


TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO / DESIGN

ALUNA: GEOVANA BLAYER RIBEIRO DE ASSIS

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

# NEXO INTERATIVO

Livraria e Café

GEOVANA BLAYER RIBEIRO DE ASSIS

Uberlândia/MG
Dezembro/2017

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

# NEXO INTERATIVO

Livraria e Café

GEOVANA BLAYER RIBEIRO DE ASSIS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design – FAUeD, Universidade Federal de Uberlândia – UFU, como requisito para obtenção de diploma de graduação no curso de Design.

Orientadores: Prof. Gabriel Barros Bordignon; Prof.ª Rafaela Nunes Mendonça; Prof.ª Simone Barbosa Villa;

Uberlândia/MG
Dezembro/2017

## AGRADECIMENTOS

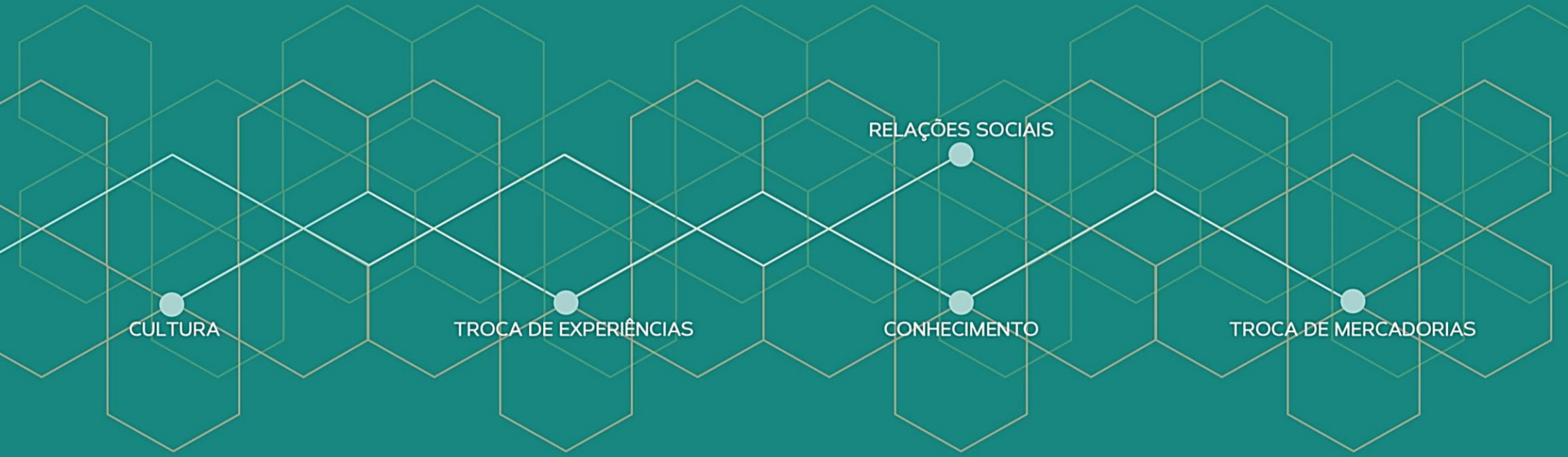
Agradeço, primeiramente, à Deus, pela força e realização de mais essa etapa na minha vida.

A minha família, por todo apoio e por acreditarem na minha capacidade durante todo este tempo.

Aos meus amigos, colegas de trabalho, professores e pessoas queridas, que contribuíram direta e indiretamente durante todos estes anos.

Aos meus orientadores, Prof. Gabriel Barros Bordignon, Prof.ª Rafaela Nunes Mendonça e Prof.ª Simone Villa Barbosa, por todo apoio e dedicação para a realização deste trabalho.

Obrigada a todos!




*Existe no comércio uma linha, que antes de chegar a venda do produto passa por caminhos relacionados à cultura, a troca de experiências e ao conhecimento, decorrentes do processo das relações sociais. Estes caminhos são traçados e conectados, estabelecendo assim, um conceito de interação da sociedade com os espaços físicos.*

*(Geovana Blayer Ribeiro de Assis)*

## RESUMO

O presente trabalho propõe um novo conceito de projeto de uma Livraria e Café em Uberlândia/MG, o qual busca explorar, a partir das origens do comércio e seu processo das relações sociais, a *interação entre a sociedade e o espaço físico*.

Nessa proposta, pretende-se apresentar o uso do *design* na criação de espaços interativos e agradáveis na cidade. Espaços estes, que não valorizem somente o produto, mas, que apresentem também apelos educativos, por meio da valorização e incentivo à *leitura* e ao *convívio social*. Sendo estes, aspectos importantes que podem vir a agregar valores socioculturais[1] à população local.

Logo, para relacionar estas questões, foi realizada uma análise do contexto local, identificando uma carência destes espaços na cidade e abordando sobre a importância dos mesmos. Além disso, utilizou-se de referências sobre o comércio, associando-o as suas origens e sua caracterização como ambientes de encontro, lazer e interação, ou seja, para além da troca de mercadorias.

Foram ainda realizados três estudos de casos, duas livrarias localizadas na cidade e uma em outro local, para analisar os ambientes e os usos dos mesmos. Como resultado, o projeto conceitual da *Livraria e Café* explora por meio de elementos interativos, soluções criativas e funcionais de design para o espaço físico, que atenda principalmente os usuários.

A partir deste conceito definido, busca-se então valorizar aspectos positivos à sociedade relacionados à cultura, a troca de experiências e ao conhecimento, por meio de incentivos à leitura (impressa) e ao convívio social (Reuniões, bate-papos, etc).



**Palavras-chave:** Interação, Design, Livraria e Café


[1] Sociocultural – Classe social, grupo social, como a sociedade desenvolveu a cultura ao longo do tempo, etc. Fonte: http://www.dicionarioinformal.com.br/sociocultural/ (Acesso em 15/09/2016)

## ABSTRACT

The presente work proposes a new concept of bookstore and Coffee shop in Uberlandia/MG, which seeks to explore, from the origins of commerce and its process of social relations, the interaction between society and physical space.

In this proposal, we intend to present the use of design in the creation of interactive and pleasant spaces in the city. These spaces, which not only value the product, but which also present educational appeals, through the valorisation and encouragement of reading and social interaction. These are important aspects that can add socio-cultural values to the local population.

Therefore, to relate these issues, an analysis of the local context was carried out, identifying a lack of these spaces in the city and addressing the importance of these spaces. In addition, trade references were used, associating their, origins and their characterization as meeting, leisure and interaction enviroments, that is, besides the exchange of goods.

Three case studies were carried out, two bookstores located in the city and one in another place, to analyze the environments and their uses. As a result, the Bookstore and Coffee shop conceptual project explores through interactive elements, creative and fuctional design solutions for the physical space, which mainly serve the users.

Starting from the concept of a defined interaction, it seeks to highlight positive aspects of society related to culture, the exchange of experiences and knowledge, through incentives to read (print) and social interaction (meetings, chat, etc.).



**Keywords:** Interaction, Design, Bookstore and Coffee shop.

## LISTA DE FIGURAS


Figura 1: Antigos Burgos da baixa Idade Média
Figura 2: Galeria  Vivienne, em Paris
Figura 3: Shopping Iguatemi em São Paulo
Figura 4: Projeto Livraria Café com Letras
Figura 5: Livraria Bertrand em Portugal
Figura 6: Livraria Nobel
Figura 7: Livraria Cultura
Figura 8: Café
Figura 9: Cultura dos Cafés Vienenses
Figura 10: Sobremesas servidas nos cafés
Figura 11: Bienal do livro em São Paulo
Figura 12: Livraria Cultura Iguatemi em São Paulo
Figura 13: Projeto Leitura no ponto em Uberlândia
Figura 14: Painel de vendas de livros no Brasil
Figura 15: Cidade de Uberlândia
Figura 16: Livraria Saraiva
Figura 17: Livraria Leitura
Figura 18: Livraria Pró Século
Figura 19: Livraria 9 ¾ Bookstore + Café
Figura 20: Pavimento Térreo – Livraria
Figura 21: Pavimento Superior - Cafeteria
Figura 22: Pavimento Térreo – Livraria
Figura 23: Pavimento Superior – Cafeteria
Figura 24: Corte lateral livraria
Figura 25: Perspectiva projetada do espaço
Figura 26: Espaço de cafés e convivência 1
Figura 27: Espaço de cafés e convivência 2
Figura 28: Espaço Livraria
Figura 29: Espaço Infantil para leitura
Figura 30: Corte lateral Jardim vertical
Figura 31: Projeto novo livraria
Figura 32: Livraria Saraiva em Jundiaí/SP
Figura 33: Saraiva – Center Shopping de Uberlândia
Figura 34: Projeto livraria Saraiva
Figura 35: Estante de livros baixa
Figura 36: Exemplo de iluminação livraria Saraiva– Rio Preto Shopping Center
Figura 37: Livraria Saraiva
Figura 38: Mobiliário interativo com os usuários
Figura 39: Livraria Pró Século – vista 1

Figura 40: Entrada Livraria Pró Século
Figura 41: Livraria Pró Século – vista 2
Figura 42: Livraria Pró Século – vista 3
Figura 43: Espaço livraria – vista 4
Figura 44: Espaço novo livraria saraiva
Figura 45: Fachada clube 110
Figura 46: Igreja do Rosário e Clube 110
Figura 47: Praça do Rosário e Boate Clube 110
Figura 48: Planta original clube 110
Figura 49: Análise 1
Figura 50: Análise 2
Figura 51: Análise 3
Figura 52: Parklet na rua Amauri, Itaim, Bibi, SP
Figura 53: Socialização em Parklets
Figura 54: Parklets Situados em Frente ao comércio
Figura 55: Proposta de Fachada - ITCC
Figura 56: Vista externa da fachada– ITCC
Figura 57: Vista interna livraria– ITCC
Figura 58:  Banheiros - ITCC
Figura 59: Copa para Funcionários - ITCC
Figura 60: Projeto Técnico - ITCC
Figura 61: Proposta de fachada – TCC
Figura 62: Composição interna livraria
Figura 63: Projeto Livraria interna – vista 1
Figura 64: Projeto livraria interna – vista 2
Figura 65: Projeto livraria interna – vista 3
Figura 66: Cafeteria – Vista 1
Figura 67: Cafeteria – Vista 2
Figura 68: Depósito de materiais de limpeza
Figura 69: Escritório 1 - TCC
Figura 70: Escritório 2 - TCC
Figura 71: Espaço infantil – Vista 1
Figura 72: Espaço infantil – Vista 2
Figura 73: Espaço infantil – Vista 3
Figura 74: Banheiro público feminino
Figura 75: Banheiro público masculino
Figura 76: Banheiro público - sanitários
Figura 77: Banheiro funcionários
Figura 78: Lavabo
Figura 79: Copa para funcionários – Vista 1
Figura 80: Copa para Funcionários – Vista 2
Figura 81: Depósito de livros

Figura 82: Depósito administrativo
Figura 83: Projeto de layout
Figura 84: Poltrona Pohnpei – Designer Fabrício Roncca
Figura 85: Cadeira Allegra – Designer Philippe Starck
Figura 86: Banqueta Bertoia – Designer Harry Bertoia
Figura 87: Identidade visual - logotipo

## LISTA DE ABREVIAÇÕES

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
SINDICOMÉRCIO – Sindicato do Comércio de Uberlândia.
SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.
UFU – Universidade Federal de Uberlândia
ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas
ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária
SNEL – Sindicato Nacional de Editores de Livros
NIELSEN – Nielsen Bookscan Team

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Tabela 1: Livrarias Coletadas em Uberlândia.....43
Tabela 2: Aspectos analisados para cada setor.....82
Tabela 3: Programa de Necessidades do espaço.....87
Quadro 1: Aspectos analisados livrarias coletadas.....42
Quadro 2: Questões analisadas no projeto.....73
Quadro 3: Nível de satisfação dos locais mapeados.....74
Infográfico 1: Processo de relação no comércio.....20
Infográfico 2: Locais Mapeados.....74
Organograma 1: Organização de uma livraria média.....40

# SUMÁRIO


1. INTRODUÇÃO....11
2.JUSTIFICATIVA....12
3. OBJETIVOS....13
3.1 Objetivos Gerais....13
3.2 Objetivos Específicos....13
4. METODOLOGIA....14
4.1 Coleta de Dados....14
4.2 Metodologia de Pesquisa....15
5. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA....17
5.1 Comércio e Cidade: Contexto Histórico....18
5.2 Design como interlocutor projetual....24
5.3 Livraria e Café: Interação entre os espaços....28
5.4 Leitura e Convívio Social....35
6. LIVRARIAS: MERCADO ATUAL....39
6.1 Organização das livrarias....40
6.2 Uberlândia: Contexto atual....41
6.2.1 Cenário atual de Uberlândia: Livrarias....42
7. ESTUDO DE CASO....45
7.1 Metodologia para Análise de Projetos....47
7.2 Livraria 9 ¾ Bookstore + Café: Colômbia....48
7.3 Livraria Saraiva: Uberlândia e outras cidades....58
7.4 Livraria Pró Século: Uberlândia....64
8.PROJETO....71
8.1 Escolha do local....73
8.1.1. Planta Original do Espaço escolhido....77
8.2 Análise do Espaço Físico....78
8.3 Público Alvo....83
8.4 Convívio Social e Interação: Parklets....83
8.5 Programa de Necessidades....86
8.6 Primeiros Estudos-ITCC....88
8.7 Proposta de Projeto -TCC....90
8.8 Memorial Descritivo....101
8.9 Conclusão....105
REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICAS....106
ANEXO 1 – Tabela de Materiais....110

## 1.INTRODUÇÃO

Os espaços comerciais cada vez mais se incorporam em meio aos grandes centros urbanos, contribuindo não somente com aspectos econômicos, mas influenciando também no processo das relações sociais, por meio da troca de mercadorias. Segundo VARGAS (2012, p.74), "Em uso arcaico, o significado da palavra comércio refere-se à troca de ideias, opiniões e sentimentos, pois a troca da qual o comércio é decorrência está nas origens das relações humanas. "

Logo, pode-se afirmar que o comércio é definido por um conceito de *interação entre a sociedade e os espaços físicos*. Portanto, pode ser considerado como um disseminador de três pontos importantes a partir destas relações, sendo estes: *cultura, experiências e conhecimento entre usuários*. (ASSIS, 2016)

Porém, além deste conceito de interação, percebe-se ainda uma visão social para o comércio ainda muito ligada somente a troca de mercadorias e não tanto como espaços de encontro, lazer e interação.

Desse modo, observa-se que o planejamento dos espaços físicos tem um foco quase que exclusivo para a valorização do produto e seu processo de venda, ainda que, a venda do produto possa ser uma consequência deste processo das relações sociais.

Perante estes fatores, percebe-se a viabilidade do planejamento de espaços comerciais que valorizem não somente o produto comercializado, mas que se atenham também aos usuários do espaço e seu processo de interação, oferecendo ambientes adequados para o convívio social.

Diante disso, o *design* torna-se um grande contribuinte, pois busca a partir de soluções de projeto, o planejamento de espaços que garantam não apenas as questões estéticas, mas que explorem principalmente os aspectos funcionais, garantindo as necessidades, o conforto e lazer dos usuários.

Nesse contexto, os projetos de *livrarias e cafés* ganham destaque por se caracterizarem como espaços convidativos e educativos, propícios para a disseminação destes conceitos originários do comércio, ligados à

cultura, à troca de experiências (bate-papos, reuniões) e ao conhecimento. Além disso, incluindo a leitura como parte importante deste processo.

Contudo, no mesmo instante que são espaços importantes, observa-se ainda uma carência em muitas cidades, como no caso de Uberlândia/ MG. A cidade, que conta com aproximadamente 669.672 habitantes segundo dados do IBGE[2], possui poucas livrarias. Nos espaços existentes, em sua maioria, não há a presença de uma cafeteria, nem ao menos ambientes confortáveis que incentivem no hábito da leitura e/ou veiculação de conhecimentos e experiências.

Logo, considerando este contexto e a importância da leitura para o conhecimento, o presente trabalho tem como proposta a criação de espaços interativos com apelos educativos, caracterizados em um projeto de uma *Livraria e Café* em Uberlândia. Nessa proposta, utilizar-se-á do design como interlocutor projetual na criação de ambientes que promovam o convívio social e incentivem no hábito da leitura, buscando consequentemente disseminar os três pontos principais do comércio.

Acredita-se que com a implementação deste espaço interativo do projeto proposto, será possível não só cumprir com os objetivos citados, bem como tornar a prática da leitura mais convidativa, o que seria viável em uma cidade em que este hábito não é estimulado.

## 2. JUSTIFICATIVA

A partir de uma análise do contexto local de Uberlândia, identifica-se atualmente na cidade uma carência de *livrarias*, principalmente as que associem a ideia de um serviço para *cafés* e ambientes confortáveis para leitura.

De acordo com o SINDICOMÉRCIO de Uberlândia, em dados fornecidos ao trabalho, a cidade conta

[2] IBGE.. Disponível em: >http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&317020&search=Ilinforma%E7%F5es-completas< (Acesso em: 05/12/2016)

atualmente com 22 livrarias ativas. Tal número pode ser considerado ainda baixo se comparado a grande quantidade de habitantes que vivem na cidade. Logo, se for analisado seria apenas uma livraria para cada 30. 440 mil habitantes.

Diante deste fator, considera-se a viabilidade da implementação deste tipo de estabelecimento comercial na cidade, já que o mesmo pode ser capaz de promover o encontro social e incentivar com que a população passe a frequentar este tipo de ambiente. Desta forma, torna-se possível que os usuários tenham troca de experiências, culturas e conhecimentos entre si.

Neste sentido, pensando nestas questões e considerando o *design* como um grande influenciador em iniciativas que propõem soluções inovadoras e atendam à sociedade, acredita-se que será possível fortalecer o hábito cultural da leitura, bem como do convívio social, através da implementação da proposta de projeto.

## 3. OBJETIVOS

### ❖ 3.1 Objetivo Geral

Desenvolver um espaço conceitual de uma *Livraria e Café* em Uberlândia/MG, que explore a partir de elementos de design a *relação interativa entre a sociedade e o espaço físico*. Para isso, buscar-se-á uma conexão entre estes espaços de modo a oferecer ambientes confortáveis para *leitura* e *convívio social*.

### ❖ 3.2 Objetivos Específicos

A partir do conceito de *interação entre a sociedade e os espaços físicos* definido, e seguindo o objetivo geral do trabalho apresentado, pretende-se:

- ❑ Valorizar a importância do design no desenvolvimento de projetos;
- ❑ Oferecer um espaço agradável e convidativo;
- ❑ Contribuir com valores socioculturais à população local;
- ❑ Criar uma relação mais próxima dos usuários com o espaço físico da livraria;

## 4. METODOLOGIA

O presente estudo busca seguir uma metodologia projetual sistêmica ao invés de um método preciso, visto que na área do *design* não existe uma ordem restritiva de projeto que estabeleça princípios a serem seguidos, mas sim conceitos que vão sendo adaptados ao longo do processo criativo. Assim, como é colocado no livro "Das coisas Nascem Coisas" de MUNARI:

> O método de projeto para o designer não absoluto nem definitivo; pode ser modificado caso ele encontre outros valores objetivos que melhorem o processo. E isso tem a ver com a criatividade do projetista, que ao aplicar o método, pode descobrir algo que o melhore. Portanto, as regras do método não bloqueiam a personalidade do projetista, ao contrário, estimulam-no a descobrir coisas que, eventualmente, poderão ser úteis também aos outros. (MUNARI, 2008, p.11 e 12)

### 4.1. Coleta de dados

Para se atingir os objetivos definidos pelo trabalho, os estudos basearam-se inicialmente em uma *pesquisa bibliográfica* e posterior elaboração de *estudos de casos*. Segundo GIL (2006, p.44), "A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos". Já os estudos de casos, "Consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento" (Id. Ibid., p.54)

Desse modo, as informações necessárias, foram obtidas por meio de dois tipos de levantamento de dados, sendo: a) *Dados Primários* e b) *Dados Secundários*. Segundo CERVO, A. L. et al (2007, p. 80) os dados primários se tratam de "pesquisas de campo, testemunho oral, depoimentos, entrevistas, questionários, laboratórios". Sendo assim, dados que não foram analisados e estudados.

Em contrapartida, os dados secundários são

dados já analisados e que foram estudados. Entre os quais, são obtidos por "relatórios, livros, revistas, jornais e outras fontes impressas, magnéticas ou eletrônicas". (Id. Ibid., p.80)

Após levantamento de dados, leitura, análise e elaboração dos textos sobre o assunto em estudo, o trabalho levantou informações referentes à quantidade de livrarias existentes em Uberlândia. Tal análise teve como objetivo fornecer justificativas mais concretas para a qual o tema do trabalho foi escolhido.

Além disso, foi realizado um mapeamento em Uberlândia dos possíveis locais para implementação do projeto, bem como uma análise aprofundada de questões necessárias do espaço a ser escolhido.

## 4.2. Metodologia de Pesquisa

A metodologia de pesquisa a ser utilizada tem caráter *exploratório* e *descritivo*. Exploratório, pois busca informações que permitem maior conhecimento do tema estudado. Já descritivo, pois descreve características referentes a um problema existente.

Já enquanto abordagem de pesquisa, o trabalho pode ser considerado como *qualitativo* e *quantitativo*. O primeiro, pois "tem o ambiente natural como fonte direta de dados e o pesquisador como seu principal instrumento" (OLIVEIRA, M, F, de. 2011 p.24). Já quantitativo, pois busca descrever a " validação de hipóteses mediante a utilização de dados estruturados". (MATTAR, 2001. Apud OLIVEIRA, M, F, de. 2011, p.25).

Desse modo, para o desenvolvimento do trabalho, a metodologia utilizada baseia-se nos conceitos teóricos de **MUNARI** (2008) e **GURGEL** (2007a, 2008b). Tais metodologias definem etapas para a solução de um problema e caminhos a serem traçados durante o desenvolvimento de um projeto.

Neste sentido, a metodologia de **MUNARI** propõe etapas mais voltadas para a solução de um problema, o qual apresenta um *método de subdivisão*, em que para se atingir um bom resultado projetual o problema passa a ser dividido em várias partes necessárias. Para isso, usa como referência as quatro regras do *método*

*cartesiano* de *René Descartes*[3] , o qual baseia-se em: 1) conhecimento cuidadoso do problema; 2) dividir o problema em quantas partes necessárias; 3) iniciar em algo simples que vá evoluindo aos poucos; e 4) revisar a solução encontrada para ter certeza que nada foi esquecido.

Além disso, **MUNARI** (2008, p.373) expõe também assuntos relacionados ao processo criativo e ao conceito estipulado em sua obra como *"Projetar para todos os sentidos"*. Neste conceito, expressa uma visão crítica sobre *designers* e seu processo projetual, os quais levam em consideração o sentido da visão, do que é belo, sendo que o projetar está para todos os sentidos do observador.

Como complemento à metodologia de MUNARI, os estudos utilizaram-se também da metodologia de GURGEL, que apresenta questões mais ligadas ao projeto, destacando seis elementos principais, sendo: espaço, forma, linhas, texturas, padronagens, luz, iluminação e cor (GURGEL, 2007, p.25). Além disso, expõe questões maiores que auxiliam no desenvolvimento do projeto, por meio de uma descrição de materiais, técnicas de iluminação, composição de cores, etc.

[3] René Descartes – Foi um filósofo e matemático francês. Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Ren%C3%A9_Descartes (Acesso em: 12/10/2016)

## 5. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Como estrutura teórica o trabalho baseia-se em quatro capítulos, que apresentam a partir de referências elementos necessários para o desenvolvimento do projeto, sendo divididos da seguinte forma:

### ❑ CAPÍTULO 1

❖ Comércio e espaço: Relações Sociais

Apresenta uma breve abordagem sobre as origens do comércio, seu processo de evolução e suas características principais. Além disso, apresenta sobre o processo das relações sociais que acontecem nestes espaços e como o mesmo tende a influenciar no comportamento dos indivíduos.

### ❑ CAPÍTULO 2

❖ Design como interlocutor projetual

Expõe sobre o design e sua importância no planejamento dos espaços, objetos e/ou serviços, de modo a atender as necessidades dos usuários em aspectos funcionais, de flexibilidade, ergonomia, etc. Ainda, apresenta sobre o papel do designer enquanto projetista.

### ❑ CAPÍTULO 3

❖ Livrarias e Cafés: Interação entre os espaços

Aborda um breve contexto histórico sobre as livrarias e cafés e sua importância no contexto das cidades. Ainda, suas características principais relacionadas à espaços educativos, de leitura, aprendizado e socialização.

### ❑ CAPÍTULO 4

❖ Leitura e Convívio Social

Apresenta a importância do hábito cultural da *leitura* e do *convívio social*, *de modo a* agregar valores socioculturais aos indivíduos. Valores estes, que estão relacionados à cultura, a troca de experiências e ao conhecimento.

# CAPÍTULO 1

## 5.1: Comércio e Espaço: Relações Sociais

## ❖ 5.1.Comércio e Espaço: Relações Sociais

Caracterizado por sua atividade de *troca de mercadorias* e por promover *relações sociais*, despertando o convívio social e a troca entre culturas diversas, o conceito da palavra *comércio* tem decorrência principal em meio aos *burgos*[4] (FIG. 1), pequenas cidades comerciais no período da *Baixa Idade média*[5]. Tais espaços eram formados por artesãos e comerciantes/burgueses de diferentes regiões, os quais trocavam além de mercadorias, mas "idéias, palavras, experiências e sensações que fazem parte do encanto do consumo, pois o ato da troca pressupõe a conversa, ainda que virtual, para que o negócio seja efetivado". (VARGAS, 2012, p.74)

FIG. 1: Antigos Burgos da Baixa Idade Média



Fonte: http://www.historiadigital.org/curiosidades/10-curiosidades-sobre-as-cidades-medievais/

Porém, além deste *caráter social*[6] em que era necessário o encontro entre a sociedade para trocar mercadorias e/ou serviços, o comércio passou com o tempo a adquirir características estratégicas. Desse modo, era instalado em locais com grande fluxo de pessoas onde geralmente acontecia atividades sociais

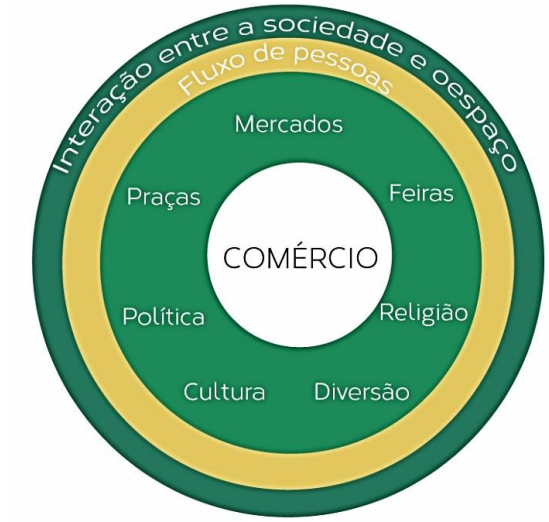
[4] **Burgos** – Cidade Comercial, que se desenvolvia fora das muralhas do núcleo urbano primitivo, senhorial. Fonte: >http://www.dicionarioinformal.com.br/< (Acesso em: 20/09/2016)

[5] **Baixa Idade Média** – Segundo Período da Idade Média, compreendido entre os séculos XI e XV, que correspondeu a desagregação do sistema feudal e a consequente transição para o sistema capitalista. Fonte: https://www.todamateria.com.br/baixa-idade-media/ (Acesso em: 20/09/2016)

[6] **Caráter Social** – Termo citado por VARGAS (2012,p.74)

ligadas à "religião, política, diversão, cultura" (VARGAS, 2001, p.20). Portanto, as atividades comerciais ocupavam mercados, feiras e praças, onde o fluxo era o principal determinante para a venda. Logo, percebe-se que estabeleciam um processo de *interação*[7] *da sociedade com os espaços físicos*, o qual não estava ligado somente ao produto, mas a forma como os indivíduos se comunicavam e trocavam experiências, culturas e conhecimentos entre si (ASSIS, 2016).

**Infográfico 1**: Processo de relação no comércio




Fonte: Própria (2016)

Porém, estudos indicam que este processo de interação não era apenas decorrente nos antigos burgos medievais, mas já acontecia desde os homens primitivos, em que acredita-se que já trocavam ideias e mercadorias. Assim como é afirmado por GORDON CHILDE ao dizer que:

> Desde o paleolítico superior há indícios de troca de produtos, o que representa, em certa medida, uma forma de comércio, normalmente de artigos de luxo como conchas. (GORDON CHILDE, 1966. Apud VARGAS, 2001, p.21)

Desse modo, se for analisado, não existe ao certo um período que determine quando surgiu o comércio, mas sim um processo de troca que foi sendo adaptado ao longo do tempo.

Entretanto essa atividade de troca decorrente no comércio foi por muito tempo considerada como

[7] Interação – Diálogo, contato entre as pessoas que se relacionam ou convivem. Fonte: >https://www.dicio.com.br/interacao< (Acesso em: 21/09/2016)

indigna sendo analisada por *Aristóteles*[8], que dizia que as atividades comerciais visavam lucro e riquezas, tendo que ir até os limites da sociedade. (VARGAS, 2001, p. 24). Visão esta, que com o desenvolvimento do comércio foi sendo modificada.

A evolução do comércio veio juntamente com o crescimento da indústria, onde os espaços cada vez mais buscavam se adaptar a sociedade, que já relacionava a troca de mercadorias não voltada como uma necessidade humana em questões de sobrevivência (GARREFA, 2007, p.24), mas com uma sensação de "bem-estar", ou seja, uma questão de desejo pelo produto. Desse modo, as antigas feiras medievais davam lugar a uma organização mais estruturada nas cidades, formada pelas *galerias comerciais* e pelos *shoppings centers*[9].

As galerias surgiram primeiro entre as décadas de 50 e 60, que segundo VARGAS[10] (1998, cap. 4.1, p.4) eram também conhecidas como *edifícios galerias*. Estes espaços eram abertos, compostos geralmente em uma rua principal marcada pela utilização do vidro nas fachadas.

FIG. 2: Galeria Vivienne, em Paris



Fonte: http://www.magariblu.com/as-galerias-comerciais-pariensienses/

[8] **Aristóteles** – Filósofo Grego, aluno de Platão e professor de Alexandre, Grande. Fonte:>https://pt.wikipedia.org/wiki/Arist%C3%B3teles< (Acesso em: 21/09/2016)

[9] **Shopping Centers** – Centro comercial, estabelecimento que possui num mesmo local, diversas lojas, serviços, cinemas, teatros, etc. Fonte: >http://www.dicio.com.br/sopphing-center/< (Acesso em: 21/09/2016)

[10] **VARGAS, 1998.** Disponível em:>http://www.labcom.fau.usp.br/wp-content/uploads/2015/08/1998-O-PAPEL-DAS-GALERIAS-COMERCIAIS.pdf< (Acesso em: 22/11/2016)

Já na década de 60, surge o fenômeno dos shoppings centers, grandes espaços comerciais fechados de bases imobiliárias, os quais eram alugados para comerciantes que buscavam a venda de seus produtos (GARREFA 2007, p.11). Os shoppings centers, assim como as galerias eram espaços amplos e confortáveis que consequentemente poderiam influenciar no comportamento dos indivíduos, levando-os as compras por impulso.

Desse modo, eram considerados como "labirintos para o comércio contemporâneo" (BRAIDA, 2011, p.73), pois eram espaços bem projetados, com uma grande quantidade de lojas que valorizavam os produtos atraindo os consumidores a comprá-los. Como exemplo no Brasil, tem-se o primeiro estabelecimento inaugurado na década de 60, o shopping Iguatemi em São Paulo.

FIG. 3: Shopping Iguatemi em São Paulo




Fonte: http://www.saopauloinfoco.com.br/shopping-iguatemi/

Entretanto, além destes espaços serem projetados para serem centros de compra, podem ser considerados também como ambientes de convivência, onde as pessoas se reuniam para conversar, trocar ideias, experiências, etc. Tal fator, pode ser justificado devido ao seu planejamento e a forma como o espaço físico é pensado, de modo a permitir que os usuários se sintam confortáveis e fiquem mais tempo nos ambientes. Assim como o SEBRAE afirma que, "O desafio dos centros comerciais é aumentar a percepção do valor dos

negócios ali instalados para satisfazer necessidades, expectativas e desejos dos consumidores". (SEBRAE, 2012, p.10)

Neste sentido, as atividades comerciais adquirem um papel de suma importância nas cidades, contribuindo desde aspectos econômicos ao país através das vendas de produtos e/ou serviços, até mesmo em questões complementares relacionadas ao comportamento dos indivíduos e a forma que o comércio tende a influenciá-los. Fato este, por promover o convívio social e possibilitar que as pessoas se interajam umas com as outras nos espaços.

Desse modo, é válido dizer que para além de uma visão voltada para a valorização do produto, o comércio é principalmente formado como um espaço interativo. Logo, devem ser projetados de forma que valorizem também os usuários e seu processo das relações, de modo a garantir, conforto e lazer. Sendo assim, cabe ao papel do projetista "*designer*" pensar em soluções viáveis para que estes espaços se tornem atrativos e convidativos, como será melhor visto no capítulo 2.

# CAPÍTULO 2

## 5.2: Design como interlocutor Projetual

## ❖ 5.2. Design como Interlocutor Projetual

Com evolução do comércio e a demanda pela valorização de produtos, espaços e/ou serviços de modo a atrair consumidores à compra e contribuir com o ciclo do sistema capitalista, o *design* tornou-se um elemento fundamental a ser utilizado. Sua capacidade de criar, transformar, inovar e solucionar problemas existentes, fez com que o mesmo adquirisse grande importância no planejamento. Visto que, suas habilidades vão além de um simples ato de projetar, mas envolvem questões ligadas à forma como o objeto, espaço e/ou serviço serão sentidos pelos usuários. Logo, pensar em *design* não é pensar somente em questões visuais, mas também utilizá-lo como interlocutor projetual, de modo a garantir conforto, flexibilidade, função e ergonomia.

Se adentrarmos a um conceito histórico, a origem da palavra *design* vem do inglês, que segundo AZEVEDO (1988, p. 9), "quer dizer projetar, compor visualmente ou colocar em prática um plano intencional". Já LOBACH (1976, p. 61. Apud. TORRES, 2006, p. 104) afirma que, "Design é o processo de adaptação do entorno objetual às necessidades físicas e psíquicas dos indivíduos da sociedade [...] ". Neste sentido, torna-se importante e fundamental na vida dos indivíduos.

Porém, se considerarmos que o design é de suma importância na sociedade, tem-se a necessidade de entendermos primeiramente o papel do profissional *designer* enquanto projetista de *design*. Logo, em seu conceito mais geral, este profissional busca utilizar de sua criatividade para desenvolver soluções viáveis a determinado público ou objeto. Soluções estas, que possuem como objetivo atender *necessidades e desejos* dos indivíduos, sejam estes referentes a um produto, espaço ou serviço.

Diante disso, o design torna-se um elemento estratégico fundamental para empresas no seu planejamento, pois auxilia na valorização dos seus elementos de vendas, tornando-os atrativos aos

consumidores. Assim como colocado pelo site MARKET DESIGN [11] que diz que:

> O design é um fator diferenciador de produtos e serviços. Ele destaca aspectos como identidade, qualidade e satisfação do cliente, que são condicionantes fundamentais para a manutenção e conquista de mercados. (MARKET DESIGN)

Ainda, vale ressaltar que torna-se também um grande aliado no planejamento de espaços comerciais, buscando elaborar soluções viáveis que valorize além do produto, mas também o espaço em que o produto está inserido. Para isso utiliza de cores, formas diferenciadas, mobiliários e objetos que promovem sensações de encanto e atração aos indivíduos. Assim como é colocado:

> O designer tornou-se um operador-chave no mundo da produção e do consumo, cujo saber empregado é tipicamente multidisciplinar pelo seu modo de raciocinar sobre o próprio produto, por estar no centro da relação entre consumo e produção, pela necessidade de entender as preferências e as dinâmicas da rede de valor e, sobretudo, por que as suas ações devem conseguir modificar ou conferir novos valores aos produtos através de suas intervenções projetuais. Os designers, de igual forma, tendem a promover a síntese dos conceitos teóricos e transferi-los como resposta formal de satisfação, desejo ou necessidade" (CELASCHI apud MORAES 2008, p 13. Apud. NICOLAU, 2013, p.11)

Além disso, quando os espaços, produtos e/ou serviços são projetados por meio do design, o mesmo é interpretado pelos consumidores, de duas maneiras distintas, sendo estas por meio de uma percepção visual e uma impressão visual. Tal como afirma GURGEL, que diz que:

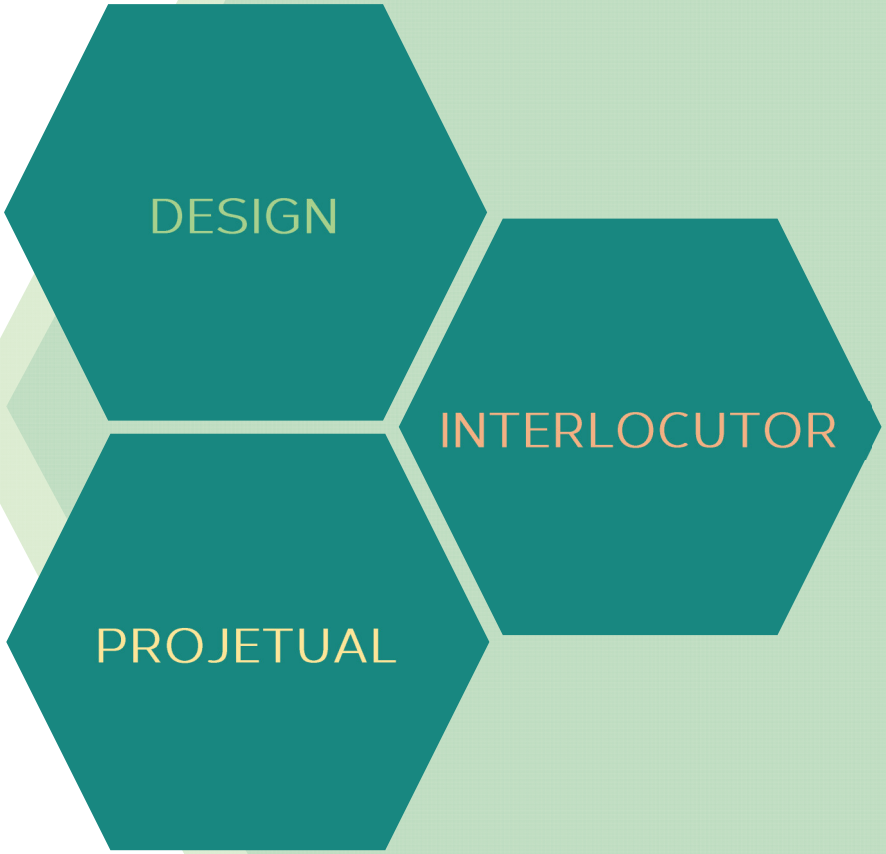
> O design será percebido pelos usuários do espaço ou do objeto de duas maneiras diferentes, ou seja, segundo uma percepção visual e segundo uma impressão visual. A primeira está relacionada ao desejo do profissional de transmitir uma ideia pelo uso específico de determinadas formas, materiais

[11] MARKET DESIGN. Disponível em: >https://www.marketdesign.com.br/o-que-e-design< (Acesso em 13/01/2017)

> ,etc. A segunda está relacionada com 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, pg. 25)

Logo, através destas interpretações, os indivíduos analisam a qualidade dos elementos, dos espaços, produtos e/ou serviços. Neste caso, avaliam se estes elementos atendem a princípios ergonômicos, estéticos, de flexibilidade e de função. A partir dessa análise poderá se ter noção se foram bem projetados e obtiveram demanda de consumo, ou se foram considerados não atrativos. Neste sentido, pensar em design e nas soluções projetuais que o mesmo oferece ao ser explorado, é de suma importância para garantir que o projeto atenda de forma correta os usuários e suas necessidades.

Desse modo, aspectos que surgem pelos empresários de setores comerciais e/ ou empresas ao questionarem sobre questões referentes a: como valorizar o produto? Como valorizar meu espaço de venda e torná-lo atrativo aos consumidores? Como aumentar as vendas? A resposta será simples e estará embasada no uso do design como interlocutor projetual.



# CAPÍTULO 3

## 5.3: Livrarias e Cafés: Interação entre os espaços

## ❖ 5.3. Livrarias e Cafés: Interação entre os espaços

Projetadas por meio do *design* como sendo espaços educativos e interativos, propícios para o aprendizado e cultura, as livrarias atuais que oferecem algum espaço para cafés têm cada vez mais conquistado o público das cidades. Além de já serem comuns em grandes centros urbanos, estes espaços são caracterizados como pontos de *encontro social* onde a *prática de leitura* e da *convivência* torna-se presente.

Em seu conceito mais geral, as livrarias são um tipo de comércio do *setor varejista* [12] que oferece a venda de livros, sejam eles em uma área específica do conhecimento ou em áreas gerais, tais como literatura, inglês, história, livros didáticos, etc. Já enquanto os cafés, são um tipo de bar onde se pode apreciar bebidas típicas, desde o próprio café até chás, sucos, etc. Desse modo as livrarias podem ser definidas como espaços multidisciplinares[13] onde o saber e o conhecimento são transmitidos. Já os cafés como espaços de convívio entre as pessoas, onde se reúnem para conversar e trocar ideias.

FIG. 4: Projeto Livraria e Café com Letras



Fonte: https://1.kekantoimg.com/34VWEjEZi_KzH2c6VYMpdoJUuU=/fitin/0 0x600/s3.amazonaws.com/kekanto_pics/pics/745/687745.jpg

[12] **Setor varejista:** Varejo é o termo usado para designar setores de comércio que vendem diretamente para os consumidores finais. Fonte: >http://www.suapesquisa.com/o_que_e/varejo.htm< (Acesso em: 28/11/2016)

[13] **Multidisciplinares:** Possui, abarca ou se divide por muitas disciplinas e/ou pesquisas. Fonte: >https://www.dicio.com.br/multidisciplinar/< (Acesso em: 28/11/2016)

Porém, se adentrarmos em um período histórico, datado em 1732, tem-se como a primeira livraria do mundo, segundo o *Guinness Book of Records*[14], a Bertrand de Chiado em Portugal, (COUTINHO, 2011). A livraria, foi referência para que outras surgissem, possuindo atualmente várias redes de vendas, como por exemplo sites online e lojas fixas.

FIG.5: Livraria Bertrand em Portugal



Fonte: https://br.pinterest.com/pin/341429215476364956/

[14] **Guinnes Book of Records**: Edição publicada anualmente, que contém uma coleção de recordes e superlativos reconhecidos internacionalmente.
Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Guinness_World_Records (Acesso em: 28/11/2016)

Já no Brasil, em um período histórico, o mercado livreiro demorou a ser reconhecido, passando por um processo longo de adaptação. Assim como é colocado pelo SEBRAE[15]:

> Até chegar aos patamares alcançados pelo mercado livreiro nesta década, a jornada foi árdua dando início no Brasil colonial, com a chegada de D. João VI, em 1808, ao Rio de Janeiro. Na época, encontrou uma cidade com apenas três livrarias. Quando regressou a Portugal, em 1821, deixou oito estabelecimentos. Veio depois o domínio dos livreiros franceses. Um deles, B. L. Garnier, sua loja ganhou muito prestígio, freqüentada mais tarde por Machado de Assis. Já no século 20, por volta dos anos 60, destacaram-se pela explosão do mercado editorial e surgimento de cadeias livreiras (SEBRAE, p. 1)

Após este acontecimento, as mudanças no comércio livreiro começaram a surgir. Entre estas, vieram grandes livrarias de referência para o país, como por exemplo as livrarias *Nobel* e *Cultura*. Tais espaços

[15] SEBRAE. Como montar uma livraria. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/comomontaruma livraria,33987a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD.(Acesso em 28/11/2016)

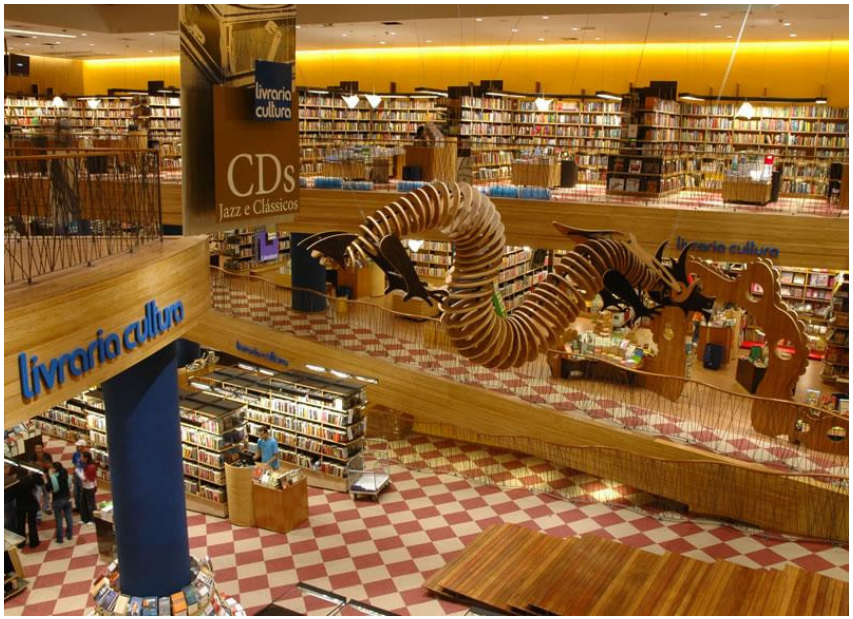
possuíam um grande acervo de livros e apresentavam ambientes maiores e modernos que garantiam o conforto dos usuários e valorizavam ainda mais o produto e o espaço.

FIG. 6: Livraria Nobel




Fonte: http://revistapegn.globo.com/franquias/livraria-e-papelaria-nobel/

FIG. 7: Livraria Cultura




Fonte:http://statics.livrariacultura.net.br/assets/images/image/506/-100227506.jpg

Neste sentido, algumas das livrarias começavam a apresentar um novo conceito de estabelecimento comercial. Conceito este, que não era ligado só a venda de livros, mas a outros produtos e serviços. Logo, ofereciam espaços interativos onde se era possível tomar um café, ler bons livros sem necessariamente comprá-los, bem como participar de palestras e/ou

eventos culturais. Além disso, era possível comprar jogos, CDs, DVDs, filmes e em alguns casos produtos de papelaria. Desse modo, percebe-se que as livrarias adquiriam um caráter associado ao das bibliotecas, onde se era possível estudar e pesquisar, no mesmo instante em que eram espaços de convivência por meio dos cafés.

Neste espaço para cafés, o ambiente pode ser considerado como aconchegante e receptivo onde os cafés são servidos, que segundo o SEBRAE[16] é uma das bebidas mais consumidas no Brasil e no mundo, tal como colocado:

> Atualmente o Brasil é o maior produtor mundial de café, sendo responsável por 30% do mercado internacional, volume equivalente à soma da produção dos outros seis maiores países produtores. É também o segundo mercado consumidor, atrás somente dos Estados Unidos. (SEBRAE. p.2)

Além disso, o café tem uma origem histórica e cultural bastante rica e interessante, o que faz com que o mesmo seja conhecido mundialmente. De acordo, com o site *pesquisa italiana*[17] há indícios de que a origem do café surgiu na Etiópia (África) e posteriormente foi sendo levado para outras regiões, tais como Egito e Europa. Fato este, que foi responsável para que atualmente a bebida seja consumida em todo mundo.

FIG.8: Café



Fonte: http://www.arquitetandoestilos.com/cafe/

[16] SEBRAE. Disponível em: >file:///C:/Users/Geovana/Downloads/Como%20uma%20loja%20de%20caf%C3%A9%20expresso.pdf< (Acesso em: 28/11/2016)

[17] PESQUISA ITALIANA. Fonte: >http://www.pesquisaitaliana.com.br/italia-e-o-cafe/< (Acesso em: 28/11/2016)

Porém, a palavra é originária do árabe, sendo designada a uma bebida estimulante por possuir propriedades que inibem receptores de cansaço e ativam o sistema nervoso simpático, promovendo assim mais disposição a quem o consome.

Além disso, por ser uma bebida bastante apreciada observa-se também que os espaços de cafés são projetados de forma a promover o conforto dos usuários e estimular ainda mais no consumo da bebida, o que por exemplo pode ser visto pelos tradicionais cafés vienenses da Itália (FIG. 9), sendo ambientes bastante frequentados. Os cafés vienenses assim como outros espalhados por outros países apresentam uma iluminação adequada, um espaço confortável, bem como bebidas diferenciadas e sobremesas que combinam com a cultura popular do café.

FIG.9: Cultura dos Cafés Vienenses



Fonte: http://mademoisellevoyage.com.br/blog/wp-content/uploads/2014/09/20140711_211819-700x525.jpg

FIG. 10: Sobremesas servidas nos Cafés



Fonte: http://mademoisellevoyage.com.br/blog/a-cultura-dos-cafes-vienenses/

Além destes cafés, que são inclusos dentro das livrarias e possuem de certa forma características que podem ser associadas aos cafés vienenses na Itália, as livrarias atuais apresentam também um conceito de vendas online, onde são oferecidos os recentes *e-books*[18] ou como conhecidos livros digitais. Ainda, há também a venda de outros produtos oferecidos pelas livrarias que buscam agregar valor ao negócio e atrair cada vez mais clientes ao espaço.

Neste novo conceito do comércio livreiro, surgiram também os conhecidos sebos, que segundo o *dicionário informal* [19] são um tipo de "livraria em que se vendem livros novos e usados". Portanto, são mais acessíveis em questões econômicas, onde as pessoas poderiam comprar um livro sem gastar muito.

Logo, considerando este contexto percebe-se que as livrarias atuais buscam cada vez mais atrair clientes, tendo como conceito não somente a venda dos produtos, mas também de serviços aos usuários, oferecendo espaços que podem se tornar um efetivo meio de promover o convívio social e incentivar na prática da leitura (Capítulo 4). Desse modo, passam a representar setores comerciais de grande importância nas cidades, sendo, portanto, culturalmente bem vistos pela sociedade.

[18] E-books – É uma abreviação do termo em inglês eletronic book e significa livro em forma digital. Fonte: <https://www.significados.com.br/ebook/> (Acesso em: 28/11/2016)

[19] DICIONÁRIO INFORMAL. Fonte: >http://www.dicionarioinformal.com.br/sebo/<(Acesso em: 28/11/2016)

# CAPÍTULO 4

## 5.4: Leitura e Convívio Social

## ❖ 5.4. Leitura e Convívio Social

Como uma das formas mais antigas de se obter conhecimento, a leitura é sem dúvidas um hábito cultural de suma importância para a sociedade. Sua abrangência vai além de um simples livro em mãos, como pode ser capaz de contribuir com aspectos positivos a sociedade, por meio do aprendizado, educação e cultura. Além disso, a prática da leitura auxilia em um aprimoramento da escrita, do vocabulário, da compreensão sobre as coisas, bem como em desenvolver um senso crítico aperfeiçoado. Sendo assim, torna-se fundamental na vida dos indivíduos.

Contudo, no mesmo instante que é considerada um hábito importante, a leitura tem sido cada vez menos praticada pelos indivíduos, principalmente no Brasil. De acordo com Juca Ferreira, ministro da cultura, em reportagem divulgada no site ESTADÃO CULTURA[20], em junho de 2015, o índice de leitura no país é de 1,7 livro em média por ano. Fato que, para ele, "É uma média que está abaixo dos países vizinhos". Tal fator, pode ser justificado por diversas maneiras, como por exemplo: hábitos culturais, incentivos locais na cidade e/ou por pessoas da família, etc. Assim, como pesquisa divulgada pelo INSTITUTO PRÓ LIVRO[21] referente ao hábito de ler das crianças, que diz:

> De acordo com a 2ª edição da pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, as mães estão no topo da lista das maiores incentivadoras do hábito de ler, com 49%, à frente dos professores, com 33%, e dos pais, com 30%. (INSTITUTO PRÓ LIVRO, 2011, p.6)

Fato este, que demonstra a importância do incentivo familiar na vida das crianças, bem como de professores e outros vínculos sociais que auxiliem neste processo. Desse modo, permitindo que este

[20] ESTADÃO CULTURA. Disponível em: <http://cultura.estadao.com.br/noticias/literatura,e-uma-vergonhao-indice-de-1-7-livro-por-ano--diz-ministro-da-cultura,1716686> (Acesso em 25/11/2016)

[21] INSTITUTO PRÓ LIVRO. Disponível em: <http://prolivro.org.br/home/images/antigo/4715.pdf> (Acesso em 25/11/2016)

público cresça já consciente da importância da leitura para o seu desenvolvimento intelectual.

Porém além destes aspectos, apesar do Brasil ainda ser considerado como um país de baixo índice de leitores, existem diversos incentivos que buscam colaborar com este processo na sociedade. Para isso, são várias as cidades que oferecem feiras de livros, exposições, palestras e eventos culturais que ressaltam a importância da prática da leitura, bem como do convívio social entre os indivíduos.

Em conceitos mais gerais, a *prática da leitura* tende a contribuir com o desenvolvimento cognitivo, cultura e intelectual dos indivíduos, enquanto o *convívio social* contribui na forma em que as pessoas se comunicam e trocam experiências, culturas e conhecimento entre si. Sendo assim, fatores importantes que podem vir a agregar valores socioculturais aos indivíduos, que contribuem com o seu desenvolvimento intelectual. Como exemplo neste caso tem-se a bienal do livro (FIG.11) que acontece em São Paulo, além de outras feiras que mostram a importância destas práticas na sociedade.

FIG.11: Bienal do Livro em São Paulo




Fonte:https://pt.wikipedia.org/wiki/Bienal_Internacional_do_Livro_de_S%C3%A3o_Paulo#/media/File:Bienal_do_Livro_de_SP.jpg

Além do mais, como abordado no capítulo anterior, as livrarias são importantes setores comerciais nas cidades, que buscam também auxiliar na valorização e incentivo deste processo da prática da leitura e do convívio social. Para isso, são também diversas as livrarias existentes que promovem regularmente eventos culturais e exposições que visam apoiar nestas questões.

Como exemplo tem-se a Livraria Cultura em São Paulo (Fig. 12), que possui espaço adequado para palestras e eventos culturais.

FIG.12: Livraria Cultural Iguatemi em São Paulo



Fonte: http://www.livrariacultura.com.br/loja/livraria-cultura-shopping-iguatemi-sao-paulo-2000004

Além destas, há também outros tipos de incentivos nas cidades, como por exemplo o projeto presente em Uberlândia/MG intitulado como "leitura no ponto" (FIG.13), que de acordo com reportagem divulgada no site G1 GLOBO[22] (2014), o projeto, "visa divulgar o hábito da leitura e ainda promover a gentileza entre a população, ao mesmo tempo em que cria bibliotecas ao ar livre nas estações do ônibus da cidade."

FIG.13: Projeto Leitura no ponto em Uberlândia




Fonte:http://www.amvapmg.org.br/1/wpcontent/uploads/2014/09/04-09-Leitura-udi1.jpg

[22] G1. GLOBO. Disponível em: <http://g1.globo.com/minasgerais/triangulomineiro/noticia/2014/09/projeto-estimula-leitura-nas-estacoes-de-onibus-de-uberlandia.html> (Acesso em:26/11/2016)

Neste projeto, são vários os gêneros literários oferecidos para leitura, onde inclusive os livros possuem uma etiqueta que orienta os usuários a como devolvê-los as estantes centralizadas nos pontos de ônibus da cidade.

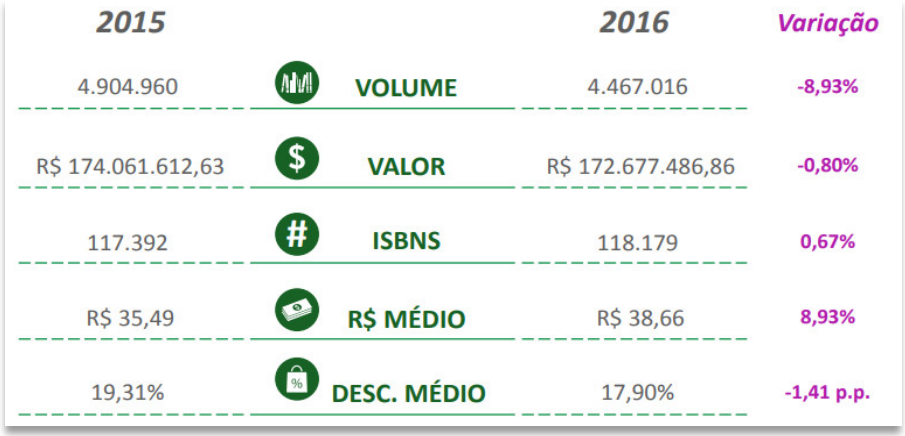
Mediante a esse exemplo de incentivo bem como a outros citados, percebe-se a importância destes espaços por serem uma forma de contribuir com o desenvolvimento nos aspectos sociais e culturais de uma sociedade que carece desses hábitos.

## 6.LIVRARIAS: MERCADO ATUAL

O mercado de livrarias ainda é considerado baixo no Brasil, movimentando pouco por ano na economia brasileira. Segundo pesquisa realizada pelo SNEL[23] e NIELSEN (2017, p.2), intitulada como "Painel das vendas de livros no Brasil" (FIG. 14), no ano de 2016 o faturamento da venda de livros correspondeu a R$ 172.677.486,86. Valor este, comparado ao ano de 2015, que foi de R$ 174.061.612,63, tendo uma variação de apenas -0,80%.

Diante deste fator, o comércio livreiro tem cada vez mais buscado estratégias para garantir o negócio e torná-lo atrativo aos clientes para a venda dos produtos.

FIG. 14: Painel de venda de livros




Fonte: http://www.snel.org.br/wpcontent/uploads/2017/01/SNEL-13-2016-13T.pdf

[23] SNEL. Disponível em: >http://www.snel.org.br/wpcontent/uploads/2017/01/SNEL/-13-2016-13T.pdf< (Acesso em: 05/01/2017)

## 6.1 Organização das livrarias

A organização do comércio de livrarias apresenta uma estrutura simples, porém bastante diferente dos antigos estabelecimentos deste setor. Atualmente, além de possuírem prateleiras para exposição dos livros, os espaços acomodam também revistas, jogos, filmes, CDs, DVDs, eletrônicos, e em alguns casos produtos de papelaria.

Além disso, as novas livrarias, médias ou grandes, buscam oferecer outros serviços aos clientes, como por exemplo: lanchonetes, cafés ou cyber cafés[24] , espaços para leitura, palestras e eventos culturais, etc.

Quando possuem algum espaço para cafés, os projetos das livrarias são compostos por balcão de atendimento e locais para os clientes se acomodarem.

Organograma 1: Organização de uma livraria média




Fonte: Própria (2016)

[24] Cyber Cafés - Termo utilizado para designar um estabelecimento comercial que tem como atividade principal o serviço de lanchonete ou bar e que, adicionalmente, disponibiliza aos seus clientes alguns computadores para acesso à internet. Fonte: https://www.significados.com.br/cyber-cafe/ (Acesso em: 12/11/2016)

## 6.2 Uberlândia: Contexto Atual

Localizada na região central do estado de Minas Gerais, Uberlândia é considerada como a maior cidade do território do *Triângulo Mineiro* [25], contando atualmente com aproximadamente 669. 672 habitantes segundo dados do IBGE [26] .

Além disso, de acordo com o *site da prefeitura* [27], Uberlândia representa grande importância na economia brasileira, fazendo divisa com importantes polos econômicos, tais como: Distrito federal, Rio de Janeiro, São Paulo, Bahia e Espírito Santo.

Conhecida também pela grande quantidade de empresas, Uberlândia é destaque em ramos de distribuição atacadista, telecomunicações e Call Center. Dentre estas, ressaltam-se as empresas: *Martins*, *Callink* e *Algar*.

Além disso, no setor de ensino e educação conta com diversas faculdades, tanto federal quando particulares. Enquanto ensino federal, a Universidade Federal de Uberlândia – UFU apresenta um ensino de qualidade, sendo responsável pelo aumento da população na cidade, atraindo habitantes de outras regiões próximas.

FIG. 15: Cidade de Uberlândia



Fonte:http://www.solidariedade.org.br/wpcontent/uploads/Uberlandia.jpg

[25] Triângulo Mineiro – É uma das dez regiões de planejamento do estado de Minas Gerais, no sudeste do Brasil. Fonte: >https://pt.wikipedia.org/wiki/Tri%C3%A2ngulo_Mineiro>.(Acesso em 24/10/2016)

[26] IBGE. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=31702

search=‖infogr%E1ficos:-informa%E7%F5es-completas>.(Acesso em05/12/2016)

[27] PREFEITURA DE UBERLÂNDIA. Disponível em: <http://www.uberlandia.mg.gov.br/?pagina=Conteudo&id=2508> (Acesso em 05/12/2016)

Para visitantes em geral, Uberlândia oferece opções variadas relacionadas à gastronomia e ao lazer. Ainda também conta com diversos pontos turísticos, incluindo parques, igrejas e construções históricas, presentes no bairro Fundinho e no Centro.

### 6.2.1 Cenário atual de Uberlândia: Livrarias

O setor de livrarias em Uberlândia apresenta um número ainda bastante reduzido, visto a quantidade de habitantes que vivem na cidade. Nas 22 livrarias em funcionamento, observa-se em sua maioria, que são espaços simples, sem um planejamento adequado que busque oferecer ambientes para leitura, bem como espaços destinados a se apreciar um típico café da região.

Desse modo, para essa análise, foi realizada uma coleta de dados buscando informações referentes ao número de livrarias existentes na cidade. Nesta coleta, que baseou-se em uma pesquisa em sites e em uma análise do contexto urbano local, buscou-se avaliar os seguintes aspectos e suas respectivas questões:

**Quadro 1**: Aspectos analisados nas livrarias coletadas

| |
|---|
| 1) Qual o nome da livraria? |
| 2) Qual sua localização na cidade? (Bairro) |
| 3) Quais são os produtos vendidos? (Livros religiosos, jurídicos, literatura, CDs, DVDs, etc.) |
| 4) O local possui ambientes confortáveis para leitura? |
| 5) Possui espaço destinado ao café para os clientes? |

**Fonte**: Autoria Própria (2016)

Após a definição destes aspectos, foi feita uma tabela que apresenta 14 livrarias confirmadas de 22 existentes de acordo com o SINDICOMÉRCIO. Como pode ser visto na página a seguir:

| Tabela 1: Livrarias coletadas em Uberlândia | | | | |
|---|---|---|---|---|
| LIVRARIA | BAIRRO | CARACTERÍSTICAS | ESPAÇO P/LEITURA | ESPAÇO P/CAFÉ |
| SARAIVA | Center Shopping | Livros gerais, jogos, filmes, CDs e DVDs eletrônicos | SIM | NÃO |
| LEITURA | Uberlândia Shopping | Livros gerais, Produtos de papelaria, CDs e DVDs | NÃO | NÃO |
| PRÓ SÉCULO | Centro | Livros gerais; Produtos de papelaria; | SIM | SIM (Máquina de café) |
| JURÍDICA UNIVERSAL | Saraiva | Livros jurídicos novos e usados; | SIM | SIM (Máquina de café) |
| MARANATHA | Centro | Livros Religiosos | NÃO | NÃO |
| SEBO MARAVILHA | Centro | Livros gerais novos e usados | NÃO | NÃO |
| DESPERTAR CHICO XAVIER | Centro | Livros religiosos, didáticos, acadêmicos, técnicos, literatura; | NÃO | NÃO |
| GAIA | N. Sr. Aparecida | Livros usados em geral e revistas; | NÃO | NÃO |
| COMERCIAL SAMSARA | Centro | Livros exotéricos (Yoga, Reiki) | SIM | NÃO |
| SBS | Centro | Livros didáticos, idiomas; | SIM | SIM (Máquina p/café) |
| RAINHA DA PAZ | Centro | Livros religiosos – Católicos; | NÃO | NÃO |
| EDUFU | Santa Mônica | Livros gerais e acadêmicos; | NÃO | NÃO |
| PUEBLO EDITORA E LIVRARIA | Santa Mônica | Livros acadêmicos e de literatura; | SIM | SIM (Máquina p/café) |
| MANIA DO LIVRO E PRESENTE | Santa Mônica | Livros Literários | SIM | NÃO |
| Fonte: Própria (2016) | | | | |

O resultado mostra que são poucas as livrarias confirmadas na cidade, principalmente as que atuam no segmento de vendas de livros em diversas áreas do conhecimento. Além disso, somente três livrarias ganham destaque, sendo: Saraiva, Leitura e, Livraria Pró Século. Tais espaços comerciais, se destacam tanto em termos de vendas quanto por oferecer algum diferencial no negócio. Ainda, como pode ser observado, algumas livrarias apresentam espaço para leitura, no entanto não é bem explorado. Já as que apresentam um ambiente para cafés, possuem apenas uma *máquina de café*.

FIG. 16: Livraria Saraiva




Fonte:http://www.farolcomunitario.com.br/negocios_000_0049.htm

FIG. 17: Livraria Leitura




Fonte:https://pt.foursquare.com/v/livrarialeitura/4f8b159fe4b005c392aa9d03?openPhotoId=52f66074498ef16cadfabdd9

FIG. 18: Livraria Pró Século




Fonte: www. google.com.br/maps

# 7.ESTUDOS DE CASO

## ❖ 7. ESTUDOS DE CASO

O capítulo a seguir tem como proposta apresentar três estudos de casos referentes a projetos de livrarias já existentes, tanto no contexto urbano local como em outra cidade. Tais estudos buscam identificar a partir de referências teóricas, os pontos relevantes dos projetos que podem contribuir para o desenvolvimento da proposta para a *Livraria e Café*.

Para isso, foram realizadas pesquisas bibliográficas, análises em plantas arquitetônicas, percepções visuais por meio de imagens e em dois casos, visita as livrarias, de modo a compreender aspectos referentes ao espaço físico.

Além disso, vale ressaltar que nas duas livrarias visitadas, sendo estas Saraiva (Center Shopping) e Pró Século (Centro), foram coletadas informações apenas por observações visuais e por conversa com funcionário responsável, de modo a entender o funcionamento do local, visto que não foram disponibilizadas plantas arquitetônicas para análise mais aprofundada. Ainda, na Livraria Saraiva não foi permitida a autorização para retirar imagens, sendo assim para o estudo utilizou-se de imagens por meio de sites e outras livrarias no país de modo a estabelecer um padrão comparativo.

Ainda, vale ressaltar também, que os estudos de caso buscam seguir uma linha de análise comparativa em três níveis dos exemplos apresentados, sendo estes: *Excelente* (Estudo de caso 1), *Bom* (Estudo de caso 2) e *Intermediário* (Estudo de caso 3).

Como resultado, os estudos auxiliaram no conhecimento sobre questões projetuais para o comércio de *livrarias e cafés*, bem como em fatores complementares relacionados ao espaço físico.

## ❖ 7.1 Metodologia para análise de projetos

Como base para o desenvolvimento dos estudos de casos, bem como para a elaboração do projeto final, os estudos baseiam-se nos conceitos teóricos de GURGEL (2007a, 2008b), que por meio de uma linguagem simples define o design, seu processo criativo, bem como os elementos necessários em um projeto. Desse modo, afirma que:

> Design não é desenho, mas o desenho faz parte do design. O design relacionado a artes, podemos dizer que é um processo criativo que utiliza espaço, forma, linhas, texturas, padronagens, bem como luz e cor para solucionar problemas e atingir metas específicas. (GURGEL, 2007, p.25)

Logo, define o design em seis elementos principais, sendo: *1 – Espaço; 2 – Formas e Contorno; 3 – Linhas; 4 – Texturas e Padronagens; 5 – Luz; e 6 – Cor*, os quais são considerados importantes para o desenvolvimento do projeto, e serão analisados no decorrer dos estudos.

Como complemento ao trabalho, considerando o conceito de interação entre os espaços a ser desenvolvido, tem-se a necessidade de uma análise mais aprofundada que busque identificar os elementos interativos de design, incluindo as cores, o mobiliário e objetos decorativos. Tal análise, busca contribuir para outras possíveis soluções criativas e funcionais no desenvolvimento do trabalho.




# ESTUDO 1

LIVRARIA 9 ¾ BOOKSTORE + CAFÉ

FIG. 19: Livraria 9 ¾ Bookstore + Café
Fonte:http://www.archdaily.com/770943/9-three-fourths-bookstore-plus-cafe-plasma-nodo

A *Livraria 9 ¾ Bookstore + Café* localizada em Medell, na Colômbia, foi escolhida para análise por estar situada em um contexto urbano diferente do Brasil, bem como por apresentar características de projeto relacionadas a elementos que promovem a *interação* entre os espaços, tais como: composição de cores, materiais, mobiliário, etc. Além disso, levou-se em consideração a dimensão do local, por se tratar de uma livraria pequena, que associa-se à um projeto de uma cafeteria, tornando o ambiente mais atrativo aos usuários.

O projeto, foi desenvolvido em 2015 pelo estúdio de design *Plasma Nodo* (ARCHDAILY, 2015)[28] , o qual buscou a partir de soluções de arquitetura e design a criação de um espaço agradável e aconchegante na cidade, o qual é dividido em dois pavimentos. O primeiro, sendo destinado a *livraria* e o segundo a *cafeteria*.

Com grande referência ao filme britânico Harry Potter, devido a sigla 9 ¾[29] aplicada na identidade visual, a livraria e café baseou-se no conceito da necessidade destes espaços nas cidades, de modo a se caracterizarem como pontos de encontro entre famílias e amigos. (ARCHDAILY, 2015)

Com uma área de 120 m² o projeto é voltado para um público geral, mas principalmente para o infantil, atraindo pela variedade de cores. Além disso, oferece ambientes propícios para leitura e bate-papo.

[28] ARCHDAILY. Disponível em: <http://www.archdaily.com/770943/9-three-fourths-bookstore-plus-cafe-plasma-nodo>(Acesso em:18/10/2016)

[29] Sigla 9 ¾ - Plataforma 9 ¾ da estação King's Cross, em Londres, onde aconteceram as principais cenas do filme Harry Potter. Fonte: <http://mapadelondres.org/plataforma-9-%C2%BE-em-kings-crossst-pancras/> (Acesso em: 18/10/2016)

## 1. Espaço Físico

No *espaço físico*, que segundo GURGEL (2008, p.26), é a " área compreendida entre as paredes, o piso e o teto de determinado ambiente, ou ainda a área compreendida entre os limites da marcenaria de um armário", observa-se que o projeto é pensado de uma maneira bastante flexível e funcional aos usuários. Na planta arquitetônica em questão, há a divisão entre duas entradas principais, sendo: a) térreo – acesso principal a livraria; e b) Pavimento superior– acesso pela escada lateral até a Cafeteria. Como pode ser visto nas análises realizadas a seguir:

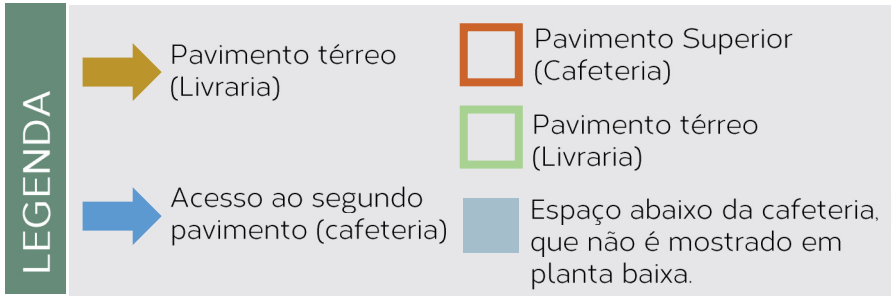
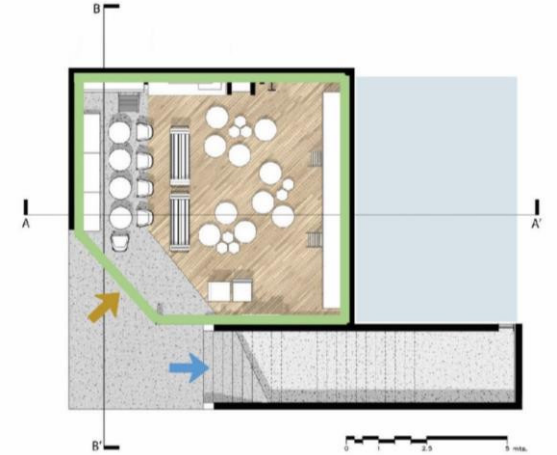
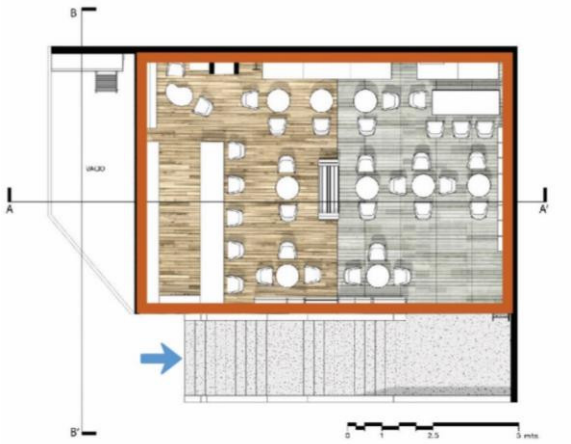



FIG. 20: Pavimento Térreo - Livraria



Fonte: http://www.archdaly.com/770943/9-three-fourths-bookstore-plus-café-plasma-nodo

FIG. 21: Pavimento Superior - Cafeteria



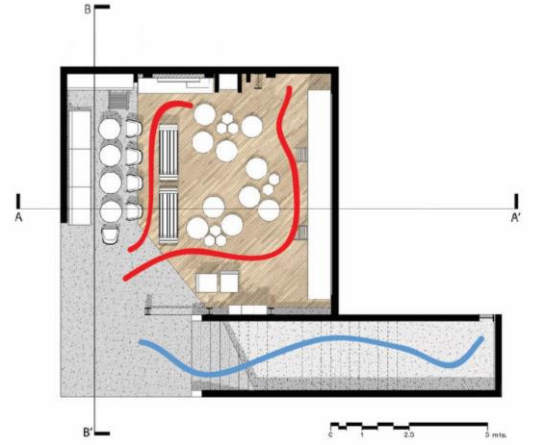
Fonte: http://www.archdaly.com/770943/9-three-fourths-bookstore-plus-café-plasma-nodo

Já em termos de setorização, o local apresenta uma circulação adequada, sendo dividida em dois tipos existentes: a) Natural; e b) forçada. A natural, diz respeito ao espaço livre sem nenhum elemento bloqueando a passagem. Já a circulação forçada, há elementos que bloqueiam o espaço. (GURGEL, 2008, p 27 e 28)

Desse modo, observa-se no projeto, que a forçada está relacionada ao mobiliário (estantes, mesas, cadeiras) e a circulação natural acontece pela lateral, no acesso à escada. Como segue nas análises realizadas a seguir:

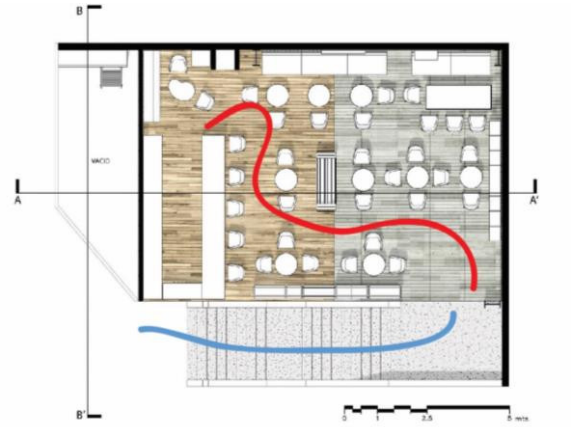



FIG. 22: Pavimento Térreo - Livraria



Fonte: http://www.archdaly.com/770943/9-three-fourths-bookstore-plus-café-plasma-nodo

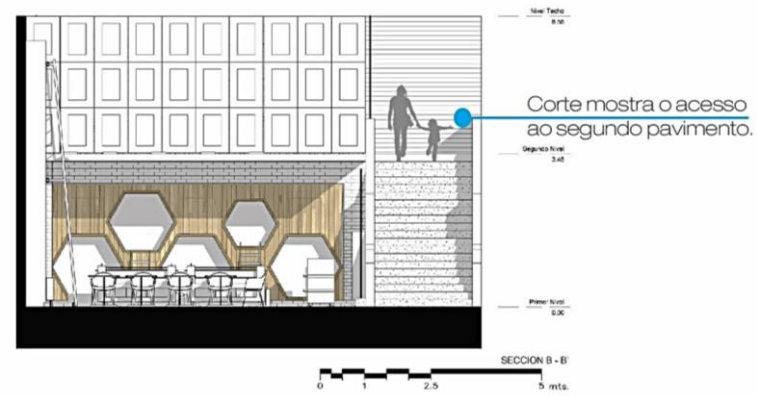
FIG. 23: Pavimento Superior - Cafeteria



Fonte: http://www.archdaly.com/770943/9-three-fourths-bookstore-plus-café-plasma-nodo

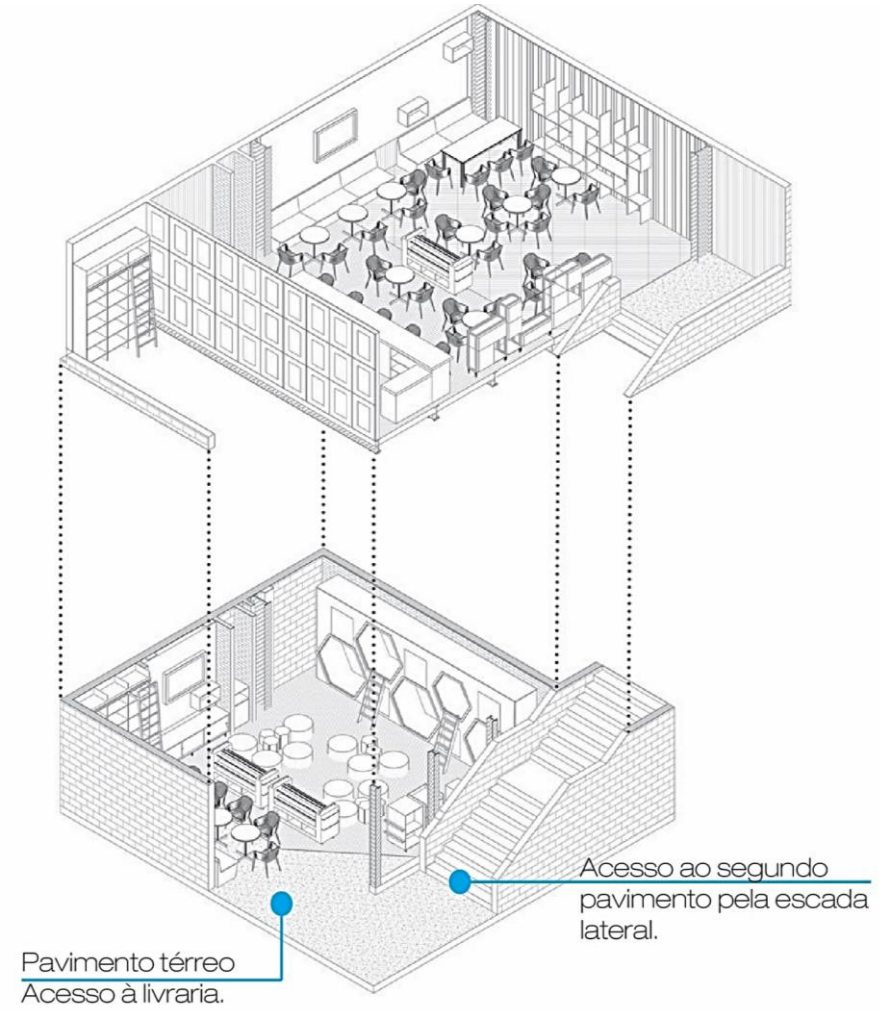
Além disso, apesar de possuir duas entradas, observa-se também no projeto uma carência de uma adaptação ao segundo pavimento (cafeteria) para pessoas com deficiências físicas. Pois, como visto, o acesso se dá somente pela escada lateral, não havendo elevador, rampa e nenhum outro meio que possibilita a entrada deste público ao segundo pavimento. Desse modo, percebe-se que mesmo apresentando um bom espaço físico o projeto carece em questões de acessibilidade.

FIG. 24: Corte Lateral Livraria




Fonte: http://www.archdaly.com/770943/9-three-fourths-bookstore-plus-café-plasma-nodo

FIG. 25: Perspectiva projetada do espaço




Fonte: http://www.archdaly.com/770943/9-three-fourths-bookstore-plus-café-plasma-nodo

## 2. Formas e Contorno

Enquanto análise da forma e contorno, considerando que " a forma pode ser bi ou tridimensional. Já o contorno será sempre plano" (GURGEL, 2008, p.30), percebe-se um grande uso da geometria no espaço, o qual ressalta-se as formas retilíneas, circulares e hexagonais, podendo ser vistas no mobiliário, no teto, nos elementos interativos.

## 3. Linhas

Um dos elementos fundamentais que dão forma ao ambiente, são as linhas. Para GURGEL (2008, p.32), "São importantes ferramentas do projeto, já que podem ajudar a alterar visualmente o modo como percebemos um espaço". Sendo assim, percebe-se no projeto que as linhas são exploradas no seu sentido horizontal e vertical, o qual pode ser observado pelas estantes dos livros, pelo longo jardim vertical, pelo teto, etc.

FIG. 26: Espaço de cafés e convivência 1




Fonte: https://bootlegpreacherclothing.wordpress-com/2015/07/06/9-34-bookstore-café/

LEGENDA

1. Planos do teto – Formas retilíneas e linhas horizontais.
2. Estante com livros – Linhas horizontais e verticais.
3. Jardim Vertical – linhas horizontais
4. Mobiliário – Formas Circulares

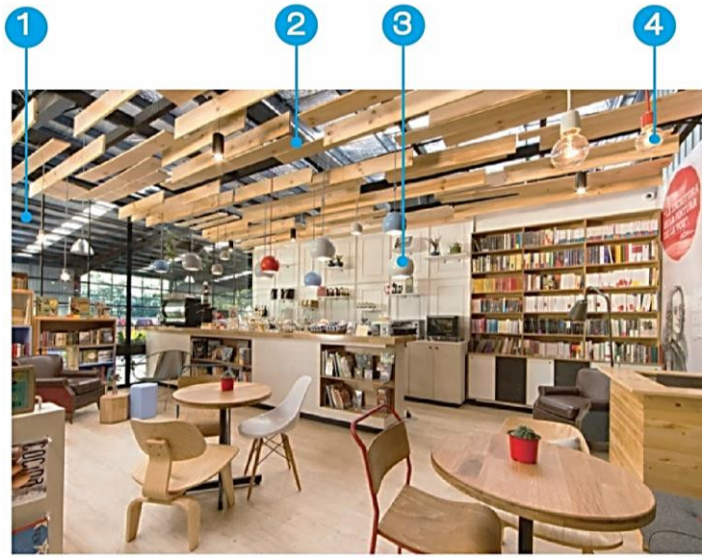
## 4. Texturas e Padronagens

Além das linhas, há também o uso de texturas e padronagens que "são elementos importantes que ajudam na composição da atmosfera do caráter de um ambiente" (GURGEL, 2008, p.35). Desse modo, observa-se que as texturas do projeto estão compostas principalmente pelo uso da madeira em todo ambiente. Além desta, há também a utilização do metal e do vidro presente na fachada da livraria. Enquanto as padronagens acontecem pela repetição destes elementos no projeto.

## 5. Iluminação

Observa-se no espaço a presença de uma iluminação *natural* e *artificial*. A *natural* acontece devido ao uso do vidro na fachada do espaço. Já a *artificial*, pelas luminárias pendentes, spots embutidos e outros tipos de fontes utilizadas, as quais buscam destacar os produtos e tornar o ambiente mais aconchegante.

FIG. 27: Espaço de cafés e convivência 2




Fonte: https://bootlegpreacherclothing.wordpress-com/2015/07/06/9-34-bookstore-café/

LEGENDA

1. Texturas de metal e vidro
2. Teto – Texturas de madeira
3. Luminária Pendente
4. Lâmpada Incandescente

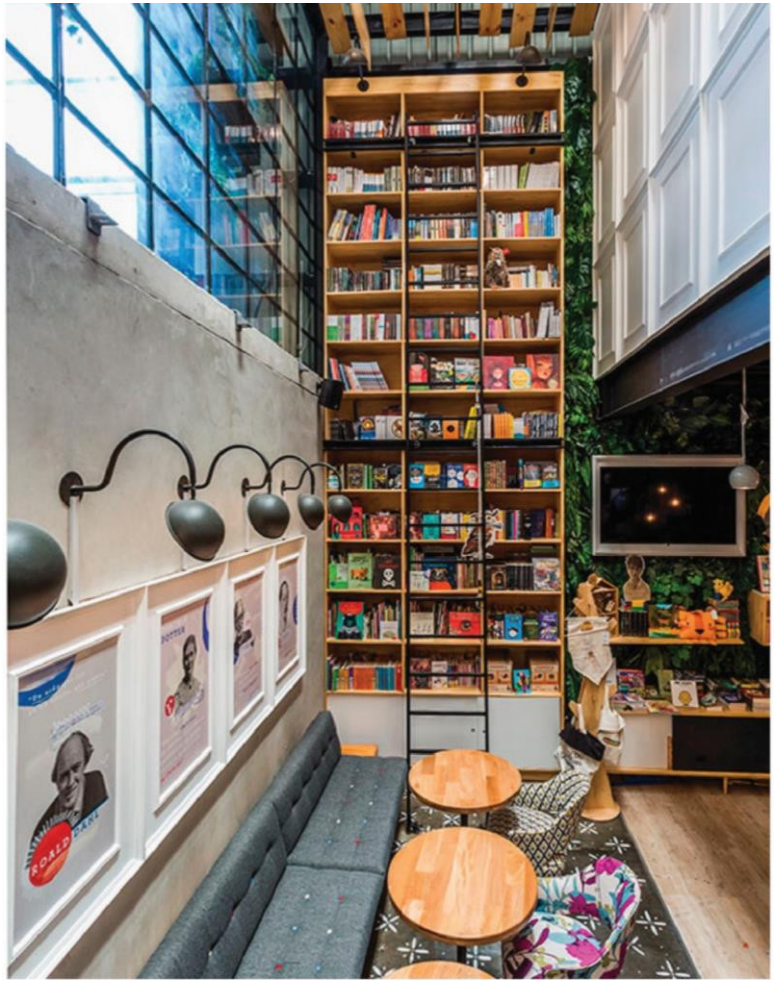
## 6. Cores

Junto a iluminação, tem-se as cores, que são também elementos fundamentais no projeto e "...podem ser bastante alteradas conforme a incidência da luz" (GURGEL. 2008, p.61). Desse modo, analisando o projeto é possível perceber que as cores são predominantemente compostas pelos tons neutros referentes ao uso da madeira.

Já o destaque acontece pelos objetos decorativos (Quadros, luminárias pendentes), pelos produtos e pelo mobiliário, que apresenta estampas coloridas. Porém, já no segundo pavimento observa-se um uso de cores mais claras referentes ao branco, que é aplicado no espaço de atendimento da cafeteria.




FIG. 28 Espaço Livraria



Fonte: https://revistaaxxis.com.co/quien-representa-colombia-la-5a-bienal-ibero-americana-diseno/

## 7. Elementos Interativos

Um dos principais destaques no projeto são os elementos *interativos*, presentes no mobiliário, na composição de cores, nos objetos decorativos e nos materiais utilizados. Neste contexto, observa-se que um dos elementos marcantes é a presença do longo jardim vertical, que cria uma conexão entre o primeiro pavimento com o segundo.

Além disso, um outro elemento que promove a interação é a utilização do vidro na fachada, o qual tende a criar uma relação mais próxima do projeto com a cidade, tornando-o mais convidativo à população.

O mobiliário infantil, a estante de livros que vão até o segundo pavimento, os puffs, poltronas e sua composição no ambiente, também são características que promovem a interação entre os espaços.

FIG. 29 Espaço Infantil para leitura




Fonte: http://www.archdaly.com/770943/9-three-fourths-bookstore-plus-café-plasma-nodo

FIG. 30: Corte lateral jardim vertical



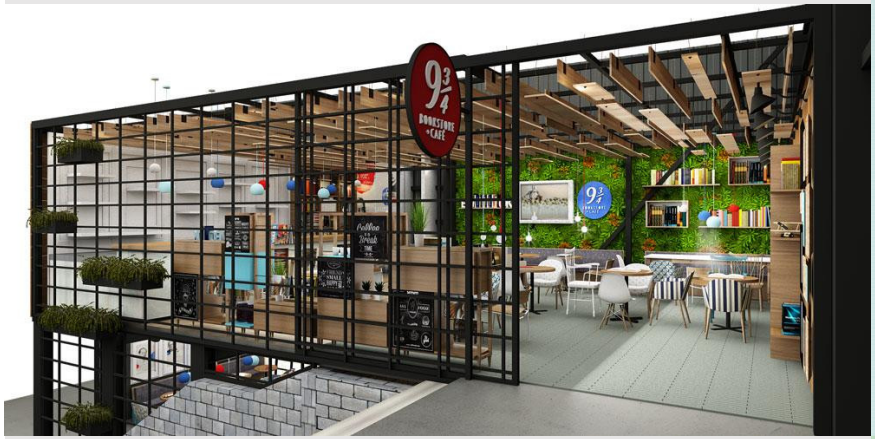

Fonte: http://www.archdaly.com/770943/9-three-fourths-bookstore-plus-café-plasma-nodo

## Conclusão

Como conclusão do estudo, observa-se que a *Livraria 9 ¾ Bookstore + Café* possui um projeto bastante diferenciado tanto em termos de construção arquitetônica como na composição decorativa do ambiente. O espaço, apresenta em si uma característica fundamental de projeto para os usuários, que é oferecer ambientes aconchegantes e confortáveis para o convívio social e leitura individual.

Para isso, utiliza de um mobiliário confortável e de texturas naturais (madeira), que apresentam características de um local agradável. Desse modo, concluísse que, para um bom resultado projetual, de acordo com o conceito, tem-se a necessidade de uma escolha detalhada dos materiais e do mobiliário, de modo a transmitir as características buscadas pelo projeto.

FIG. 31: Projeto novo da Livraria




Fonte: https://br.pinterest.com/pin/458382068309806690/




# ESTUDO 2

LIVRARIA SARAIVA

FIG. 32: Livraria Saraiva em Jundiaí/SP
Fonte: http://www.jundiaishopping.com.br/lojas/livraria-saraiva

A livraria Saraiva, localizada no Center Shopping de Uberlândia foi escolhida para análise por estar situada em um local com grande fluxo de pessoas, bem como por ser um dos projetos de destaque na cidade. Além disso, a livraria já é bastante conhecida no país, tendo sua marca já consolidada em várias cidades brasileiras, bem como uma editora própria denominada como Editora Saraiva.

De acordo com o site da SARAIVA[30] a sua história começa em 1914, quando o imigrante português Joaquim Ignácio da Fonseca Saraiva inaugura a primeira loja no Largo do Ouvidor, próximo à Faculdade de Direito do Largo de São Francisco, em São Paulo. Desde então, a Saraiva tornou-se referência no setor de livrarias no Brasil e tem cada vez mais crescido por seu diferencial.

Os projetos das livrarias Saraiva apresentam em si um padrão a ser seguido nos diversos estabelecimentos espalhados pelo país. Tal padrão de implementação, apresenta o uso de cores, texturas e revestimentos em todas as lojas instaladas, de modo a facilitar sua identificação como marca forte no país.

Além disso, a livraria trabalha com um acervo grande de produtos, que vão desde a venda de jogos, dvds, cds, eletrônicos até livros gerais em todas as áreas do conhecimento. Desse modo, fazendo com que o espaço seja bastante frequentado pelo público.

FIG. 33: Saraiva – Center Shopping de Uberlândia




Fonte:
http://www.farolcomunitario.com.br/negocios_000_0049.htm

[30] SARAIVA. Disponível em: >http://www.saraivari.com.br/conteudo_pt.asp?idioma=0&conta=28&tipo=49680< (Acesso em 16/06/2017)

## 1. Espaço Físico

Em relação ao espaço físico, a *Livraria Saraiva* em Uberlândia apresenta um ambiente bastante adequado com uma área suficiente para circulação de funcionários e público, tendo setores específicos para depósitos e armazenamento de produtos. Além disso, por se tratar de um ambiente comercial de shopping, vale destacar a presença de um pavimento superior destinado ao depósito de materiais, bem como ao setor administrativo da livraria. Ainda, durante a visita ao local observou-se que o projeto apresenta uma planta bastante flexível, em que o próprio mobiliário estabelece o fluxo do espaço, possuindo uma circulação adequada e acessível.

FIG. 34: Projeto Livraria Saraiva



Fonte: https://www.google.com.br/maps

## 2. Formas e Contorno

Já em relação a forma e contorno a *Livraria Saraiva* apresenta características retilíneas, de formas que são marcadas principalmente pelo mobiliário e pela composição de estantes verticais, presentes em todo o espaço da livraria. Como pode ser observado pela figura anterior.

## 3. Linhas

Enquanto análise das linhas, observa-se a presença de linhas verticais e horizontais, que podem ser vistas tanto nas estantes de livros altas como pelo mobiliário mais baixo, formado pelas estantes de apoio.

FIG. 35: Estante de livros baixa




Fonte: https://www.google.com.br/maps

## 4. Texturas e Padronagens

Já as texturas e padronagens são compostas principalmente pelo uso da madeira junto a sua composição com cores claras, presentes nos revestimentos de parede e no piso branco em porcelanato polido, o qual é aplicado em todo o espaço.

## 5. Iluminação

A iluminação da *Livraria Saraiva é* totalmente artificial, visto que está localizada em um shopping center e por ter a necessidade de destacar seus produtos. Desse modo, observa-se que o projeto apresenta um grande uso de spots embutidos para uma iluminação mais geral, somente em alguns pontos o uso de iluminação mais focal, direcionada aos produtos. Como pode ser visto pela FIG. 34 mostrada, bem como pelo exemplo a seguir de uma outra livraria Saraiva, localizada na cidade de Rio Preto.

FIG. 36: Exemplo de Iluminação Livraria Saraiva – Rio Preto Shopping Center



Fonte: http://www.riopretoshopping.com.br/lojas/livraria-e-revistaria/livraria-saraiva-megastore

## 6. Cores

As cores presentes em todos os espaços da *Livraria Saraiva* são compostas principalmente pelos tons neutros, que vão desde as texturas da madeira até cores mais fortes, como a utilização da cor preta, que está em todo o espaço e pode ser vista pelo logo da marca. Além disso, há também a composição de cores mais claras, como o uso do branco presente no piso do espaço. Como pode ser observado pela composição cromática abaixo, bem como pela imagem a seguir:

Composição de cores da livraria Saraiva



FIG. 37: Livraria Saraiva




**Fonte:** https://www.epochtimes.com.br/amazon-negocia-comprar-rede-de-livrarias-saraiva/#.WWuXeITyvIU

## 7. Elementos interativos

A saraiva apresenta em seu espaço uma composição interativa que acontece desde o mobiliário presente no ambiente até mesmo nas cores que compõem o local. Pelo mobiliário, observa-se a forma como o mesmo é inserido e a maneira como delimita o espaço e interage com o usuário. Neste contexto, como exemplo têm-se as bancadas de livros (FIG. 35) que permitem um fácil acesso do usuário com o produto, bem como uma fácil visualização. Como pode ser observado pela imagem ao lado que mostra essa interação do usuário com o produto:

FIG. 38: Mobiliário interativo com usuários



Fonte: http://www.jornalnopalco.com.br/2017/02/25/livraria-saraiva-disponibiliza-e-books-para-baixar-de-graca/

## Conclusão

A partir do estudo realizado observa-se que a *livraria Saraiva* apresenta-se como um estabelecimento comercial diferenciado no setor de livrarias no Brasil, sendo destaque pelo conceito de sua marca e pelo padrão de lojas seguido no país. Desse modo, observa-se que mesmo possuindo uma variedade de produtos a livraria busca cada vez mais atingir a públicos específicos e destacar-se no mercado de vendas.

# ESTUDOS DE CASO 3

Livraria Pró Século: Uberlândia

Em Uberlândia, um dos locais visitados para a realização dos estudos de casos foi a Livraria Pró Século. Por ser considerada como uma das mais tradicionais na cidade e por ser referência pela grande variedade de livros, é que a livraria foi escolhida para análise. Além disso, levou-se em consideração a sua localização no Centro da cidade, próxima a espaços com grande fluxo de pessoas.

De acordo com o site CORREIO DE UBERLÂNDIA[31],a Pró Século foi inaugurada em 1977, pelo antigo proprietário José Gomes. Atualmente, tem como dono o antigo funcionário, Marcelo Samoura, que no ano de 2011 acrescentou ao negócio a venda de produtos de papelaria. Além disso, a livraria por muito tempo contou com uma pequena cafeteria, mas atualmente, possui apenas uma máquina para café, sendo oferecido aos clientes.

Com uma área de 500 m² (CDL, UBERLÂNDIA)[32] , a Pró Século possui um pequeno estacionamento e setores específicos para administração, depósito e atendimento. Além do espaço fixo da loja, a livraria conta também com um site online para compra dos produtos, oferecendo também entregas grátis na cidade.

FIG. 39: Livraria Pró Século – vista 1




Fonte: Própria (2016)

[31] CORREIO DE UBERLÂNDIA. Disponível em: <http://www.correiodeuberlandia.com.br/cidadeeregiao/funcionario-vira-patrao-e-incrementa-negocio/> (Acesso em 28/10/2016)

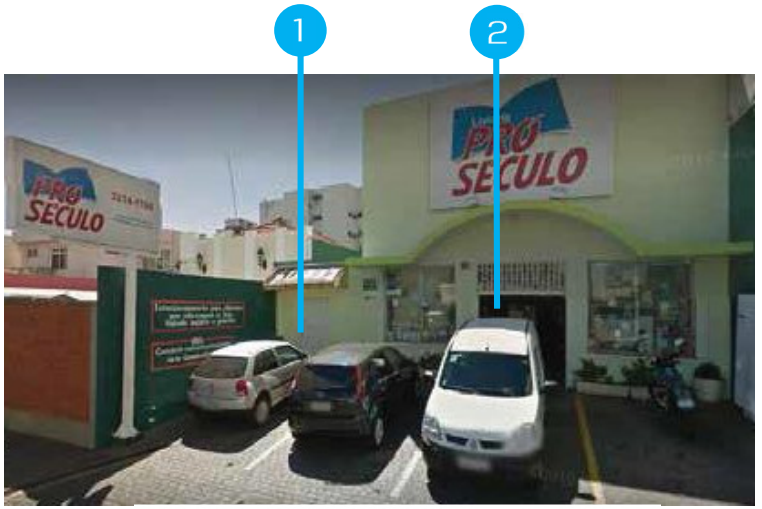
[32] CDL UBERLÂNDIA. Disponível em: <http://imprensa.cdludi.org.br/2014/05/26/diretoresdacdluberlandia-conhecem-projeto-de-expansao-da-livraria-proseculo/>(Acesso em 28/10/2016)

## 1.Espaço Físico

Em relação ao espaço físico, observa-se que o projeto está inserido em um galpão antigo com um pé direito duplo. O pavimento principal é destinado aos setores de livros, produtos de papelaria, caixas de atendimento, depósito dos produtos e espaço infantil. Já nos fundos da livraria, há um segundo pavimento, acima do depósito, o qual é acessado pela escada helicoidal, levando até os setores administrativos.

Além disso, a livraria está dividida em duas entradas, sendo: a) entrada principal e b) entrada lateral. A primeira é destinada aos clientes do espaço e aos funcionários, já a segunda, à passagem de mercadorias. Outro aspecto observado durante a visita in loco[33] , foi que o espaço apresenta uma circulação adequada, mesmo sendo considerada uma circulação forçada, a qual acontece pelo mobiliário presente (estantes dos livros, mesas, cadeiras).

FIG. 40: Entrada Livraria Pró Século




Fonte: http://www.google.com.br/maps

LEGENDA

1 Entrada lateral – Passagem de mercadorias

2 Entrada Principal – Acesso para o público (Clientes e funcionários)

[33] In Loco – Expressão em Latim que significa "no lugar" ou "no próprio local". Fonte: >https://www.significados.com.br/in-loco/< (Acesso em: 12/10/2016)

## 2.Formas e Contorno

Como uma das características principais do projeto da livraria, está uma composição de formas e contornos retilíneos, referentes as estantes dos livros que ocupam todo o espaço da livraria. Além disso, formas circulares referentes aos suportes para os livros e ao mobiliário (Mesas) também fazem parte do local.

## 3.Linhas e Contorno

Na composição do espaço, observa-se a presença de linhas verticais e horizontais, as quais podem ser vistas principalmente pelas estantes dos livros que circulam todo o espaço. Ainda, percebe-se uma composição de linhas circulares, presentes na escada helicoidal, bem como no espaço de atendimento do setor de livros.




FIG. 41: Livraria Pró Século – vista 2

Fonte: Própria (2016)

LEGENDA

1 Janela lateral – Iluminação natural

2 Escada Helicoidal – acesso aos setores administrativos

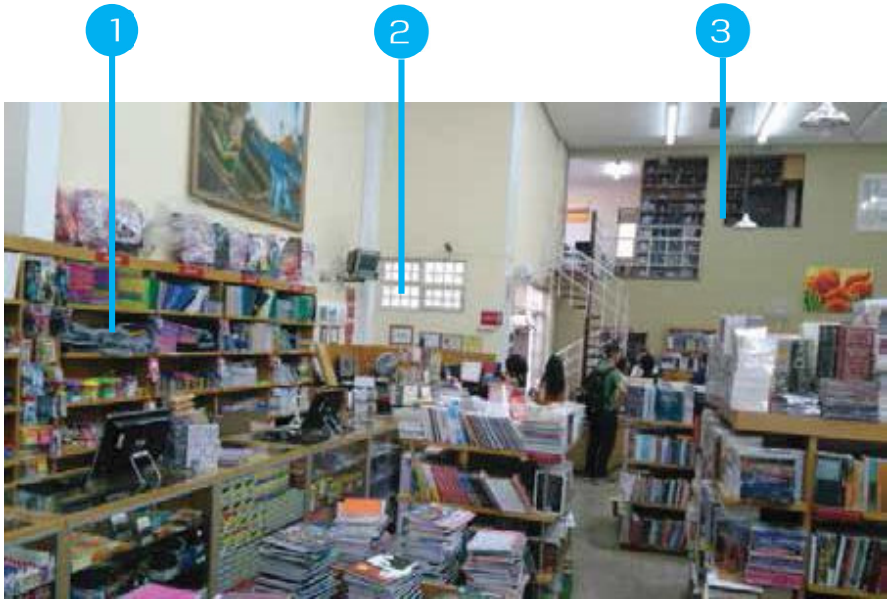
## 4.Texturas e Padronagens

O espaço é composto por materiais que apresentam texturas lisas e que se destacam pelas cores. Entre estes, o uso da madeira está entre os principais elementos utilizados, a qual está aplicada nas estantes dos livros e nos balcões de atendimento. Além disso, há também o uso do granito presente no piso.

## 5. Iluminação

A iluminação do espaço é predominantemente *natural* com o uso também de *artificial*. Porém, diferente do estudo de caso 1, a livraria não apresenta uma iluminação que busca destacar os produtos vendidos, mas sim, uma iluminação geral, que acontece pelo uso de lâmpadas fluorescentes tubulares e em alguns pontos o uso de luminárias pendentes. Devido a iluminação natural, o espaço apresenta também uma boa ventilação no ambiente, o qual pode ser observado pela janela lateral.

FIG. 42: Livraria Pró Século – vista 3




Fonte: Própria (2016)

LEGENDA

1. Uso de textura – madeira
2. Janela lateral – iluminação natural
3. Iluminação artificial – luminária pendente

## 6. Cor

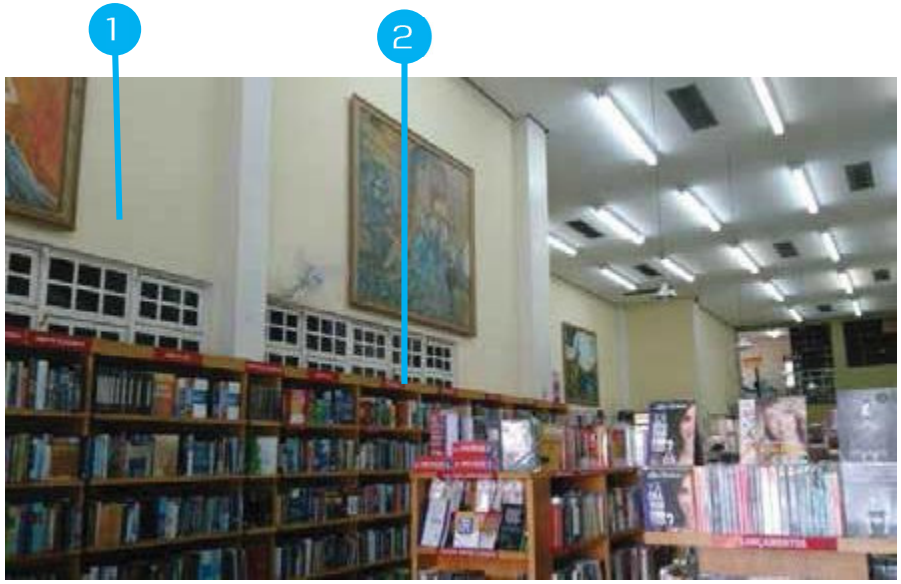
As cores presentes no espaço são compostas principalmente pelos tons neutros no mobiliário de madeira (Estantes dos livros, mesas). Além disso, há também a utilização de cores referentes ao branco, verde claro e amarelo claro, que podem ser vistas nas paredes do espaço.

Já o destaque se dá por meio dos objetos decorativos (quadros), produtos vendidos (livros, mochilas, pastas, etc) e no caso do espaço das crianças, em que há o uso de cores mais fortes.

## 7. Elementos Interativos

Enquanto análise dos elementos interativos no espaço, observa-se que a Livraria Pró Século não explora destes aspectos.

FIG. 43: Espaço Livraria – vista 4




Fonte: Própria (2016)

LEGENDA

1 Cores claras nas paredes

2 Cor da madeira no mobiliário e destaque para os produtos

## Conclusão

Como conclusão, a Livraria Pró Século apresenta um grande acervo de livros em diversas áreas do conhecimento, os quais se encontram separados em repartições nas estantes laterais das paredes. Porém, em relação ao espaço físico, observou-se em termos projetuais que o mesmo não explora de ambientes confortáveis para leitura, bem como de um espaço para café. Este fator pode ser justificado devido a utilização do espaço para venda de produtos de papelaria.

Apesar disso, a livraria tem buscado melhorias e crescimento tanto no âmbito comercial quanto estrutural, uma vez que a mesma já conta com um projeto de ampliação que oferece espaços propícios para clientes, incluindo uma setorização mais adequada dos ambientes e dos produtos, como pode ser visto pela imagem ao lado.

FIG. 44: Espaço novo livraria saraiva



Fonte: https://i.ytimg.com/vi/jNOF88c1U2I/maxresdefault.jpg

# 8.PROJETO

## O PROJETAR

"Projetar é fácil quando se sabe como fazer".
Tudo se torna fácil quando se conhece o modo de proceder para alcançar a solução de algum problema, e os problemas com que deparamos na vida são infinitos: problemas simples que parecem difíceis porque não se conhecem e problemas que parecem impossíveis de resolver.
Quando se aprende a enfrentar pequenos problemas, pode-se pensar também em resolver problemas maiores.
O método de projetar não muda muito, apenas mudam as áreas: em vez de resolver o problema sozinho, é necessário, no caso de um grande projeto, aumentar o número de especialistas e colaboradores e adaptar o método à nova situação.

MUNARI, 2008

## 8. PROJETO

O capítulo atual apresenta todo o processo de desenvolvimento do projeto da Livraria e Café, desde a escolha do local até o resultado final do trabalho, apresentando por meio de plantas arquitetônicas e perspectivas, soluções de projeto para o Trabalho de Conclusão de Curso. Neste capítulo, apresenta-se também as propostas geradas na primeira etapa do trabalho, ITCC.

### 8. 1 Escolha do Local

Para a escolha do local em Uberlândia, levou-se em consideração diversos aspectos importantes do ponto de vista projetual e estratégico a serem analisados no contexto urbano e no espaço físico a ser escolhido. Além disso, buscou-se a partir do objetivo geral e específico, delimitar alguns outros pontos, considerados importantes para o projeto (Item 5, 6 e 7). Desse modo. baseando-se nos seguintes itens e suas respectivas questões:

Quadro 2: Questões analisadas no projeto

| ITEM | QUESTÕES ANALISADAS |
|---|---|
| 1. Fluxo de pessoas | Há uma grande quantidade de pessoas que passam pelo local? Este fluxo ocorre principalmente por veículos ou pedestres? |
| 2.Características das Pessoas | O fluxo de pessoas no espaço se caracteriza como de um público geral (Jovens, crianças, adultos)? São pessoas de todas as classes sociais? |
| 3.Locais Próximos ao espaço Físico | O espaço está próximo a locais de referência histórica para cidade? É próximo a praças, igrejas, parques, lojas, supermercados? Existe escolas, Universidades, Centros Culturais próximos? |
| 4.Transporte Público | Há pontos de ônibus próximo ao local para acesso ao transporte público? |
| 5.Características buscadas no projeto | O espaço mapeado é um local convidativo? Tem alguma relação mais próxima com o contexto urbano que pode ser melhor explorada pelo projeto a ser desenvolvido? |
| 6.Localização do espaço físico | Considera-se a localização adequada e de fácil acesso na cidade? |
| 7. Infraestrutura do local | O local tem problemas relacionados à acústica? Enfrenta problemas relacionados à iluminação, a ventilação, á estética? |
| Fonte: Própria (2016) | |

Após a definição destes itens, foi realizado um mapeamento de todos os possíveis locais para implementação do projeto. Neste mapeamento, foram coletados seis espaços, alguns localizados no *Centro* da cidade e outros no *Bairro Fundinho*. Então, buscou-se definir um nível de satisfação de 1 a 10 para avaliar os itens de 1 a 7 em cada espaço físico. Como pode ser observado pelo quadro a seguir:

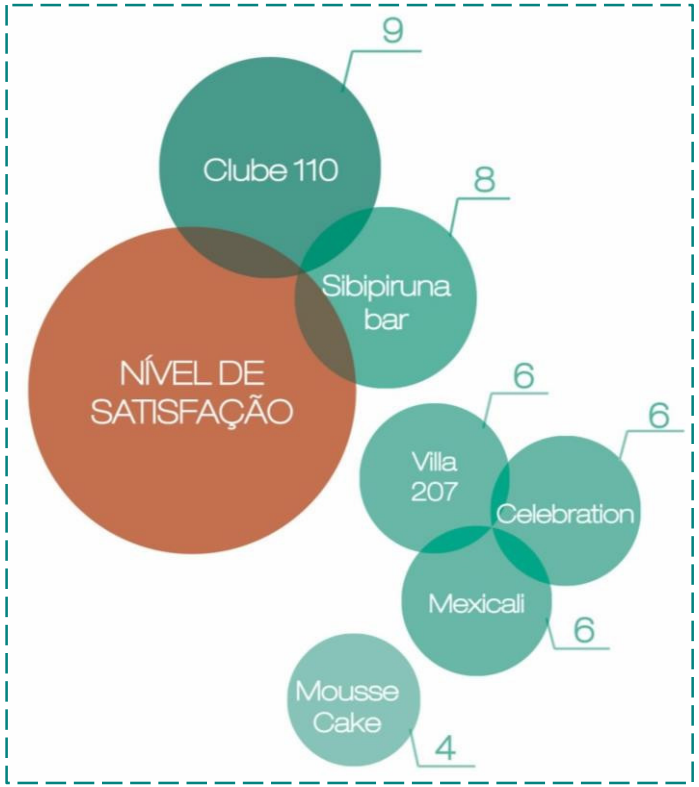
Quadro 3: Nível de satisfação de 1 a 10

| LOCAL | BAIRRO | NÍVEL DE SATISFAÇÃO |
|---|---|---|
| Boate clube 110 | Centro | 9-Bom |
| Sibipiruna Bar | Fundinho | 8-Bom |
| Vila 2017 | Centro | 6-Razoável |
| Mousse Cake | Fundinho | 4-Pouco |
| Celebration Festas e Eventos | Centro | 6-Razoável |
| Restaurante Mexicali | Fundinho | 6-Razoável |

Fonte: Própria (2016)

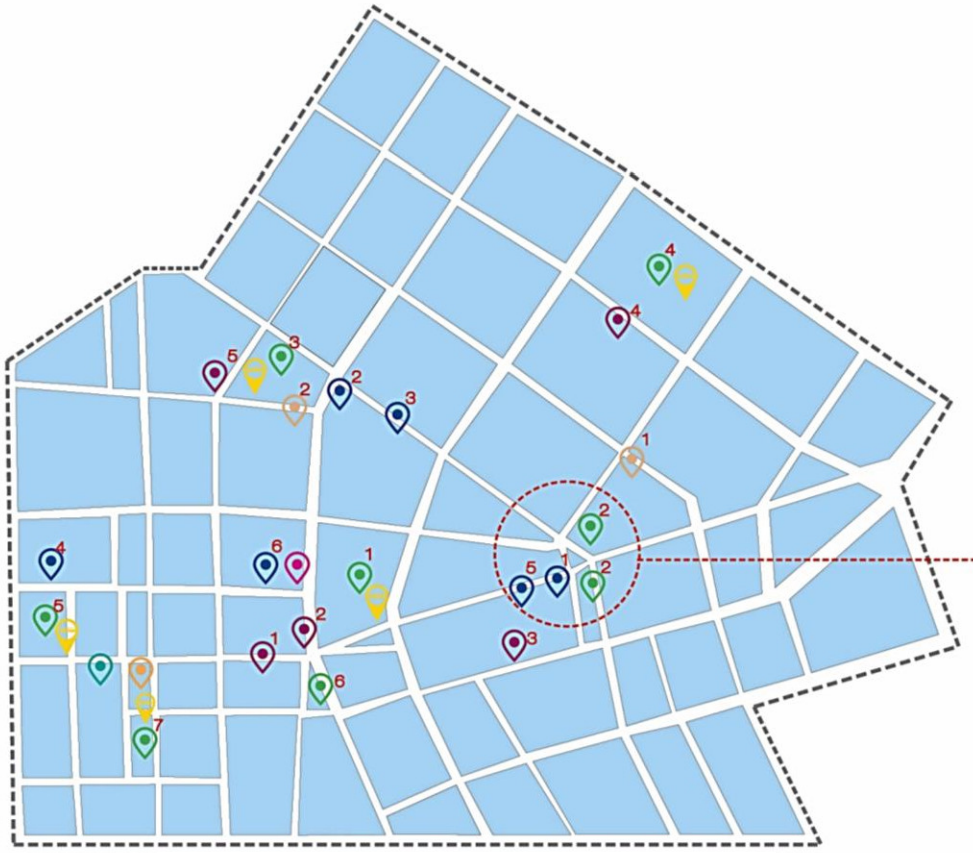
Como resultado, o quadro mostra com um nível de satisfação de 9, a *Boate Clube 110*, localizada no centro de Uberlândia, como local mais viável para implementação do projeto. Como poderá ser melhor visto pelo mapeamento realizado.

Infográfico 2: Locais Mapeados




Fonte: Própria (2016)

# MAPEAMENTO DE POSSÍVEIS LOCAIS




Mapeamento realizado por ASSIS (2016)
Fonte: Própria (2016)

A Boate Clube 110 é um local convidativo e de fácil acesso na cidade, sendo localizada em frente a Praça Rui Barbosa e Igreja do Rosário, sendo espaços de referência pelo convívio social e por manifestações culturais que acontecem anualmente.



FIG.45: Fachada clube 110
Fonte: Própria (2016)



FIG.46: Igreja do Rosário e Clube 110
Fonte: www.google.com.br/maps

## LEGENDA

**Possíveis locais de implementação da livraria e cafeteria**
1 – Boate Clube 110 – Centro
2 – Sibipiruna Bar – Fundinho
3 – Villa 207 – Centro
4 – Mousse Cake – Fundinho
5 – Celebration festas e eventos – Centro
6 – Restaurante Mexicali – Fundinho

**Praças**
1 – Clarimundo Carneiro
2 – Rui Barbosa ou Praça da Bicota
3 – Adolfo Fonseca
4 – Tubal Vilela
5 – Coronel Carneiro
6 – Dr. Duarte
7 – Cícero Macedo

**Escolas e Universidades**
1 – Escola Estadual Enéas de Ol. Guimarães.
2 – UNIPAC
3 – IPGU – Instituto de Pós Graduação
4 – Escola Estadual Bueno Brandão
5 – Escola Estadual de Uberlândia

**Supermercados**
1 – Sinhá
2 – Bretas

Biblioteca Municipal

MUNA – Museu Universitário de Arte

Oficina Cultural

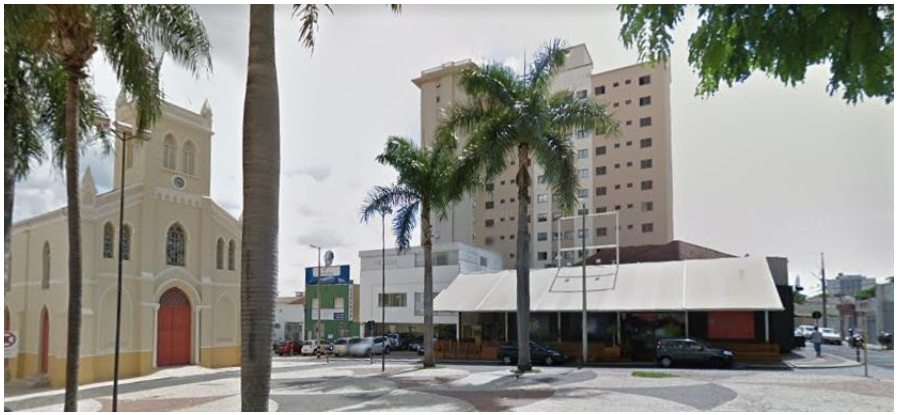
Pontos de Ônibus

A Boate Clube 110, além de ser um local convidativo, possui fácil acesso na cidade, sendo localizada em frente à Praça Rui Barbosa ou como conhecida *Praça da Bicota* e *Igreja do Rosário*. Espaços estes, que apresentam em seu conjunto próximo diversos bares, praças, boates e comércios gerais.

Além disso, o local escolhido tem em seu conjunto urbano espaços com um grande fluxo de pessoas de todas as classes sociais, acontecendo tanto pelo comércio, como por escolas, igrejas, bancos e praças. Em relação a este fluxo, o mesmo acontece tanto por pedestres como por veículos, principalmente pelo transporte público da cidade, os quais possuem pontos de parada e acesso nas praças centrais, como pode ser visto também pelo mapeamento realizado.

Situado em um terreno de esquina, em um galpão com aproximadamente 430 m2, o local também já foi outras boates, tais como o *Santa Fé Club* e *Lounge*. Como característica principal, identifica-se um espaço convidativo, tanto pela sua localização na esquina, como pela presença do *deck de madeira* dando acesso ao ambiente. Além disso, por estar situado em frente à praça e a Igreja, há uma relação maior do espaço com o contexto urbano.

FIG. 47: Praça do Rosário e Boate Clube 110



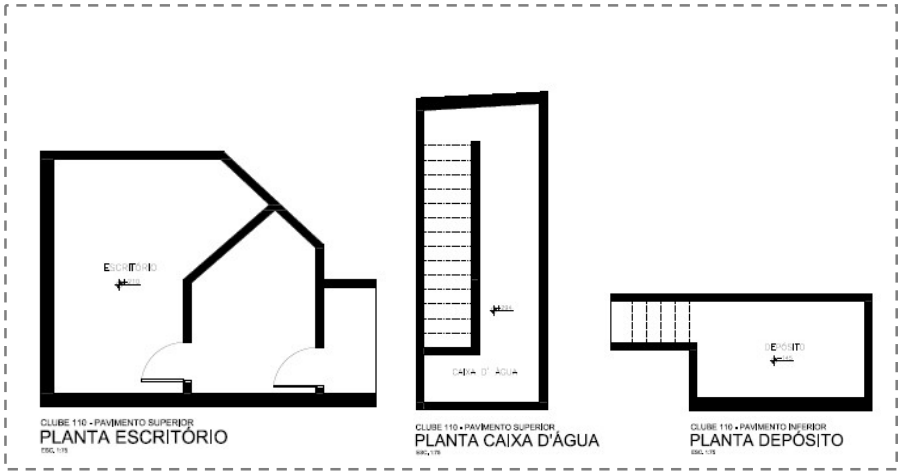
Fonte: https://www.google.com.br/maps

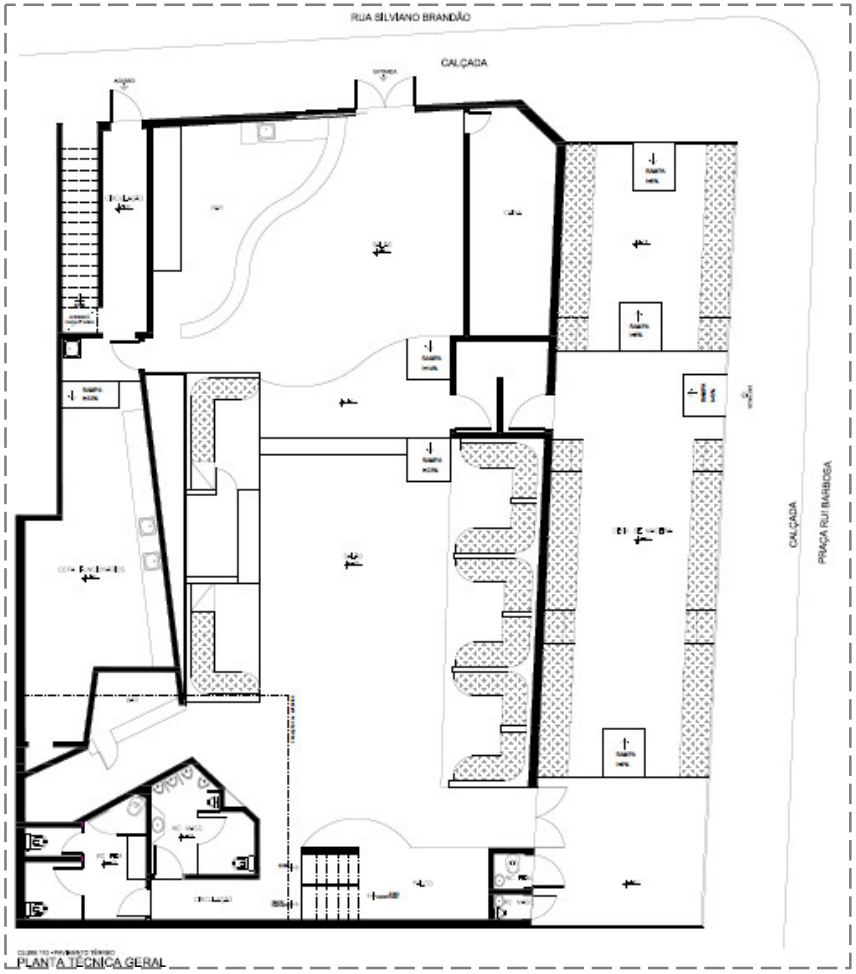
Já em termos estéticos, observa-se que a fachada do espaço não é bem explorada, apresentando apenas um toldo que dá cobertura ao local do deck. Além do mais, o local apresenta pouca ventilação e iluminação, devido à ausência de aberturas. Como pode ser melhor visto na planta baixa a seguir e nas análises realizadas do espaço físico.

## 8.1.1 Planta original do espaço escolhido

Como característica principal observa-se um espaço adequado, com uma boa distribuição interna, porém com alguns problemas estruturais relacionados à carência de aberturas que comprometem a ventilação do espaço. Além disso, algumas paredes não possuem um alinhamento correto.

FIG. 48: Planta original clube 110




Fonte: Própria (2016)

## 8. 2 Análise do espaço físico:

Buscando avaliar melhor o espaço físico para o desenvolvimento do projeto, foram realizadas três análises em planta baixa. Tais análises buscaram identificar problemas relacionados à estrutura do espaço existente, bem como indicar possíveis soluções ao projeto. Desse modo sendo divididas em:

### 1) Análise da divisão do espaço e infraestrutura:

Buscou-se avaliar a forma como o espaço é dividido atualmente, sendo a distribuição dos ambientes, bem como as paredes e os problemas estruturais.

### 2) Análise dos equipamentos móveis e fixos

Buscou-se avaliar na planta existente quais são os equipamentos móveis e fixos, ou seja, os que podem ser alterados e os que não podem ser alterados.

### 3) Análise da divisão de setores

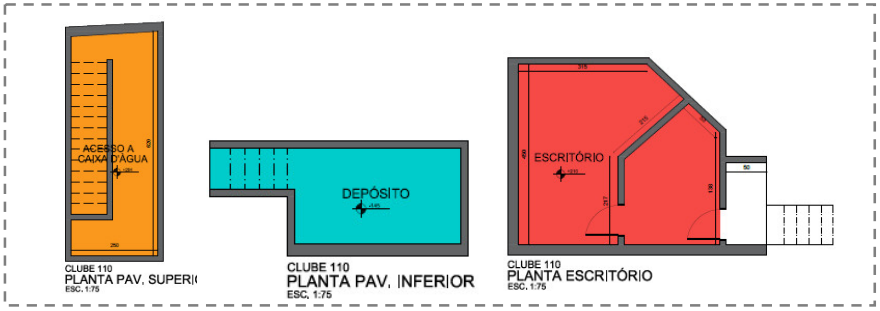
A análise buscou criar uma divisão por setores no espaço existente, de modo a avaliar o local, bem como criar possibilidades que cada setor poderia ser no projeto da livraria e café. Para isso, além da análise em planta, foi criada uma tabela que mostra os aspectos positivos, negativos e oportunidades para cada espaço.

## 1)Análise da divisão do espaço e infraestrutura:

Realizou-se uma divisão do espaço atual por cores, buscando compreender cada ambiente. Esta análise possibilitou identificar problemas estruturais nos banheiros internos e na copa, que apresentam paredes que não seguem um alinhamento adequado.

- Banheiros internos
- Banheiros externos
- Deck de madeira
- Bar 1,2 3
- Copa e circulação
- Mobiliário fixo
- Caixa
- Espaço de entrada
- Espaço vazio
- Caixa
- Palco
- Escritório
- Depósito
- Caixa d"água
- Estrutura externa
- Estrutura interna- Paredes ruins.

FIG. 49: Análise 1







Fonte: Própria (2016)

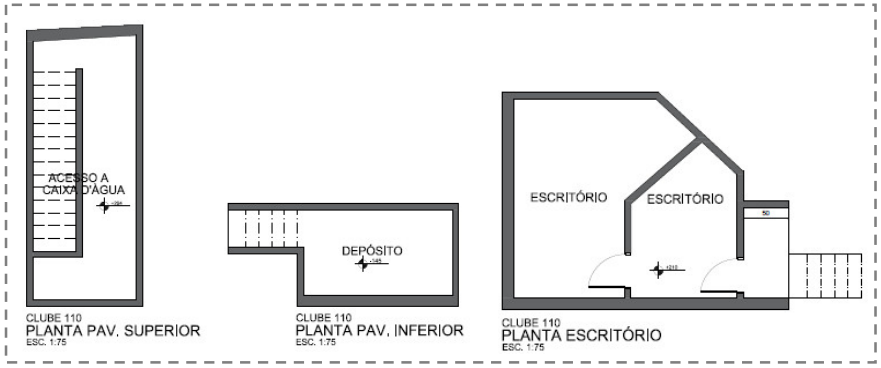
## 2)Análises de equipamentos móveis e fixos

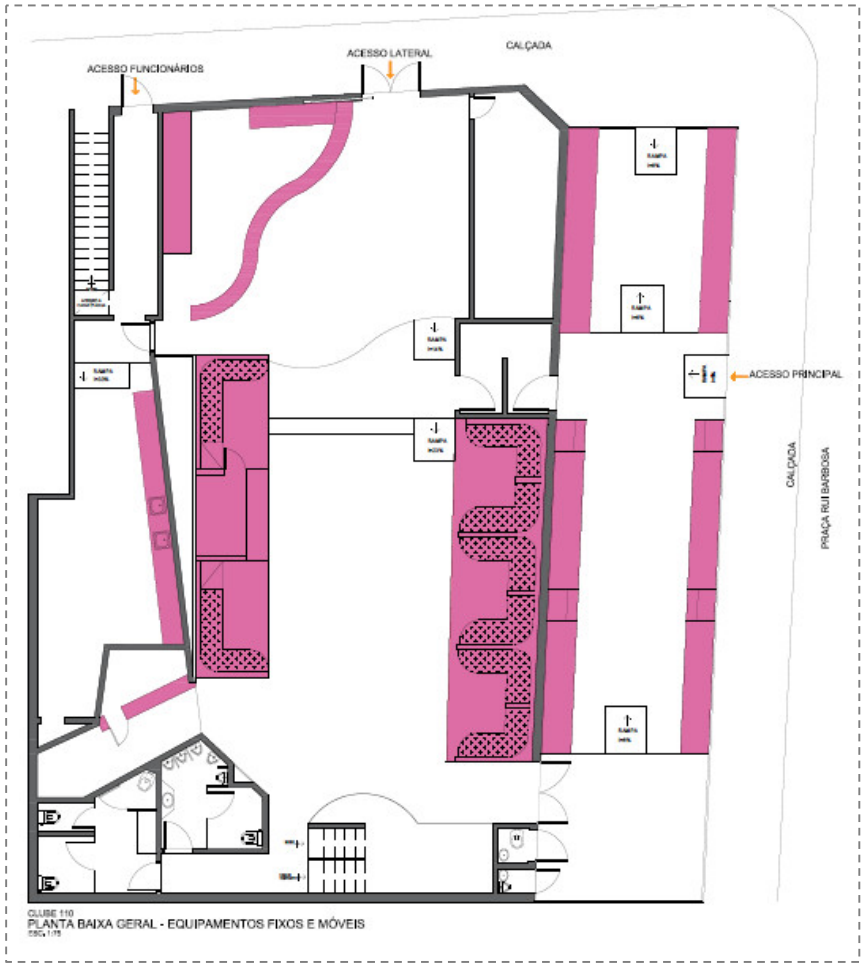
Identificou-se os equipamentos móveis e fixos do espaço, ou seja, os que podem ser alterados ou não.

Equipamentos fixos

Equipamentos móveis

FIG. 50: Análise 2



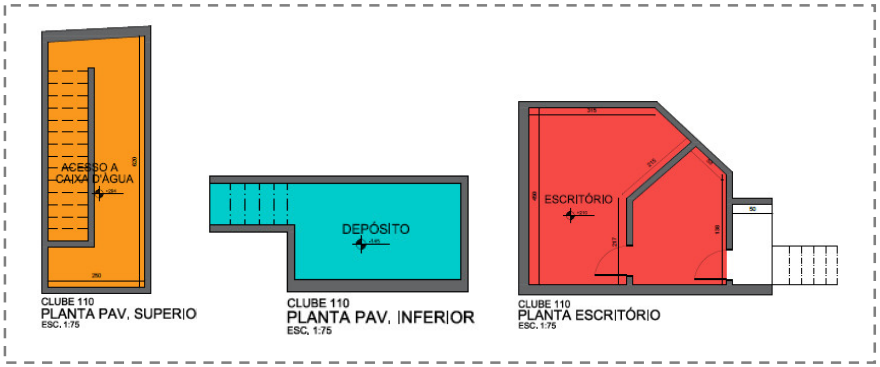

Fonte: Própria (2016)

## 3)Análises de Setores

Buscou-se separar por setores cada espaço existente e os possíveis locais que o mesmo poderia vir a se tornar com a nova implementação do projeto da Livraria e Café.

- Setor 1
- Setor 2
- Setor 3
- Setor 4
- Setor 5
- Setor 6
- Setor 7
- Setor 8
- Setor 9
- Setor 10
- Setor 11
- Setor 12
- Setor 13
- Setor 14

FIG.51: Análise 3







Fonte: Própria (2016)

Tabela 2: Aspectos Analisados para cada setor

| SETOR | ITEM ANALISADO | ASPECTOS POSITIVOS | ASPECTOS NEGATIVOS | OPORTUNIDADES DE MELHORIAS |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Deck de madeira | Dimensão do espaço adequada; Lugar Agradável; Conexão com o espaço externo; Rampas acessíveis | - | Utilização do espaço para mesas da cafeteria e um mobiliário agradável. |
| 2 | Caixa | - | Falta de aberturas. Dimensão do espaço pequena; | Espaço para crianças, Espaço para leitura; |
| 3 | Bar 1 e Salão | Dimensão do espaço adequada; Pia para higienização; | Carência de iluminação natural; | Utilização do espaço para implementação do espaço da cafeteria; |
| 4 | Circulação funcionários | - | - | - |
| 5 | Espaço de entrada | - | Parede divisória. Espaço Pequeno; | Caixa de atendimento |
| 6 | Mobiliário fixo e bar 2 | Bancos de madeira já existentes; Espaço apresenta diferença no piso; | Espaço do bar reduzido; | Espaço livraria, estantes; Espaço para mobiliário confortável para leitura; |
| 7 | Salão e espaço de circulação | Dimensão do espaço adequada; | Carência de iluminação natural; | Utilização do espaço para implementação do ambiente da cafeteria; |
| 8 | Palco | Apresenta elevação no piso; | Não possui aberturas; Iluminação artificial. | Espaço com estantes e mobiliário da livraria; |
| 9 | Banheiros externos | Dimensão do espaço adequada, acessível para usuários. Separação por sexo; | Não acessível para cadeirantes; | Utilização por funcionários; |
| 10 | Banheiros internos | Dimensão do espaço acessível para cadeirantes. Separação por sexo. | Acesso próximo ao palco; | Banheiros para público |
| 11 | Bar 3 | Dimensão do espaço adequada; | Próximo ao palco; | Espaço para crianças |
| 12 | Copa para funcionários | Dimensão do espaço adequada; Pia de higienização; | Falta de aberturas e ventilação; | Continuar como copa; |

Fonte: Própria (2016)

## 8.3 Público Alvo

Considerando os aspectos analisados para a escolha do local, em que o fluxo de pessoas é um dos principais determinantes para a implementação do projeto. O público alvo para qual o projeto se destina é de um público geral, incluindo jovens, crianças e adultos de todas as classes sociais. Desse modo, tendo como objetivo geral do trabalho, o espaço busca atingir esse público e incentivar em *práticas de leitura* e de *convívio social*.

## 8.4 Convívio Social e Interação: Parklets

Em relação a espaços que promovem o convívio social entre as pessoas e criam uma relação mais próxima das mesmas com o contexto das cidades, tem-se a implementação dos *Parklets*., que de acordo com o site SOUL URBANISMO[34] (2015):

> Em síntese, são mini praças que ocupam o lugar de duas vagas de estacionamento em vias públicas. São uma extensão da calçada que funcionam como um espaço público de lazer e convivência para qualquer pessoa passar por ali. Podem possuir bancos, mesas, palcos, floreiras, lixeiras, paraciclos, entre outros elementos de conforto e lazer. " (SOUL URBANISMO, 2015)

A ideia do projeto surgiu em 2005, na cidade de São Francisco, nos Estados Unidos, e atualmente tem se espalhado pelo mundo. No Brasil as iniciativas aconteceram inicialmente em São Paulo, no ano de 2012, em que a prefeitura da cidade aprovou a implementação e disponibilizou uma lei para o projeto. Após isso, somente em 2013 que diversos projetos passaram a serem implantados na cidade. Segundo o site da PREFEITURA DE SÃO PAULO[35] ,"Pouco mais de dois anos após a regulamentação, a cidade já conta com "126 parklets implantados – 94 privados e 32

[34] SOUL URBANISMO. Disponível em: >http://soulurbanismo.com.br/o-que-e-parklet-2< (Acesso em: 05/01/2017)

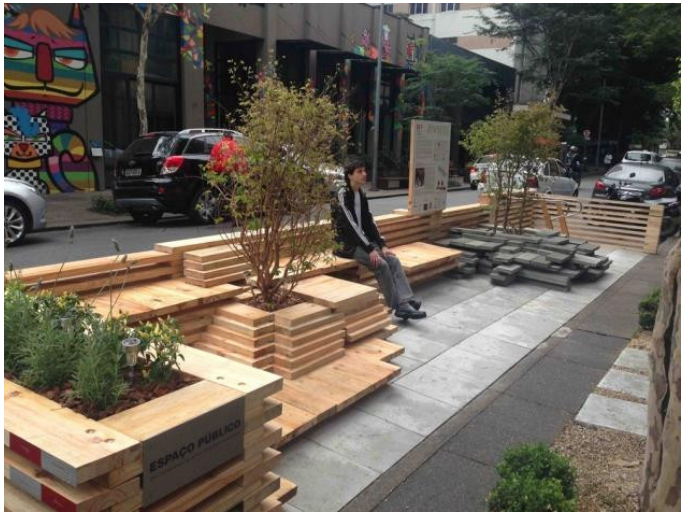
[35] PREFEITURA DE SÃO PAULO. Disponível em: >http://gestaourbana.prefeitura.sp.gov.br/rede-de-espacos-puplicos/parklets/< (Acesso em: 05/01/2017)

sendo públicos".

Conforme a lei que compõem este projeto, os parklets são colocados por somente três anos, podendo ser retirados dos espaços após esse período. Além disso, os parklets são construídos de modo a oferecerem aos usuários projetos confortáveis e diferenciados na cidade.

Além de promoverem o convívio social, os parklets nas cidades são capazes de influenciarem consequentemente em uma valorização do comércio local. Pois, são ambientes convidativos que atraem a atenção dos indivíduos. Sendo, portanto, iniciativas viáveis nas cidades.

FIG. 52: Parklet na Rua Amauri, Itaim, Bibi, SP




Fonte: http://www.plarquitetura.com.br/blog/wp-content/uploads/2014/11/fonte-huma.net_.jpg

FIG. 53: Socialização em Parklets



Fonte: http://thecityfixbrasil.com/files/2014/09/DSC_6424.jpg

Contudo, apesar de já serem bastante comuns em algumas cidades brasileiras, principalmente em São Paulo, em Uberlândia ainda não existe uma lei que regulamenta a implementação da proposta. Porém, já existem projetos sendo analisados pela prefeitura da cidade para que estas iniciativas comecem a ocupar os espaços públicos.

Neste sentido, considerando o conceito do trabalho e a proposta de interação da sociedade com os espaços físicos, bem como uma carência de iniciativas que tenham como referência o conceito estipulado pelos parklets, o projeto da *Livraria e Café* busca a implementação de um *espaço de convívio* para as pessoas. Espaço este, que tem como referência os conceitos estabelecidos pelos parklets e o objetivo de criar uma relação mais próxima da praça com o comércio local, valorizando-o e incentivando em iniciativas de convívio. Como poderá ser visto pelo projeto que tem como proposta a implementação deste espaço na *Praça do Rosário*.

FIG. 54: Parklets situados em frente ao comércio




Fonte: http://soulurbanismo.com.br/o-que-e-parklet-2/

## 8.5 Programa de necessidades para o espaço

Assim como em todos os tipos de planejamento do espaço físico, é necessário a criação de um programa de necessidades. Este programa busca auxiliar na criação do projeto a partir de questões necessárias estabelecidas por Normas e Leis, tais como ANVISA e ABNT, que regulamentam o funcionamento correto do espaço. Além disso, o programa de necessidades busca estabelecer questões complementares de acordo com o objetivo geral e específico do projeto.

Desse modo, para o contexto das livrarias, de acordo com o guia "Como montar uma livraria" disponibilizado pelo SEBRAE[36] , não existem normas específicas para este tipo de comércio. Porém, existem normas que são aplicáveis, que buscam estabelecer questões relacionadas à qualidade do serviço, proteção contra incêndios, instalações elétricas, iluminação para os ambientes de trabalho, etc.

Já o comércio de cafés, existem diversas normas que regulamentam o bom funcionamento do espaço, por serem ambientes que manipulam alimentos. Neste contexto, destacam-se as normas da ANVISA, como a RDC nº216, que estabelece questões ligadas às boas práticas para os serviços de alimentação.

Logo, considerando este contexto e a criação de um ambiente para cafés no espaço da livraria, tem-se a necessidade do cumprimento destas normas. Para isso, foi desenvolvida uma pequena tabela que estabelece todos os espaços de acordo com as normas e com objetivos buscados pelo projeto. Como pode ser visto na página adiante:

[36] SEBRAE. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/comomontar-umalivraria,33987a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD> (Acesso em: 10/01/2017)

Tabela 3: Programa de Necessidades

| Elementos | Características |
|---|---|
| Caixas de atendimento | • Balcão para 2 ou mais atendentes; |
| Espaços para leitura | • Poltronas e mesas confortáveis; Iluminação direcionada para o espaço; |
| Revisteiro | • Estante de suporte com iluminação direcionada ao espaço; |
| Vitrine de exposição | • Estante de suporte e iluminação direcionada aos livros; |
| Espaço Infantil | • Estantes para livros, gibis e revistas;<br>• Mobiliário interativo para leitura;<br>• Iluminação direcionada aos livros e uso de cores no espaço;<br>• Mesas, cadeiras, puffs e brinquedos interativos; |
| Setor administrativo | • Mesa para gerente do comércio;<br>• Pequeno ambiente para reunião; |
| Depósito de livros | • Estante para estocagem de livros; |
| Balcão de atendimento setor de cafés | • Vitrine de exposição dos produtos revendidos;<br>• Estufa quente para exposição dos produtos revendidos, com ilumina- |
| | ção direcionada;<br>• Estufa fria para armazenamento de produtos (bolo, torta, salgado) |
| Balcão refrigerado | • Armazenamento de bebidas; |
| Máquina de café | • Posicionada na área à seco da bancada; |
| Micro-ondas | • Embutido nos armários inferiores; |
| Espremedor de frutas | • Posicionado na área à seco da bancada; |
| Armários inferiores da bancada | • Armazenamento de produtos para o preparo do café e utensílios de cozinha; |
| Espaço para clientes | • Bancos, mesas, e cadeiras com iluminação direcionada; |
| Depósito p/cafeteria | • Armário pequeno para armazenamento; |
| Banheiros externos | • Voltado para cafeteria e/ou para funcionários; |
| Pia de higienização | • Lavagem de utensílios; |

Fonte: Própria (2016)

## 8.6. Primeiros estudos – ITCC

Durante a fase denominada como ITCC, a proposta apresentada baseou-se na criação de um espaço mais aberto e convidativo. Este espaço, buscou considerar as características que marcam o local, como o deck de madeira. Para isso , foram criadas soluções de projeto que respeitavam os limites do ambiente e os de atuação do profissional de *designer de interiores*, visto que o mesmo não deve interferir em questões estruturais do local sem a devida autorização.

FIG. 55: Proposta de fachada – ITCC



Fonte: Própria (2017)

FIG. 56: Vista externa Fachada – ITCC



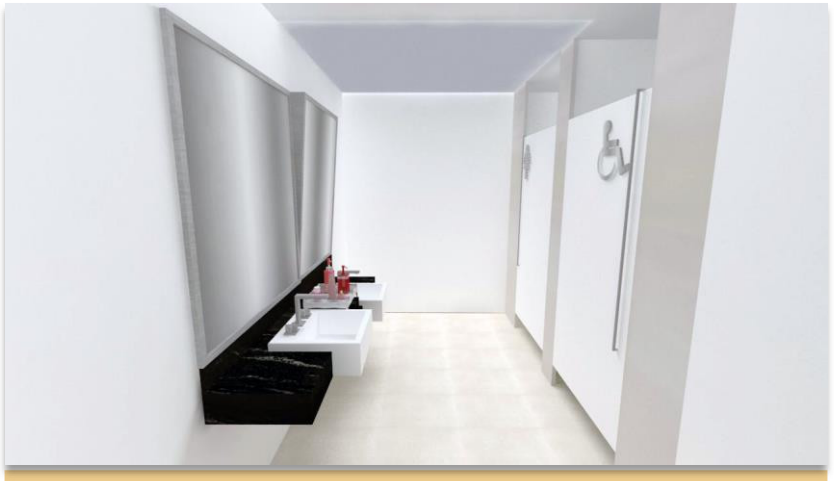
Fonte: Própria (2017)

FIG. 57: Vista interna livraria – ITCC



Fonte: Própria (2017)

FIG. 58: Banheiros – ITCC



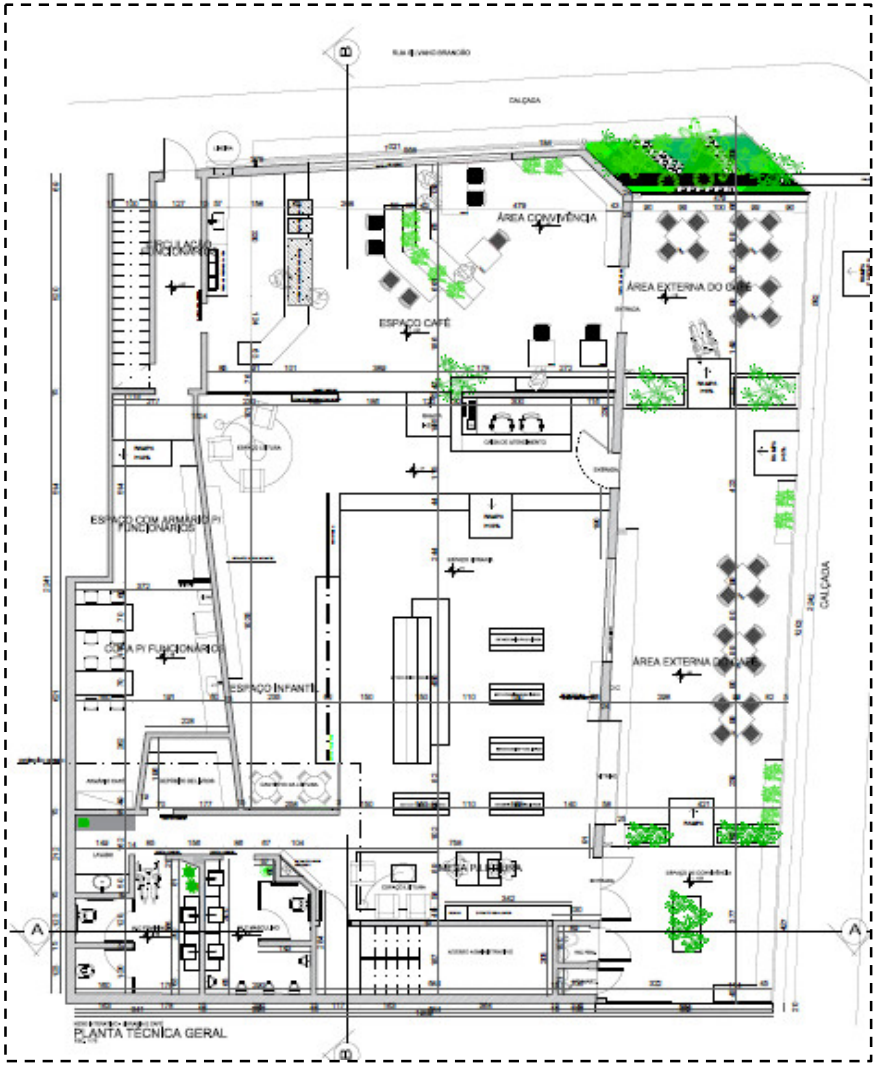
Fonte: Própria (2017)

FIG. 59: Copa para Funcionários – ITCC



Fonte: Própria (2017)

FIG. 60: Projeto técnico – ITCC




Fonte: Própria (2017)

## 8.7. Proposta de Projeto – TCC

Na proposta final de projeto, denominado como TCC, foram consideradas as questões levantadas durante a primeira fase do trabalho – ITCC. Para isso, identificou-se a necessidade de melhorias em aspectos estruturais do edifício, tendo como proposta garantir maior segurança e uma ampliação da livraria. Logo, foi realizado o fechamento do deck de madeira com uma estrutura, modificando o desenho da fachada principal de entrada.




FIG 61: Proposta de fachada – TCC

Fonte: Própria (2017).

## Espaço interno livraria




Já enquanto projeto do espaço interno, a *livraria e café* apresenta-se como um local integrado, tendo como proposta a delimitação do espaço por meio do mobiliário em tons neutros, o qual apresenta como material principal a madeira em lâmina natural freijó e o mdf carvalho americano, deixando o destaque para os produtos. Além disso, o espaço propõem ambientes para leitura.

FIG 62: Composição interna livraria

Fonte: Própria (2017).

Neste espaço interno da livraria, o local ainda apresenta como destaque as bancadas baixas para livros, que servem tanto para exposição, como para leitura, sendo um *mobiliário interativo* em que os usuários possuem fácil acesso aos produtos . Além disso, a vitrine de exposição cria uma composição de destaque no ambiente.

FIG. 63: Projeto livraria interna – Vista 1




Fonte: Própria (2017)

FIG. 64: Projeto livraria interna – Vista 2




Fonte: Própria (2017)

FIG. 65: Projeto Livraria Interna – Vista 3




Fonte: Própria (2017)

## Projeto espaço para cafés

Enquanto projeto da cafeteria, o espaço apresenta também o uso de tons neutros, de modo a criar uma relação com o espaço da livraria. Porém, o destaque no ambiente de cafés se dá por meio do revestimento em tijolos combinado com o mdf carvalho hanover e um painel em madeira cumaru.

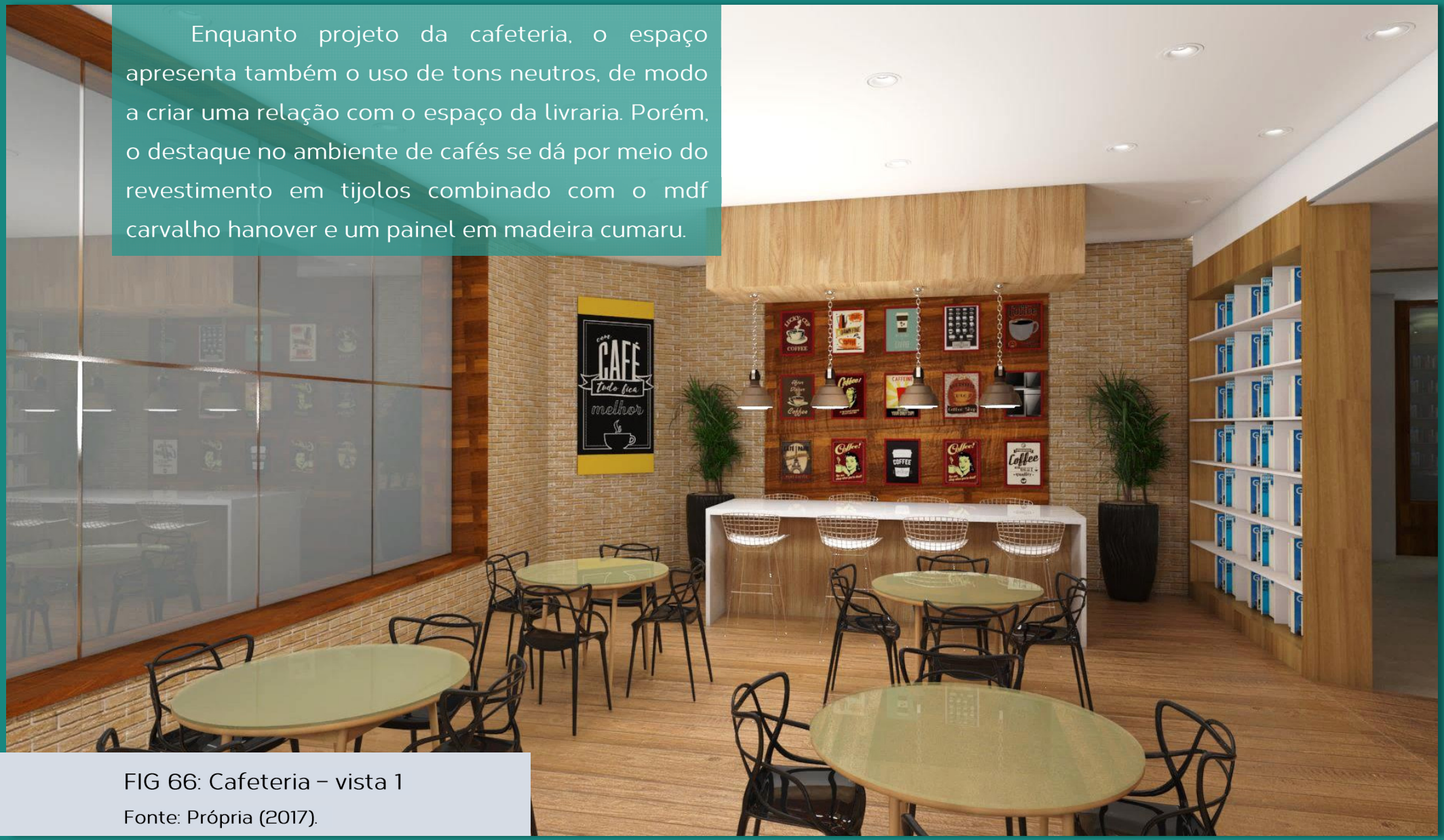



FIG 66: Cafeteria – vista 1

Fonte: Própria (2017).

Já no espaço de atendimento o destaque está para a combinação de cores entre a madeira e o revestimento em pedra silestone lagoon, que compõem tanto o balcão de atendimento como a bancada para cafés. Além disso, para compor o ambiente o projeto utiliza do mdf baltic trend que por possuir uma cor clara destaca o espaço.




FIG 67: Cafeteria – vista 2

Fonte: Própria (2017).

## Depósito de materiais de limpeza e Escritório

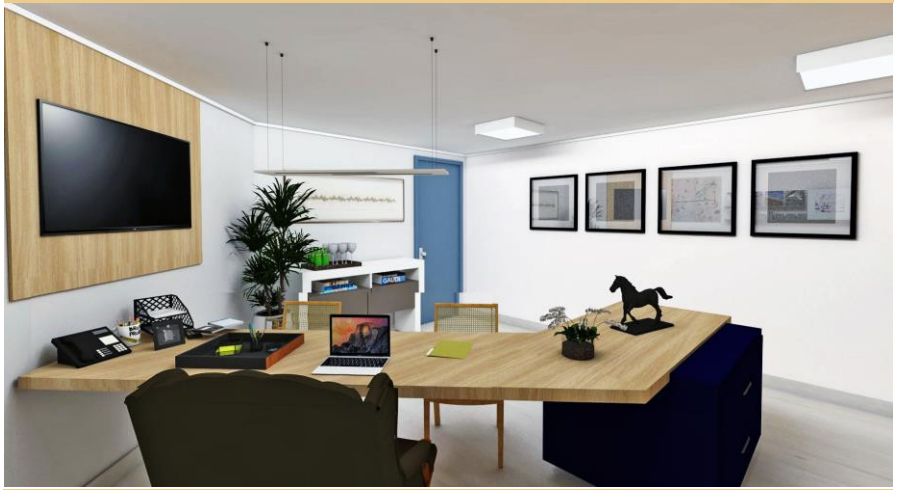
Assim como descrito, para proposta de projeto final buscou-se alterar somente questões necessárias para qualidade do projeto. Desse modo, algumas informações apresentadas em nível de ITCC não foram modificadas, sendo consideradas como adequadas para o contexto, como por exemplo o *escritório* e o *depósito de materiais de limpeza* em que foi mantido o projeto.

FIG. 68: Depósito de materiais de limpeza



Fonte: Própria (2017)

FIG. 69: Escritório 1 – TCC



Fonte: Própria (2017)

FIG. 70: Escritório 2 – TCC

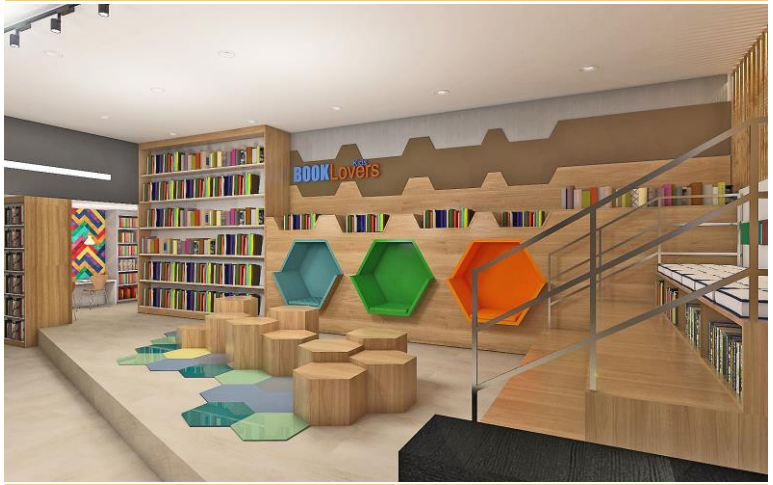


Fonte: Própria (2017)

## Espaço Infantil

O projeto do espaço infantil teve como objetivo a criação de um ambiente interativo, tanto em questões visuais como de funcionalidade. Para isso, foi criada uma estante baixa de livros com um mobiliário específico para leitura, sendo identificado por uma forma hexagonal nas cores azul, verde, e laranja, como mostra a FIG.71. Além disso, o ambiente apresenta vários espaços para leitura, tanto individual como coletiva, visto pelo mobiliário central e pelo palco infantil.

FIG. 71: Espaço Infantil – vista 1




Fonte: Própria (2017)

FIG. 72: Espaço Infantil – Vista 2



Fonte: Própria (2017)

FIG. 73: Espaço infantil – Vista 3




Fonte: Própria (2017)

## Banheiros Públicos

O projeto dos banheiros públicos foram pensados principalmente a partir de questões de acessibilidade no espaço. Para isso, foram modificadas algumas questões estruturais que podem ser vistas em planta baixa, como foi proposto uma bancada em mármore crema marfil que é acessível também para cadeirantes. Além disso, o espaço levou em consideração aspectos estéticos, utilizando de revestimentos naturais e cores.

FIG. 74 – Banheiro público feminino



Fonte: Própria (2017)

FIG. 75 – Banheiro Público masculino



Fonte: Própria (2017)

FIG. 76 – Banheiro Público - Sanitários





Fonte: Própria (2017)

## Banheiros e lavabo

O projeto do *banheiro dos funcionários* utiliza de revestimentos naturais de parede em contraste com o uso de um mdf amadeirado carvalho malva. Já no projeto do lavabo há também o uso de revestimentos naturais, tendo como destaque a pedra rústica na parede e o uso do mármore carrara aplicado na bancada. Além disso, em ambos os projetos há o uso de cores nas paredes para destacar o espaço.

FIG. 77: Banheiro Funcionários



Fonte: Própria (2017)

FIG. 78: Lavabo



Fonte: Própria (2017)

## Copa para Funcionários

O espaço da copa de funcionários foi pensado de modo a garantir um conforto para os funcionários, mesmo considerando um local pouco frequentado. Para isso, foi criado um ambiente com características estéticas simples, mas que garantem um bom funcionamento do local. Desse modo, utilizou-se do mdf gianduia trama junto ao uso do revestimento de parede liverpool.

FIG. 79– Copa para funcionários – Vista 1



Fonte: (2017)

FIG.80: Copa para funcionários – vista 2

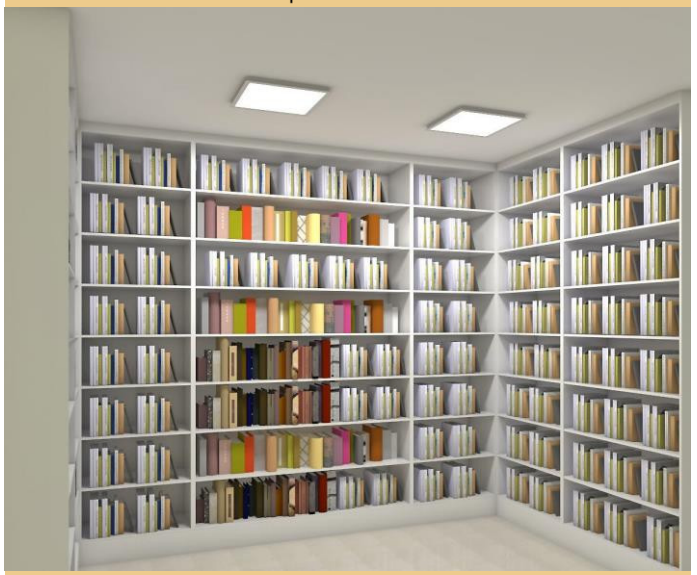


Fonte: Própria (2017)

## Depósito de Livros e Depósito Administrativo

O projeto do *depósito de livros* e do *depósito administrativo* buscou considerar questões relacionadas a flexibilidade do funcionário que utiliza desde espaço. Desse modo, foram criadas soluções simples de projeto, mas que garantiam um bom funcionamento do local. Além disso, por se tratarem de locais de pouco uso, utilizou-se de materiais mais tradicionais.

FIG.81: Depósito de Livros



Fonte: Própria (2017)

FIG. 82 – Depósito administrativo



Fonte: Própria (2017)

## Planta de projeto – layout

Como projeto de layout o espaço apresenta 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. Além disso, o projeto de layout apresenta o uso de medidas conforme padrões estabelecidos para *projetos de interiores*, como pode ser melhor visto pelas pranchas impressas e pela imagem a seguir:

FIG. 83: Projeto de layout




Fonte: Própria (2017)

## 8.8. Memorial Descritivo

O projeto da *Livraria e Café Nexo Interativo* está dividido em dois espaços principais. O primeiro, se destina ao espaço da livraria, que é marcado por longas estantes de livros verticais. Já o segundo espaço, destina-se a um ambiente para cafés apresentando-se como um local aconchegante e agradável.

Como conceito, o projeto baseia-se na *interação entre os espaços* de modo a criar uma conexão entre os mesmos e torná-los atrativos tanto para leitura quanto para bate-papo entre amigos. Desse modo, apresenta características modernas e rústicas compostas pelo mobiliário e pelos materiais, tendo como destaque principal o uso da madeira em todo ambiente.

Já em relação ao fluxo, o espaço está delimitado principalmente pelo mobiliário, que devido suas características estéticas e funcionais, tende criar uma relação mais próxima do usuário com o produto, como é proposto pelas bancadas de livros. Além disso, o projeto da *livraria e café* tem como objetivo principal somente a venda de livros, visando resgatar práticas de leitura na sociedade. Para isso, inclui a venda desde livros didáticos até livros religiosos, apresentando setores específicos para os produtos. Ainda, como projeto de layout considera-se um espaço acessível que atende tanto necessidades de clientes como de funcionários, respeitando normas específicas e garantindo um bom funcionamento do local.

### Iluminação

A iluminação do espaço é predominantemente *natural* com o uso de *iluminação artificial* para destaque dos produtos e materiais. Tal fator, acontece devido ao uso de janelas de vidro nas laterais do edifício, que permitem uma maior incidência de luz natural.

Em relação a esta iluminação artificial, a mesma acontece por meio de spots embutidos e trilhos centralizados no ambiente. Além disso, apresenta o uso de uma iluminação de destaque focal, acontecendo pelo uso de fitas de LED.

## Ventilação

No projeto original uma das questões identificadas foi a carência de aberturas que promovem maior conforto ao ambiente. Desse modo, durante o desenvolvimento do trabalho uma das questões pensadas foi a abertura de locais que não prejudicariam a estrutura, mas que garantissem um maior conforto térmico ao local.

Diante destas questões, foi feito um *rasgo* na parede lateral do ambiente da cafeteria, sendo vedado com janelas de vidro pivotantes na vertical com vidro fixo, de modo a garantir uma boa ventilação, tanto no espaço da cafeteria como da livraria. No entanto, vale ressaltar que nos ambientes como banheiros, copas e depósitos não há aberturas visto a limitações do edifício.

## Acústica

Em relação a questões acústicas, o projeto foi pensado a partir do uso de materiais que inibem ruídos externos e garantem maior conforto acústico ao local. Desse modo, utilizou-se da *madeira* como principal material acústico, tendo características tanto visuais como funcionais. Além disso, utilizou-se também do vidro como material que auxilia nestas questões.

## Cores

O espaço é marcado por uma composição cromática referente aos tons neutros, tanto no mobiliário como nos revestimentos de parede, dando destaque aos produtos. Tal fator acontece devido ao uso da madeira no espaço e do revestimento em tijolos, que transmitem sensações de aconchego ao local. Desse modo, como pode ser visto também pelas imagens do projeto o espaço baseia-se na seguinte paleta de cores:



## Mobiliário

O projeto utiliza de um mobiliário moderno, tendo como conceito transmitir conforto e leveza ao espaço. Desse modo, foram utilizadas peças de *designers* que são referências no mercado de móveis. como por exemplo a *Cadeira Allegra* (FIG. 85) e a *Banqueta Bertoia*, ambas utilizadas na cafeteria. Já na livraria, utilizou-se da *Poltrona Pohnpei* como peça de destaque e como mobiliário complementar a cadeira formiga utilizada no espaço infantil e na copa para funcionários.

FIG. 84: Poltrona Pohnpei – Designer Fabrício Roncca



Fonte: https://3dwarehouse.sketchup.com/warehouse/getpubliccontent?contentId=613692f2-10f2-4026-af01-2c64bbb0d04e

FIG. 85. Cadeira Allegra – Designer Philippe Starck



Fonte: http://www.novoambiente.com/cadeira-masters-kartell-philippe-starck/p

FIG. 86: Banqueta Bertoia – Designer Harry Bertoia



Fonte: http://www.emporioconceito.com.br/banqueta-bertoia-cromada-2563rl.html

## Identidade Visual

A criação da identidade visual da *livraria e café* foi pensada a partir da relação do comércio e das características principais que o mesmo engloba. Desse modo, destacou-se cinco palavras chaves, sendo estas: *espaço*, *convívio*, *cultura*, *experiências*, *conhecimento* e *venda*. A partir de então, criou-se a forma de um hexágono que foi sendo explorada durante o trabalho.

Em relação ao nome do local, estipulado como *Nexo Interativo*, o mesmo foi pensado a partir do conceito de interação desenvolvido pelo trabalho. Desse modo, em conceitos gerais a palavra Nexo, de acordo com o site DICIO[37] significa "Ligação entre uma e/ou várias coisas – união", já interativo pois faz referência a palavra interação.

FIG. 87: Identidade visual - logotipo




## LOGO FINAL




Fonte: Própria (2017)

[37] DICIO. Disponível em: >https://www.dicio.com.br/nexo/<(Acesso em 12/01/2017)

## 8.9. Conclusão

Como conclusão do trabalho, considera-se o desenvolvimento de um *projeto de design de interiores* para um ambiente de uma *Livraria* e *Café*, que segue com normas e regulamentos específicos de estabelecimentos comerciais. Portanto, considera-se que o espaço atende desde questões estéticas relacionadas ao local, bem com fatores ligados à acessibilidade, ergonomia, flexibilidade, etc. Neste contexto, o trabalho apresenta-se como uma iniciativa viável a ser implementada na cidade, visto a carência destes tipos de estabelecimentos comerciais.

Diante destas considerações, concluísse que para o desenvolvimento de um bom projeto de interiores é necessário estar ciente de todas as questões que envolvem a construção de um espaço, desde o cumprimento de normas e regulamentações específicas até mesmo fatores complementares relacionados aos usuários do espaço, ou seja, a forma como os mesmos se comportam no ambiente, entendendo sua dinâmica de fluxo e as características deste público. Além disso, é necessário também uma escolha detalhada de materiais que visem compor um espaço convidativo aos usuários, mas que principalmente leve em consideração questões funcionais.

Acredita-se que com a implementação da proposta de projeto será possível fortalecer não só o hábito cultural da leitura na cidade bem como promover práticas de convívio social entre os indivíduos, contribuindo com o seu desenvolvimento intelectual e incentivando em aspectos educativos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

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 9050. Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos. Rio de Janeiro: ABNT, 2015.

ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução RDC - Nº 216, de 15 de setembro de 2004. Dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Prática para Serviços de Alimentação.

ARCHDAILY, 2015. Disponível em: <http://www.archdaily.com/770943/9-three-fourths-bookstore-plus-cafeplasma-nodo>. Acesso em: 18 de outubro de 2016.

AZEVEDO, WILTON. O que é design. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.

BRAIDA, Frederico. Passagens em rede: a dinâmica das galerias comerciais e dos calçadões nos centros de juiz de fora e de Buenos Aires. Juiz de fora: Funalfa: Ed. UFJF, 2011.

CERVO, A. et al. Metodologia Científica. 6 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

COUTINHO, Isabel. Livraria Bertrand do chiado é a mais antiga do mundo, 2011. Disponível em: <https://www.publico.pt/2011/04/21/culturaipsilon/noticia/livraria-bertrand-do-chiado-e-a-mais-antiga-do-mundo-1490867>. Acesso em: 28 de novembro de 2016.

CORREIO DE UBERLÂNDIA. Disponível em: <http://www.correiodeuberlandia.com.br/cidade-eregiao/funcionario-virapatrao-e-incrementa-negocio/> Acesso em 28 de outubro de 2016.

CDL UBERLÂNDIA. Disponível em: <http://imprensa.cdludi.org.br/2014/05/26/diretores-da-cdl-uberlandia-conhecemprojeto-de-expansao-da-livraria-pro-seculo/>. Acesso em 28 de outubro de 2016.

DICIONÁRIO INFORMAL. Fonte: <http://www.dicionarioinformal.com.br/sebo/> Acesso em 28 de novembro de 2016

DICIO. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/nexo/>. Acesso em 12 de janeiro de 2017.

ESTADÃO CULTURA. Disponível em: <http://cultura.estadao.com.br/noticias/literatura,e-uma-vergonha-o-indice-de-1-7-livro-por-ano--diz-ministro-da-cultura,1716686>. Acesso em 25 de novembro de 2016

GARREFA, Fernando. Shoppings Centers: de centro de abastecimento a produto de consumo. 2007. 301 f. Tese (Doutorado em Planejamento Urbano e Regional). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

GURGEL, Miriam. Projetando espaços: Design de Interiores. 1 ed. São Paulo: Editora Senac, 2007.

GURGEL, Miriam. Projetando espaços: Guia de Arquitetura de Interiores para Áreas Comerciais. 2 ed. São Paulo: Editora Senac, 2008.

G1. GLOBO. Disponível em: <http://g1.globo.com/minas-gerais/triangulo-mineiro/noticia/2014/09/projeto-estimulaleitura-nas-estacoes-de-onibus-de-uberlandia.html>. Acesso em 26 de novembro de 2016.

IBGE. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=317020&search=||infogr%E1ficos:-informa%E7%F5es-completas>. Acesso em 05 de dezembro de 2016.

INSTITUTO PRÓ LIVRO. Disponível em: <http://prolivro.org.br/home/images/antigo/4715.pdf>. Acesso em 25 de novembro de 2016.

MARKET DESIGN. Disponível em: <https://www.marketdesign.com.br/o-que-e-design>. Acesso em 13 de janeiro de 2017.

MUNARI, Bruno. Das Coisas Nascem Coisas. Tradução José Manuel Vasconcelos. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

NICOLAU, Raquel, R, A (Org). Zoom: Design, Teoria e Prática. João Pessoa: Ideia, 2013.

OLIVEIRA, M, F, de. Metodologia Científica: um manual para realização de pesquisas em administração. Universidade Federal de Goiás: Campus Catalão, 2011.

PANERO, Julius. ZELNIK, M. Dimensionamento Humano para Espaços Interiores: Um Livro de Consulta e Referência para Projetos. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2002.

PREFEITURA DE UBERLÂNDIA. Cartilha de acessibilidade. Disponível em: >http://www.uberlandia.mg.gov.br/uploads/cms_b_arquivos/11567.pdf<. Acesso em 05 de janeiro de 2017.

PREFEITURA UBERLÂNDIA. Disponível em: <http://www.uberlandia.mg.gov.br/?pagina=Conteudo&id=2508>. Acesso em 05 de dezembro de 2016.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. Manual operacional para implantar um parklet em São Paulo. Disponível em: <http://gestaourbana.prefeitura.sp.gov.br/wp-content/uploads/2014/04/MANUAL_PARKLET_SP.pdf> Acesso em 15 de dezembro de 2016.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. Disponível em: > http://gestaourbana.prefeitura.sp.gov.br/rede-de-espacospublicos/parklets/<. Acesso em 05 de janeiro de 2017.

PESQUISA ITALIANA. Fonte: >http://www.pesquisaitaliana.com.br/italia-e-o-cafe/< Acesso em 28 de novembro de 2016.

SARAIVA. Disponível em: <http:// www.saraivari.com.br/conteudo_pt.asp?idioma=0&conta=28&tipo=49680<. Acesso em 16 de junho de 2017.

SOUL URBANISMO. Disponível em: >http://soulurbanismo.com.br/o-que-e-parklet-2/<. Acesso em 05 de janeiro de 2017.

SNEL. Disponível em: >http://www.snel.org.br/wp-content/uploads/2017/01/SNEL-13-2016-13T.pdf<. Acesso em 05 de janeiro de 2017.

SEBRAE. Termo de Referência para projetos de revitalização de espaços comerciais. Setembro, 2012.

SEBRAE. Como montar uma loja de café expresso. Disponível em: >file:///C:/Users/Geovana/Downloads/Como%20montar%20uma%20loja%20de%20caf%C3%A9%20expresso.pdf>. Acesso em 28 de novembro de 2016

SEBRAE. Como montar uma Cafeteria. Disponível em: >http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/artigos/como-abrir-uma-cafeteria-em-minasgerais,100_91173d9410VgnVCM1000003b74010aRCRD<. Acesso em 14 de novembro de 2016.

SEBRAE. Disponível em: >https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/comomontarumalivraria,33987a51b9105410VgnVCM1000003b7 4010aRCRD>. Acesso em 10 de janeiro de 2017.

SEBRAE. Como montar uma Livraria. Disponível em: >https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/comomontar-umalivraria,33987a51b9105410VgnVCM1000003 b74010aRCRD<. Acesso em 28 de novembro de 2016.

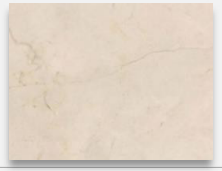
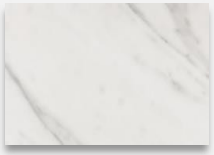
TORRES, Myrla Lopes. A relevância do estudo da teoria da comunicação e da semiótica na formação e no aperfeiçoamento do profissional de design. Revista Design em foco, vol. III, nº 2, julio – diciembre, 2006, pg. 103-115. Universidade do Estado da Bahia, Bahia, Brasil.

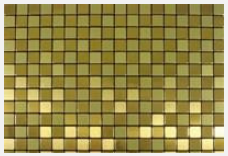
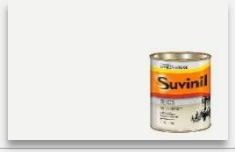
VARGAS, Heliana Comin. Comércio e cidade: Uma relação de Origem. In: WORCMAN, K.; OLIVEIRA, C, L. (Org.). Memórias do Comércio Paulista: Guia de Acervo. 1 ed. São Paulo: Sesc, 2012. cap. 2, p. 74_79

VARGAS, Heliana Comin. Espaço Terciário, o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

VARGAS, 1988. Disponível em: <http://www.labcom.fau.usp.br/wp-content/uploads/2015/08/1998-O-PAPEL-DASGALERIAS-COMERCIAIS.pdf>. Acesso em 22 de novembro de 2016.

ANEXO 1 – TABELA DE MATERIAIS

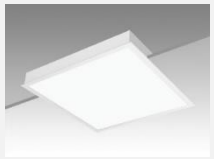
| PISOS | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| ITEM | IMAGEM | MARCA | CÓDIGO | DESCRIÇÃO | APLICAÇÃO |
| 1 |  | Portobello | 27265E | Piso porcelanato Beige Versalles Silk 60X120 POL (polido) RET. | 1.Copa Funcionários;<br>2.Depósitos administrativo;<br>3.Depósito de livros e materiais;<br>4. Escritório |
| 2 |  | Portobello | ER90602 | Piso porcelanato esmaltado borda essencial mármore crema natural 90x90. | 1.Banheiros públicos; |
| 3 |  | Portobello | – | Piso Porcelanato Retificado Mármore Carrara Polido Bianco 90x90 cm | 1.Lavabo; |
| 4 |  | Portobello | 25169E | Piso porcelanato amadeirado taiga natural 20x120 NAT (natural) RET | 1. Espaço Livraria |
| 5 |  | Biancogres | 509331 | Piso porcelanato HD Retificado Deck Legno Maso 63x63 cm | 1.Cafeteria |
| 6 |  | - | – | Piso em madeira cumaru | 1. Espaço de convivência; |

| REVESTIMENTOS DE PAREDE | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| ITEM | IMAGEM | MARCA | CÓDIGO | DESCRIÇÃO | APLICAÇÃO |
| 1 |  | Portobello | 26011E | Revestimento de parede liverpool argento brilho bold 07x24 cm | 1.Copa para funcionários; |
| 2 |  | Incefra | - | Revestimento de Pedras canjiquinha rústico bege; | 1.Lavabo; |
| 3 |  | Portobello | 22516ET | Pastilhas Star Mix Gold 1,5x1,5 TEL 30x30 Brilho Bold | 1.Banheiros Públicos; |
| 4 |  | Colormix | - | Pastilhas em Vidro motion passion verde agua | 1.Banheiro de Funcionários; |
| 5 |  | Suvinil | 113845 | Tinta Branco Neve fosco completo | 1.Todos os ambientes |
| 6 |  | Suvinil | 11103082005 | Tinta acrílica fosca premium Suvinil Areia; | 1. Espaço de convivência; |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 7 |  | Suvinil | - | Tinta acrílica fosca premium Suvinil azul petróleo. | 1.Lavabo;<br>2. Banheiro Funcionários; |
| 8 |  | Suvinil | - | Tinta acrílica acetinada premium cor verde parreira; | 1.Copa funcionários; |
| 9 |  | Suvinil | - | Tinta acrílica fosca premium verde exército. | 1.Banheiros Públicos; |
| 10 |  | Duratex | - | Mdf carvalho hanover; | 1.Cafeteria; |
| 11 |  | Palimanan | - | Revestimento de tijolo Provence cassis | 1. Cafeteria |
| 12 |  | - | - | Mármore crema marfil; | 1. Banheiros; |

| LOUÇAS | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| ITEM | IMAGEM | MARCA | CÓDIGO | DESCRIÇÃO | APLICAÇÃO |
| 1 |  | Deca | P.210.17+CD.2 1F.17 | Bacia com caixa acoplada piano P.330.17. | 1.Banheiros Públicos; 2.Banheiros Sanitários; |
| 2 |  | Deca | l.55.93 | Cuba de apoio redonda l.55.93. | 1.Lavabo; |
| 3 |  | Deca | M.714.17 | Mictório com Sifão integrado para válvula embutida M.714. 17; | 1.Banheiros Públicos; 2.Lavabo; |
| 4 |  | Deca | 22692 | Cuba de semiencaixe retangular com mesa L.843.17; | 1.Banheiros públicos e lavabo; |
| 5 |  | Deca | TQ.02.17 | Tanque de 30 litros Branco Gelo; | 1.Depósito de materiais de limpeza; |

| LUMINÁRIAS | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| ITEM | IMAGEM | MARCA | CÓDIGO | DESCRIÇÃO | APLICAÇÃO |
| 1 |  | Lumini | - | Luminária pendente Gamela | 1.Caixa de atendimento; |
| 2 |  | Lumini | - | Luminária pendente glas | 1.Caixa de atendimento; |
| 3 |  | Lumini | - | Luminária led Washer. | 1.Banheiros públicos; 1.Livraria; |
| 4 |  | Lumini | - | Luminária arandela brick | 1.Banheiros e Copa; |
| 5 |  | Lumini | - | Luminária pendente theo | 1.Balcão Cafeteria; |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 6 |  | Lumini | ._8910.1A8.81X | Luminária tipo spot com foco orientável para fixação em trilhos – gêmini | 1.Livraria; |
| 7 |  | Itaim | - | Luminária Pendente Float | 1.Escritório; |
| 8 |  | Itaim | 8919.1A1.71P | Luminária tipo spot para jardim – Creta | 1.Jardim; |
| 9 |  | Itaim | 2105 | Luminária paflon de embutir em forro de gesso ou modulado. | 1.Todos os ambientes; |
| 10 |  | Lumini | - | Luminária spot de embutir downled wide | 1.Ambientes Livraria e Cafeteria; |

Fonte: Própria (2017)