemporânea**. São Paulo: Instituto dos Arquitetos do Brasil – SP/ Secretária de Estado da Cultura, 1998.

TRIANA, Antônio F. **Habitação Popular No Brasil: Análise do modelo operacional de financiamento pelas agências oficiais**. Brasília: s/e, 2006.

WIKIBOOKS. **O Homem Sedentário**. Disponível em: <http://pt.wikibooks.org/wiki/Civilizações_da_Antiguidade/O_homem_sedentario>. Acesso em 09/10/2017.

WIKIPÉDIA. **Container**. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Contentor_\(transporte\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Contentor_(transporte))> Acesso em 09/10/2017.

ABSTRACT

This paper presents the basic concept of CONTAINER as housing, for a better understanding of the proposal offered, its history and the concept of the proposal in general. The importance of the history of housing to understand the real reason for certain concepts and styles of housing are present in our lives and our daily life. The present work aims to approach concepts, compare models and ideas to apply, create, inform and present about the project CASA CONTAINER, SUCCESS TREND. The project is intended for an introverted male who uses the residence for three days a week and seeks the comfort of a home that is cozy but easy to maintain.

Keywords: *Container, Dwelling, Trend, Design.*

ROMEU E JULIETA: DESIGN DE INTERIORES DE UM CHALÉ MODELO PARA A POUSADA SOLAR DA ARAUCÁRIA - MG

Lorena Micaella Marques Mendes¹, Patrícia de Oliveira Peixoto², Andrea Cristina Bonini Fizzer³, Rodrigo Augusto Bassan⁴

RESUMO

O presente artigo apresenta o desenvolvimento de um projeto de design de interiores de um chalé localizado na Pousada Solar da Araucária em Gonçalves – MG. Esse projeto tem o intuito de propor aos seus hóspedes um espaço romântico e aconchegante, combinando o rústico com o contemporâneo, valorizando a vista para as montanhas da serra da Mantiqueira, idealizando casais recém-casados para um proveito maior de tranquilidade e bem-estar. Por meio de pesquisa, estabeleceram-se parâmetros para a análise de dois projetos similares entre chalés e lofts que fundamentou o processo criativo e a definição conceitual do projeto que seguiu conforme metodologia assimilada durante o curso, culminando no desenvolvimento técnico e modelamento tridimensional.

Palavras-chave: Contemporâneo, Chalé, Romântico, Design, Aconchego, Naturalidade.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo discorre sobre o desenvolvimento de um projeto de design de interiores de um chalé para uma pousada, cujo tema é rústico contemporâneo, com um toque romântico localizado na cidade de Gonçalves – Minas Gerais.

O projeto vem com muitas novidades e seu propósito é deixar os clientes extremamente satisfeitos e ter uma boa reputação de mercado de turismo.

¹ Lorena Micaella Marques Mendes - Aluna do Curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2018. lorena_micaella@hotmail.com

² Patrícia de Oliveira Peixoto – Aluna do Curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2018. patriciachiovatto@hotmail.com

³ Andrea Cristina Bonini Finzer - Professor do Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2018. andreaifinzer@yahoo.com.br

⁴ Rodrigo Augusto Bassan - Professor do Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2018. design@uniessa.com.br

Devido a sua localização, no Sul de Minas, Gonçalves destaca-se pelo clima subtropical, onde as temperaturas variam no verão de 18°C a 32°C, e no inverno podem chegar a – 7°C; e suas belezas naturais, onde a prática de turismo rural se tornou seu forte.

Os passeios oferecidos no local, agradam vários públicos, como os que gostam de aventuras, contemplação, artesanato, romance, gastronomia, festas populares, entre outros.

E como a serra da Mantiqueira tem vários atrativos, o Circuito Turístico Serras Verdes do Sul de Minas, que é uma empresa que prepara e organiza os destinos turísticos, tomou conta da capacidade que a região oferece como:

- Passeios nas cachoeiras: “Cachoeira das Sete Quedas”, “Cachoeiras das Andorinhas”, “Cachoeira do Cruzeiro”, “Cachoeira do Simão”, “Cachoeira do Funil”, “Cachoeira do Retiro”, “Cachoeira da Lua”, “Cachoeira das Bromélias” e “Cachoeira dos Henriques”
- Passeios nas pedras: “Pedra Bonita”, “Pedra do Forno Gonçalves”, “Pedra Chanfrada”, “Pedra São Domingos”, e “Pedra Barnabé”.
- Atrativos: “Caminhadas”, “cavalgadas”, “aquatrekking”, “cascading”, “rapel”, “bike”, “bóia-cross”, “canoyning”, “arborismo”.

A pousada Solar D’araucária foi fundada em 1997, com o intuito de fazer com que seus hóspedes pudessem aproveitar ao máximo tudo o que a cidade e sua natureza oferece hoje, conta com uma proposta de projeto de interiores para seus novos chalés, cujo projeto arquitetônico é de autoria do arquiteto Mirley Rocha.

O projeto propõe uma linguagem rústica e contemporânea, com linhas retas, diferenças de volumes com acabamentos e texturas atuais. Madeira, vidro, couro, estampas românticas, iluminação, paisagismo, cores neutras e tons de marrons avermelhados também são responsáveis por refinar o estilo, tornando o chalé uma mistura de bom gosto e romance.

É um atrativo muito especial, integrando charme, requinte e aconchego. Fica nas montanhas, e é uma ótima opção para quem prefere um lugar ainda mais sossegado.

Seu conceito vem de uma história que o local já tem, onde já existem 19 chalés charmosos, espaçosos e muito bem equipados com design temáticos: como chalé oriental, chalé industrial, chalé rústico e outros.

A pousada possui uma sede com bar, wi-fi grátis, sala de jogos com sinuca e mesa de carteados, sala de TV, com lareira, uma excelente carta de vinhos, pesca de trutas, ciclismo, esporte radicais, passeios a cavalo, cachoeira, piscinas naturais 24 horas, sauna seca, trilhas ecológicas e vistas exuberantes.

É cercada pela natureza e tem um restaurante chamado Nó em Píinho, que merece visita mesmo de quem não está hospedado ali. Tem um cardápio sofisticado e oferece carta de vinhos nacionais e internacionais, além de pratos da cozinha brasileira.

1.1 Briefing

Ricardo Revessi é um empresário com 48 anos, solteiro, natural de Goiânia e atualmente mora na cidade de Gonçalves – MG. Proprietário de uma empresa de seguros, cuja matriz fica na cidade de Pouso Alegre – MG, que fica à 82 km da cidade de Gonçalves onde situa-se seu outro empreendimento, a pousada Solar da Araucária.

Extrovertido, gosta muito de sair com os amigos, jogar poker aos finais de semana, faz academia e seu horário de trabalho na empresa é de segunda a quinta, reservando-se de sexta a sábado para cuidar dos negócios de sua pousada.

A pousada possui uma sede com bar, wi-fi grátis, sala de jogos com sinuca e mesa de carteados, sala de TV, com lareira, uma excelente carta de vinhos, pesca de trutas, ciclismo, esporte radicais, passeios à cavalo, cachoeira, piscinas naturais 24 horas, sauna seca, trilhas ecológicas e vistas exuberantes.

A Recepção da pousada funciona diariamente das 08:00 h às 16:00 h, dando início do check-in às 14:00 e finalizando às meia-noite. O café da manhã de cortesia é oferecido todas as manhãs. Seu conceito vem de uma história que o local já tem, onde já existe 19 chalés charmosos, espaçosos e muito bem equipados com design temáticos: como chalé oriental, chalé industrial, chalé rústico e outros. Possui uma área designada para fumantes e também oferece assistência com

excursões/ingressos. O estacionamento é disponível no local, sem manobrista e grátis. É cercada pela natureza e oferece um restaurante chamado Nó em Píinho, que merece visita mesmo de quem não está hospedado ali. Tem um cardápio sofisticado e oferece carta de vinhos nacionais e internacionais, além de pratos da cozinha brasileira.

Na pousada, é aceitável até cinco pessoas por chalé incluindo crianças e animais de até 15 kl (um por quarto).

Já o projeto Romeu e Julieta é exclusivo para casais em lua de mel ou que desejam passar um período romântico com toda a tranquilidade que o chalé oferece. A proposta é oferecer o café da manhã em seu próprio quarto, e não em uma área comum, garantindo ainda mais privacidade. Além disso tudo é preparado de acordo com o gosto e necessidades do casal. Por isso não recebem crianças e nem comportam cama extras no quarto. O quarto oferece: toalhas e roupões de banho, varanda, telefone, produtos de toalete exclusivos, jogo de cama, minibar, secador de cabelo, serviço de TV a cabo.

A ideia é criar um espaço especial, integrando charme, requinte e aconchego, com vistas maravilhosas para as montanhas, amplo espaço e privacidade que proporcionam comodidade e relaxamento para os hóspedes, assim explica o empresário Ricardo Revessi.

O casal que se hospedar nesse chalé, terá direito a uma vista esplêndida das montanhas da cerra da Mantiqueira junto a um delicioso banho de hidromassagem, com vinhos e champanhes a disposição!

Um espaço para descanso na área externa, torna o projeto ainda mais aconchegante com rede e poltronas; além de uma cozinha integrada com a sala, que se torna um ambiente mais tranquilo e agradável.

A intenção projetual é fazer com que seus hospedes tenham uma plena serenidade, proporcionando comodidade e relaxamento.

1.2 FLUXOGRAMA DA POUSADA

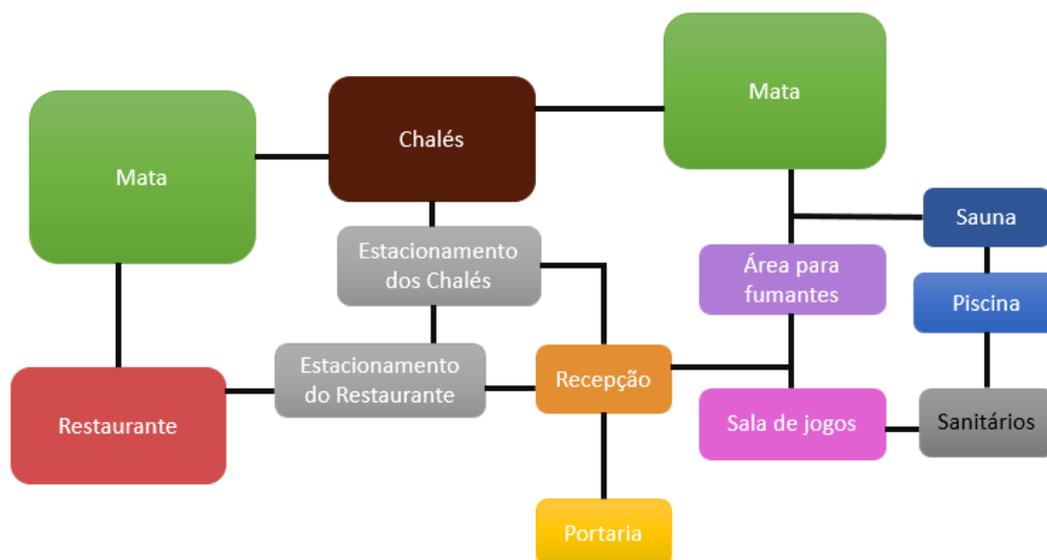


Figura 1 – Fluxograma da Pousada
Fonte: Própria autoria

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Meios de Hospedagem no Brasil

As pousadas têm um charme só seu. Normalmente são instaladas em empreendimentos horizontais, com no máximo três andares, é o seu grande diferencial. Os serviços incluem recepção, alimentação e alojamento.

As pousadas também podem ser instaladas em único prédio ou contarem com chalés, bangalôs e outras pequenas casinhas que garantem toda a privacidade para seus hóspedes. As categorias de classificação, vão de 1 a 5 estrelas.

Para o tipo pousada, o SBClass (Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem) estabelece as categorias de uma estrela (mínimo) a cinco estrelas (máximo).

A pousada de categoria uma estrela deve atender a requisitos mínimos de infraestrutura, serviços e sustentabilidade. Para cada estrela adicional, a pousada deve atender a uma série de requisitos adicionais que diferenciam as categorias entre si. Por meio da comparação entre a infraestrutura e serviços oferecidos, assim como das ações de sustentabilidade executadas pelo meio de hospedagem o consumidor poderá fazer uma melhor escolha.

As classificações têm o objetivo de aperfeiçoar a qualidade dos serviços oferecidos por meios de hospedagem, e incentivar a avaliação de equipamentos turísticos e profissionais aptos.

De acordo com ROIM e CARDOZO (2012) à medida que os números de estrelas aumentam, aumentam também os níveis de exigência, não apenas com as instalações da pousada (infraestrutura), como também os serviços oferecidos, necessitando de mão de obra qualificada para atender as exigências que vão desde o alojamento até a recepção e serviços.

- 01 ESTRELA: Recepção aberto 12 horas e por telefone 24 horas; Estacionamento; Troca de roupas de banho em dias diferentes; Restaurante; Redução de energia elétrica e água; Separação e coleta dos resíduos; Geração de trabalho e renda para a comunidade; Treinamento para os colaboradores.
 - 02 ESTRELAS: Recepção por 12 horas e 24 horas para telefones; Estacionamento; Troca de roupas e banhos em dias diferentes; Alimentação e café da manhã; Restaurante; Pagamento em cartão de crédito ou débito; Redução do consumo de energia elétrica e água; Separação e coleta de resíduos. Trabalho para a comunidade local; Treinamento de colaboradores.
 - 03 ESTRELAS: Recepção por 12 horas e 24 horas no telefone; Guarda valores dos hóspedes; Berço para bebês; Troca de roupa todos os dias; Televisão 100% das UH; Facilidades de escritório virtual; Climatização em 100% das UH; Bar;• Restaurante; Alimentação com café da manhã; Estacionamento; Treinamentos dos colaboradores; Redução do consumo de energia elétrica e água; Redução, separação e coleta seletiva dos resíduos; Expectativas e Impressões dos hóspedes sempre monitoradas para cada vez estar melhorando; Trabalho para a comunidade local; Alimentação como hotel.
 - 04 ESTRELAS: Recepção 24 horas; Guarda dos valores dos hóspedes; Berço para bebês; Facilidades para bebês; Café da manhã no quarto; Refeições leves e bebidas nos quartos; Troca de roupas diariamente; Duas amenidades; Lavanderia; Sala de estar e TV; Televisão 100% UH; Internet em áreas sociais; Mesa com cadeira em 100 UH; Recreação de crianças; Salão de jogos; Mini
-

refrigerador; Climatização; Café da manhã, almoço e jantar; Comidas especiais; Bar; Restaurante; Estacionamento; Redução de energia elétrica e água; Separação e coleta de resíduos; Expectativas e Impressões dos hóspedes sempre monitoradas para cada vez estar melhorando; Treinamento em colaboradores;

- 05 ESTRELAS: Recepção 24 horas; Mensageiro 24 horas; Cofre em 100% das UH para guarda valores; quatro amenidades; Berço para bebês; Facilidades para bebês; Café da manhã no quarto; Refeições leves e bebidas nos quartos; Troca de roupas e banho sempre; Secador de cabelo; Lavanderia; Sala de estar com TV; Espaço para leitura; Televisão em 100\$ das UH; Canais de TV por assinatura; Internet nas áreas sociais; Mesa com cadeira; Piscina; Salão de jogos; Recreação de crianças; Minirrefrigerador; Climatização; Alimentação disponível para café da manhã, almoço e jantar; Comidas especiais; Bar; Restaurante; Serviço à la carte; Estacionamento; Redução do consumo de energia elétrica e água; Redução, separação e coleta de resíduos; Expectativas e Impressões dos hóspedes sempre monitoradas para cada vez estar melhorando; Treinamento para colaboradores; Sensibilização para hóspedes em relação à sustentabilidade; Trabalho para comunidade local; Pagamento com cartão de crédito ou débito.

2.2 Origem dos chalés e sua aplicação na rede hoteleira

O chalé é um tipo de habitação que era muito utilizada durante as estações de verão e outono. Em sua origem, remete ao tempo em que os pastores construíam casas com telhados bem inclinados para a produção de leite, nos Alpes Suíços. (drytec.com)

Os primeiros chalés tiveram origem na suíça e outros países Alpinos e tem as mesmas características, as paredes todas em madeira e o telhado inclinado, onde os pastores viviam. Era tipo uma cabana para abrigar os pastores. Como características, os chalés são conhecidos pela arquitetura em que as paredes são todas de madeira e o telhado é bem inclinado e também os chalés podem ser vistos

utilizando outros tipos de materiais como a pedra ou o concreto, dependendo da região e do clima e do estilo do morador.

Com tempo esse tipo de moradia foi ganhando mais interesse e hoje remete muito a ideia de construções utilizadas para o período de férias ou para temporadas de descanso, em áreas mais tranquilas e de paisagens naturais. (drytec.com)

No Brasil, o chalé tem chamado cada vez mais a atenção das pessoas pelo seu design diferenciado e inovador, proporcionando uma ótima sensação para a família que durante o final de semana ou durante as férias deseja sair da agitação das grandes cidades e descansar.

De modo que, este tipo de moradia combina muito bem com a atmosfera de descanso e aconchego. Nos chalés há um estilo de construção que contribui para uma vida mais amena e tranquila, uma vez que remete a um ambiente mais acolhedor. Além disso, chalés combinam com perfeição com o clima serrano.

2.3 O estilo rústico contemporâneo no design de interiores

A mistura de estilos vem cada dia mais tomando conta no décor. A elegância que os dois conceitos trazem consigo, deixa o ambiente mais aconchegante e sofisticado com seus toques de simplicidade, modernidade e descontração.

O caráter rústico vem com vários elementos: tons terrosos e pastéis, acabamentos envelhecidos, ásperos, muita madeira principalmente em estruturas expostas, itens naturais, imperfeições nos móveis. Materiais que são bem corriqueiros nesse gênero são couro desgastado, vime, cerâmica, peles, acentos confortáveis e tecidos com textura em móveis e acessórios, itens de demolição, metais enferrujados, pedras e tijolos aparentes.

A colocação desses elementos deve ser feita de acordo com os níveis de rusticidade que você quer dar ao ambiente, levando sempre em conta o que a arquitetura do local já oferece de aspecto rústico.

O cuidado que se deve ter com o rústico, que por seus materiais serem de aspectos naturais, pesam muito o ambiente, se tornando carregado, grosseiro, cansativo e tedioso. (macdesign.com|taniarubem.com)

Já o estilo contemporâneo, surgiu no final dos anos 1980 e no início dos anos 1990, portanto é um estilo pós-moderno e que se mantém até os dias de hoje e que não tem uma definição. Ele é identificado com tudo que é atual e recente, quanto as tendências do momento, usando materiais e tecnologias avançadas. E também é marcado pelo uso de materiais recicláveis, naturais e não tóxicos, que garante a sustentabilidade e um resultado mais eficiente.

Por ser um estilo acolhedor, a imaginação pode ir longe, trabalhando com misturas de estilos, formas, elementos e cores; como por exemplo o vintage com o moderno minimalista, que é uma forte influência do contemporâneo.

A praticidade faz parte de ambientes contemporâneos, que são compostos de móveis de algodão e couro, estampas, texturas e muita personalidade. Aceita bem objetos de acrílico, cromados ou até de plástico. Alguns detalhes dessa tendência são: Formas suaves e geométricas, usa muito linhas curvas, aceita todos os elementos: madeira, metais, pedras, texturas, vegetação etc, básico e simples, mas ousado; mobiliário que se destaca, seja pela cor, tamanho ou design; cores neutras com destaques em cores vivas e fortes; uso de cores sólidas abusando de contrastes. (macdesign.com|eudecoro.com)

Portanto, quanto mais usar a criatividade para o uso desses dois estilos, mais resultado diferenciado terá. A combinação do atual com o antigo, do urbano com o campo, traz diversificação e personalidade, comodidade e praticidade maior ao espaço.

3 RESULTADO DA ANÁLISE DE PROJETO SIMILARES

O estudo de casos desenvolvido para este trabalho envolveu a análise de dois projetos de Chalés de montanhas, o primeiro ilustrado nas Figuras 2 e 3, assinado pelos profissionais do Bô Design e o segundo, Figuras 4 e 5, pelo arquiteto e designer de interiores Lionel Jadot.



Figuras 2 – Sala de estar com vista para montanhas.



Figuras 3 – Varanda Gourmet com vista para montanhas.

Figuras 2 e 3 – Projeto Bô Design

Fonte: <https://casavogue.globo.com/Interiores/noticia/2012/06/chale-sim-mas-sem-rusticidade.html>



Figuras 4 – Sala de estar com vista lateral para montanha.



Figuras 5 – Vista do interior mostrando as montanhas lareira a direita.

Figuras 4 e 5 – Projeto Lionel Jadot

Fonte: <https://casavogue.globo.com/interiores/noticia/2012/chale-ou-loft-nos—alpes-pouco-importa.html>

Ambos os chalés apresentam uma maravilhosa vista das montanhas que se destaca como centro de interesse natural. Nos projetos pesquisados, foram utilizados vários materiais como madeira que visa a rusticidade, vidro para a contemplação da paisagem, e iluminação foram essenciais para a produção de um ambiente ao qual remete muito aconchego e naturalidade. Essas análises serviram de influência para o presente projeto de design de interiores.

4 Estudo da logo Romeu e Julieta



Figura 6 – Logo
Fonte: Própria autoria

O nome Romeu e Julieta, vem do livro escrito por William Shakespeare (1564-1616), A obra de dramaturgia relata a história de amor entre Romeu e Julieta.

A coroa de flores e galhos de Cerejeira vem do conceito que a árvore da cerejeira fica pouco tempo florida, por isso suas flores representam a fragilidade da vida, cuja maior lição é aproveitar intensamente cada momento, pois o tempo passa rápido e a vida é curta. E seu fruto é considerado o maior símbolo de sensualidade, erotismo e sexualidade, principalmente pela cor vermelha intensa.

E juntando todas essas características, formamos a logo do chalé, ao qual representa toda a naturalidade do local, e o seu objetivo que é levar aos seus hóspedes o prazer que a vida dá, oferecendo muito aconchego e comodidade.

4.1 Programa de necessidades e fluxograma do chalé

No intuito de satisfazer as exigências e expectativas do cliente descritas no briefing, a proposta para o projeto do chalé apresentado envolve, basicamente, os setores e mobiliário / equipamentos descritos na tabela 1.

Tabela 1 – Programa de Necessidades

AMBIENTE	MOBILIÁRIO / EQUIPAMENTO
SALA	Sofá de 2 lugares / Lareira / Televisão / Home theater /Cortina.
COZINHA	

AMBIENTE	MOBILIÁRIO / EQUIPAMENTO
	Cooktoop de 2 bocas / Bancada com 3 banquetas / Armário embutido / Frigobar / Purificador de água / Micro-ondas.
CLOSET	Guarda roupa embutido / Puff / Espelho / Tapete de pelo de vaca.
QUARTO	Cama / Dois criados / Hidromassagem / Mesa de champanhe.
VARANDA	Rede / Vaso de planta / Poltrona / Sofá de palete.
BANHEIRO	2 chuveiros / Vaso suspenso / Pia com bancada / Espelho / Lixo.

Fonte: Própria autoria

Para se estabelecer um espaço fluido, prático e funcional, organizou-se o fluxograma do chalé ilustrado na figura 8.

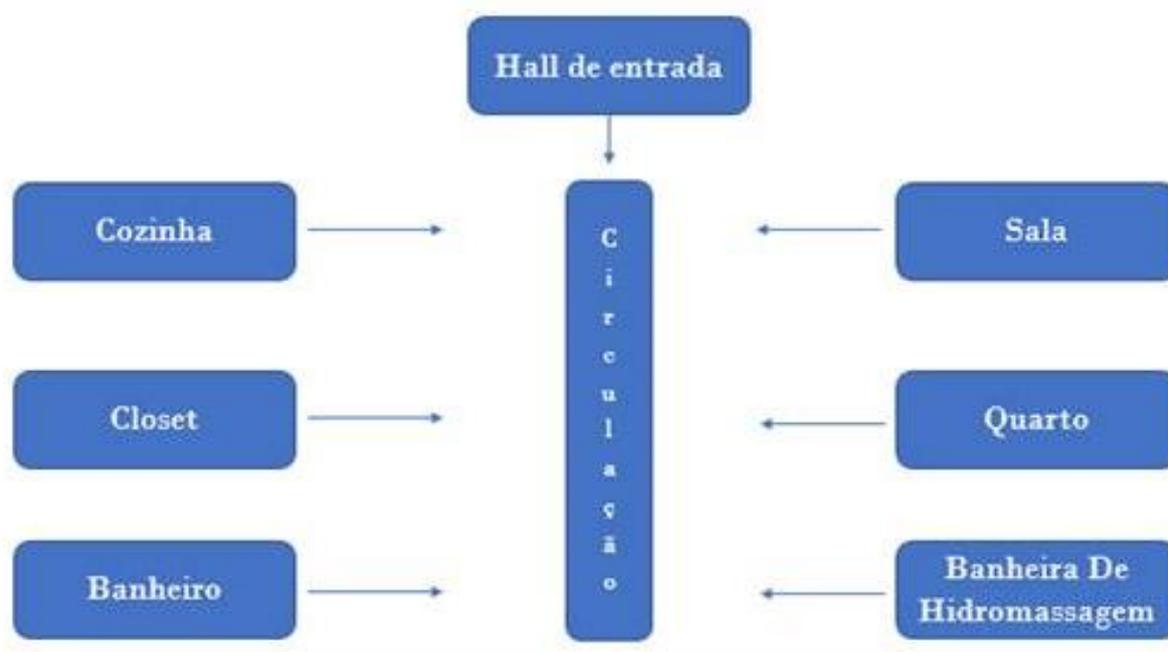


Figura 8 – Organograma do Chalé

Fonte: Própria autoria

4.2 Painel Semântico e conceito do projeto

Romântico Rústico Contemporâneo: Nosso projeto veio com uma perspectiva de aconchego, contemporaneidade e sinônimos de romantismo com muita naturalidade. O chalé, de charme e requinte, apresenta revestimento e texturas de

tendência atual, madeira, vidro, couro, estampas românticas, iluminação agradável e paisagismo natural.

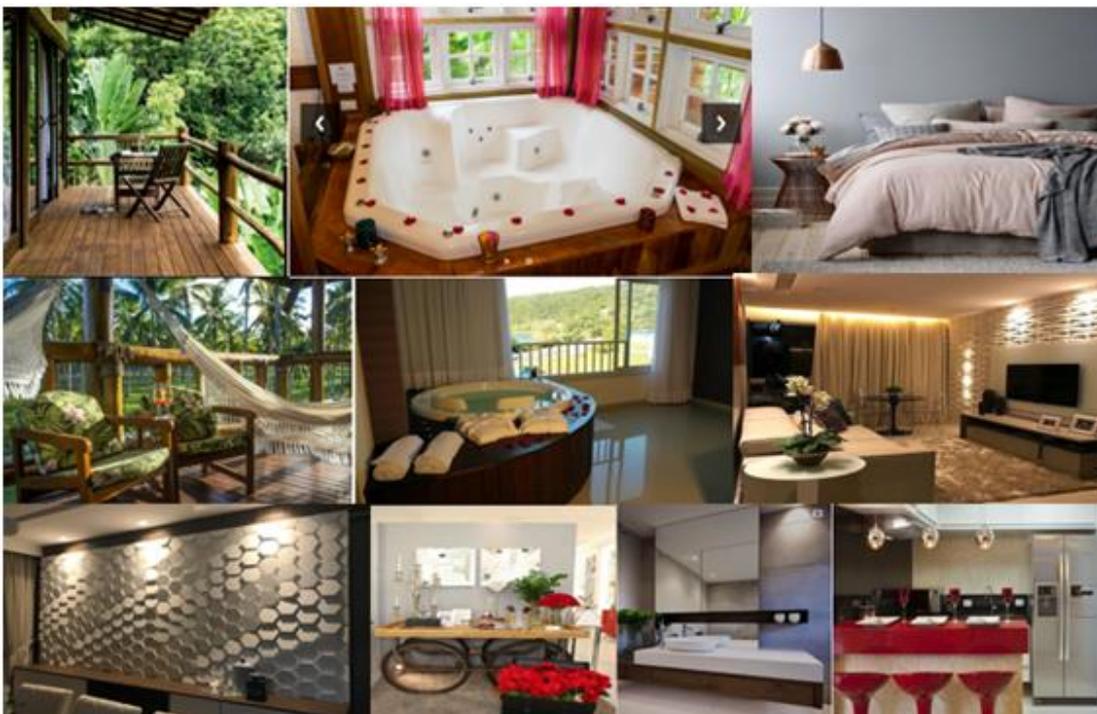


Figura 9 – Pannel semântico – composição de imagens
Fonte: Própria autoria / google imagens

4.3 Layout tratado e Setorização.



Figura 10 – Layout e Setorização
Fonte: Própria autoria

4.4 Memorial descritivo e ilustrações do projeto

Este memorial visa complementar o projeto de design de interiores de um chalé, que possui uma identidade diferenciada por ser exclusivo somente para casais. Ambientes que atendam aos casais com mais privacidade, aconchego e romantismo, combinando o rústico como o contemporâneo. O projeto segue uma linguagem com linhas retas, diferenças de volumes com acabamento e texturas atuais. Além de ser um atrativo muito especial, integrando charme e requinte. O que predomina em seu projeto é o design que proporciona maravilhosas vistas em seu entorno.

No deck todo em madeira dá um charme e personalização com sua rede e sofá de pallet causando uma sensação de comodidade e prazer por estar ao ar livre. Arandelas compõe toda a iluminação do deck. O hall de entrada usamos um pergolado que causa uma sensação natural de aconchego. Na parede usamos pastilha de porcelana onde recebe um jardim vertical feito de pallet vibrante e visível com duas arandelas que proporciona uma sensação agradável. O móvel de palete com a rede, proporciona ainda mais conforto aos hóspedes, podendo aproveitar a brisa das montanhas e suas vistas.



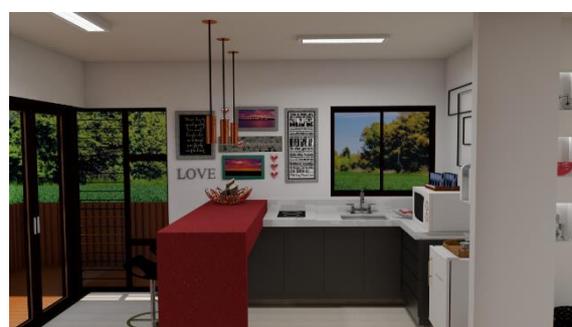
*Figuras 11, 12, 13 e 14 – Imagens 3D do projeto
Fonte: Própria autoria*

Na sala foi utilizado um revestimento da linha Polygon com um formato arrojado e surpreendente, com dois spots pra dicroica no teto focando a iluminação nele, sobre o revestimento utilizamos um painel todo em mdf ameixa negra que se destaca pelo seu efeito visual combinando com a cortina de tecido linho rústico, um sofá de couro super confortável. A lareira com o mármore bege bahia é um dos itens de decoração mais apreciados na casa, que proporciona uma sensação de luxo e bem estar para casal e uma iluminação central com luz indireta deixando o ambiente mais aconchegante.



*Figuras 15, 16, e17 – Imagens 3D da sala.
Fonte: Própria autoria*

Cozinha com bancada em silestone vermelho stellar proporcionando um impacto visual e sofisticação ao ambiente que é o destaque dessa área, com três pendentess sobre ele todo trabalhado no cobre com muito estilo e cheios de glamour, utilizamos três banquetas pretas que entram em harmonia com o restante do ambiente garantindo um visual bem agradável. A bancada que abrigam a cuba, o cooktop, a cafeteira e o micro-ondas foram feitas em mármore crema marfil clássico com os armários em MDF preto fosco que dão contraste com o vermelho da bancada. Um frigobar e um purificador fazem parte desta linda cozinha. A iluminação foi feita por um plafon de sobrepôr.



Figuras 18, 19 e 20 – Imagens 3D da sala.

Fonte: Própria autoria

No quarto desenvolvemos uma decoração bastante despojada. A cabeceira da cama em MDF aço corten passa uma sensação de personalidade forte e robustez. De cada lado da cama um criado mudo em vidro e laca com pendentess aramado todo

trabalhado no cobre dando ainda mais charme ao ambiente. O destaque vai para a banheira de hidromassagem que proporciona relaxamento e satisfação com vistas deslumbrantes para as montanhas garantindo uma iluminação natural que remete paz e tranquilidade. Ao lado da banheira um carrinho de bar com rodas de bicicletas super funcional que dá apoio em espaços onde se necessita atender aos visitantes com bebidas. A iluminação foi feita com um plafon central, pendente em cima da banheira e spots de dicroicas.



*Figuras 21, 22, 23 e 24 – Imagens 3D do quarto.
Fonte: Própria autoria*

Em todo o banheiro foi usado o porcelanato Onix Cristal e para contrastar colocamos na parte de dentro do box o porcelanato Nord Kaffe para quebrar a frieza do ambiente. A bancada em ônix cristal recebeu a cuba de porcelana e objetos de decoração para complementar que dão elegância e charme ao ambiente, acima da bancada um espelho para dar amplitude. Além de dar a sensação de um espaço ampliado, os armários espelhados conseguem dar uma leveza ao ambiente deixando

o local melhor iluminado. A iluminação foi feita por dois plafons central de sobrepor e spots de dicroicas sobre a bancada.



*Figuras 25, 26, e 27 – Imagens 3D do banheiro.
Fonte: Própria autoria*

O Closet é o ambiente mais simples da casa contendo somente cores neutras, um espelho e guarda roupa embutido em MDF branco com nichos na lateral todo iluminado com fitas de led para iluminar os objetos de decoração. Uma iluminação central com plafon de sobre por. A figura a seguir mostra o Closet.



*Figura 28 – Imagens 3D do Closet.
Fonte: Própria autoria*

5 CONCLUSÃO

A partir dos estudos que fizemos, desenvolvemos o planejamento de interiores de um chalé rústico contemporâneo romântico e aconchegante ao qual a pousada Solar da Araucária terá como sua atração principal.

6 REFERÊNCIAS

ROIM, T.P.B. e CARDOZO, B.R. O. **Pousadas e suas características específicas de acordo com a nova classificação dos meios de hospedagem no Brasil**. Revista Eletrônica de Turismo Ano IX – Número 17, junho de 2012. Disponível em: http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/ybgz9MqVkhH9chu5_2013-5-23-18-8-56.pdf acessado em abril de 2018.

DRY TEC. Chalé. Disponível em: <http://drytec.contato.site/blog/chaleemsteelframe> acessado em maio de 2018.

O QUE É. Chalé. Disponível em: <https://oquee.com/chaes/> acessado em Maio de 2018.

WIKIPEDIA. Definição e Origem. Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/chale> acessado em Maio de 2018.

MACDESIGN. **Arquitetura contemporânea: entenda as referências e características**. Blog bons ventos – Publicado em 15 de Maio de 2017. Disponível

em: <http://macdesign.com.br/blog/arquitetura-contemporanea-entenda-as-referencias-e-caracteristicas/> acessado em Junho de 2018.

CONCEIRO DE ESTILO. **Estilo Contemporâneo - Atual E Do Seu Jeito**. Disponível em: <https://www.conceitodeestilo.com.br/2015/06/estilo-contemporaneo-atual-e-do-seu.html> acessado em Junho de 2018.

EU DECORO. **Perfil do estilo contemporâneo – Inspiração e Ideia**. Disponível em: <https://eudecoro.com.br/artigos/perfil-estilo-contemporaneo> acessado em Junho de 2018.

RENATA TOLEDO. **O estilo Rústico**. Blog Tânia Rubim – publicado em 5 de Agosto de 2013. Disponível em: <http://taniarubim.com/o-estilo-rustico-introducao.html> acessado em Junho de 2018.

MACDESIGN. **Do rústico ao moderno: conheça a história do design**. Blog Bons Ventos. Publicado em 23 de dezembro de 2016. Disponível em <http://macdesign.com.br/blog/do-rustico-ao-moderno-conheca-a-historia-do-design/> acessado em Junho de 2018.

SOLAR D'ARAUCÁRIA. **Home|A Pousada|Chalés|Restaurante|Fotos|Gonçalves**. Disponível em: <http://www.solardaraucaria.com.br/> acessado em Abril de 2018.

TURISMO EM GONÇALVES. **Home|Gonçalves|VereFazer|Pousadas|Comer e Beber|Whats'on**. Disponível em: <https://www.turismoemgoncalves.com.br/> acessado em Abril de 2018.

DANIELA DIANA. TODA MATÉRIA. **Romeu e Julieta**. Disponível em <https://www.todamateria.com.br/romeu-e-julieta/> acessado em Julho de 2018.

SIGNIFICADOS. **Significado de flor de cerejeira**. Disponível em <https://www.significados.com.br/flor-de-cerejeira/> acessado em Julho de 2018.

ABSTRACT

The present article presents the development of an interior design project of a chalet located in the Pousada Solar da Araucária in Gonçalves - MG. This project aims to offer its guests a romantic and cozy space, combining the rustic with the contemporary, valuing the view of the mountains of the Mantiqueira mountain, idealizing newly married couples for a greater benefit of tranquility and well-being. By means of researches done on the Internet, two parameters were established for the analysis of similar projects between chalets and lofts that based the creative process and the conceptual definition of the project that followed the methodology assimilated during the course, culminating in the technical development and three-dimensional modeling.

Keywords: *Contemporary, Chalet, Romantic, Design, Warmth, Naturalness.*

PUB E CASA DE JOGOS – GAME PLAN

Ariannia Olentino Batista, Dienifer Duarte, Pâmela Rodrigues da Costa,

Orientadores: Prof. Rodrigo Bassan e Prof. André Luiz Castro

RESUMO

O referente artigo apresenta o desenvolvimento de um projeto de interiores de um bar localizado na Avenida Rondon Pacheco em Uberlândia – MG. O intuito é criar uma mistura de uma casa de jogos com um PUB, trazendo um pouco de diversão e um lugar que proporcione uma atmosfera ideal para aproveitar ao máximo o que o espaço tem a oferecer. Através de pesquisas feitas, foram selecionados dois artigos base para ajudar a criar o conceito do projeto e a fundamentação do processo criativo.

PALAVRAS CHAVE: PUB, Casa de Jogos, Rústico, Urbano, Industrial.

1 INTRODUÇÃO

Para proporcionar um ambiente diferenciado, que funcione como uma rede de escape para a correria do dia a dia.

A proposta surgiu através da necessidade do proprietário em ter um estabelecimento que recriasse a sensação de prazer que sente nos momentos de lazer. E também, da falta de diversidade no setor de bares municipal e regional.

A fim de explorar essa brecha no mercado, surgiu a ideia de fazer uma junção de uma casa de jogos com um pub (abreviação de *public house*), criando um ambiente agradável, aconchegante e totalmente fora dos padrões.

¹Ariannia Olentino Batista – Aluna do Curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2018. arianemendes2015@outlook.com

²Dienifer Duarte – Aluna do Curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2018. dieniferdu@gmail.com

³Pâmela Rodrigues da Costa – Aluna do Curso de Graduação em Design na UNIESSA, Uberlândia, 2018. pamelarodriguesdacosta@hotmail.com

⁴Rodrigo Augusto Bassan - Professor do Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2018. Rodigo.bassan@uniessa.com.br

⁵André Luiz Castro- Professor do Curso de Graduação em Design UNIESSA, Uberlândia, 2018. E-mail de contato: andre.luiz@uniessa.com.br

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 História e evolução dos Pub's

Segundo o site Mapa de Londres os primeiros protótipos de pubs surgiram cerca de 2 mil anos atrás, a partir da vinda dos romanos. Foram eles que construíram ao longo das estradas e cidades da Grã-Bretanha as chamadas tavernas, onde eram comercializados vinhos.

A herança romana sobreviveu e se readaptou de acordo com a clientela, considerando a invasão dos povos anglo-saxões, além dos vikings dinamarqueses e escandinavos. O vinho passou a dar lugar à bebida mais requisitada em qualquer pub que se preze: a cerveja. Assim, as tavernas abriram espaço às chamadas *alehouses* (casas de cerveja).

Essas *alehouses* se popularizaram tanto, que o Rei Edgar, no ano de 965, determinou que poderia haver apenas uma casa de cerveja em cada vilarejo. Essa regra não demorou para ser abolida.

Havia *inns* (hospedarias com bar no andar de baixo), tavernas (mercados de origem romana que também vendiam bebidas) e *alehouses* (casas de cerveja instituídas pelos anglo-saxões, que produziam sua própria cerveja).

Ao longo dos anos, os pubs se reinventaram. Atualmente, eles podem oferecer aperitivos, jogos de tabuleiro e dardos, shows de blues, andares temáticos, uma vasta carta de bebidas e atrair jovens, velhos, solteiros, casados e famílias.

/

2.2 Origem dos Jogos

A arqueologia registra a presença de competições e jogos desde 2600 a.C. Os jogos são elementos universais em todas as culturas humanas. Os jogos de tabuleiro, especificamente, foram inventados e jogados em quase todas as partes do mundo.

Desde o século X a.C., o jogo de cartas tem fascinado a humanidade. Desde as simples tiras de papel nascidas no oriente. As cartas se tornaram conhecidas na Europa no século XVI, a partir daí virando um fenômeno universal.

De acordo com o Código de Ética Desportiva, jogo é toda e qualquer atividade em que exista a figura do jogador (como indivíduo praticante) e regras que podem ser para ambiente restrito ou livre. Geralmente os jogos têm poucas regras e estas tendem a ser simples. Sua presença é importante em vários aspectos, entre eles a regra define o início e fim do jogo, assim como o empate. Pode envolver dois ou mais jogando entre si como adversários ou cooperativamente com grupos de adversários. É importante que um jogo tenha adversários interagindo e como resultado de interação exista um vencedor e um perdedor.

Em resumo, os jogos possuem um certo número de características comuns que permite que sejam classificados como elementos de um jogo:

- Jogador;
- Adversário;
- Interatividade;
- Deve existir regras;
- Deve existir objetivo;
- Condições de vitória, empate e derrota;
- Ser uma forma de entretenimento.

3 BRIEFING

3.1 Perfil do Cliente:

Liam O' Brian, é um empresário irlandês de 32 anos, solteiro, apaixonado por bebidas exóticas, jogos, música e outras atividades interativas. Nesse projeto ele busca trazer um pouco da sua nacionalidade. O cliente deixou a nossa escolha o nome do PUB, visando que ele deseja um ambiente alternativo e que fuja do padrão.

3.2 Público Alvo:

O público que frequentará este pub, serão jovens com a faixa etária dos 18 à 30 anos.

3.3 Definição do Problema:

O objetivo é criar um ambiente em que os clientes se sintam à vontade, se divirtam, distraiam e fujam da correria do dia a dia.

Criar mesas interativas, tabuleiro de xadrez interativo, jogos de carta, sinuca, pinball, pebolim, palco e cabine fotográfica.

3.4 Programa de Necessidades:

- ❖ Mesa de Jogos Interativos (X)
 - ❖ Balcão de fora a fora/ Bar
 - ❖ Computadores para anotar as comandas e controle de caixa (X)
 - ❖ Prateleiras para bebidas (destilados)
 - ❖ Pinball
 - ❖ Pebolim
 - ❖ Sinuca
 - ❖ Televisão (X)
 - ❖ Espaço em destaque para o jogo de Xadrez
 - ❖ Mesas
 - ❖ Cadeiras
 - ❖ Frízzer vertical
 - ❖ Área para show
 - ❖ Luzes
 - ❖ Instrumentos Musicais
 - ❖ Fogão Industrial
 - ❖ Coifa
 - ❖ Pia
 - ❖ Armários
 - ❖ Mesa para a Cozinha
 - ❖ Micro-ondas
 - ❖ Geladeira
 - ❖ Área reservada para estoque
 - ❖ Área reservada para DML
 - ❖ Área reservada para banheiros (feminino/masculino/unissex)
 - ❖ Área reservada para cozinha
 - ❖ Área reservada para fumantes/aberta
 - ❖ Bancos laterais
 - ❖ Bistrô
 - ❖ Plantas/Paisagismo
 - ❖ Lixeiras
-

4 FLUXOGRAMA:

A figura 1 ilustra o organograma/fluxograma estabelecido para a instalação do PUB.

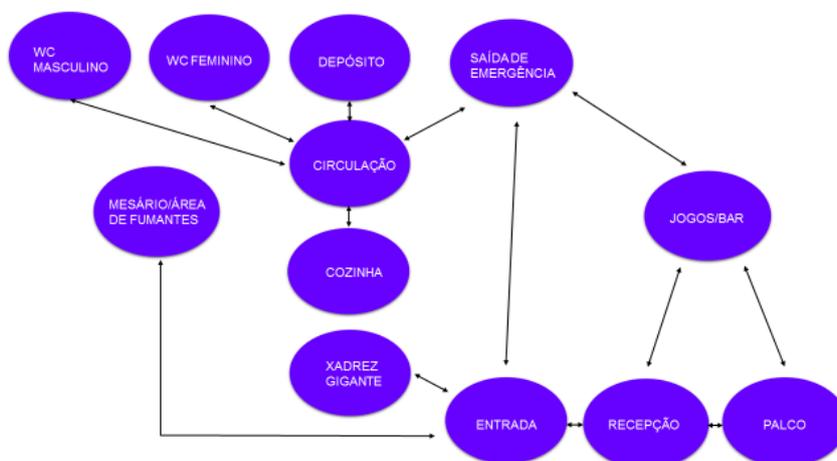


Figura 1 - fluxograma
Fonte: Própria autoria

5 PROJETO ARQUITETÔNICO:

O projeto arquitetônico, segue abaixo como ilustrado na figura 2.

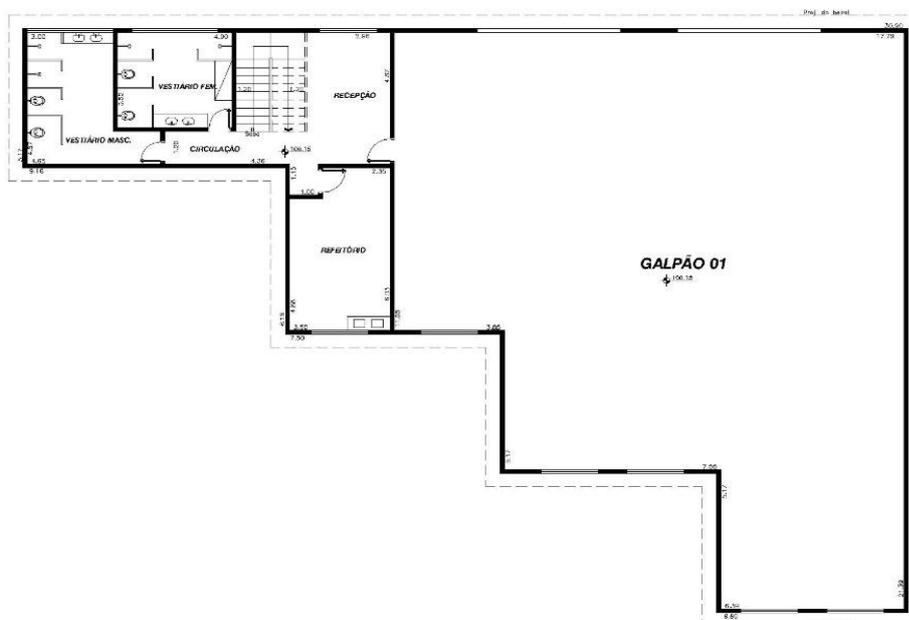


Figura 2 – Planta base
Fonte: http://www.rush.com.br/teste/wp-content/uploads/2010/08/Galpao_01_planta.jpg

6 PAINEL SEMÂNTICO E CONCEITO

É observado na figura 3 o painel semântico, que inspirou o projeto citado neste trabalho



*Figura 3 – Painel semântico
Fonte: www.google.com/imagens*

O conceito do projeto é Rústico Urbano Chique, que traz vários tons amadeirados, linhas de composição retas e com elementos industriais

7 ANÁLISE DE SIMILARES:

7.1 PUB BB – ACR + Arquitetura

A Cenografia de 2070 m² para evento do Banco do Brasil.

O projeto cria um pub com toques de brasilidade em área de interação de uma convenção do BB. Como ilustrado na figura 5.



*Figura 4 – Projeto PUB – ACR + Arquitetura
Fonte: <https://www.arcmaisarquitetura.com.br/pub-bb>*

O ambiente conta com: Dardos, sinuca, pebolim (totó), mesas comunitárias e um grande bar central compões a cenografia do espaço. A cena nos traz aconchego, frio por causa da iluminação fria.

Linhas compositivas: as formas predominantes são linhas retas, quebrando com detalhes de madeiras no teto (são ripas colocadas na diagonal com um grande espaço entre elas) e algumas molduras nas paredes (que também são ripas de madeiras que foi feito um jogo de colocar elas na diagonal para direita e esquerda, criando um desenho). A presença de curvas nas mesas e nos pendentes.

As texturas predominantes são as de tijolinhos que estão nos pilares e no balcão e textura de madeira presente nas mesas, detalhes no teto, nas paredes e jogos de dardos (grama sintética).

As cores mais utilizadas foram o marrom (madeira), branco, verde, preto, azul, as cenas possuem equilíbrio e também ritmo.

A iluminação geral é morna, com pontos de focos nos jogos e mesas de interação.

No balcão do bar a fitas de led fazendo com ele se destaque e nas bebidas também tem presença de luz morna.

Há alguns pilares em volta do ambiente neles possui spot de chão (morna) para criar um efeito sobre os tijolinhos.

Pontos positivos nesse projeto é a distribuição do espaço (circulação), focos de iluminação nos jogos o bar central.

Pontos negativos é que não possui muito foco nos jogos de cartas tendo apenas duas mesas, cores muito claras, as mesas e as cadeiras não são apropriadas para clientes que pretendem ficar por muito tempo no PUB.

7.2 Republic English Pub

O *Republic English PUB* conta com quatro diferentes ambientes para garantir o conforto e a diversão de seus clientes. Como observado na figura 5.



Figura 5 - Republic English PUB

Fonte: <http://www.republicpub.com.br/ambientes.asp>

Na entrada, está o *Tower Bridge Garden*, área destinada ao público fumante. Em anexo, o *Tower Bridge Bar*, um espaço que oferece três televisores para transmissão de esportes e bar com quatro choperias e mesas, onde ainda é possível reunir os amigos para uma partida de pebolim. A decoração é tematizada com cartazes e bandeiras de times do futebol inglês. (*O Tower Bridge Bar é um espaço exclusivo para eventos*)

No primeiro andar, os clientes do *Republic* encontram o Salão Principal com: palco onde acontecem as apresentações ao vivo de pop rock internacional, um telão de 6 metros e televisores para transmissão de futebol e o bar principal, bem ao estilo londrino, em madeira, com seis choperias. A área ainda conta com uma pista para os que querem curtir o som e mesas e sofás para os clientes se acomodarem.

Este ambiente possui cores vivas, iluminação diferenciada com bastante cores, é um ambiente que traz ao mesmo tempo aconchego e descontração. É um ambiente com bastante madeiras.

Os pontos negativos apresentados são: as luzes muito coloridas podem trazer um pouco de desconforto para quem fica muito tempo nesse ambiente.

Possuindo linhas retas, o ambiente traz equilíbrio na questão do mobiliário, mas não na iluminação. Alguns ambientes são mais iluminados do que os outros.

As cores predominantes são: o marrom, o amarelo e o vermelho.

Outro detalhe especial na decoração refere-se as bandeiras de times penduradas no teto, televisões para a transmissão dos jogos, banquetas retro, pôsteres de outros esportes.

Há também espelhos para dar uma ilusão de ótica, de que o ambiente é maior.

8 SETORIZAÇÃO

Pode-se perceber a integração e a fluidez dos espaços, será mostrada a setorização na figura 6.

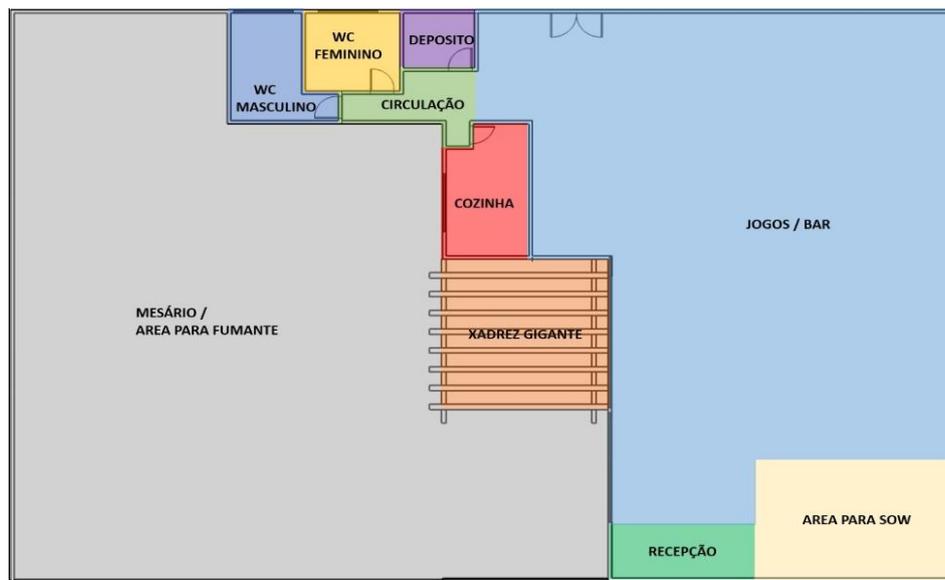


Figura 6 – Setorização
Fonte: Própria autoria

9 PROCESSO CRIATIVO:

Logo abaixo, são mostradas por meio da figura 7, algumas imagens do processo criativo para o projeto desenvolvido neste trabalho.

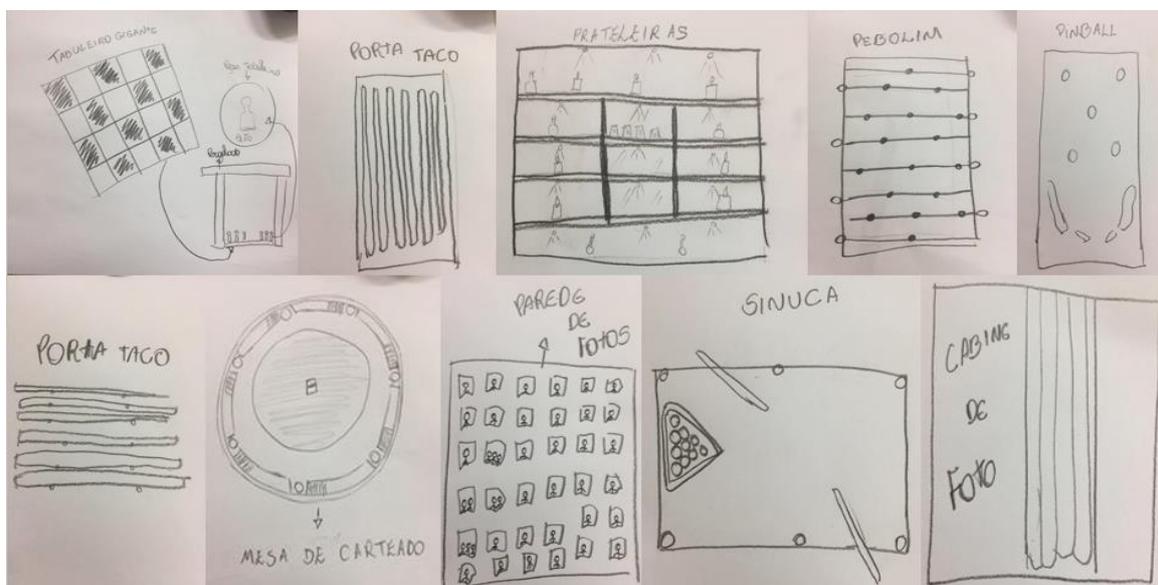


Figura 7 – Croquis
Fonte: Própria autoria

10 PLANTAS:**10.1 Planta Cotada**

A planta cotada foi elaborada nos softwares *SketchUp* e *Layout*, a qual é demonstrada na figura a seguir

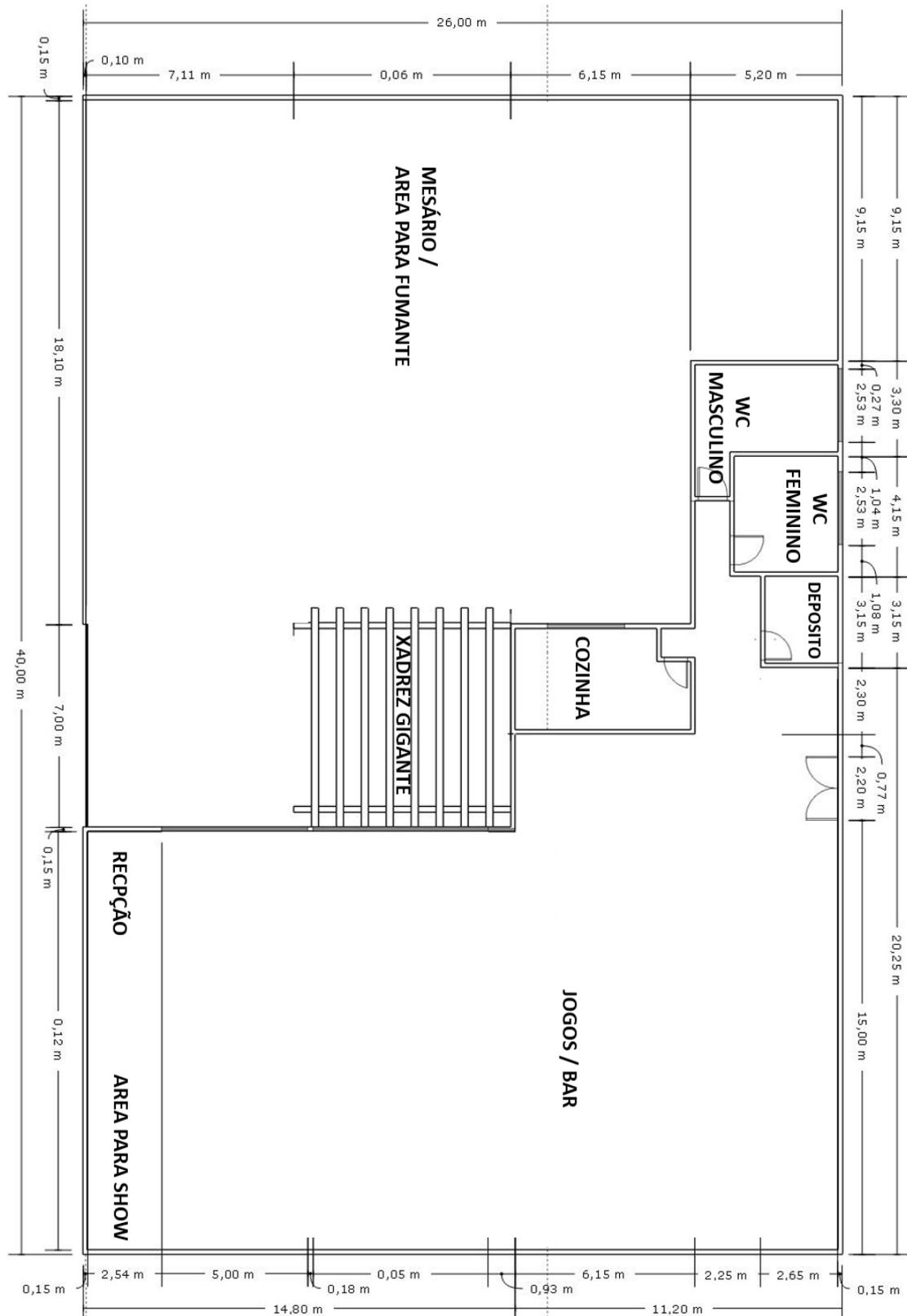


Figura 8 – planta cotada
 Fonte: Própria autoria

10.3 Planta Humanizada:

A planta humanizada foi elaborada com o auxílio do software *SketchUp*, a qual é ilustrada na figura 10.

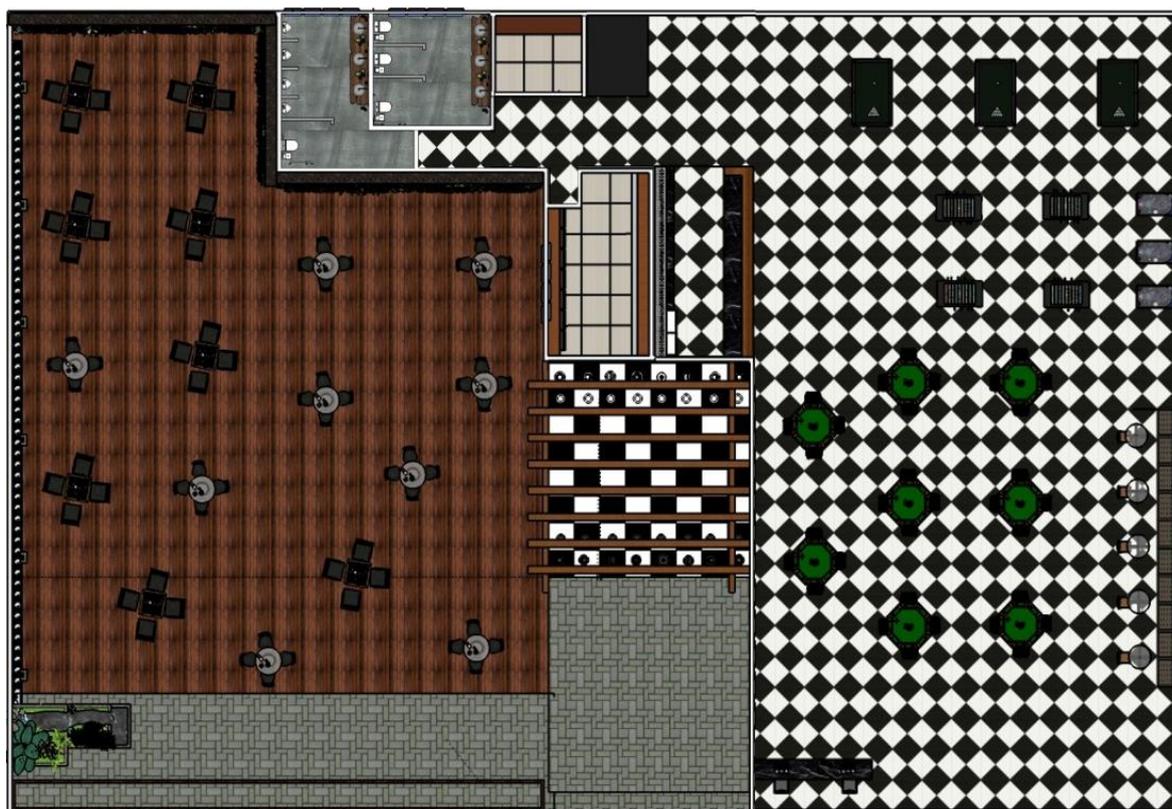
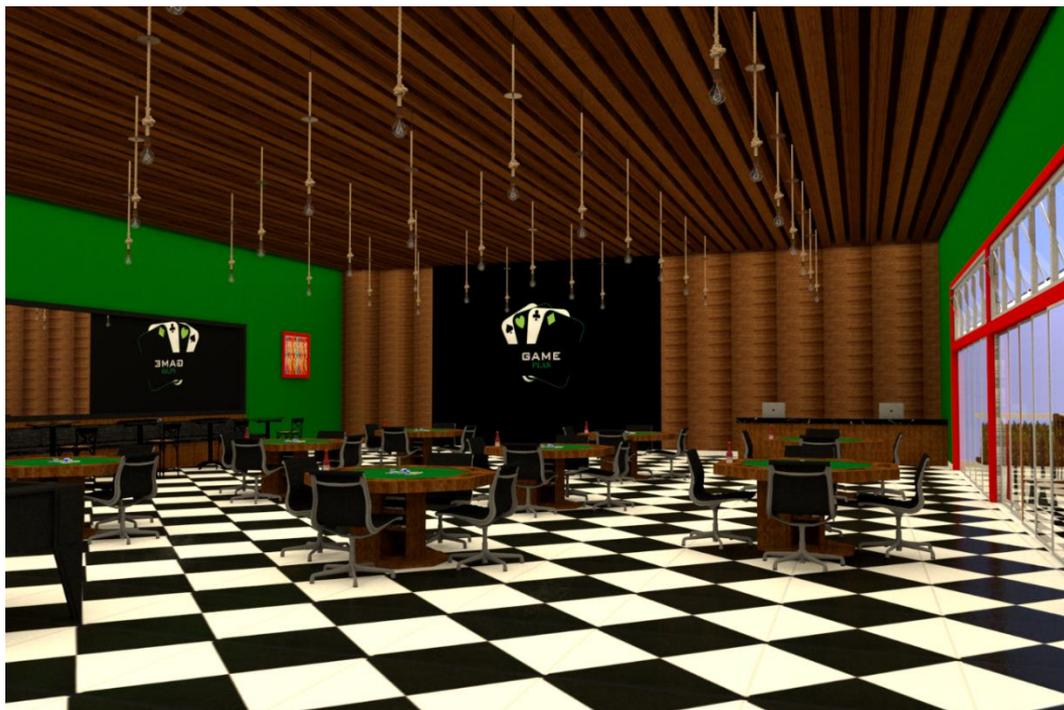


Figura 10 – Planta Humanizada
Fonte: Própria autoria

11 IMAGENS RENDERIZADAS:

As figuras abaixo mostram as vistas do estabelecimento renderizado com o auxílio dos softwares *SketchUp* e *V-Ray*.



*Figura 11 – Vista da recepção/Salão de jogos
Fonte: Própria autoria*



*Figura 12 – Vista da Parede Interativa, Painel Fotográfico e Mesas de Carteados/Salão de jogos
Fonte: Própria autoria*

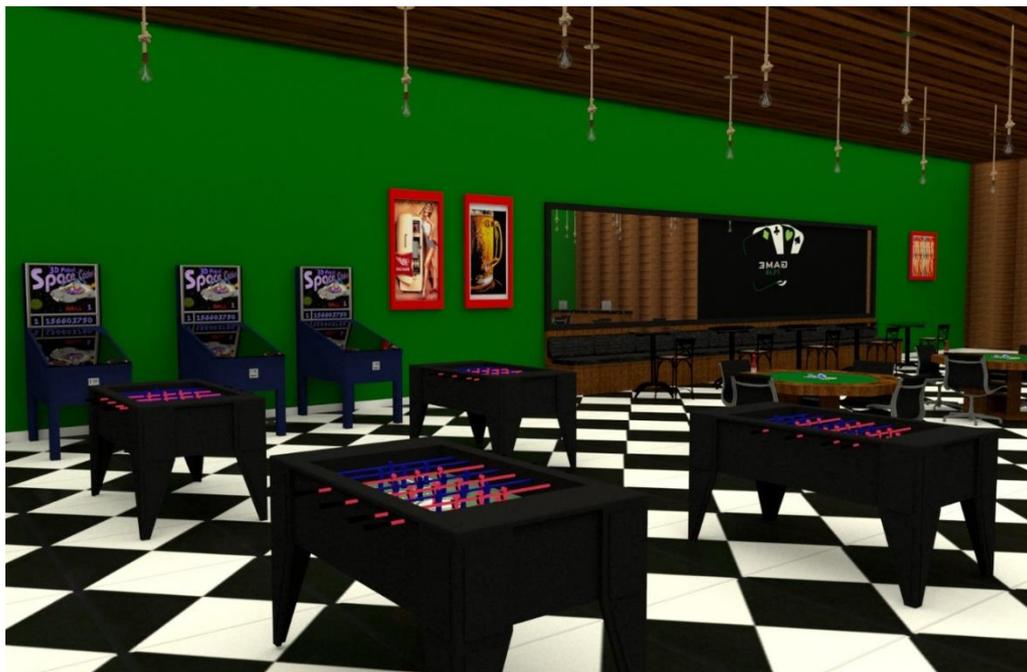


Figura 13 – Vista das mesas de Pebolin, Pinboll e Estações com Banco Alemão
Fonte: Própria autoria

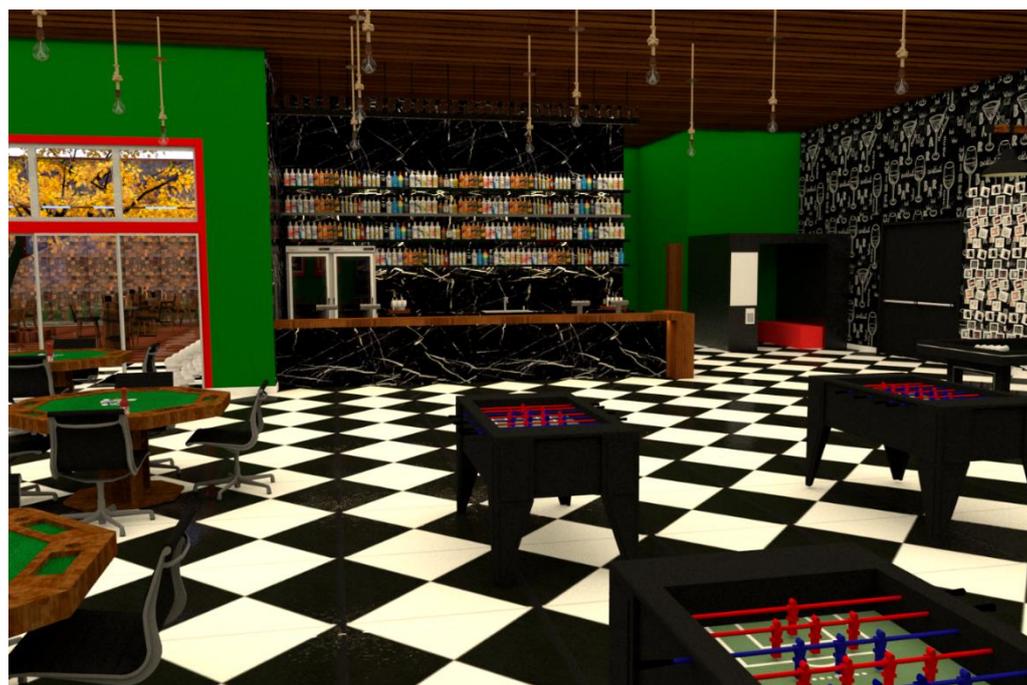


Figura 14 – Vista do Bar e Cabine Fotográfica
Fonte: Própria autoria



Figura 15 – Vista das Mesas de Sinuca
Fonte: Própria autoria



Figura 16 – Vista do Bar
Fonte: Própria autoria

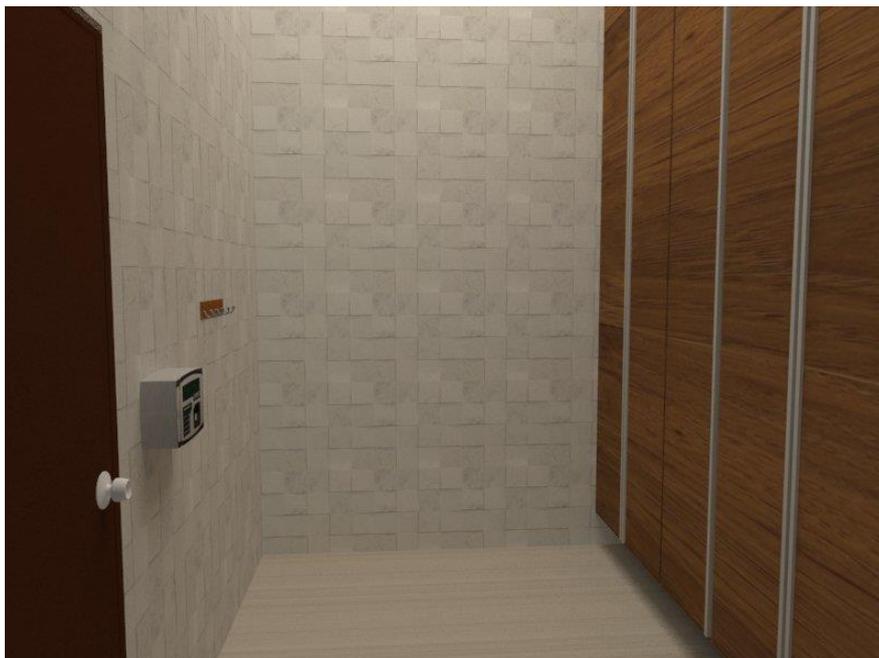


Figura 17 – Depósito
Fonte: Própria autoria



Figura 18 – Cozinha – Vista A
Fonte: Própria autoria



Figura 19 – Cozinha – Vista B
Fonte: Própria autoria



Figura 20 – Banheiro Masculino
Fonte: Própria autoria



*Figura 21 – Banheiro Feminino
Fonte: Própria autoria*



*Figura 22 – Vista da entrada, Xadrez Gigante e Lounge
Fonte: Própria autoria*

12 CONCLUSÃO

Através das análises feitas, foi desenvolvido o projeto de interiores do PUB e Casa de Jogos – GAME PLAN que tem como seu diferencial jogos de interatividade e traz um tabuleiro de Xadrez Gigante como seu atrativo. O espaço também irá contar

com máquinas de Chopp, uma cabine fotográfica para quem quiser registrar o momento, um *lounge* na parte externa.

REFERÊNCIA

RC + ARQUITETURA. Projeto PUB BB. Disponível em: <https://www.arcmaisarquitetura.com.br/pub-bb> > Acesso em: 14 de março de 2018

21 EXTRAORDINARY HOME THEATER DESIGN IDEAS & DESIGN (WITH PICTURES). Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/625085623255065299/?lp=true> > Acesso em: 14 de março de 2018

ERYILMAZ, Rafet B. 21 pisos de madeira requintados que aperfeiçoam os jardins. Disponível em: <https://www.dekorpa.com/bahceleri-kusursuzlastiran-21-sahane-ahsap-zemin-modeli-860> > Acesso em: 20 de março de 2018

ABRAMS, Michael. Dering Hall. Astor-Bar e Sala de Jogos de Nível Inferior. Disponível em: <https://deringhall.com/portfolios/michael-abrams-interiors-portfolio-interiors-basement-bar-game-room-astor-lower-level> > Acesso em: 09 de abril de 2018

DINÂMICA DIVERSÕES. Mesa de Pebolim Elite Oficial. Disponível em: <http://www.dinamicadiversoes.com.br/produto/866/Mesa-de-Pebolim-Elite-Oficial-> > Acesso em: 09 de março de 2018

NUNES, Emily Canto, em 11 de junho de 2016. Free the Essence. Como funciona uma Gaming House no Brasil? Disponível em: <https://www.freetheessence.com.br/nova-economia/modelos-disruptivos/como-funciona-uma-gaming-house-no-brasil/> > Acesso em: 09 de março de 2018

INTERESY. 94 Itens de Banheiro. Disponível em: <http://interesy.info/14/94-badezimmer-gegenst-nde.html> > Acesso em: 25 de abril de 2018

MAPA DE LONDRES. O que é pub: saiba tudo sobre essa instituição britânica. Disponível em: <https://mapadelondres.org/o-que-e-pub/> > Acesso em: 06 de junho de 2018

MENINA ZEN. Menina Zen Bar e Restaurante. Disponível em: <https://www.meninazen.com.br/> > Acesso em: 08 de março de 2018

MERCADO LIVRE. Cabine De Fotos Cabine Fotográfica Totem Fotos Lembranças. Disponível em: <https://lista.mercadolivre.com.br/cabine-de-fotos-aluguel-s-o-paulo> > Acesso em: 08 de março de 2018

MEUS DICIONÁRIOS. O que é PUB. Disponível em: <https://www.meusdicionarios.com.br/pub> > Acesso em: 15 de março de 2018

WIKIPÉDIA. Jogo. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Jogo> > Acesso em: 10 de março de 2018

REPUBLIC ENGLISH PUB. Disponível em: <http://www.republicpub.com.br/ambientes.asp> > Acesso em: 10 de abril de 2018

RUSH. Galpão. Disponível em: http://www.rush.com.br/teste/wp-content/uploads/2010/08/Galpao_01_planta.jpg > Acesso em: 10 de abril de 2017

SOHU. Ainda comprando uma lembrança de "Pit"? Estas são as mais belas lembranças da viagem sem gastar dinheiro. Disponível em: http://www.sohu.com/a/155497948_369060 > Acesso em: 10 de março de 2018

THE PINBALL COMPANY. Jurassic Park Pinball Machine. Disponível em: <https://www.thepinballcompany.com/product/jurassic-park-pinball-machine/> > Acesso em: 13 de março de 2018

ABSTRACT:

The article refers to the development of an interior design of a bar located at Avenida Rondon Pacheco in Uberlândia - MG. The aim is to create a mix of a game house with a PUB, bringing a little fun and a place that provides an ideal atmosphere to make the most of what space has to offer. Through research, two base articles were selected to help create the concept of the project and the foundation of the creative process.

KEY WORDS: *PUB, House of Games, Rustic, Urban, Industrial.*

**Endereço e contato**

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

e-mail: design@uniessa.com.br
