
UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO E DESIGN – FAUeD
TCC – DESIGN



THALITA MENDES ARAÚJO MACÊDO

Uberlândia / MG

Dezembro/2018

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO E DESIGN – FAUeD
TCC – DESIGN

ESSÊNCIA:

Mesa posta e Etiqueta

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao curso de Design da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design – FAUeD, da Universidade Federal de Uberlândia – UFU, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Design.

Orientadora: Elza Cristina Santos

Uberlândia / MG

Dezembro/2018

a
AGRADECIMENTOS

Agradeço,

Primeiramente a Deus, pois somente ele permitiu que eu ingressasse nessa Universidade, comprovando para mim mesma, que sou capaz de ir muito além do que penso que consigo.

A ele toda honra e toda a glória!

Ao meu marido, por ser sempre otimista, me incentivando, apoiando e enxugando as minhas lágrimas nos momentos de fraqueza.

Aos meus pais, familiares e amigos que também sempre me incentivaram e me ajudaram a acreditar que eu sou capaz.

A todos os professores que tive nesse grande tempo de minha permanência na faculdade, a todos os meus sinceros agradecimentos e gratidão.

A minha querida orientadora, que com o seu coração exemplar de mãe, esposa e cristã, me ouviu, me entendeu e com o seu profissionalismo e inteligência me ajudou a chegar ao fim deste grande sonho.

Deixo aqui, desde já, o meu muito obrigado!

"Com sabedoria se constrói a casa, e com discernimento se consolida. Pelo conhecimento os seus cômodos se enchem do que é precioso e agradável."

(Provérbios 24,3-4)

RESUMO

O presente trabalho tem como proposta a criação de um espaço comercial de uma loja de produtos para mesa posta intitulada como *Essência - mesa posta e etiqueta*, a qual traz como conceito um estudo sobre o design emocional aplicado em um projeto de interiores.

De modo geral, a proposta busca utilizar do design como ferramenta adequada na criação de um espaço que remeta a sensações ligadas a memórias afetivas dos usuários, estimulando suas emoções.

Desse modo, para a realização do trabalho foram elaborados estudos que estivessem interligados a estas questões, bem como três análises de similares, que serviram como base para a elaboração da proposta inicial de projeto.

Palavras-chave: mesa posta, emoções, design emocional

ABSTRACT

The present work has as proposal the creation of a commercial space of a store of products for table put like Essence - table set and label, which brings like concept a study on the emotional design applied in an interior design.

In general, the proposal seeks to use design as an appropriate tool in the creation of a space that refers to sensations linked to the users' affective memories, stimulating their emotions.

Thus, the work was carried out studies that were linked to these issues, as well as three similar analyzes, which served as the basis for the preparation of the initial project proposal.

key words: table set, emotions, emotional and emotional design;

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	07	6.3 FARMÁCIA NAVID.....	45
2. JUSTIFICATIVA.....	07	7. PROJETO.....	49
3. OBJETIVOS.....	08	7.1 LOCAL.....	49
3.1 OBJETIVOS GERAIS.....	08	7.1.1 ESPAÇO FÍSICO.....	49
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	08	7.2 PÚBLICO ALVO.....	50
4. METODOLOGIA.....	08	7.3 CONCEITO.....	54
5. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	10	7.4 PROGRAMA DE NECESSIDADES.....	55
5.1 MESAS: HISTÓRIA E ENSINAMENTOS.....	10	7.5 BRAINSTORMING.....	57
5.1.1 A MESA NA VISÃO TEOLÓGICA RELIGIOSA	10	8. PROPOSTA DE PROJETO ITCC.....	57
5.1.2A EVOLUÇÃO DA MESA.....	13	9. PROJETO.....	54
5.2 A EXPERIÊNCIA DA MESA.....	16	9.1 INTERVENÇÕES ARQUITETÔNICAS	62
5.2.1 ETIQUETA E BONS COSTUMES.....	16	9.2 SETORIZAÇÃO.....	58
5.2.2 MESA POSTA E MESEIRAS.....	20	9.3 PROJETO FINAL.....	65
5.3 DESIGN.....	29	9.4 PLANTA DE PROJETO LAYOUT.....	65
5.3.1 DESIGN EMOCIONAL	29	10. IDENTIDADE VISUAL.....	72
6. ANÁLISE DE SIMILARES.....	31	11. REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICAS.....	74
6.1 TÂNIA BULHÕES: LOJA CONCEITO.....	32	12. ANEXOS.....	77
6.2 101 CAFÉ.....	40		

1. INTRODUÇÃO

A paixão pela mesa posta, pelo design de interiores e pela importância da união familiar são conceitos-chaves que me levaram a despertar o interesse para a realização deste presente trabalho.

A decoração de ambientes para eventos e jantares personalizados contribuiu significativamente para que este interesse aumentasse ao longo dos anos, colaborando assim com a oportunidade de criar e comercializar os meus próprios produtos a serem revendidos.

Para isso, aprofundou-me em temas vinculados aos estudos destinados a mesa que comprovaram a importância do hábito cultural de sentar-se à mesa para uma refeição. A criação dos interiores de uma loja de louças e produtos para a decoração de mesas está sendo muito mais que um trabalho e sim um grande sonho futuro.

Nesse sentido, a partir dos conceitos do design emocional, o estudo volta-se para a criação de um espaço comercial com a finalidade de resgatar os antigos hábitos de se alimentar à mesa,

deixando que o ambiente desperte sentimentos positivos, fazendo com que as memórias afetivas sejam acessadas.

No que se refere a mesa posta, o trabalho tem como proposta entender e ressaltar a importância do design na concepção de que, uma mesa destinada a refeição seja bem planejada, decorada e emocionalmente lembrada.

2. JUSTIFICATIVA

Percebe-se atualmente que a qualidade da vida familiar está cada vez mais sendo perdida pela introdução do modelo de “vida moderna”, onde a falta de tempo pelo excesso de compromissos é um fator comum. As famílias abandonaram hábitos simples e esqueceram valores fundamentais na vida familiar, como por exemplo, o hábito cultural de sentar-se à mesa para refeições.

A partir dessa realidade e da compreensão sobre a mesma, observa-se a viabilidade de resgatar estes hábitos, implementando projetos de interiores que valorizem aspectos culturais como o convívio entre as pessoas. O estudo pelo campo do Design Emocional traz como conceitos técnicas e abordagens que podem ser aplicadas neste processo, auxiliando na elaboração de projetos

que estimulem sensações e resgatem memórias afetivas nos usuários do espaço, através de cores, objetos, etc.

De acordo com Norman (2008):

"O design, com seu modo interdisciplinar de ser, vem visitando campos distintos em busca de respaldo teórico e metodológico para colocar em prática a idéia de projetar levando em consideração a emoção que os produtos despertam nos usuários". (NORMAN, 2008, p.12)

Sendo assim, adquire um papel importante para a construção de projetos que de fato atendam aos usuários, principalmente em questões que se referem as emoções dos indivíduos no espaço e a forma como o projeto tende a influenciá-los.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVOS GERAIS

Desenvolver um projeto de *Design de Interiores* para uma loja de louças finas e adornos para mesa posta, denominada como *Essência - mesa posta e etiqueta*. A proposta tem como objetivo

apresentar um espaço conceitual baseado em estímulos emocionais com referência nos estudos sobre o *Design Emocional*.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar fatores do design emocional e valorizar o seu desenvolvimento no projeto.
- Identificar os produtos e analisar a implementação no projeto.
- Identificar o potencial dos diferentes elementos visuais que compõe a loja e uma mesa posta.

4. METODOLOGIA

A metodologia do trabalho tem como referência alguns dos conceitos de Munari (2008) em sua obra "*Das coisas Nascem Coisas*", o qual propõe um *método de subdivisão*, baseado em encontrar a melhor solução para a criação de um projeto.

De acordo com Munari (2008, p.20), "o seu objetivo é o de se atingir o melhor resultado com o menor esforço". Logo, reafirma que no campo do design não se deve projetar sem um método específico, que a pesquisa deve ser realizada até que as dúvidas

sejam solucionadas para que haja um bom êxito do trabalho. E afirma que o método projetual não é definitivo, podendo esse ser modificado a fim de que melhore o processo estudado.

Partindo disso, a primeira fase do desenvolvimento do trabalho denominada como coleta de dados, baseou-se em um estudo bibliográfico em livros e sites, buscando informações sobre a importância da refeição familiar e do uso da mesa como um elemento principal. Após isso, foi realizado a aplicação de um questionário online (Anexo 1), de modo a coletar dados referentes a como se é utilizada a mesa para as refeições e se é considerada como parte importante do convívio familiar. Neste questionário, 92 famílias pertencentes à Pastoral Familiar da *Catedral Santa Teresinha* situada em frente à *Praça Tubal Vilela* da cidade de Uberlândia/MG, contribuíram com as informações.

Em um segundo momento, realizou-se o levantamento de lojas do segmento de louças e produtos para a mesa posta, sendo visitadas lojas na cidade de Uberlândia/MG e na cidade de Porto Ferreira/SP a fim de verificar mobiliários, iluminação, disposição dos produtos a serem vendidos e a forma de estocagem. A visita constou de material fotográfico e entrevistas aos proprietários.

Já em um momento seguinte, foi realizada uma pesquisa de possíveis locais para implementação do projeto, sendo algumas salas comerciais visitadas e dentre elas, foi selecionada a que mais se identificava com o público alvo, em fatores de localização.

Após a escolha do local, foi feita uma análise do espaço escolhido e um brainstorming do projeto, que se basearam em identificar quais seriam os objetivos buscados pelo trabalho, gerando assim uma proposta inicial de projeto.

De modo geral, a estrutura do trabalho baseia-se em 10 capítulos principais, como apontados pelo sumário. Entre estes, à fundamentação teórica tratou da pesquisa histórica e dos conceitos que envolvem a história de se comer a mesa. Já as análises de similares coletaram informações que serviriam como base para o desenvolvimento do projeto. E, o projeto em si, tem como abordagem intervenções arquitetônicas, análises do espaço físico e proposta de layout para o ITCC e o projeto final.

5. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica do trabalho de conclusão de curso estrutura-se em três capítulos principais, sendo estes:

▪ 1º Capítulo – Mesas: História e Ensinos

Apresenta como estudo a origem da utilização da mesa na visão teológica religiosa e a evolução da mesma em princípios de forma e função. Logo, ressalta sua importância como elemento de socialização.

2º Capítulo – A experiência da mesa

Trata-se da importância de se comer à mesa, a análise de etiquetas e comportamentos dos usuários, aprofundando no que se refere aos conceitos de civilidade e sua transformação. Desse modo, apresenta uma pesquisa virtual realizada sobre o uso da mesa para as refeições juntamente com depoimentos da criadora do movimento de mulheres pertencentes aos grupos de “Meseiras” de todo o Brasil.

▪ 3º Capítulo – Design Emocional

Apresenta como referência projetual os conceitos do design emocional no que se refere as relações entre cliente/espço e

cliente/produto. Também se utiliza de aspectos sensoriais no projeto executado.

5.1 MESAS: HISTÓRIA E ENSINAMENTOS

5.1.1 A MESA NA VISÃO TEOLÓGICA RELIGIOSA

Como complemento teórico deste trabalho, tem-se como abordagem o uso da mesa na visão teológica religiosa, em que a autora Titus (2013) relata em seu livro “A Experiência da Mesa”. Neste, são apresentados fundamentos relacionados à mesa e aos ensinos bíblicos comparados ao convívio familiar da atualidade. A autora defende que a mesa tem um impacto significativo sobre a alma, tratando a mesa como um tesouro que, ao ser aplicado na hora certa, pode resultar em novos níveis de satisfação nos relacionamentos.

De acordo com Titus (2013):

"As gerações passadas praticavam instintivamente o princípio da mesa e desfrutavam os resultados: relacionamentos duradouros, segurança emocional e motivação pessoal." (TITUS, 2013, p. 45)

Sendo assim, a autora relata que a palavra *mesa* é citada diversas vezes na Bíblia Sagrada (1989), entres estas a primeira citação encontra-se no livro de Êxodo, que coloca que: "Façam uma mesa de madeira acácia com cem centímetros de comprimento, por cinquenta de largura e setenta e cinco de altura." (Êx 25,23)

Neste capítulo, mostra Deus entregando a Moisés instruções detalhadas sobre o mobiliário que seria colocado no Tabernáculo, o primeiro lugar de reunião do seu povo. A partir deste capítulo, a autora começa a comparar as medidas e as formas das mesas que utilizamos nos dias de hoje.

"Cubra a mesa de ouro puro e aplique ao redor uma moldura de ouro. Faça ao redor dela um enquadramento com um palmo de largura e, ao redor do enquadramento, uma moldura de ouro. Faça também quatro argolas de ouro e coloque-as nos quatro cantos formados pelos quatro pés. Junto às molduras, ficarão as argolas por onde passarão os varais de madeira de acácia e cubra-os de ouros, com eles, poderá ser transportada à mesa." (ÊX 25, 24-28)

Percebe-se que a instrução de Deus a Moisés sobre a construção da mesa tem características das mesas convencionais usadas por nós, mesmo que isto ocorreu a mais de mil anos antes de Cristo. Logo, Titus (2013, p.42) afirma que: "Até onde pesquisei

não soube de nenhum documento nos registros históricos de uma mesa desse tamanho construída antes de Deus dar essa descrição exata a Moisés." Sendo assim, a escritura ainda descreve outro pedido que se remete muito ao assunto desse projeto que é a mesa posta, que diz que:

"Faça pratos, bandejas, jarras e copos para as libações¹: tudo de ouro puro. E coloque para sempre sobre a mesa, diante de mim, os pães oferecidos à Deus." (Êx 25, 29-30)

De acordo com as características descritas na Bíblia Sagrada, as imagens abaixo (Fig. 1 e 2) referem-se a um modelo de como seria a mesa do tabernáculo e os seus adornos.

Fig. 1 e 2 - Modelo da mesa no tabernáculo



Fonte: <http://www.mishkanministries.org/shewbread.php>

¹**Libação:** é o ato de derramar água, vinho, sangue ou outros líquidos com finalidade religiosa ou ritual, em honra a um deus ou divindade. Fonte: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Liba%C3%A7%C3%A3o>> (Acesso em: 15/05/2018)

Titus (2013) faz uma comparação dessas imagens com o texto bíblico, dizendo que:

"a gravura trazia uma jarra ao lado de um prato com pães sírios empilhados nele. Entretanto, de acordo com o plano de Deus revelado em Êxodo 25,29, a mesa no tabernáculo era posta com pratos, tigelas, jarras, taças e colheres." (Titus, 2013, p.43)

Através desse versículo Deus pede que coloque sobre a mesa os pães, e que estes sejam oferecidos a ele. Para os cristãos este pão é representado pelo próprio Jesus Cristo, onde Titus (2013) acrescenta que:

"Deus se encontra conosco por meio de uma presença sobrenatural à mesa e que ao colocarmos em prática o princípio da mesa baseados na fé, alimentaremos o corpo e o espírito com a presença redentora de Cristo." (TITUS, 2013, p.44)

Logo, percebe-se que palavra mesa é citada em muitas passagens bíblicas que revelam a sua importância, eis algumas partes:

1. Interação de Jesus: Passagens que demonstram a interação de Jesus com o povo, principalmente com os seus discípulos, que se dava em sua maioria ao redor da mesa. Titus (2013, p.49) cita três

momentos da vida de Cristo e cada um ocorre durante uma refeição, sendo estes:

"Este homem recebe pecadores e come com eles." (Lc 15,2);

"Certo fariseu convidou Jesus para uma refeição em casa. Jesus entrou na casa do fariseu, e se pôs à mesa." (Lc 7,36)

"Seis dias antes da Páscoa, Jesus foi para Betânia, onde morava Lázaro, que ele havia ressuscitado dos mortos. Ai ofereceram um jantar para Jesus. Marta servia e Lázaro era um dos que estavam à mesa com Jesus." (Jo 12,1-2)

Nota-se nestas passagens que Jesus partilhava sua refeição com pessoas consideradas pecadores, doentes e excluídos da sociedade.

2. Páscoa/A última ceia: Onde Jesus celebrou a ceia com os discípulos e mesmo sabendo que Judas o trairia não o privou daquele momento.

"Quando chegou a hora, Jesus se pôs à mesa com os apóstolos e disse: "Desejei muito comer com vocês esta ceia pascal, antes de sofrer." (Lc 22, 14-15)

3. Aparições após a ressurreição: aparição de Jesus a dois discípulos que não o reconheceram.

"Sentou-se à mesa com os dois, tomou o pão e abençoou, depois o partiu e deu a eles. Nisso os olhos dos discípulos se abriram, e eles reconheceram Jesus." (Lc 24, 30-31)

4. O banquete do casamento do cordeiro: para os cristãos, após a morte acredita-se que serão recebidos no céu com um banquete.

"Felizes os convidados para o banquete do casamento do cordeiro." (Ap 19,9)

Fig. 3- A última ceia - Artista anônimo: óleo sobre painel.



Fonte: Mallalieu, Huon - Historia ilustrada das antiguidades 1999 p. 29

Concluimos então, que de acordo com a Bíblia Sagrada, a palavra *mesa* foi mencionada por Deus com muita frequência, desde o tabernáculo nos tempos antigos, no reino de Deus e até o fim dos tempos. Diversos acontecimentos, ensinamentos e milagres significativos da mesa ocorreram enquanto as pessoas comiam juntas, dando-se uma grande importância ao momento da refeição e o encontro de pessoas ao redor da mesa.

5.1.2 A EVOLUÇÃO DA MESA

Existem inúmeras maneiras de se distinguir a classe social de um indivíduo, uma delas está sobre a mesa. A forma de se comportar no momento da refeição e o tipo de alimento ingerido podem dizer muito sobre os aspectos psicológicos e culturais das pessoas e da sua realidade social. Desde que começou a viver em grupo e a preparar seus alimentos, o ser humano sentiu a necessidade de estabelecer regras para o consumo de comida. Nos próximos capítulos, iremos perceber que ao longo da história as diferentes civilizações e sociedades desenvolveram sistemas próprios nesse campo, que foram evoluindo com o passar dos anos.

De acordo com a obra “*The Bulfinch illustrated encyclopedia of antiques*” (1994, p.186), cuja tradução significa *Enciclopédia Ilustrada de Antiguidades*, na Europa na idade média o cenário para as refeições estava situado em grandes salões, onde a mesa era formada por grandes tábuas de madeira sustentadas por cavaletes. Estas, sendo de fácil desmontagem e locomoção, para que o espaço do salão fosse melhor aproveitado para outros eventos e entretenimentos, como a dança. As mesas de cavalete eram geralmente de origem espanhola, sendo fabricadas com o uso da madeira nogueira com tirantes de ferro do século XVI, que representa o tipo de mobiliário tradicional da época. As pernas da mesa, unidas pelo ferro e torneadas, sustentavam um tampo encaixado e removível, assim como mostra a figura a seguir:

Fig. 4: Mesa Cavalete



Fonte: ATTERBURY, Paul; THARP, Lars. *The Bulfinch illustrated encyclopedia of antiques*. 1994, p. 187

No século XVI também, as famílias não se alimentavam no salão e sim em uma sala separada, havendo assim a necessidade de se criar uma "mesa fixa", que posteriormente passou a ser conhecida como mesa de refeitório. (ATTERBURY, Paul; THARP, Lars. 1994, p.186)

Segundo o autor (1994, p.188), em meados do século XVII, as mesas dobráveis tornaram-se populares, e o uso das mesas maiores foi sendo substituído por mesas menores. Em grandes casas, como em Osterley² na Inglaterra era comum manter uma grande mesa fixa na sala de jantar e quando necessário ter acesso a utilização das mesas dobráveis.

Porém, conforme o mesmo autor (1994, p. 188), ao longo do século XVIII, todas as mesas que não estavam em uso eram colocadas na parede e as mesas redondas ou ovais permaneciam no centro da sala. Estas eram conhecidas como mesas centrais, as quais possuíam quatro ou mais pernas, em sua maioria mesas de jantar.

²Osterley: É um bairro afluente da freguesia histórica de Isleworth, no oeste de Londres. Fonte: <<https://en.wikipedia.org/wiki/Osterley>>. (Acesso em: 05/05/2018)

Entre as características gerais, “eram mesas decoradas com folheados, marchetaria e incrustações de latão, madrepérola, carapaça de tartaruga, ébano e outras madeiras exóticas” (ATTERBURY, Paul; THARP, Lars. 1994, p.190).

Como exemplo, tem-se a mesa de George Bullock³ que é feita de pau rosa com incrustações de metal e molduras de ormulu⁴.

Fig. 5 - Mesa de Sofá



Fonte: Mallalieu, Huon, História ilustrada das antiguidades - 1999, p. 67

³ George Bullock: Escultor e fabricante de móveis de Liverpool. Fonte: <[https://en.wikipedia.org/wiki/George_Bullock\(sculptor\)](https://en.wikipedia.org/wiki/George_Bullock(sculptor))>Acesso em: (8/05/2018)

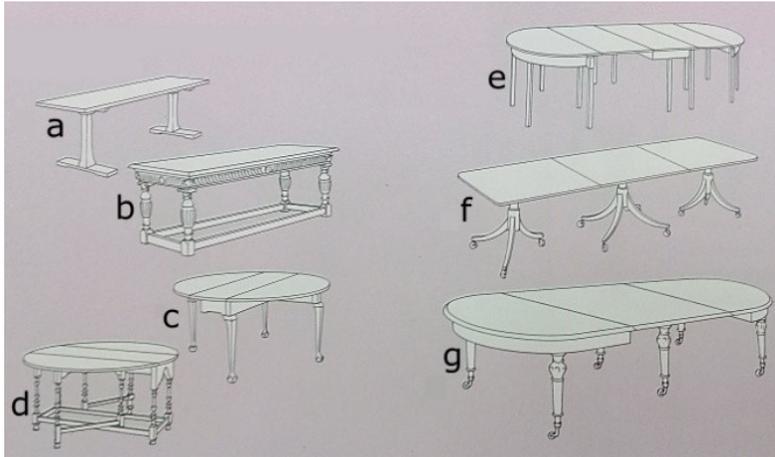
⁴Ormolu – Termo em inglês, utilizado desde o século XVIII para douração técnica de aplicação finamente moído, de elevada quilates ouro, mercúrio amálgama de um objeto de bronze, para objetos acabados desta maneira. Fonte: <<https://en.wikipedia.org/wiki/Ormolu>> (Acesso em: 08/05/2018)

Esta incrustação de metal era bastante usada na época e que de acordo com Mallalieu (1999):

“O uso da incrustação de metal era em painéis inteiramente marchetados nas portas dos armários e nos tampos das mesas, em geral com um fundo de madeira, em lugar do casco de tartaruga usado pelos franceses”. (MALLALIEU 1999, p.67)

Já na Inglaterra, houve uma grande mudança no formato das mesas de jantar. E, que de acordo com Atterbury & Tharp (1994, p. 186) suas descrições de características são apresentadas da seguinte forma: a) mesa de jantar com iniciais de estilo antigo em suas extremidade; b) mesa de carvalho Elizabetano, podendo variar em seu comprimento; c) mesa de perna de leão do final do século XVII; d) mesa oval George II, folhas dobráveis em mogno com pernas decabriole e pés de bola e garra; e) mesa de mogno George III com folhas que se estendem; f) mesa clássica de pedestal com folhas amplas e extensivas; e g) mesa em mogno vitoriana que pode se estender até seis metros, conforme imagem a seguir:

Fig. 6 - Formas das mesas



Fonte: ATTERBURY, Paul; THARP, Lars. The Bulfinch illustrated encyclopedia of antiques. 1994p. 186

Nestas mesas, o autor (1994, p.186) cita também sobre os tipos de desenhos e estilos das pernas das mesas, onde são característicos formatos como cilíndricos, balaústre, cabriolé, em forma de sabre, pata de animal, garra e bola, casco de cavalo, entre outros.

Percebe-se nas imagens 7,8 e 9 a seguir, a exemplificação de como as pernas e pés das mesas eram totalmente detalhadas, levando em consideração que também algumas cadeiras seguiam esses formatos.

Fig. 7, 8 e 9 - Formas das mesas



ATTERBURY, Paul; THARP, Lars. The Bulfinch illustrated encyclopedia of antiques. 1994, p. 188

No século XIX, com o crescimento dos móveis específicos e a caracterização dos cômodos, a mesa de jantar se tornou ilustre, pois mesmo em jantares formais, era ricamente ornamentada com objetos decorativos, como: toalhas, enfeites, candelabros, centros de mesa, pratos, talheres e copos e guardanapos.

5.2 A EXPERIÊNCIA DA MESA

5.2.1 ETIQUETA E BONS COSTUMES

No estudo teórico sobre o surgimento das primeiras refeições à mesa, percebe-se a grande procura sobre a história da mesa, mas principalmente pelo lado da gastronomia. Nos assuntos destinados especificamente sobre a utilização da mesa como

mobiliário de apoio para alimentação, encontra-se nos temas relacionados ao processo civilizador da mesa.

Sendo assim, o estudo tende a apresentar como a etiqueta à mesa foi se evoluindo com o passar dos tempos e como se mostra nos dias atuais. Essa evolução se deu a partir dos conceitos de civilidade, da maneira com que as pessoas foram desenvolvendo sua forma de comportar-se e de se sentir.

Desse modo, se faz necessário um entendimento maior sobre essa evolução dos costumes e comportamentos dos povos ocidentais após a Idade Média. Para Elias (1990) em o “Processo Civilizador”, o conceito de civilização:

"Refere-se uma grande variedade de fatos: ao nível da tecnologia, ao tipo de maneiras, ao desenvolvimento dos conhecimentos científicos, as idéias religiosas ao tipo de habitações ou à maneira como homens e mulheres vivem juntos, à forma de punição determinada pelo sistema judiciário ou ao modo como são preparados os alimentos." (ELIAS, 1990, p.23)

O conceito de civilização adquire significado para o mundo ocidental na Europa, no final do século XVI, onde um pequeno

tratado escrito por Erasmo de Rotterdam ⁵- "Da Civilidade em crianças", em 1530, revela para a sociedade europeia as mudanças naquele tempo, descrevendo as maneiras de condutas que deveriam ser evitadas até as formas de se portar em relação ao próprio corpo e ao dos outros (ELIAS, 1990, p.73). Sendo assim, três estágios marcam o desenvolvimento social da época: *cortesia*, *civilidade* e *civilização*.

Segundo o autor, na Idade Média, o que se considerava como bom comportamento estava associado à imagem que a alta classe tinha de si mesma, e esse padrão se referia ao conceito de cortesia que no século XVII perde a sua definição e é substituído pelo conceito de civilidade que é definido por ser o conjunto de atitudes e comportamentos socialmente aceitáveis. ELIAS (1990, p.111)

Tal questão faz com que a Europa passe a acreditar que a prática da civilidade atuaria de forma positiva na relação entre as pessoas e na sociedade em geral.

⁵ Erasmo de Rotterdam: Teólogo e Humanista Neerlandês. Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Erasmo_de_Roterd%C3%A3o> (Acesso em: 25/05/2018)

Com isso, a criação das normas de conduta e os padrões de comportamento como se mostra em todos os manuais de civilidade, fez com que a mudança não seria apenas na forma de falar, nos gestos, nas posturas e na forma de pensar, mas também nas boas maneiras à mesa. Por isso, Elias (1990) compreende ser um processo social de mudanças de uma forma particular. À medida que essas mudanças ocorrem na sociedade, o ato de se alimentar também é modificado e adequado ao novo estilo. Novos costumes são criados e estabelecidos.

As boas maneiras à mesa, as regras de higienização corporal, os comportamentos na sociedade, dentre outros, começaram a se tornar regras escritas somente a partir do século XVI, onde seria definido a forma correta de como as pessoas deveriam comportar-se em diversas situações e ocasiões.

Conforme o livro "O ritual do jantar", Visser (1998) conta sobre como essas regras e as normas de conduta chegavam ao povo:

"Os livros medievais sobre as boas maneiras - primeiro em latim e, mais tarde, em italiano, francês, alemão e outros idiomas vernáculos - eram melodias simples e versos rimados, escritos para serem facilmente memorizados."(VISSER, 1998, p.61)

Já no século XVII, os aristocratas pertenciam apenas a grupos de elite, onde pessoas escolhiam a companhia uma das outras por suas afinidades e desprezavam os desagradáveis e mal-educados. Preferiam as reuniões íntimas em casa de amigos do que estarem com a corte francesa.

Segundo Elias (1990, p.65), foi através da corte de Luís XIV que houve o maior conhecimento e triunfo da etiqueta na França. Versalhes se transformou em uma verdadeira escola de boas maneiras. A etiqueta passou a ser usada como um instrumento de pressão pelo rei e a sociedade demonstrava compreender para agradá-lo e obter favores. Nesse sentido, o autor diz que:

"Todos dependiam, em maior ou menor grau, da pessoa do rei. Portanto, a mais pequena alteração da atitude do rei para com qualquer deles tinha muita importância porque tornava visível uma alteração do seu mérito aos olhos do rei e da sua posição face à sociedade de corte. Mas esta relação de dependência determinava também, por um encadeamento de elos secundários, o comportamento dos cortesãos uns com os outros". (ELIAS, 1990, p.65)

E hoje em dia, a etiqueta também se faz presente na vida das pessoas, todas as regras e normas de conduta criadas e executadas ao longo da história são importantes e essenciais para a

existência humana, principalmente na hora das refeições. Para o autor Elias (1990), todo o processo civilizador foi uma grande e árdua conquista à mudança de comportamentos e hábitos que anteriormente eram considerados normais.

Segundo Cláudia Matarazzo (2005), jornalista e especialista em etiqueta e comportamento:

"Num país jovem, sem tradições milenares, como o Brasil, e em dias como os de hoje, em que a comunicação transforma rapidamente os conceitos, não se espera um rigor britânico no que diz respeito à etiqueta e ao comportamento". (MATARAZZO, 2005, p.10)

E, ainda completa alertando que se deve tomar muito cuidado para não se transformar em pessoas padronizadas por conceito de praticidade. Sendo assim, pode-se confirmar que a etiqueta à mesa de uma forma em geral foi criada para facilitar a vida e principalmente para valorizar momentos especiais como as refeições compartilhadas com pessoas queridas, assim como já foi citado anteriormente.

Para melhor entendimento sobre as regras de etiqueta, o estudo tem como referência o *Manual de etiqueta à mesa*⁶, disponibilizado pelo site do Portal da Educação no curso online de culinária e gastronomia. Neste, abordam-se regras simples de conhecimento no que se refere a uma mesa posta.

De acordo com depoimento de Viviane Moreira⁷ (2018), "para melhor entendimento no que se refere a etiqueta à mesa precisa de um conhecimento inicial que parte do princípio do que é uma mesa formal e do que é mesa informal."

A consultora ressalta que "os serviços à francesa, à inglesa direto e inglesa indireto são mesas totalmente formais, mesas muito organizadas, tudo impecável onde o *mise-en-place*⁸ delas é perfeito, e os serviços à brasileira, à americana e o serviço de empratados são considerados mesas informais". Ela ainda acrescenta que existe o *mise-en-place* na gastronomia e o *mise-en-place* à mesa.

⁶ Manual de etiqueta à mesa - disponibilizado para alunos do curso online do Portal Educação. Disponível em: <<https://www.portaleducacao.com.br/>> (Acesso em: 20/04/2018)

⁷ Viviane Moreira, consultora em etiqueta à mesa, palestrante e precursora do movimento Meseiras do Brasil desde 2015.

⁸ *Mise-en-place*: Termo Francês que significa "Pôr em ordem, fazer a disposição." Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Mise_en_place> (Acesso em 20/04/2018)

Conforme o Manual de etiqueta à mesa, os diferentes tipos de serviços oferecidos formais, são:

- **Serviço à Francesa** - A presença de garçom é fundamental nessa modalidade, pois o mesmo apresenta a travessa ao convidado para que se sirva sozinho. De todos os serviços, é o mais requintado, por isso é muito pouco usado.
- **Serviço à Inglesa** - É o serviço que valoriza o desempenho do garçom, pois é ele que serve e arruma os pratos dos convidados. Existem dois tipos de serviço à Inglesa.
- **Serviço à Inglesa Direto** - O garçom apresenta a travessa ao convidado segurando a travessa com a mão esquerda e serve o prato com a mão direita.
- **Serviço à Inglesa Indireto** - O garçom coloca ao lado da mesa dos convidados, a *guéridon*⁹, onde fica as travessas tragas da cozinha. Ele pega o prato do convidado vai ao guéridon, serve-se, e retorna ao convidado.

⁹Guéridon - é uma espécie de mesa diminuta e de forma arredonda, podendo ser utilizado a fim de apoiar o serviço de restaurante, na frente dos clientes. Fonte: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Gueridom>> (Acesso em: 20/04/2018)

E os serviços mais utilizados denominados como serviços informais são:

- **Serviço à Brasileira** - Caracterizado pela prática de se colocar as travessas sobre a mesa de refeição. É o tradicional serviço familiar que se realiza nas casas brasileiras.
- **Serviço à Americano** - As comidas ficam dispostas em mesas de apoio e as pessoas se servem quantas vezes desejam.
- **Serviço Empratado** - O prato pronto é apresentado ao convidado já devidamente acomodado na mesa.
- **Serviços Volante** - As pessoas se servem sozinhas em uma mesa já arrumada de forma organizada, com os pratos e talheres estão disponibilizados em uma ponta da mesa.

5.2.2 MESA POSTA E MESEIRAS

No que se refere a etiqueta à mesa sobre *mise-en-place*, é necessário reforçar sobre o tipo de serviço que será oferecido, pois a disposição dos pratos, talheres e copos também seguem regras de

etiqueta. Desse modo, as regras de etiqueta foram obtidas através do *Manual de etiqueta à mesa* (2014).

Na composição de uma mesa posta o primeiro item a ser colocado à mesa é o *sousplat* (termo em francês) ou o *show-plate* (termo em inglês), que é basicamente um suporte para o prato onde será servida a refeição. Existem vários estilos e formatos e diversos materiais, como prata, porcelana, bambu, palha, revestidos em tecido e outros. (Manual de etiqueta à mesa, 2014, p.7)



Figura 10 e 11: Sousplat

Fonte: <http://artesanato.culturamix.com/cursos/passos-a-passo/como-fazer-sousplat>

O prato na composição de uma mesa posta dependerá muito sobre o tipo de serviço que será executado. Podendo já estar disposto sobre o *sousplat* ou será entregue pelo garçom. Ao

término da refeição o prato estará sobre o *sousplat*. (Manual de etiqueta à mesa, 2014, p.8)

Em uma mesa posta onde o *mise-en-place* é oferecido existe a presença do prato de pão, normalmente é um prato menor e sua função é aparar o pão quando se trata de uma refeição mais refinada. Ele fica posicionado à esquerda e sobre o *sousplat*. A faca de pão é colocada na vertical sobre o prato e voltada para a esquerda.

Para a disposição dos talheres à mesa, segue-se também uma regra de etiqueta, sua disposição depende do cardápio que será servido na refeição. Na maioria das vezes, eles ficam dispostos no *mise-en-place* na ordem que deverão ser usados, que sempre é de fora para dentro do prato. Sobre os talheres é importante ressaltar que:

- A faca e o garfo ficam sempre ao lado direito do prato com a serra voltada para o prato;
- A colher de sopa também fica ao lado direito do prato;
- Os garfos de mesa e de entradas ficam ao lado esquerdo do prato;

- Os talheres de sobremesa ficam na horizontal acima do prato, e o seu uso dependerá do que será servido como sobremesa. A faca se apresenta mais próxima do prato com a serra para dentro, e o seu cabo voltado para o lado direito, em seguida o garfo com o cabo voltado para o lado esquerdo e por último, a colher acima do garfo, com o cabo voltado para o lado direito.

Os copos seguem a regra semelhante ao dos talheres, são retirados conforme o seu uso na refeição com exceção do copo de água que fica presente desde a entrada até a sobremesa. Sua disposição na mesa dependerá das bebidas que serão servidas e sempre são quatro copos no máximo a serem utilizados. São esses:

- O copo de água é o maior deles e fica próximo à faca ao lado dos talheres de sobremesa;
- Em seguida ao copo de água, se posiciona o copo de vinho tinto;
- Em seguida ao copo de vinho tinto, o copo de vinho branco;

- Se o tipo de serviço oferecido constar a presença de vinho espumante, este ficará acima dos demais copos em uma taça denominada *flute*, que foi criada para servir champagne e outros tipos de bebidas finas.

A figura 12 mostra o modelo dos copos utilizados na composição de uma mesa posta e a forma correta da sua disposição.

Figura 12 - Disposição dos copos à mesa



Fonte: Manual de etiquetas à mesa, 2014, p. 11.

O guardanapo é apresentado sobre o prato ou sobre o sousplat quando o prato não estiver à mesa. Podendo ser também disposto ao lado esquerdo do prato.

Conforme a figura 13, o mise-en-place é montada de acordo com o cardápio e o tipo de serviço, onde consiste em uma organização diferente, como pode ser visto pelo esquema da regra a seguir:

Figura 13 - Mise-en-place completa



Fonte: Manual de etiquetas à mesa, 2014, p. 12

Para completar a decoração da mesa posta, é permitido colocar galheteiros, saleiros, pimenteiros de uma forma que fique

de fácil acesso ao convidado e que não interfira na composição das mesas. Peças decorativas no que se refere à etiqueta não é aconselhado, porém um arranjo central é sempre permitido para que a mesa esteja mais bonita.

Figura 14: Mise-en-place completa



Fonte: Manual de etiquetas à mesa, 2014, p. 12

Porém, existem grupos de mulheres que gostam e são apaixonadas por mesa posta, mas que o ato de decorar a mesa não é o objetivo. E sim, na verdade um meio para reunir as famílias e pessoas queridas ao redor da mesa. Desse modo, utiliza-se da

decoreção como uma forma atrativa de se resgatar hábitos antigos, como sentar-se à mesa para as refeições.

No Brasil, esse grupo de mulheres são denominadas como Meseiras, sendo um termo bastante popular para estas mulheres que possuem o hábito de utilizar da decoreção como um elemento de valorização dos momentos à mesa. Desse modo, intitulam como *Meseiras*, pessoas que tem amor ao criar mesas postas e decoradas para os diversos tipos de refeições realizados à mesa.

Esse movimento de mulheres se expandiu no país desde 2015, o qual gerou a criação de uma página em rede social que publica informações (fotos) das mesas decoradas por pessoas de todo país. De acordo com Viviane Moreira (2018), criadora do movimento e fundadora do site no instagram "Meseiras do Brasil", atualmente já conta com cerca 72,7 mil seguidores, representando a importância e o gosto do público por este segmento da decoreção. Viviane Moreira criou também uma definição particular sobre o significado de meseiras em sua página no instagram¹⁰, que coloca que:

Meseiras sf. af. - dama que coloca a mesa a melhor louça, o melhor talher, o melhor copo ou taça, a melhor toalha, faz a melhor comida, decora com muito amor e te convida para sentar à mesa. (MOREIRA, Viviane. 2018)

Além disso, para o complemento deste trabalho, Viviane Moreira fez um breve depoimento sobre o surgimento do termo meseiras do Brasil e sua repercussão em todo o país. Desse modo, relatando que atualmente a página "Meseiras do Brasil" no instagram tem bastante repercussão por meio de aproximadamente 4.616 publicações, que segundo ela são postadas diariamente. (Depoimento em anexo).

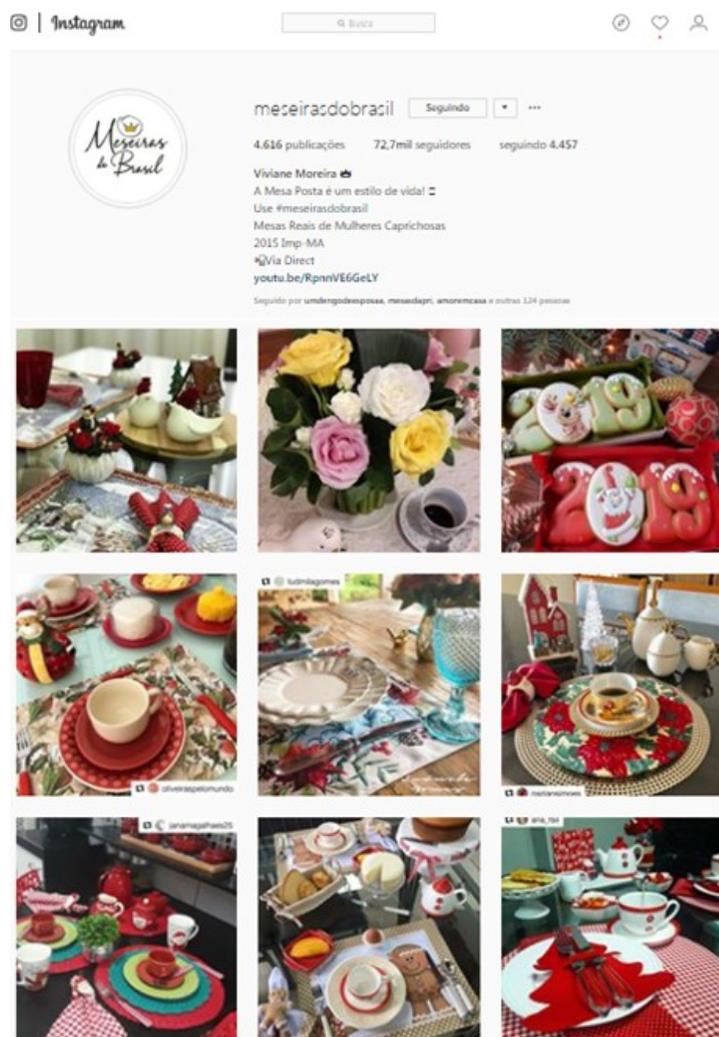
Figura 15: Logo página Instagram *Meseiras do Brasil*



Fonte: <https://www.instagram.com/meseirasdobrasil/>

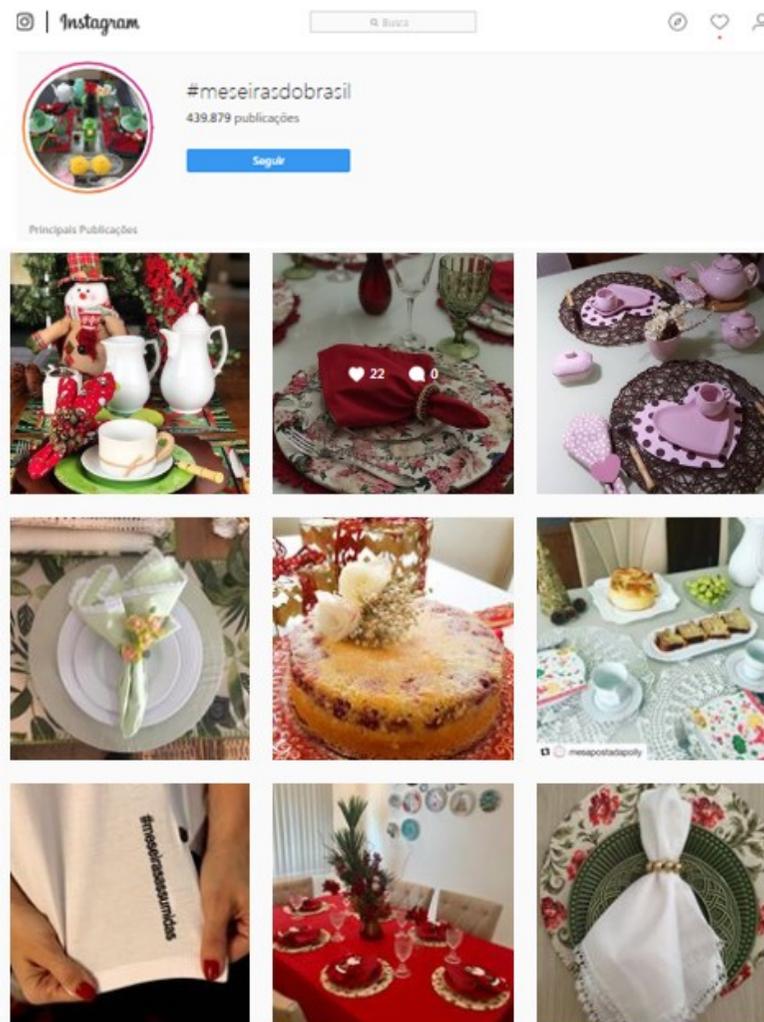
¹⁰ Instagram. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BPvsXUjhZFx/>> (Acesso em: 20/05/2018)

Figura 16: Página Instagram *Meseiras do Brasil*



Fonte: <https://www.instagram.com/meseirasdobrasil/>

Figura 17: Página Instagram *Meseiras do Brasil 2*

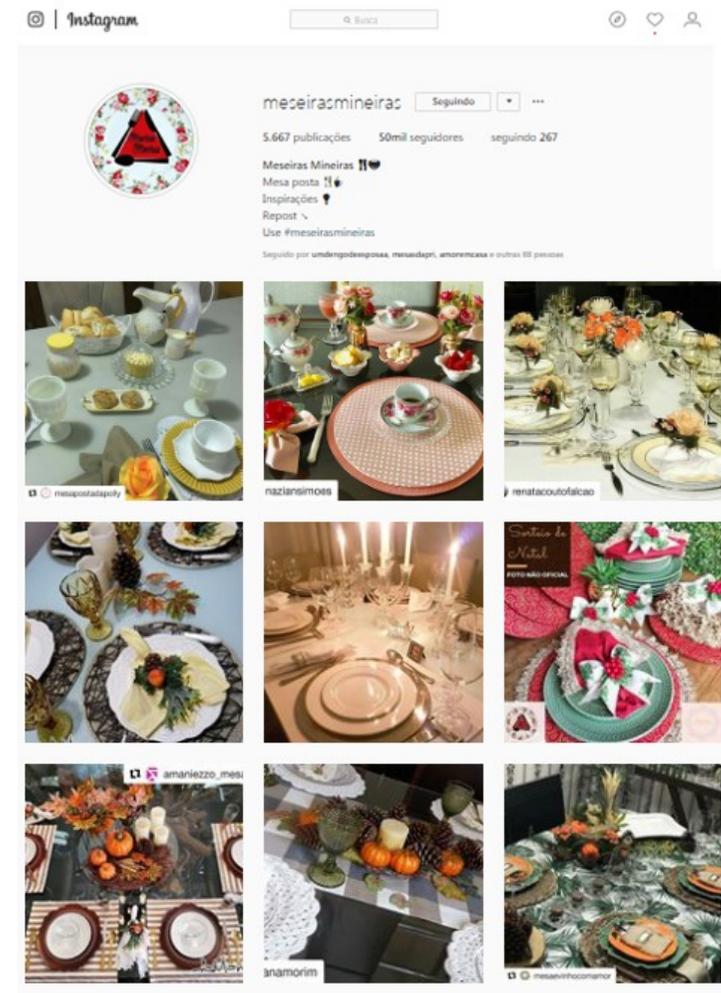


Fonte: <https://www.instagram.com/explore/tags/meseirasdobrasil/>

Nas redes sociais, em especial no Instagram, o uso da hashtag ¹¹ “Meseiras do Brasil” se tornou popular e as pessoas utilizam para identificar o tema do conteúdo que estão compartilhando. Somente na página do Meseiras do Brasil, já foram publicadas 339.069 fotos de mesas postas de seguidores de todo o país.

A partir disso, surgiu os meseiras de estados e cidades, onde o intuito também é a publicação de fotos de mesas postas das próprias seguidoras. A página do Meseiras Mineiras possui em sua conta do Instagram, 50 mil seguidores e mais de 5.667 publicações.

Figura 18: Página Instagram *Meseiras Mineiras*



Fonte: <https://www.instagram.com/meseirasmineiras/?hl=pt-bra>

¹¹ Hashtag: *Tags* são palavras-chave (relevantes) ou termos associados a uma informação, tópico ou discussão que se deseja indexar de forma explícita no aplicativo Twitter, e também adicionado ao Facebook, Google+ e/ou Instagram. Fonte: < <https://pt.wikipedia.org/wiki/Hashtag> > (Acesso em: 15/06/2018)

Como citado anteriormente, o termo *Meseiras* refere-se as pessoas que utilizam da mesa posta para o seu próprio uso, com sua família e amigos. Portanto, o nome *Meseiras* não pode ser intitulado como uma profissão, mas sim como pessoas que são adeptas ao uso da mesa posta, exclusivamente, no que se trata de sua ornamentação.

No entanto, atualmente, existem profissionais que são atuantes na realização de eventos com foco na decoração da mesa posta. Estes profissionais, são denominados como *Table Decor*, *Personal Welcome* e *Designer de Mesa*.

No Brasil, tem-se como referência a *Escola Brasileira de Etiqueta*, localizada em São Paulo, a qual foi fundada em novembro de 2017 por Patrícia Junqueira¹². Esta profissional, que reconheceu a necessidade de constituir uma escola que ampliasse o conhecimento sobre a etiqueta em suas diversas finalidades.

Nesse contexto, no que se refere à mesa posta, a escola oferece cursos tanto relacionados a etiqueta como a ornamentação

¹² Patrícia Junqueira: Formada em Propaganda e Marketing, Membro da British School of Etiquete, fundadora da Escola Brasileira de Etiqueta, design de festas de grandes eventos como Fórmula 1, Copa do Mundo, Convenções de grandes empresas no Brasil e exterior. Fonte: <<<http://www.patriciajunqueira.com.br>>> (Acessado dia 02/09/2018)

e organização de eventos em grande e pequeno porte. Entre estes cursos, vale destacar os cursos de table decor e personal welcome.

Além disso, ressalta-se que a Escola Brasileira de Etiqueta utiliza como metodologia os princípios estipulados pela The British School of Etiquete. Esta escola, que está situada em Londres na Inglaterra e que é considerada como um dos maiores centros de treinamentos de etiquetas do mundo.

Figura 19: Logomarca da Escola Brasileira de Etiqueta



Logo da Escola Brasileira de Etiqueta -
Fonte: <http://escolabrasileiradeetiqueta.com.br/>

Dentre os treinamentos, destaca-se como citado anteriormente o termo *Table Decor*, que segundo o site Patrícia Junqueira, trata-se do nome dado ao profissional que decora a mesa, seja esta em casas, eventos, lojas ou para um blog. Nesta

atuação profissional, destaca-se finalidades como: (1) Noções de etiqueta para montar uma mesa posta; (2) Mesas comemorativas (casamentos, aniversário, natal, páscoa, datas judaicas e comemorativas etc); (3) O papel da mesa posta nas nossas vidas; (4) Composição de louças, cores e texturas; e (5) Conhecimento de flores.

Figura 20: Profissão Table Decor



Imagem <<www.patriciajunqueira.com.br>> Acessado dia 02/09/2018

Além do *Table Decor*, há também como treinamento o curso de capacitação para se tornar um *Personal Welcome*. Este termo, que segundo o site da Escola Brasileira de Etiqueta, essa profissão refere-se ao profissional que vai até a casa do cliente e prepara tudo para que ele receba bem os seus convidados.

Neste processo, o profissional *Personal Welcome* além de ser responsável pela decoração da mesa, tem como objetivo orientar toda a condução e organização da casa. Dentre suas funções, pode ainda ser o responsável pela preparação da alimentação, bem como ensinar o cliente a receber bem.

Enfim, esse profissional tem noções de etiqueta à mesa, receber bem, conhecimento para auxiliar os empregados no dia do evento, recomendações de enxoval para anfitriã e as necessidades de sua cliente, perfil de seus convidados, entre muitos outros pontos.

Figura 21: Profissão Personal Welcome



Imagem <www.patriciajunqueira.com.br> Acessado dia 02/09/2018

5.3 DESIGN

5.3.1 DESIGN EMOCIONAL

Caracterizado como sendo uma atividade multidisciplinar que envolve questões ligadas a estilo e estética de produtos e serviços, o *design* enquanto ferramenta projetual vem sendo

inserido em diversos contextos. Sua capacidade de contribuir com questões que vão desde a forma dos produtos até a maneira como os mesmos são interpretados pelos usuários, faz com que se torne um elemento fundamental a ser utilizado. Porém, além dessas questões, o design está vinculado principalmente aos aspectos voltados para os usuários considerando fatores como: funcionalidade, conceito e emoção. Segundo Silva (2002):

"Design é o processo criativo, inovador e provedor de soluções para problemas de produção, problemas tecnológicos e problemas econômicos, como também, para problemas de cunho social, ambiental e cultural." (SILVA,2002, p.100).

Além disso, é visto como um forte instrumento de competitividade empresarial capaz de impulsionar a venda de produtos e serviços e agregar valores a estes setores do mercado. Gurgel (2008) afirma que o design está ligado as sensações, sendo percebido de duas formas pelos usuários, assim como colocado:

"O design será percebido pelos usuários do espaço ou do objeto de duas maneiras diferentes, ou seja, segundo uma percepção visual e segundo uma impressão visual. A primeira está relacionada ao desejo do profissional de transmitir uma idéia pelo uso específico de determinadas formas, materiais, etc. A segunda está relacionada como o modo como o design será "sentido", ou seja, se o resultado do

projeto é dinâmico, se favorece a introspecção, se atrai o silêncio, etc. (GURGEL,2008, p.25)

Diante deste contexto, pode-se afirmar que o design se apresenta como uma eficiente ferramenta, que agrega valor e diferencial não só aos produtos, mas também as empresas, em aspectos como forma e função, bem como conceito e emoção.

NORMAM (2008, p.19) em seu livro "Design Emocional", é questionado sobre quando é que as pessoas adoram os objetos. Ele afirma que isso acontece "quando alguma coisa dá prazer, quando se torna uma parte de nossas vidas, e quando a maneira como interagimos com ela define nosso lugar na sociedade e no mundo, então temos amor".

Para o autor, tudo o que se faz e tudo o que se pensa tem um toque de emoção, comumente inconsciente. E ele ainda cita o apego que as pessoas tendem a sentir pelos objetos, lugares e ou pessoas, de acordo com o entorno e com as vivências individuais. As pessoas tendem a se tornar apegadas a coisas se elas têm uma associação pessoal significativa, se trazem à mente momentos agradáveis e confortantes. O apego a lugares é também considerado significativos: locais favoritos, vistas favoritas.

NORMAM (2008, p.161), também cita que somos seres com tendência em perceber reações emocionais em qualquer coisa, seja ela animada ou não. "Somos criaturas sociais, biologicamente preparadas para interagir com outras, e a natureza dessa intenção depende muito de nossa capacidade de compreender o estado de espírito dos outros".

Logo, o design emocional tem como característica um estudo de estratégias que podem ser aplicadas no desenvolvimento de projetos, especificamente comerciais. Tendo como capacidade proporcionar experiências positivas aos usuários através de memórias e emoções que são despertadas no espaço, criando assim uma conexão dos próprios consumidores com o ambiente e os produtos inseridos no mesmo.

A utilização do design emocional na elaboração de um projeto é além de um processo viável que atende as necessidades dos consumidores, mas um instrumento que tem como ponto central de estudo as emoções e sensações dos usuários neste projeto. Segundo Niemeyer (2008):

A proposta é fazer uma aproximação integrada para projetar produtos com valor emocional agregado. Por "agregado" não queremos dizer que o valor emocional esteja colado ao produto, após haver sido

projetado. Ao contrário, nós queremos dizer que o valor emocional é um ponto inicial do projeto. (NIEMEYER, 2008, p.57)

No entanto, este ponto emocional é estimulado por meio de sentidos, sejam estes: visão, som, cheiro, toque, sabor (LINDSTROM, 2007. Apud SILVA 2010, p.133). Estes, podendo serem usados.

Norman (2008, p.41), afirma que o projeto de design emocional deve compreender três níveis de processamento, sendo estes: visceral, comportamental e reflexivo. Em sua obra relata cada um destes processos, entendendo-os como, “atributos humanos que resultam em três diferentes níveis de estrutura do cérebro”.

A primeira que se refere ao *design visceral* traz como conceito uma interpretação rápida do que seria bom ou ruim em determinado espaço ou objeto. Dessa forma, diz respeito a um processamento afetivo que remete as sensações, como colocado pelo autor.

Já o design comportamental, refere-se as questões do comportamento do ser humano, das funções dos produtos e a forma como se desempenham. Logo, compreende “quatro componentes do bom design comportamental: função,

compreensibilidade, usabilidade e sensação física”. (NORMAN, 2008, p.92)

O design reflexivo tende a ser influenciado por um processo cultural dos indivíduos, tratando-se de análises mais detalhadas acerca dos produtos. Desse modo, Norman (2008, p.107) afirma que neste processo “tudo diz respeito à mensagem, tudo diz respeito à cultura, tudo diz respeito ao significado de um produto ou seu uso.”

Diante deste contexto, mostra-se a viabilidade do uso do design emocional enquanto meio estratégico na elaboração de projetos que de fato atendam aos usuários, estimulando sensações e memórias afetivas. Estudo este, que se vincula ao projeto da loja “Essência: Decorando Ambientes”.

6. ANÁLISE DE SIMILARES

Tendo em vista a necessidade de referências de projeto que auxiliem no trabalho final de interiores, foram realizadas três análises de similares. A primeira, da marca conceito *Tânia Bulhões* que atua no segmento da venda de louças para mesa, e duas outras

análises, sendo estas da *Farmácia Navid L.E.D Architectse* da cafeteria denominada como *101 Café*. Sendo que as duas últimas análises foram escolhidas devido ao projeto que se assemelha as características buscadas pelo trabalho, como cores, mobiliário, etc.

Vale ressaltar que na primeira análise realizada não foram disponibilizadas plantas arquitetônicas para estudo aprofundado do espaço. Desse modo, foi realizado somente uma análise visual para identificar aspectos que contribuiriam para o projeto.

6.1 TÂNIA BULHÕES: LOJA CONCEITO



Considerada como sendo uma das principais marcas no segmento de vendas especializadas em produtos para a mesa, perfumaria para casa e listas de casamento, o primeiro estudo de caso realizado foi o da *Tânia Bulhões*. Amplamente conhecida no país, a marca foi fundada por Tânia, uma artista plástica mineira que desenvolve os próprios produtos vendidos nas lojas e que traz

como referência de projeto sua personalidade e inspiração nos estilos contemporâneo, clássico e casual.

Atualmente, sete lojas estão instaladas no país, sendo estas: 1) Shopping Cidade Jardim – Butantã, São Paulo/SP; 2) Shopping Iguatemi – Jardim Paulistano, São Paulo/SP; 3) Shopping Leblon – Rio de Janeiro/RJ; 4) Shopping Village Mall – Rio de Janeiro/RJ; 5) Shopping Pátio Batel – Curitiba/PR; 5) Shopping Iguatemi Brasília – Brasília/DF; e 6) Loja Conceito – São Paulo/SP. Entre estas, considera-se como objeto de estudo a Loja Conceito em São Paulo, no qual foi feita uma análise visual do espaço.

Figura 22: Fachada Loja Conceito – São Paulo/SP



Fonte: http://www.vamosreceber.com.br/wpcontent/uploads/2016/05/IMG_9078-940x624.jpg

Situada na Rua Colômbia 182, a *Loja Conceito* apresenta uma fachada marcante com referência arquitetônica ao estilo eclético e o seu interior com características clássicas. No acesso principal, possui como destaque uma porta de madeira de duas folhas, que em um sentido de abertura para fora, torna o local mais convidativo ao público. Além disso, na parte superior da entrada principal, apresenta o símbolo de uma coroa, que representa a marca (Fig. 18).

Neste conjunto, um grande lustre também está situado no local, destacando o espaço e indicando a um hall de entrada (Fig. 19), no qual é possível observar o grande uso da vegetação, assim como a predominância da cor branca como pano de fundo.

O espaço do hall é bastante acessível e possui em seu interior coleções de pratos de porcelana exclusivos, situados em expositores espelhados próximos a escada de acesso ao segundo pavimento (Fig. 20). Neste, encontra-se também uma disposição adequada dos produtos (pratos), por meio de uma peça decorativa central, como mostra as figuras 20 e 21.

Figura 23: Hall de entrada 1



Fonte: http://www.vamosreceber.com.br/wp-content/uploads/2016/05/IMG_8972-940x626.jpg

Figura 24: Hall de entrada 2



Fonte: <http://www.vamosreceber.com.br/2016/05/06/tania-bulhoes-renovada-e-conceitual/>

Entre as características principais, a loja conceito, é dividida em diversos ambientes, sendo estes estabelecidos conforme os produtos vendidos e as particularidades de estilos apresentadas. Neste sentido, próximo ao hall de entrada a loja possui um ambiente destinado a uma biblioteca, que tem como exposição para a venda produtos como caixas forradas de *phyton* e *galuchat*, muranos, porta charutos, etc. Como destaque, o local apresenta o uso da cor azul marinho em todo o mobiliário em contraste com as cores dos produtos, como pode ser visto pela figura abaixo:

Figura 25: Biblioteca



Fonte: <http://www.vamosreceber.com.br/2016/05/06/tania-bulhoes-renovada-e-conceitual/>

Além disso, a loja apresenta um ambiente para a exposição de produtos de cerâmica, tendo em seu conjunto um destaque principal para a mesa central, o qual é criado por meio de um lustre decorativo (Fig.22).

O uso de tons neutros e da madeira, criam uma decoração harmônica ao ambiente e permite ressaltar as cores e os desenhos dos produtos. Já em termos de iluminação, o local apresenta o uso de spots direcionáveis aos objetos e o uso de uma iluminação natural, criada pela janela central.

Figura 26: Sala de cerâmica 1



Fonte: <http://www.vamosreceber.com.br/2016/05/06/tania-bulhoes-renovada-e-conceitual/>

Figura 27: Sala de cerâmica 2



Fonte: <http://www.vamosreceber.com.br/2016/05/06/tania-bulhoes-renovada-e-conceitual/>

Com referência a um estilo colonial, no andar superior a loja possui um espaço designado a exposição de linhas específicas de porcelana, as quais tem como destaque as cores azul e branco, presente nos objetos, no mobiliário, nas peças decorativas e nos revestimentos, como o papel de parede visto no local (Fig. 25).

De modo geral, os aspectos projetuais se assemelham como na maioria dos outros espaços situados na loja. Entre estes aspectos, destaca-se a disposição do layout do espaço, o qual é formado por estantes alocadas nas paredes laterais e ao centro uma mesa posta decorada.

Figura 28: Sala Azul e Branco 1



Fonte: <http://www.vamosreceber.com.br/2016/05/06/tania-bulhoes-renovada-e-conceitual/>

Outro ponto a se ressaltar é a iluminação destes espaços, que possuem como característica principal uma iluminação central criada por meio de um lustre pendente. Além disso, utiliza de luzes focais para ressaltar os produtos em conformidade com uma iluminação natural presente, assim como mostram as figuras 26 e 27.

Figura 29: Sala Azul e Branco 2



Fonte: <http://www.vamosreceber.com.br/2016/05/06/tania-bulhoes-renovada-e-conceitual/>

Em outro espaço, há também a exposição dos produtos de porcelana, porém em maior quantidade, como pode ser visto pela figura 26. Neste espaço, observa-se uma distribuição adequada dos produtos, em que a parte inferior das estantes é destinada a exposição de conjuntos de coleções de pratos, já na parte superior xícaras e peças exclusivas.

A circulação é adequada, possuindo uma disposição viável do mobiliário, o qual possibilita um fácil acesso aos produtos vendidos. Em relação as cores, observa-se o grande uso do branco

com um destaque principal para a cor preta da mesa retangular situada no centro do espaço.

Figura 30: Sala de Porcelanas 1



Fonte: <http://www.vamosreceber.com.br/2016/05/06/tania-bulhoes-renovada-e-conceitual/>

Já em um outro ambiente, o local apresenta coleções de porcelana alocadas em estantes maiores e dispostas em mesas circulares de diferentes tamanhos, como mostra a figura abaixo:

Figura 31: Sala de Porcelanas 2



Fonte: <http://www.vamosreceber.com.br/2016/05/06/tania-bulhoes-renovada-e-conceitual/>

Como característica principal da decoração tem-se o grande uso de arranjos florais dispostos sobre as mesas, que criam um destaque ao espaço, visto o grande uso da cor branca. A iluminação artificial utiliza de spots embutidos em gesso, que criam uma ambientação geral ao espaço.

O vidro também é bastante utilizado no projeto, sendo aplicado principalmente nas vitrines e sobre a mesa posta, como mostra a figura abaixo:

Figura 32: Sala de Porcelanas 3



Fonte: <http://www.vamosreceber.com.br/2016/05/06/tania-bulhoes-renovada-e-conceitual/>

No projeto da loja há também um espaço exclusivo destinado aos cristais, como taças, copos e peças decorativas, os quais são expostos em estantes laterais e separados conforme suas características. A vitrine é espelhada e dá destaque somente aos produtos.

Figura 33: Sala dos cristais 1



Fonte: <http://www.vamosreceber.com.br/2016/05/06/tania-bulhoes-renovada-e-conceitual/>

Figura 34: Sala dos cristais 1



Fonte: <http://www.vamosreceber.com.br/2016/05/06/tania-bulhoes-renovada-e-conceitual/>

Em um outro ambiente, o local apresenta um espaço para produtos de perfumaria para casa. Neste espaço, observa-se uma disposição adequada dos produtos nas estantes laterais e uma iluminação artificial criada por meio de spots embutidos em gesso. Assim como em outros ambientes do projeto, o destaque de cores se dá por meio dos produtos vendidos.

Figura 35: Sala de Perfumaria 1



Fonte: <http://www.vamosreceber.com.br/2016/05/06/tania-bulhoes-renovada-e-conceitual/>

Além deste ambiente, no pavimento superior há um local bastante diferenciado, que é o destinado a venda de produtos de prataria. Desse modo, entre as características principais identificadas está a presença de uma paleta de cores variada, utilizando-se de cores como o preto e o vinho, como pode ser visto pelas figuras abaixo:

Figura 36: Sala da Prataria 2



Fonte: <http://www.vamosreceber.com.br/2016/05/06/tania-bulhoes-renovada-e-conceitual/>

Figura 37: Sala da Prataria 3



Fonte:<http://www.vamosreceber.com.br/2016/05/06/tania-bulhoes-renovada-e-conceitual/>

ANÁLISE CRÍTICA DO ESPAÇO

A escolha da loja CONCEITO de Tânia Bulhões como um caso similar levou em consideração o tipo de produto comercializado que se refere ao mesmo segmento da loja a ser projetada, com dimensões e aspectos visuais semelhantes.

Por isso, a análise deste projeto buscou compreender, em especial, aspectos projetuais, como a exposição dos produtos, o layout do espaço, as cores e a iluminação da loja.

Observou-se que a mesma não utiliza de uma continuidade de projeto, visto que trabalha com diferentes estilos em um mesmo espaço, propondo cores e materiais diferentes conforme o produto. Porém na maioria das outras lojas do segmento Tânia Bulhões, destaca-se o uso do mobiliário branco no estilo clássico como um padrão de projeto.

6.2 101 CAFÉ

Considerando o desenvolvimento de um espaço de cafés no mezanino, foi escolhido um projeto de uma cafeteria para analisar questões ligadas a cores, materiais e estilos. Projetada em 2017 pelo arquiteto *Giovanni Ferrara* e pelos designers *Victor Cao, Xing Hong, Si Songque* constituem o escritório FarOffice, o *Café 101* está localizado em Changsha na China e possui uma área total de 172 m². O projeto tem como característica principal o estilo pessoal ocidental e oriental, tendo como referência projetual os interiores

dos países do Sudeste Asiático. Desse modo, o interior foi projetado conforme a personalidade do proprietário.

Figura 358 101 Café / Far Office

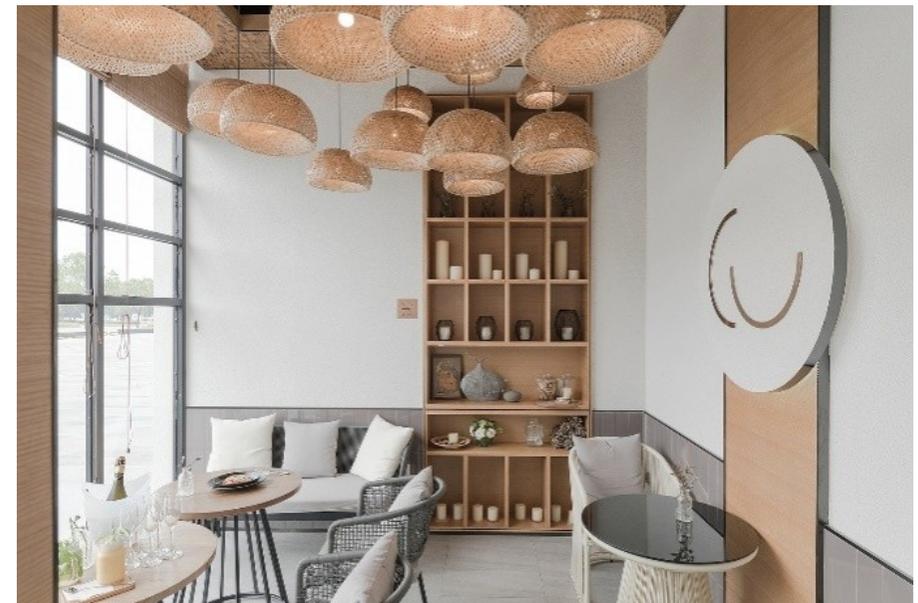


Fonte: <https://www.archdaily.com/886351/101-cafe-far-office>

A fachada do espaço apresenta como característica marcante o uso do vidro e de uma iluminação que destaca o interior do local, e que o torna como uma vitrine aberta convidando o usuário a entrar. Logo, possui um ambiente intitulado como “Sala de Vidro”, que está situado próximo à entrada principal e que transmite conforto e aconchego ao usuário. O local, utiliza de um

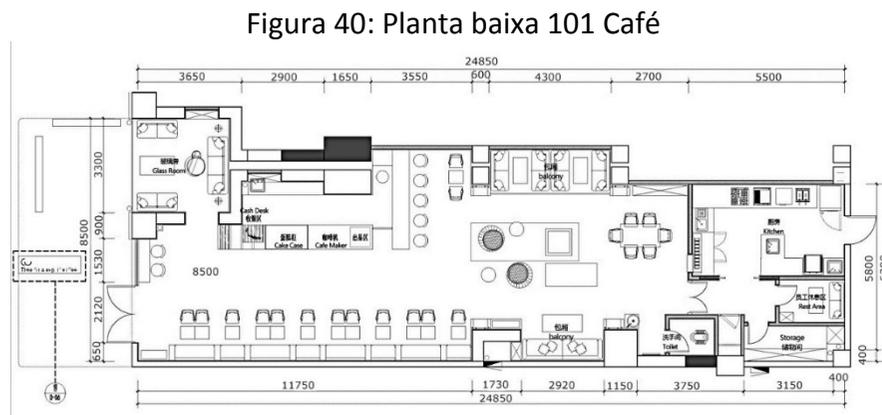
mobiliário orgânico com o uso de cores claras e o destaque do ambiente se dá por meio da iluminação pendente, que apresenta um material artesanal que remete a fibra de palha. Além disso, o espaço utiliza de painéis de madeira para criação de nichos com exposição de objetos decorativos.

Figura 39: Vitrine



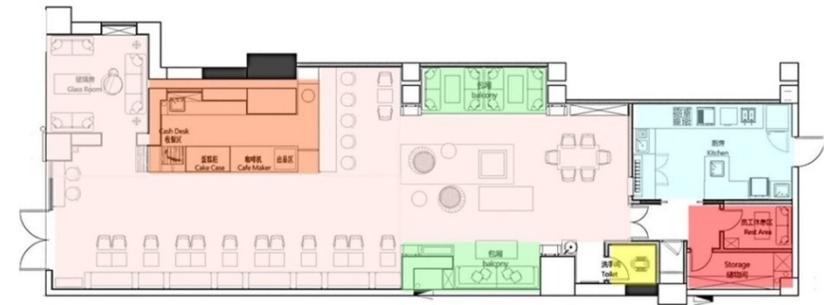
Fonte: <https://www.archdaily.com/886351/101-cafe-far-office>

O layout do espaço é bastante flexível e permite tanto aos usuários quanto aos funcionários um bom deslocamento. De modo geral, possui uma boa distribuição do mobiliário, criando espaços coletivos e áreas reservadas ao público. Além disso, possui ao fundo da loja, um hall que dá acesso à cozinha e ao armazenamento de produtos no depósito, como pode ser visto pela planta abaixo:



Fonte: <https://www.archdaily.com/886351/101-cafe-far-office>

Figura 41: Planta de Setorização 101 Café



- | | |
|--|---|
| Espaço coletivo | Banheiro |
| Espaço privado | Cozinha |
| Café | Estoque e espaço para funcionários |

Fonte: Autoria própria (2018)

O local destinado ao preparo de cafés está situado próximo à entrada da cafeteria e possui como elemento de destaque o uso de um teto de bambu quadrado com o uso de pendentes de iluminação. Além disso, utiliza de dois quadros laterais que formam um desenho com o uso da madeira que chama atenção para o espaço do café.

Figura 42 e 43: Espaço Balcão Cafeteria



Fonte: <https://www.archdaily.com/886351/101-cafe-far-office>

O café possui dois balcões de forma lineares, utilizando da cor branca como principal e o uso da madeira e dos produtos como elementos de destaque. Já na entrada para o interior do espaço de serviço existe uma porta de abrir que dá acesso aos funcionários, possuindo em sua lateral um balcão que é utilizado do lado externo pelo público e o lado interno para os funcionários utilizarem de armários para estocagem dos produtos (Figura 40).

Figura 44: Espaço interno café 101



Fonte: <https://www.archdaily.com/886351/101-cafe-far-office>

Um outro ponto de destaque no projeto é o uso de cortinas no mobiliário da área coletiva e da área privada, tal característica propõem nichos que possibilitam uma privacidade a cada mesa e harmonia na decoração. O uso de pendentés e arandelas também criam esta sensação ao espaço. O mobiliário apresenta cores claras, com almofadas tanto nas poltronas como em todo o mobiliário do espaço, sendo um elemento característico da ambientação do projeto.

Figura 45: Espaço coletivo café 101



Fonte: <https://www.archdaily.com/886351/101-cafe-far-office>

Figura 46: Espaço privado café 101



Fonte: <https://www.archdaily.com/886351/101-cafe-far-office>

Nos ambientes reservados ao atendimento público, observa-se um grande uso da iluminação com os pendentes como elemento principal, assim como os objetos decorativos que ambientam o local.

Figura 47: Espaço interno café 101



Fonte: <https://www.archdaily.com/886351/101-cafe-far-office>

Percebe-se que o mobiliário cria uma relação de interação com os adornos, criando a sensação de um ambiente acolhedor e familiar. Desse modo, a decoração tem um papel fundamental em

criar sensações ao usuário, referenciado ao design emocional que é uma característica estudada no trabalho de conclusão de curso.

Figura 48: Espaço interno café 101



Fonte: <https://www.archdaily.com/886351/101-cafe-far-office>

O café possui vários espaços para atender a diferentes grupos de pessoas. Existe o espaço para o uso coletivo do café, mesas para pequenos grupos e uma área destinada para o cliente que requer maior privacidade.

Nos espaços reservados, o projeto remete ainda mais a sensação da familiaridade. O conceito de sentar-se à mesa e

desfrutar do café junto ao convívio com outras pessoas, assim como pode ser observado pela figura 45.

A iluminação natural ainda é um outro ponto de destaque no projeto, visto que permite uma visualização do espaço externo. Junto a esta, tem-se também a presença da iluminação artificial de pendentês que está na maioria dos espaços.

Figura 49: Espaço interno café 101



Fonte: <https://www.archdaily.com/886351/101-cafe-far-office>

ANÁLISE CRÍTICA DO ESPAÇO

A escolha do Café 101 como um caso similar levou em consideração os aspectos do projeto, como mobiliário, cores, materiais decorativos, etc. Logo, observou-se que o espaço mesmo

apresentando-se como um bom projeto de interiores, o mesmo possui uma carência de um planejamento de paisagismo e o fechamento do teto com gesso, visto que está em exposição toda a parte elétrica e hidráulica, sendo uma característica que não é agradável ao conceito do projeto de uma decoração clean.

6.3 FARMÁCIA NAVID

Localizada na cidade de Teerã no Irã, a farmácia Navid foi escolhida para análise devido as suas características de projeto como cores, materiais, formas e iluminação que se assemelham aos objetivos buscados pelo presente trabalho. Além disso, por possuir uma planta baixa (Fig. 47) de módulo retangular que também se assemelha ao local escolhido para a implementação do projeto da loja *Essência: decorando ambientes*.

De modo geral, o espaço é bastante amplo com uma área equivalente a 240 m², sendo dividido em quatro pavimentos principais, separados conforme seus usos. Desenvolvido no ano de 2016 pelo estúdio L.E.D Architects, o projeto apresenta uma arquitetura simples, porém bastante marcante em termos visuais. Principalmente, devido sua fachada que tem como destaque

materiais como o vidro e o concreto, além de uma iluminação linear no sentido vertical que chama atenção à entrada (Fig. 50)

Figura 50: Planta baixa farmácia Navid



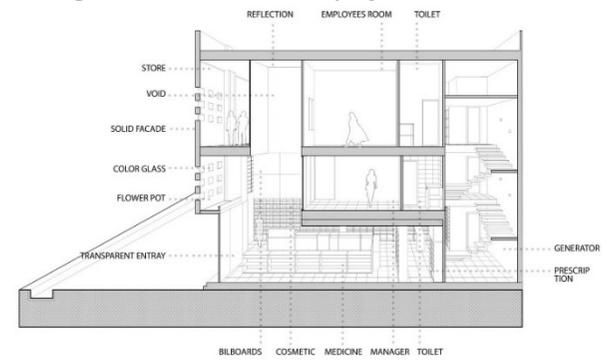
Fonte: <https://www.archdaily.com.br/br/872314/farmacia-navid-led-architects>

Figura 51: Planta baixa farmácia Navid



Fonte: <https://www.archdaily.com.br/br/872314/farmacia-navid-led-architects>

Figura 52: Corte do espaço da farmácia



Fonte: <https://www.archdaily.com.br/br/872314/farmacia-navid-led-architects>

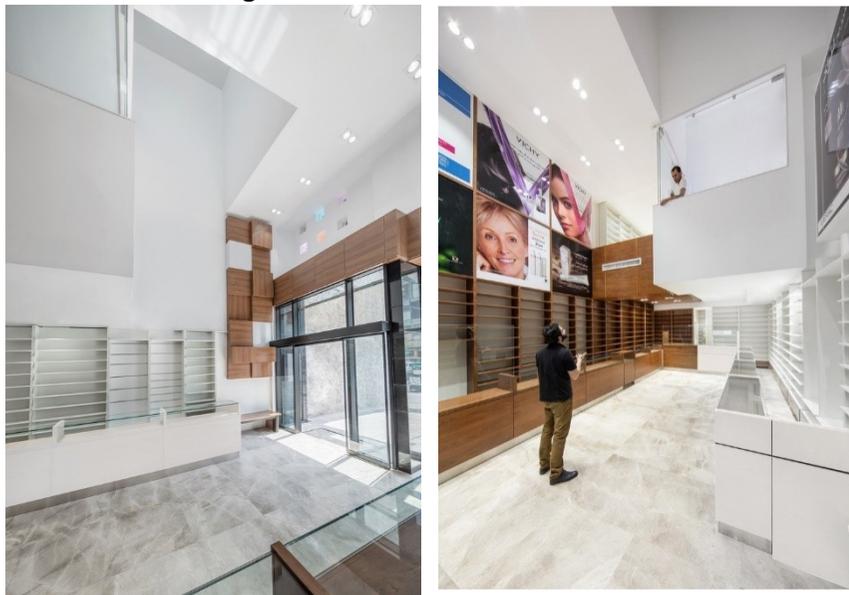
Figura 53: Fachada farmácia Navid



Fonte: <https://www.archdaily.com.br/br/872314/farmacia-navid-led-architects>

Logo nesta entrada, o projeto apresenta como destaque um grande balcão linear e estantes com o uso de uma madeira escura, estes sendo destinados ao setor de exposição de cosméticos. Já ao lado, a composição de um balcão e estantes na cor branca são destinados a exposição dos medicamentos a serem vendidos na farmácia. Além disso, o projeto tem como destaque, grandes painéis com propagandas dos produtos a serem revendidos, como mostra as figuras a seguir:

Figura 54: Fachada farmácia Navid

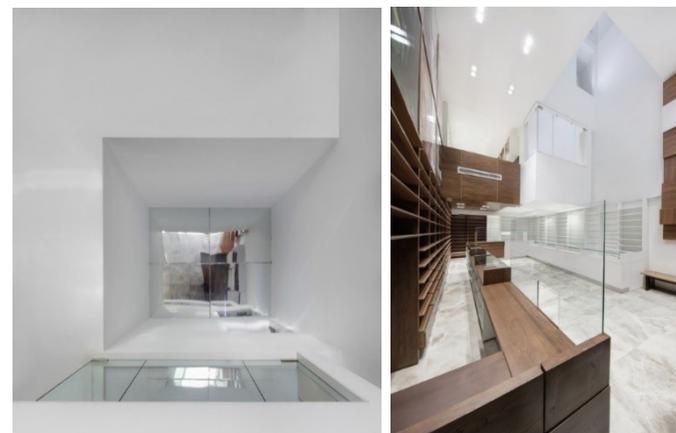


Fonte: <https://www.archdaily.com.br/br/872314/farmacia-navid-led-architects>

As cores do espaço são predominantes pelo uso do branco e do marrom da madeira, presente nas estantes, paredes, e nos balcões. Além disso, a utilização do vidro também cria uma composição diferenciada ao ambiente.

Em termos de iluminação, considera-se uma composição entre iluminação artificial e natural, principalmente devido à grande utilização do vidro na fachada e ao uso de elementos vazados que permitem essa composição. Além disso, como parte que cria uma iluminação natural no projeto e uma comunicação visual com os quatro pavimentos, os arquitetos projetaram um grande vazio, como é mostrado principalmente pela primeira figura a seguir.

Figura 55: Fachada farmácia Navid



Fonte: <https://www.archdaily.com.br/br/872314/farmacia-navid-led-architects>

Figura 56: Fachada farmácia Navid



Fonte: <https://www.archdaily.com.br/br/872314/farmacia-navid-led-architects>

ANÁLISE CRÍTICA DO ESPAÇO

A escolha da farmácia Navid como um caso similar levou em consideração as características presentes no projeto, como formas, cores e materiais. Desse modo, observa-se que o espaço apresenta uma boa disposição do mobiliário em toda a sua extensão de forma harmônica.

Observou-se como crítica a utilização dos painéis de propagandas sobre os mobiliários, poluindo visualmente o espaço e a ausência de mais cores no espaço.

7. PROJETO

O capítulo atual apresenta todo o processo de desenvolvimento do projeto da *Loja Essência - mesa posta e etiqueta*, desde a escolha do local até o resultado final do trabalho, apresentando por meio de plantas arquitetônicas e soluções de projeto para o TCC. Também será apresentado as propostas geradas na primeira etapa do trabalho, ITCC.

7.1 LOCAL

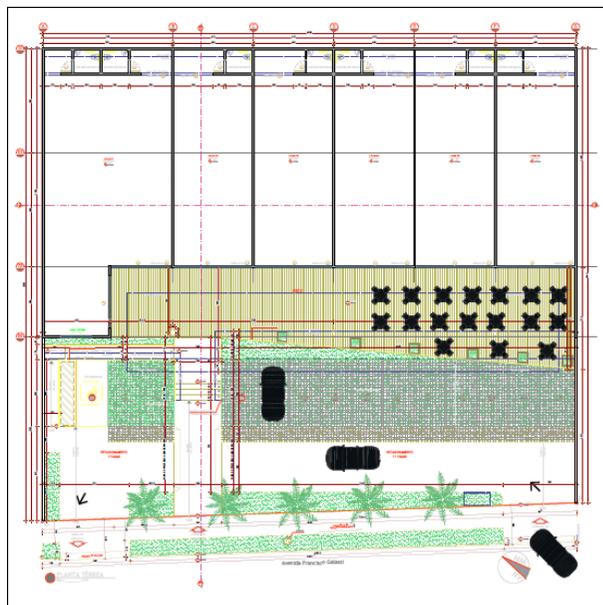
O local escolhido para a implementação do projeto foi a cidade de Uberlândia/MG, a qual representa atualmente como sendo a de maior crescimento na região conhecida como *Triângulo Mineiro*. Com uma posição privilegiada no estado de Minas Gerais, a cidade conta com uma população média de 676.613 habitantes segundo dados de 2017 do **IBGE**¹³(Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Logo, possuindo em seu conjunto urbano grandes centros comerciais e empresas que movimentam a economia local.

Em Uberlândia, a loja *Essência - mesa posta e etiqueta* será instalada na Avenida Francisco Galassi, em um bairro

¹³IBGE. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/uberlandia>> (Acesso em: 31/05/2018)

Entre as características gerais do espaço escolhido, a Galeria Francisco Galassi foi construída no ano de 2010 pela empresa de engenharia *Constantin Galassi*, constituindo-se por uma área aproximada de 1.554 m². Em seu conjunto possui um estacionamento geral, sendo somente uma vaga acessível para pessoas com deficiência física (Fig. 55). Além disso, o espaço é considerado como um local acessível na cidade.

Figura 58: Planta Galeria Francisco Galassi



Fonte: CONSTANTIN GALASSI (2018)

Figura 59: Galeria Francisco Galassi – Projeto 3D



Fonte: MODO ARQUITETOS (2018)

Figura 60: Galeria Francisco Galassi

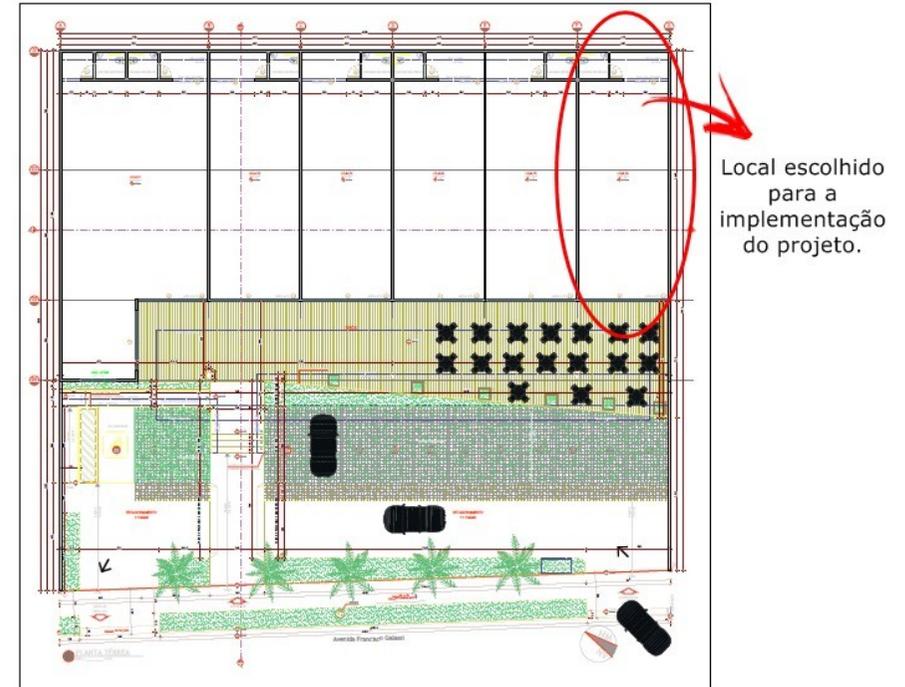


Fonte: Própria (2018)

A estrutura da galeria é formada por seis módulos de lojas com segmentos distintos, cinco com o mesmo tamanho e uma loja maior. Entre estas sendo: 1) Loja 1 – Academia Uberlândia Barbel; 2) Loja 2 – Petmania; 3) Loja 3 – Porttare; 4) Loja 4 – Engenharia ConstantinGalassi; 5) Loja 5 – Pilates Jack Carvalho; e 6) Loja 6 - Studio Pri Barbosa;

Nestas lojas inseridas no espaço, o local escolhido para a implementação do projeto é a loja 6, que atualmente é utilizada como uma academia, como pode ser visto pelas imagens a seguir:

Figura 61: Loja 6: Local escolhido



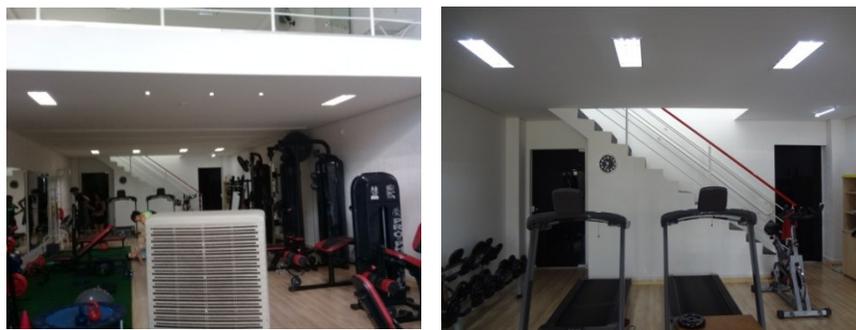
Fonte: Própria (2018)

Figura 62: Loja 6: Studio Pri Barbosa



Fonte: Própria (2018)

Figura 63: Loja 6: Studio Pri Barbosa – Pavimento Térreo 1



Fonte: Própria (2018)

Figura 64: Loja 6: Studio Pri Barbosa - Pavimento Térreo 2



Fonte: Própria (2018)

Figura 65: Loja 6: Studio Pri Barbosa – Mezanino

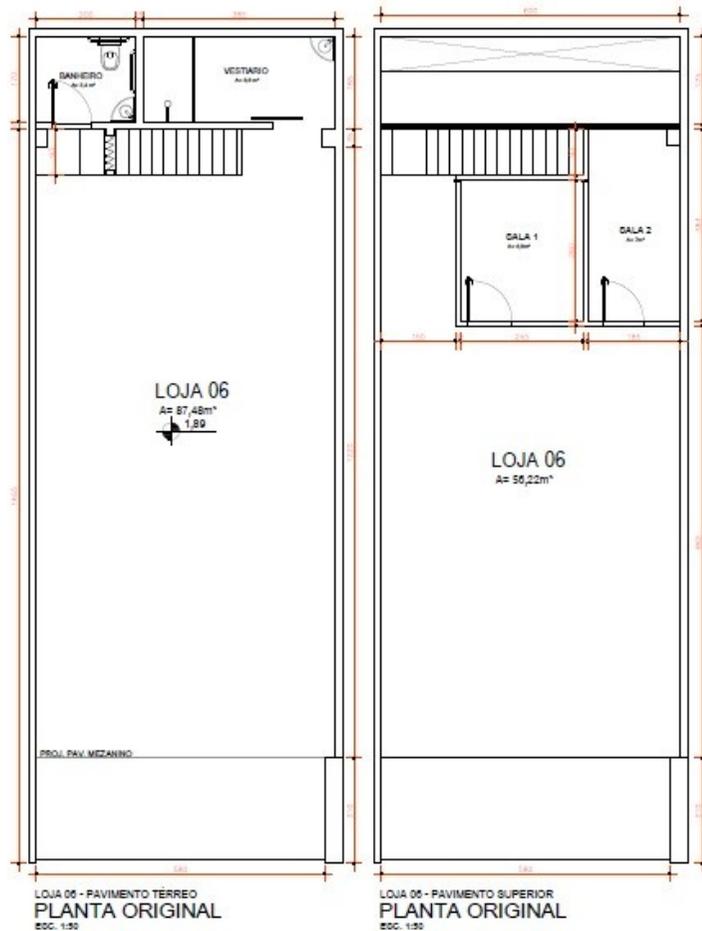


Fonte: Própria (2018)

Como características gerais, a academia apresenta uma boa distribuição interna que permite um bom fluxo no espaço, tratando-se de um módulo retangular dividido em pavimento térreo e mezanino. A área do espaço corresponde a aproximados 98m² possibilitando uma viável adequação do projeto. Já o acesso principal se dá por uma entrada única de uma porta de vidro, e o

mezanino, por uma escada situada ao fundo do espaço, como pode ser observado pela planta do local a seguir:

Figura 66: Planta original do espaço



Fonte: Própria (2018)

Como ponto negativo, observa-se no local que não há uma adequação de acesso ao segundo pavimento para pessoas com deficiência física. Logo, o projeto buscou resolver esta questão através da instalação de um elevador.

7.2 PÚBLICO ALVO

As peças, produtos e cursos oferecidos da *Loja Essência - mesa posta e etiqueta* são extensas e se voltam para o público feminino e masculino. Nesse sentido, o público da loja pode ser considerado amplo.

Por outro lado, por se constar da venda de peças de luxo mais qualificadas, o público da loja se torna um pouco restrito, sendo assim mais visitado e apreciado pelo público AA.

No entanto, pontuamos que não há um público muito específico, pois pessoas que não são do público AA também podem se identificar com os produtos e cursos oferecidos pela loja, por valorizar a cultura da mesa posta, selecionando produtos de excelente qualidade.

No que diz respeito aos cursos oferecidos, o crescimento de adeptas ao uso da mesa posta, o crescimento e a procura de

qualificação e capacitação no mercado de trabalho no que se refere a mesa posta, apresenta a amplitude desse mesmo público alvo.

7.3 CONCEITO

Com base nas informações coletadas, a proposta do projeto de interiores para a *Loja Essência - mesa posta e etiqueta* é recriar o clima dos lares e dos almoços em família, como foco especial nos adornos para a mesa. O objeto do projeto é transmitir a essência, o conforto e a alegria desses encontros familiares.

As lembranças de cumplicidade e as memórias ao redor da mesa, contagia os visitantes e clientes diante das mesas postas dispostas no interior da loja. Toda essa decoração tem o propósito para que o cliente se imagine sentado a essas mesas com seus entes queridos e amigos. O emprego desses elementos no projeto levou em consideração os princípios do Design Emocional, com o objetivo de resgatar lembranças e gerar afetividade nos clientes.

Sendo assim, para a elaboração do conceito utilizou-se das palavras contidas no brainstorming, *emoções, essência, amor, carinho, união, zelo, partilha, hospitalidade e sensações.*

NORMAN,2004, os trabalhos de design conceitual caracterizam-se em primeiro lugar pela própria carga semântica. Seu principal intuito é criar estímulos, despertar emoções, gerar evocações, veicular mensagens e provocar reflexões. Portanto, as técnicas de criatividade foram feitas acerca de imagens de famílias reunidas à mesa, representadas na imagem a seguir Fig. 67

Figura 67: Painel Semântico



Fonte: Imagens da internet (2018)

Essas imagens são carregadas de símbolos com forte identificação e estão presentes nas memórias de pessoas de muitas gerações. Elementos visuais, estéticos como cores, aromas e texturas são características marcantes desses momentos, onde a intenção é captar a essência mais delicada de espaços como as refeições em família para o projeto final, utilizando ao projetar a loja as estratégias do Design Emocional que são *visceral, comportamental e reflexivo*.

7.4 PROGRAMA DE NECESSIDADES

O desenvolvimento do projeto de interiores da loja *Essência - mesa posta e etiqueta*, levou em consideração o desenvolvimento de um programa de necessidades conforme as normas e leis da **ANVISA** e **ABNT** que regulamentar o correto funcionamento do espaço a ser projetado.

Segundo **PHILLIPS** (2008), afirma que um projeto de design só se torna efetivo quando alcança soluções para o problema proposto. Para isso, é necessário que este problema seja claramente descrito. E argumenta ainda que detalhar todas as

informações e avaliar as decisões necessárias fazendo um correto planejamento, possibilita prevenir surpresas desagradáveis.

Sendo assim, para o presente projeto foram listadas na tabela a seguir, as necessidades para o espaço:

Tabela 1: Programa de Necessidades Pav. Térreo	
ELEMENTOS	CARACTERÍSTICAS
Vitrine	Mobiliário expositor, mesas postas com iluminação direcionada ao produto
Mobiliários Expositores	Mesas para demonstração da utilização da mesa posta
Mobiliários de Estocagem	Estantes e espaços fechados para estocagem de produtos.
Caixa	Balcão para duas atendentes
Banheiro	Ao fundo da loja para funcionários e clientes
Escritório	Ao fundo da loja. Espaço para atendimentos clientes e fornecedores
Guarda volumes e DML	Mobiliário para guardar pertences dos funcionários e produtos de limpeza
Fonte: Autoria Própria (2018)	

Tabela 2: Programa de Necessidades Mezanino

ELEMENTOS	CARACTERÍSTICAS
Balcão de atendimento	Cafeteria para eventos intimistas
Bancada estocagem	Bancada auxiliar para conter eletrodomésticos e armazenamento dos mesmos.
Armários inferiores e bancada auxiliar	Estocagem de produtos para o preparo de chás e utensílios de cozinha.
Pia de higienização	Lavagem de utensílios
Máquinas de café	Posicionada na área seco da bancada auxiliar
Microondas e Forno elétrico	Posicionada na área seco da bancada auxiliar
Espaço para clientes	Mesas, cadeiras e bancos, expositores (mesa posta)
Área cursos	Mesa para treinamentos e cursos
Painel TV	Espaço para audiovisual utilizado nos cursos
Fonte: Autoria Própria (2018)	

7.5 BRAINSTORMING

Ferramenta conhecida como “tempestade de ideias”, o brainstorming de projeto tem um papel fundamental durante o processo de criação, visto que auxilia no desenvolvimento de soluções a serem aplicadas.

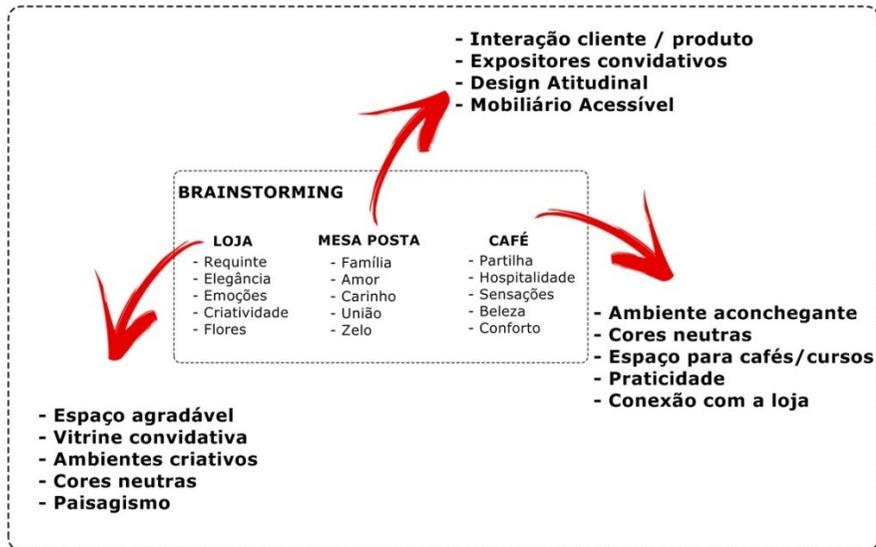
Desse modo, foi realizado um brainstorming a partir da pesquisa realizada com seis mulheres, cujo objetivo era coletar ideias relacionadas a mesa posta e refeições familiares. As ideias coletadas foram anotadas, criando-se também um mapa mental com a intenção de analisa-las de modo a criar novos conceitos com as mesmas ou novas ideias. Como pode ser observado pelas figuras:

Fig. 68: Esquema de Brainstorming



Fonte: Autoria Própria (2018)

Fig. 69: Esquema de Brainstorming

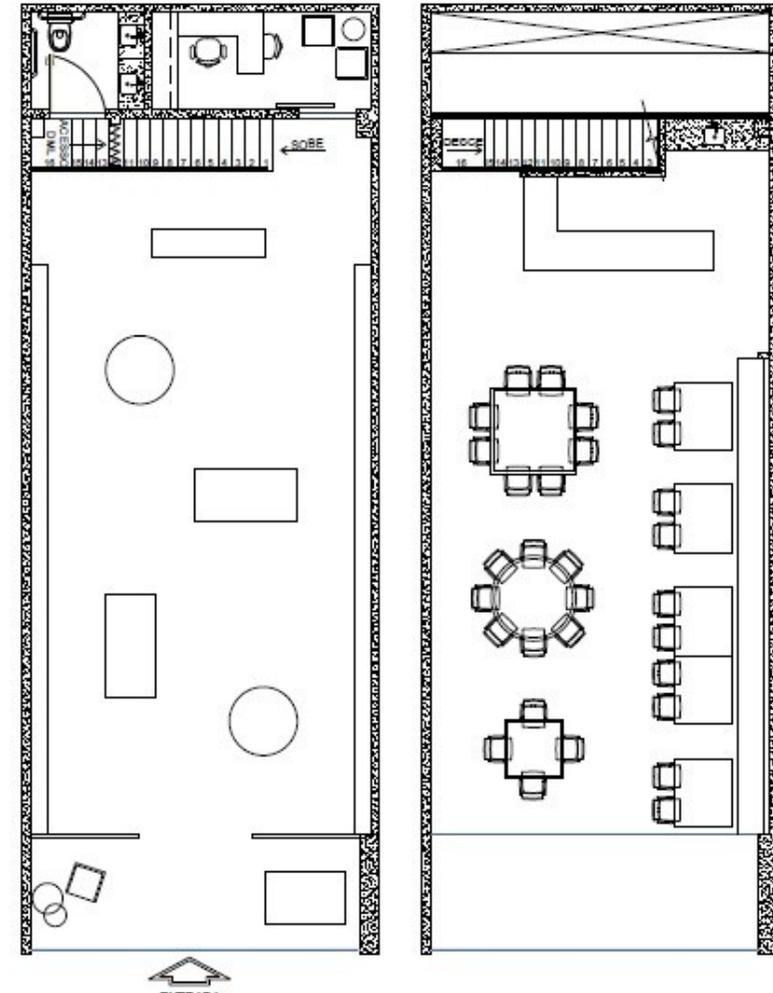


Fonte: Autoria Própria (2018)

8. PROPOSTA DO PROJETO – ITCC

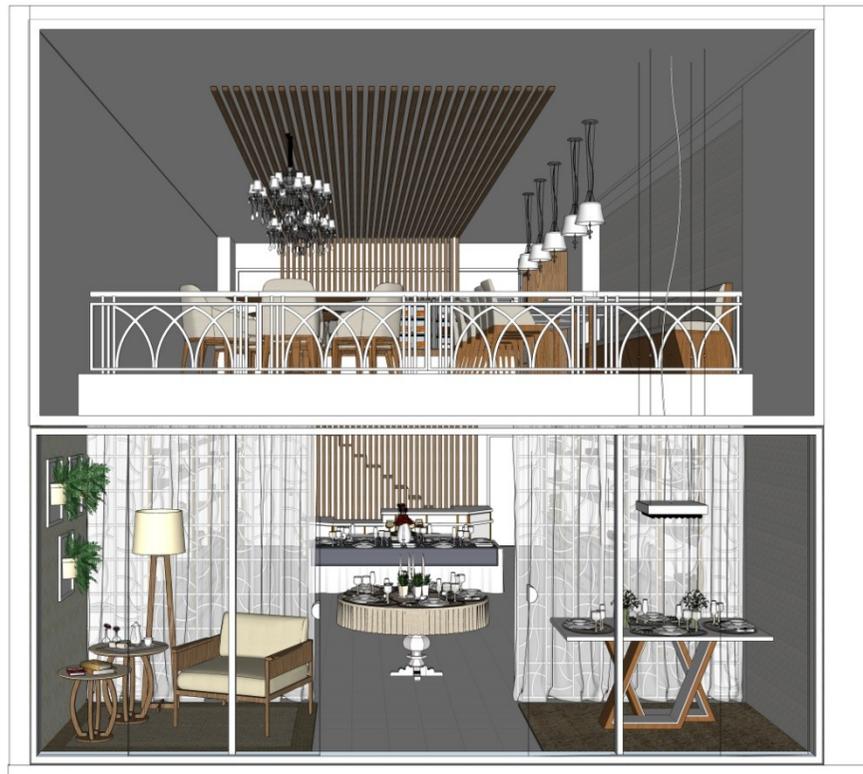
O layout do projeto buscou atender aos objetivos iniciais buscados pelo trabalho, bem como o programa de necessidade e o brainstorming do projeto, como estipulado pela pesquisa. Como pode ser visto pela planta a seguir do Pavimento Térreo e do Mezanino:

Fig. 70: Proposta Inicial de Layout



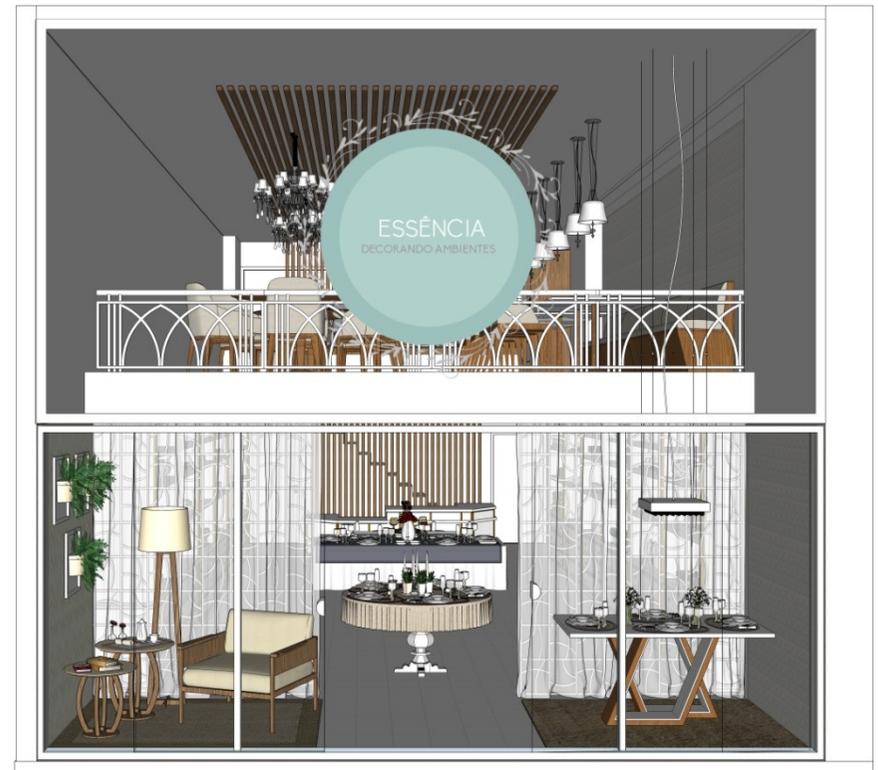
Fonte: Autoria Própria (2018)

Fig. 71: Proposta Piso Térreo – Loja e vitrine 1



Fonte: Autoria Própria (2018)

Fig. 72: Proposta Piso Térreo – Loja e vitrine 2



Fonte: Autoria Própria (2018)

Fig. 73: Proposta Piso Térreo – Loja



Fonte: Autoria Própria (2018)

Fig. 73: Proposta Piso Térreo – Loja



Fonte: Autoria Própria (2018)

Fig. 75: Proposta mobiliário



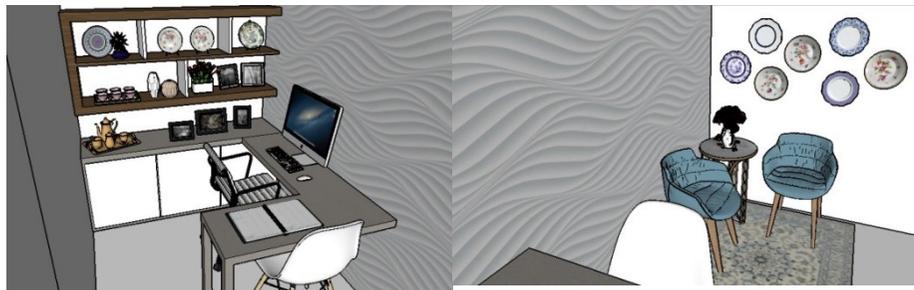
Fonte: Autoria Própria (2018)

Fig. 76: Proposta mobiliário



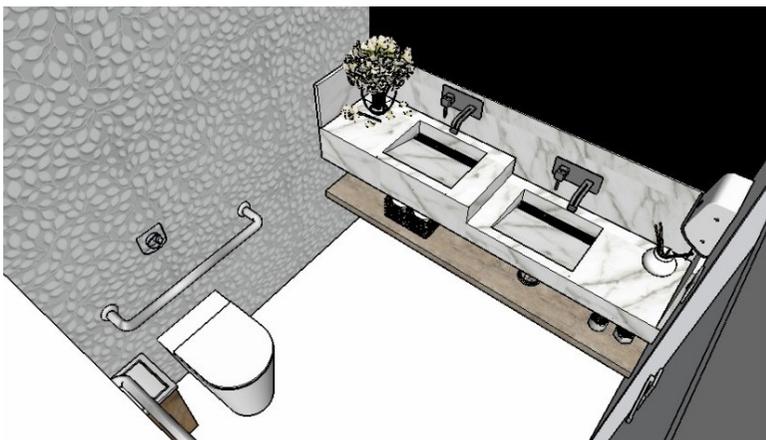
Fonte: Autoria Própria (2018)

Fig. 77: Proposta Escritório



Fonte: Autoria Própria (2018)

Fig. 78: Proposta Banheiro



Fonte: Autoria Própria (2018)

Fig. 79: Proposta Mezanino - Café



Fonte: Autoria Própria (2018)

Fig. 80: Proposta Mezanino - Café



Fonte: Autoria Própria (2018)

Fig. 81: Proposta Fachada Loja Galeria



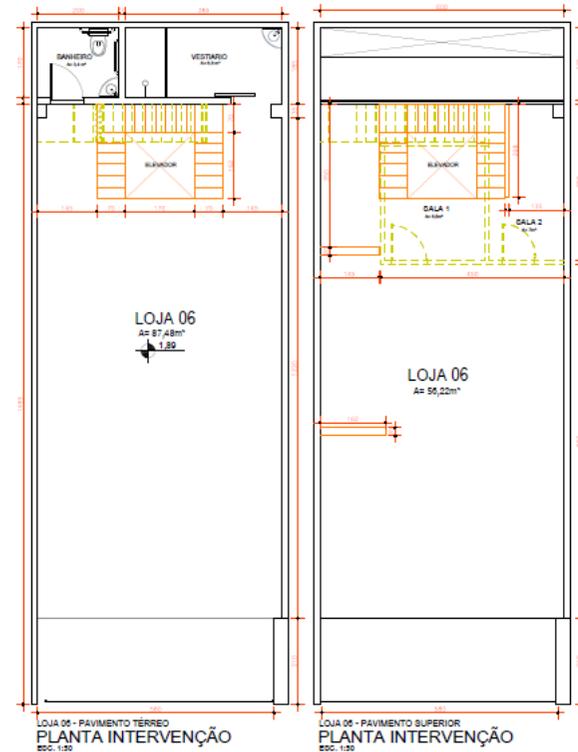
Fonte: Autoria Própria (2018)

Fig. 82: Proposta Fachada Loja Galeria



8.1 INTERVENÇÕES ARQUITETÔNICAS

Figura 83: Intervenções Arquitetônicas



Fonte: Autoria Própria (2018)

Para permitir um espaço amplo e aconchegante no desempenho das atividades oferecidas pela loja será necessária uma intervenção no mezanino. Para isso, sob cargo da orientação

do trabalho, foi realizada a demolição de duas salas existentes de modo a possibilitar uma ampliação do espaço destinado ao ambiente da cafeteria. Desse modo, permitindo uma melhor distribuição funcional e espacial, integrando todas as atividades que ali serão desenvolvidas, sendo estas: cursos de etiqueta, de mesa posta, e um espaço destinado também a eventos intimistas.

Buscando atender os clientes que possuem necessidades especiais, foi proposto a inserção de um elevador para que esses clientes também tivessem acesso ao mezanino.

O desafio lançado na etapa do ITCC era normalizar as medidas da escada e incluir ao projeto o elevador. Assim, foi modificado o local da escada, que continuou ao fundo da loja, porém em seu formato de U, ela envolve o espaço onde fica o elevador.

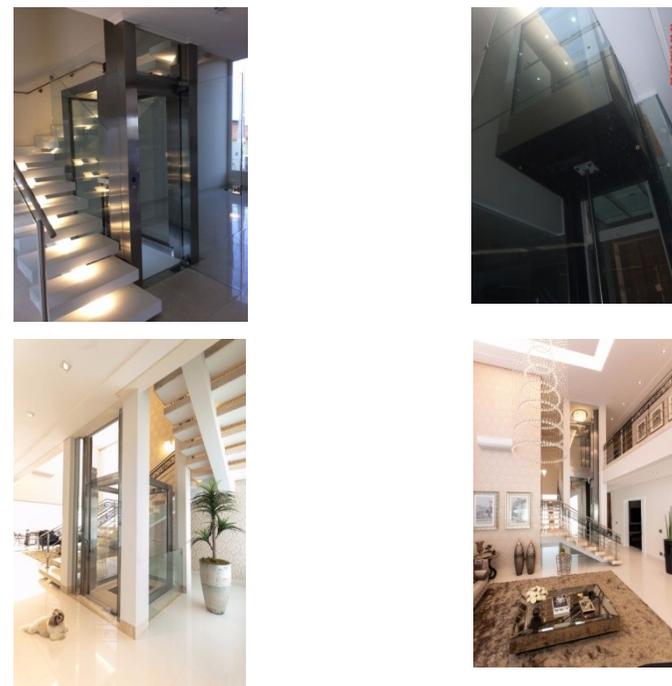
Foi escolhido uma plataforma cabinada denominada *Minilif*, da empresa RBA Elevadores que fica situada na cidade de São José do Rio Preto em São Paulo.

Conforme as informações contidas no site da empresa RBA Elevadores, essa plataforma é indicada para locais públicos e para residência uni familiar, com capacidade de 320Kg, sua capacidade

de operação é de 9m/minutos contendo uma central hidráulica com duas velocidades de operação.

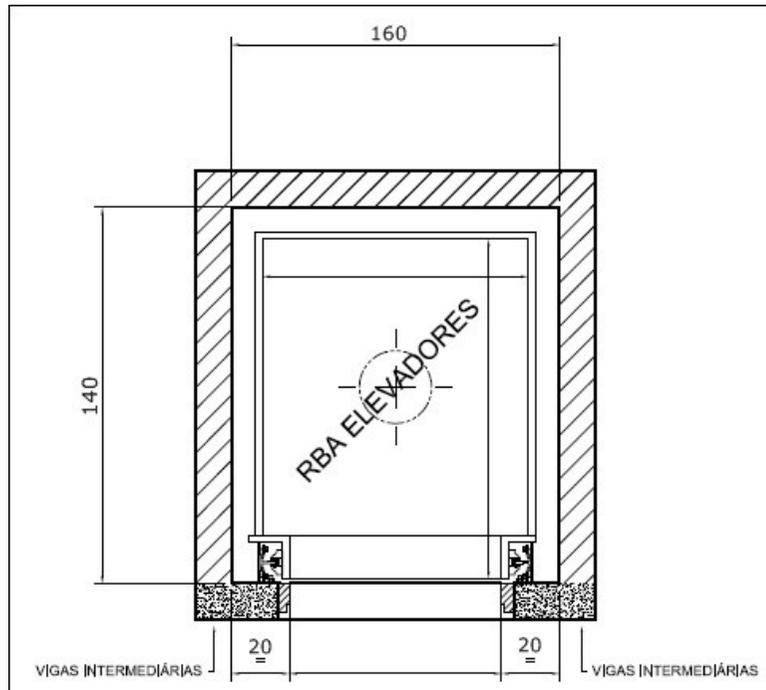
Sua cabine foi personalizada de acordo com as necessidades da loja *Essência - mesa posta e etiqueta*, tendo ela três faces panorâmicas com botões em LED e identificação em braile, seu piso é emborrachado dando melhor aderência da cadeira de rodas.

Figura 85: Imagens Plataforma Cabinada Minilif



Fonte: <<<http://rbaelevadores.com.br> Acesso dia 08/10/2018

Figura 85: Medidas Plataforma Cabina Minilif



Fonte: <<<http://www.rbaelevadores.com.br>>> (Acessado dia 16/10/2018)

Sua cabine foi personalizada de acordo com as necessidades da loja *Essência - mesa posta e etiqueta*, tendo ela três faces panorâmicas com botões em LED e identificação em braille, seu piso é emborrachado dando melhor aderência da cadeira de rodas.

8.2 SETORIZAÇÃO

Para melhor identificar cada espaço e seu uso, foi feita uma análise de setores, que permitiu indicar cada ambiente no projeto, como pode ser visto a seguir:

DIVISÃO DOS ESPAÇOS		
SETOR 01		ENTRADA
SETOR 02		VITRINES
SETOR 03		LOJA
SETOR 04		MOBILIÁRIOS EXPOSITORES
SETOR 05		ESCADA E ELEVADOR
SETOR 06		GUARDA VOLUME E DML
SETOR 07		BANHEIRO
SETOR 08		ESCRITÓRIO
SETOR 09		AREA PARA CURSO
SETOR 10		SALÃO / CAFÉ
SETOR 11		BALCÃO CAFÉ
SETOR 12		LAVABO
SETOR 13		DEPÓSITO



Figura 86: Planta de setorização

Fonte própria (2018)

9. PROJETO FINAL - TCC

Como projeto final, denominado como TCC, foram considerados as questões levantadas durante a primeira fase do trabalho - ITCC. Para isso, identificou-se a necessidade de melhorias em aspectos estruturais do espaço, de acessibilidade e mobiliários.

9.1 PLANTA DE PROJETO - LAYOUT

Como projeto de layout os espaços denominados como loja e mezanino apresentam um fluxo adequado para um público geral com setores específicos de acordo com o uso de cada ambiente, tendo uma delimitação adequada por meio do mobiliário.

Figura 87: Layout do Projeto



Fonte própria (2018)



Figura 89: Fachada Placa nome da Loja



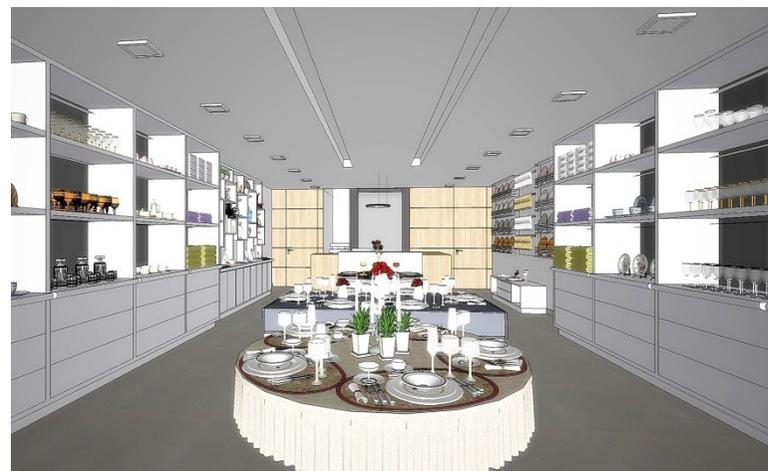
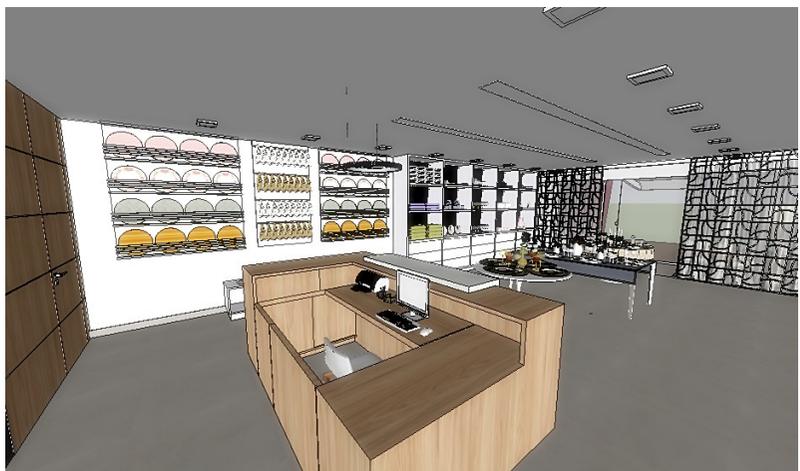
Fonte própria (2018)

Foi utilizada como identificação visual na fachada da loja *Essência* - mesa posta etiqueta uma placa contendo o nome da loja. Para permitir uma melhor visualização do interior da loja, tanto a vitrine como a parte do mezanino, optou-se para a identificação do nome da loja, uma placa em metal fundido pintado com a cor branca que remete aos tons suaves presentes na escolha da paleta de cores para a logo. Fig. 89

Conforme a Fig. 90, percebe-se que o interior da loja foram posicionadas mesas postas a fim de demonstrar ao cliente as peças oferecidas utilizando das características do Design Emocional a fim de trazer memórias afetivas e recordações.

O mobiliário escolhido para a Loja *Essência* - mesa posta e etiqueta, foi trabalho todos na cor branca a fim de destacar o produto a ser vendido. Sendo assim, proporciona suavidade e conforto gerando afetividade aos usuários.

Figura 90: Interior Loja Essência



Fonte própria (2018)





Figura 91: Mezanino Café - espaço cursos



Fonte própria (2018)

Figura 92: Mezanino Café



Fonte própria (2018)

Figura 93: Mezanino Espaço cursos



Fonte própria (2018)

Figura 94: Lavabo



Fonte própria (2018)

10. IDENTIDADE VISUAL

Para a elaboração da proposta da identidade visual da loja *Essência - mesa posta e etiqueta*, buscou-se por características do formato dos *sousplats*, utilizados para a mesa posta. Foram utilizadas cores em tons pastéis, cores pouco saturadas com menos brilho e mais suavidade

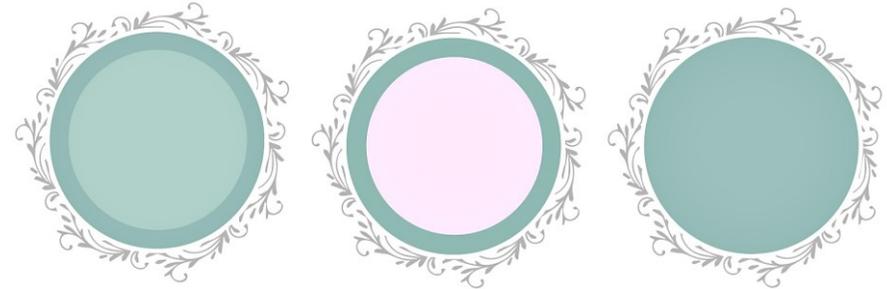
Fig. 95 - Paleta de cores escolhida



Fonte: Própria (2018)

Como característica marcante no uso da mesa posta, o *sousplat* tem uma importância significativa como peça decorativa e para que a mesa saia do modelo formal. Pensando nisso, criou-se para a base da logo, o formato de um círculo, representando o *sousplat* e outro círculo tendo como referência o prato.

Fig. 96 - Estudos de forma



Fonte: Própria (2018)

O nome escolhido para a loja se deu a partir da junção das palavras contidas no brainstorming referente a loja, sendo: requinte, elegância, emoções, criatividade e essência. Entre estas, a palavra essência foi escolhida devido ao seu significado que se assemelha aos conceitos do design emocional.

Fig. 97 - Fonte escolhida

ESSÊNCIA ESSÊNCIA
mesa posta . etiqueta mesa posta . etiqueta

Fonte: Própria (2018)

Fig. 98 - Fonte escolhida



Fonte: Própria (2018)

Sendo assim, o resultado final para a loja *Essência - mesa posta e etiqueta*, é composto pelo modelo de *sousplat*, utilizado na composição e ornamentação de mesas postas, o prato representado pelo círculo escuro e o nome da loja.

Fig. 99 - Fonte escolhida



Fonte: Própria (2018)

11. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 6023: Informação e documentação: Referências. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 14724: Informação e documentação: Trabalhos acadêmicos. Rio de Janeiro: ABNT, 2001.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 10520: Informação e documentação. Citações em documentos. Rio de Janeiro. ABNT, 2002.

ANVISA. Agencia Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução RDC – Nº 216, de 15 de setembro de 2004. Dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação.

ATTERBURY, Paul; THARP, Lars. **THE BULFINCH ILLUSTRATED ENCYCLOPEDIA OF ANTIQUES.** 1994.

BÍBLIA SAGRADA: Edição Pastoral, Sociedade Bíblica Católica Internacional e Edições Paulinas, Imprimatur, Brasília, 1989,

ELIAS, Norbert. **O PROCESSO CIVILIZADOR:** uma história de costumes. Rio de Janeiro: Zahar, 1990.

GURGEL, Miriam. **PROJETANDO ESPAÇOS:** Guia de Arquitetura de Interiores para Áreas Comerciais, 2º ed. São Paulo: Editora Senac, 2008.

IBGE. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/uberlandia>>. Acesso em: 31/05/2018.

MALLALIEU, Huon. **HISTÓRIA ILUSTRADA DAS ANTIGUIDADES,** São Paulo: Norbel, 1999.

MATARAZZO, Claudia. **ETIQUETA SEM FRESCURA.** 2º ed. São Paulo: Melhoramentos, 2005.

MOREIRA, Viviane. **MESEIRAS DO BRASIL:** depoimento. [20 de maio de 2018]. Entrevista concedida a Thalita Mendes.

MUNARI, Bruno. **DAS COISAS NASCEM COISAS,** tradução José Manuel Vasconcelos, 2º ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

NIEMEYER, Lucy. **DESIGN ATITUDINAL:** uma abordagem projetual. In: MONT'ALVÃO, Claudia; DAMAZIO, Vera (Orgs). Design, Ergonomia, Emoção. Rio de Janeiro, 2008.

NORMAN, Donald A. – **DESIGN EMOCIONAL**: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia/Donald A. Norman; tradução de Ana Deiró. – Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

PHILLIPS, Peter. **BRIEFING: A GESTÃO DO PROJETO DE DESIGN**. São Paulo: Blucher, 2008.

PORTAL DA EDUCAÇÃO: **MANUAL DE ETIQUETA À MESA**. Disponível em: < <https://www.portaleducacao.com.br/>>. Acesso em 08 de fevereiro de 2018.

SILVA, Adriana Costa e. **BRANDING & DESIGN**: Identidade no Varejo. Rio de Janeiro: Rio Books, 2002

SILVA, André Luiz, B. da; **MARCAS MULTISSENSORIAIS**. Revista signos do consumo. v.2, n.1, 2010. P.-132-135. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/viewFile/44367/47988>>. Acesso em 12 de abril de 2018.

TITUS, Davi. **A EXPERIÊNCIA DA MESA**: o segredo para criar relacionamentos profundos / traduzido por Cecília Eller. São Paulo: Mundo Cristão, 2013.

VISSER, Margaret. **O RITUAL DO JANTAR**: as origens, evolução, excentricidades e significado das boas maneiras à mesa. Rio de Janeiro, Campus, 1998.

12. ANEXO 01

DEPOIMENTO DE VIVIANE MOREIRA (2018)

Thalita Mendes: O que vem a ser Meseiras? Como ele foi criado e qual a sua finalidade?

VIVIANE MOREIRA: Ele foi criado em junho de 2015 , quando eu já vendia produtos de mesa posta na internet. Eu confeccionava em casa guardanapos, jogos americanos, forros e tinha uma página na internet somente para a venda dessas peças, que ainda existe e tem o nome de *moda mesa*. E nesse meio tempo que eu vendia esses produtos, eu percebi que muitas mulheres gostavam de decorar as mesas, compravam as minhas peças para usar e decorar as mesas de suas próprias casas. Eu me lembro como se fosse hoje... (risos), foi em uma manhã, eu estava na minha casa e pensei.. porque que eu não crio algo que possa juntar todas essas mulheres em uma única rede social? Porque eu não podia adicionar elas em minha conta particular, pois era onde eu vendia os meus produtos. Na minha página, eu já tinha um convívio, uma certa intimidade com as minhas clientes e por isso decidi criar uma conta nova onde todas essas mulheres poderiam dividir esse gosto em um único grupo. E ai

veio a idéia do *Meseiras do Brasil*, e a partir dele surgiram grupos de meseiras de vários estados e cidades. Todos esses outros grupos, veio depois da criação do Meseiras do Brasil. Sendo assim, foi uma forma realmente de condensar, de colocar uma em contato com as outras, mulheres do mesmo bairro, da mesma cidade, do mesmo estado... tipo assim como se fossem grupinhos de mulheres que compartilham de um mesmo gosto em comum que é a mesa posta. que é arrumar a mesa para família e para os amigos.

Thalita Mendes: O que você tem a falar sobre os produtos que compõem uma mesa posta?

Viviane Moreira: A partir do surgimento desses movimentos relacionados a criação de mesa posta nas casas, houve uma questão de vendas desses produtos muito significativa no mercado. Como por exemplo os itens de mesa como taça, talheres, pratos, travessas etc..., eles tiveram um alavanque em relação a vendas. O mercado dessa área andava decadente... as fábricas de louças só vendiam para hotéis, restaurantes e casa de festas, sempre em grande quantidade. Havia uma carência na procura desses produtos em pequena quantidade, como para o uso doméstico. Com o

movimento, houve uma explosão de mulheres buscando essas peças, realmente foi uma grande explosão de vendas, um salto gigantesco, e sobre estas estatísticas de vendas, eu obtive acesso a esses dados. Empresas que não tinham redes social passaram a ter, passaram a interagir com os consumidores e tudo mais. E eu vi isso de perto no começo. Marcas de outros países vieram para o Brasil de uma forma muito extensa, como as marcas Pip Studio e Vista Alegre , sendo essa uma marca genuinamente portuguesa que agora tem sede aqui no sede aqui no brasil. Pra você ter idéia até as vendas de flores artificiais tiveram salto de vendas, assim como o mercado de flores naturais.

Thalita Mendes: Quais os pontos positivos e negativos para a elaboração de uma mesa posta?

Viviane Moreira: Bom, me pergunto primeira o porque é importante fazer uma mesa posta em casa? Porque, tudo na rua é mais caro! (risos). Na verdade, você consegue desenvolver uma recepção, um jantar belíssimo e não gastar tanto, tento as louças e as peças ornamentais para uma mesa bonita. Deixo claro que para se ter uma mesa bonita não é necessário ter peças caras e marcas

de porcelanas da última coleção. O simples é belo! Sempre digo isso. E hoje, com o forte crescimento em busca dos produtos para a mesa posta, houve também o surgimento de lojas de aluguel de louças e isso não existia no mercado. E esse segmento de locação veio a partir da necessidade das pessoas receberem em casa, em ter a possibilidade de se realizar uma mesa posta linda sem gastar muito e nem acumular excesso de louças em casa. E eu posso te garantir que com esse movimento de mulheres que gostam de decorar as mesas é principalmente o querer resgatar esse hábito. Mas infelizmente, posso te afirmar que em aquelas que decoram por outros motivos, não com o intuito de resgatar famílias, de estar ao redor da mesa partilhando, conversando, e sim por conta querer aparecer, de mostrar quem tem a louça mais bonita e também por conta de modinhas. Que tipo de modinha... ah, eu quero comprar o lançamento da louça tal, eu quero ter aquele jogo de talheres tal... e que não é muito bom. Essa é a parte negativa, é a questão da parte do consumismo, consumir exageradamente, se iludir com o belo da mesa posta achando que irá preencher algum vazio, fazendo disso um estilo de vida que não é o dela e se frustra, o de querer se passar por uma pessoa que não contribua com o meio

ambiente. As pessoas acharem que o fazer à mesa é uma questão de modismo, vou fazer porque está na moda..., porque fulano faz.. vou fazer e não fazer a mesa pensando em resgatar a família ao redor da mesa. Essa é a proposta principal do instagram do Meseiras do Brasil, que é levar a mesa para a família, atualmente existe estudos que revelam que comer a mesa faz bem tanto para o ego quanto para a parte emocional das pessoas. Existem muitas pesquisas nesse sentido que comer a mesa é benéfico. São muitos pontos positivos como infelizmente existem os negativos. Outra coisa que aconteceu que eu não gosto.. é que estão querendo fazer com que o termo meseiras seja visto como profissão. E o meseiras **NÃO** é profissão e sim são mulheres que decidiram fazer essas mesas em casa, e para produzir mesas com profissional, teria que ter outro nome. Fizaram uma matéria no programa de televisão e usaram o termo *meseiras* como profissional que faz mesa, eu sinceramente achei contramão do que nos propomos as mulheres no dia a dia.

ANEXO 2

Refeição em Família

Pesquisa realizada por Thalita Mendes graduanda em Design de Interiores da Universidade Federal de Uberlândia.

Essa pesquisa é para o seu TCC - Trabalho de Conclusão de Curso.

1. Quantas pessoas moram com você?

Marcar apenas uma oval.

- Moro sozinho (a).
 2 pessoas
 3 pessoas
 4 pessoas
 5 ou mais pessoas

2. Na sua casa, possui uma mesa de jantar? (mesa onde se realiza as refeições)

Marcar apenas uma oval.

- Não.
 Sim

3. Essa mesa é utilizada para as refeições em família com qual frequência?

Marcar apenas uma oval.

- Nunca. Ninguém faz refeições à mesa na minha casa.
 As finais de semana ou quando temos visitas.
 Sempre no almoço e jantar.
 Em todas as refeições. Café da manhã, almoço, café da tarde e jantar.

4. Na sua infância, a sua família sentava-se à mesa para realizar as refeições?

Marcar apenas uma oval.

- Não. Nunca!
 De vez em quando. Apenas em datas festivas.
 Sim. Apenas no almoço e jantar.
 Sim. Aos finais de semana.
 Sim. Em todas as refeições. Café da manhã, almoço, café da tarde e jantar. Isso era sagrado e meus pais faziam questão de ter todos à mesa.

5. Agora na sua família atual. Com qual frequência vocês realizam as refeições na mesa juntos?

Marcar apenas uma oval.

- Nunca sentamos a mesa em família para realizar as refeições.
 De vez em quando. Apenas em datas festivas.
 Sempre no almoço e jantar.
 Apenas aos finais de semana.
 Em todas as refeições. Café da manhã, almoço, café da tarde e jantar.

6. Como é a refeição da hora do almoço na sua casa?

Marcar apenas uma oval.

- Almoço sozinho (a).
 Todos se sentam à mesa e almoçam juntos.
 Almoçamos no sofá assistindo televisão.
 Cada um almoça em horário diferente, por conta dos horários que não batem.
 Almoço com os filhos e o cônjuge almoça depois.

7. Durante as refeições (almoço e jantar), a televisão da sua casa fica ligada?

Marcar apenas uma oval.

- Não.
 Sim.
 Às vezes.

8. Durante as refeições (almoço e jantar), a família possui o hábito de conversar entre si?

Marcar apenas uma oval.

- Não.
 Sim.
 Às vezes.

9. Você tem costume de decorar a sua mesa para as refeições?

Marcar apenas uma oval.

- Nunca.
 Não. Até que eu gostaria, mas não tenho tempo.
 Sim. Deixo apenas os pratos, talheres e copos. Sem nenhum adorno ou peça decorativa.
 Sim. Sempre utilizo a mesa posta, com jogos americanos, flores ou enfeite decorativo e louças combinando.

10. Você possui peças decorativas para mesa posta? (Jogos americanos, sousplats, guardanapos em tecido, porta-guardanapos).

Marcar apenas uma oval.

- Não tenho nenhum.
 Tenho alguns, mas nunca uso.
 Sim e uso somente em ocasiões especiais ou quando tenho visitas.
 Sim e sempre estou usando com a minha família.

11. Você possui alguma louça, algum objeto relacionado à mesa posta que foi herdado da sua família?

Marcar apenas uma oval.

- Não.
 Sim.

12. Você acha importante resgatar o uso da mesa posta para as refeições em família?

Marcar apenas uma oval.

- Não.
 Sim.

13. O que te faz não realizar as refeições à mesa com a família?

Marcar apenas uma oval.

- Falta de costume em realizar as refeições à mesa.
- Não conseguimos realizar as refeições à mesa por falta de tempo e excessos de compromissos.
- Cada um almoça em horário diferente.
- Não sentimos a necessidade de realizar as refeições à mesa e em família.

14. Várias pesquisas apontam que a queda na frequência do uso da mesa de jantar se dá ao aumento do índice de desintegração familiar. Você considera importante as refeições à mesa e em família?

Marcar apenas uma oval.

- Não. Não acredito nessa pesquisa
- Não acho importante que as refeições sejam realizadas à mesa e em família.
- Sim, é muito importante realizar as refeições em família.
- Sim. Acho de extrema importância e me preocupo com isso.

"Uma família feliz é um refúgio que prevalece de pé, mesmo quando as maiores tempestades passam pelas nossas vidas."



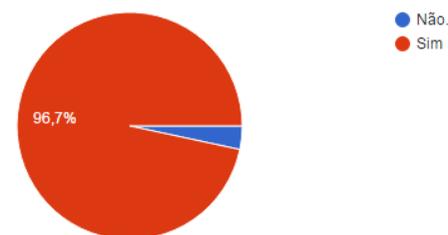
Powered by
Google Forms

<https://docs.google.com/forms/d/1XWYs8guUHO689pmZ0FZDQj4P0dTrHUTFS0eBqXQ/edit?ts=512bedc9>

GRÁFICOS DAS RESPOSTAS

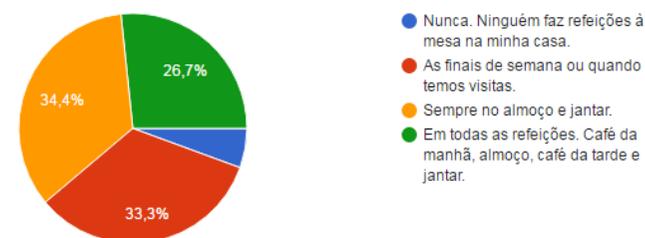
Na sua casa, possui uma mesa de jantar? (mesa onde se realiza as refeições)

(90 respostas)



Essa mesa é utilizada para as refeições em família com qual frequência?

(90 respostas)

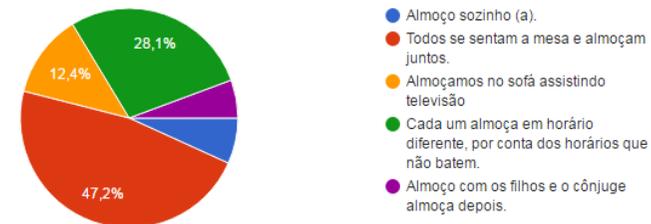


Na sua infância, a sua família sentava-se a mesa para realizar as refeições?

(90 respostas)

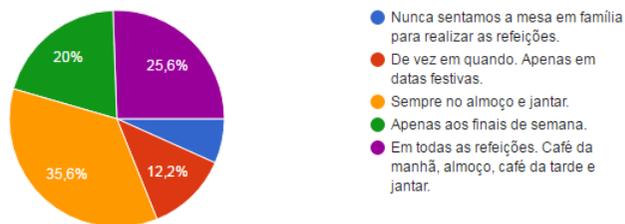


Como é a refeição da hora do almoço na sua casa? (89 respostas)



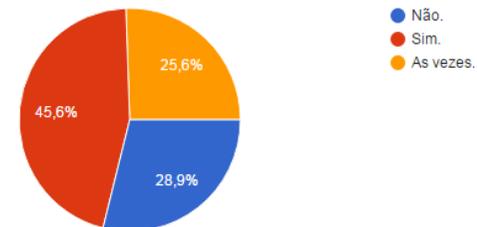
Agora na sua família atual. Com qual frequência vocês realizam as refeições na mesa juntos?

(90 respostas)



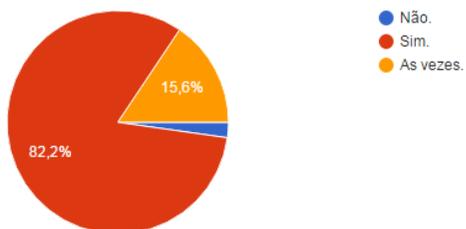
Durante as refeições (almoço e jantar), a televisão da sua casa fica ligada?

(90 respostas)



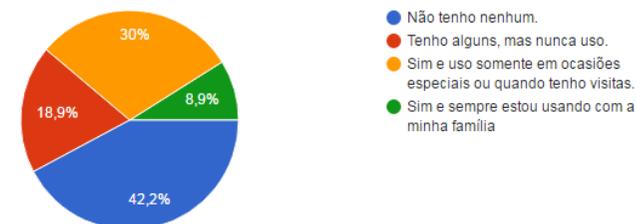
Durante as refeições (almoço e jantar), a família possui o hábito de conversar entre si?

(90 respostas)

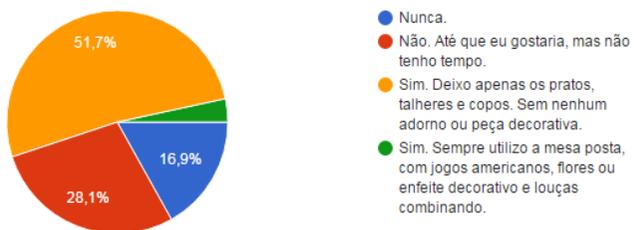


Você possui peças decorativas para mesa posta? (Jogos americanos, sousplats, guardanapos em tecido, porta guardanapos).

(90 respostas)

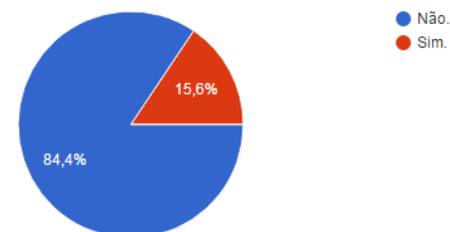


Você tem costume de decorar a sua mesa para as refeições? (89 respostas)

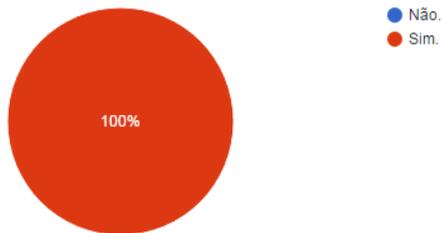


Você possui alguma louça, algum objeto relacionado a mesa posta que foi herdado da sua família?

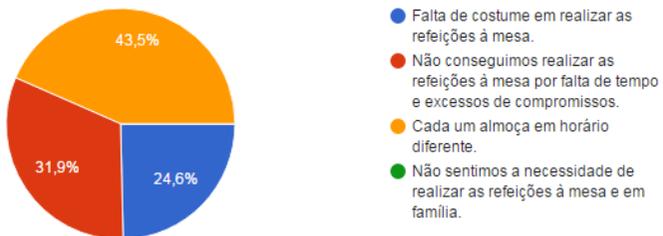
(90 respostas)



Você acha importante resgatar o uso da mesa para as refeições em família?
(90 respostas)



O que te faz não realizar as refeições à mesa com a família? (69 respostas)



"Uma família feliz é um refúgio que prevalece de pé, mesmo quando as maiores tempestades passam pelas nossas vidas."

