UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO E DESIGN

Do Expresso à Arte:

Projeto de Interiores de uma Cafeteria Multifuncional

ANA CLARA PEREIRA GRANERO

UBERLÂNDIA
2024

Agradecimentos

A Ana Clara de 17 anos não sabia da grandeza de seus sonhos. Eu que me sentia tão pequena a ponto de ser submersa pelos medos que criava, talvez por falta de conhecimento ou forças para lutar contra a ansiedade sozinha. De tão pequena, não procurava sonhar grande. Por sorte, tive o privilégio de ter uma família paciente e preocupada o bastante para segurarem em minha mão e trilharem esse caminho junto comigo. Não fomos sozinhos, claro, tive e tenho ajuda de profissionais e pessoas espetaculares que tornam essa caminhada cada vez mais leve.

Foi somente com esse suporte que pude me fortalecer para ir em busca de conhecimento pessoal e profissional.

A minha família, pais, irmã, avós, tios e primos que sempre me encorajaram e acreditaram no meu potencial.

A meu noivo que se manteve ao meu lado durante toda a graduação me apoiando e incentivando.

A minha psicóloga por auxiliar em meu autoconhecimento e ser alicerce para que eu consiga alcançar meus sonhos.

A minhas amigas Aline, Valentine, Julia, Ludimila, Sofia, Thamires, Isabelle e Carol pela parceria e companheirismo durante todo o período que estive em Uberlândia.

A meu orientador Juscelino Humberto Cunha Machado Junior pela paciência e dedicação com que cumpre sua missão como educador.

A professora Cristiane Alcântara por sua entrega em cada aula e por confiar em minhas capacidades.

A Andreia Bernardes por ter aceitado o convite para participar da banca deste trabalho.

Gratidão!

Resumo

Segundo a Embrapa (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária), o café é a segunda bebida mais consumida no Brasil, ficando atrás somente da água. A partir desses dados e de uma análise aprofundada sobre o plantio do fruto em terras nacionais é possível concluir que o café está intrínseco à cultura brasileira.

Diante disso, o projeto explora a oportunidade de unir um local que contempla uma atividade costumeira dos brasileiros, a cafeteria, com cursos de artesanato, workshops, rodas de conversa, exposições artísticas, apresentações musicais e demais atividades que fomentem a cultura, valorize artistas locais e descomplique o acesso ao saber.

Ademais, o espaço foi projetado a partir de estratégias projetuais contemporâneas do design como o emprego de espaços multifuncionais, o design sensorial e o design biofílico a fim de aproximar o público, despertar interesse, e propiciar um ambiente confortável, aconchegante e funcional.

Palavras-chave: Cafeteria, Espaço multifuncional, Design sensorial, Design biofilico, Arte.

Abstract

According to Embrapa (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária), coffee is the second most consumed beverage in Brazil, second only to water. Based on these data and a thorough analysis of coffee cultivation in national lands, it is possible to conclude that coffee is intrinsic to Brazilian culture.

In light of this, the project explores the opportunity to unite a space that encompasses a customary activity of Brazilians, the coffee shop, with handicraft courses, workshops, discussions, art exhibitions, musical performances, and other activities that promote culture, value local artists, and simplify access to knowledge.

Furthermore, the space has been designed using contemporary design strategies such as the integration of multifunctional spaces, sensory design, and biophilic design to engage the public, generate interest, and provide a comfortable, cozy, and functional environment.

Keywords: Coffee shop, Multifunctional space, Sensory design, Biophilic design, Art.

Sumário

1. Introdução 7
1.1. Objetivo geral 8
1.2. Objetivos específicos 8
1.3. Justificativa 9
2. Metodologia 10
3. Contextualização 12
3.1. Uma breve história do café no Brasil 13
3.2. Estratégias projetuais contemporâneas 15
3.2.1. Espaços multifuncionais 15
3.2.2. Design sensorial 16
3.2.3. Design biofílico 21
3.3. Arte e cultura 23
4. Análise de similares 25
4.1. Botanique 26
4.2. Ginkgo 29
4.3. Colchetes Café 33
5. A Casa Albaria 36
5.1. Público-alvo 27
5.2. O uso da ferramenta How might we na geração de ideias 41
5.3. Moodboard 48
5.4. Identidade visual e naming 50
5.5. Concept design 57
5.6. Programa de necessidades 58
5.7. Local escolhido 60
5.8. Desenvolvimento do projeto de interiores 61
5.8.1. Planta baixa 61
5.8.2. Memorial justificativo e renders 63
6. Considerações finais 99
7. Referências 100

1 Introdução

1. Introdução

A partir do interesse da autora em estabelecer uma empresa, analisou-se potenciais áreas de atuação a serem exploradas em sua cidade natal. Durante esse processo, foi observada uma lacuna significativa: a falta de estabelecimentos que não apenas promovessem a cultura, mas também oferecessem instrução em técnicas manuais de arte e artesanato, áreas que coincidem com os interesses pessoais da autora.

Diante desse contexto identificado, surgiu a percepção da oportunidade de integrar um ambiente de interação social, como uma cafeteria, com um espaço multifuncional capaz de abrigar uma variedade de atividades destinadas a fomentar a cultura e a arte.

Essa sinergia entre cultura, aprendizado e interação social não só atenderia às necessidades identificadas, mas também poderia potencializar o engajamento da comunidade e estimular o desenvolvimento artístico e cultural local, uma vez que essas atividades estariam atreladas a um costume tradicional brasileiro: o ato de tomar café.

1.1 Objetivo geral

Desenvolver um projeto de interiores para uma cafeteria localizada na cidade de Franca, interior do estado de São Paulo com foco em proporcionar um ambiente aconchegante, multifuncional e pautado no design sensorial. O projeto visa a criação de um espaço confortável, convidativo e que reforce o branding da marca vigente. Além disso, será concebido um naming e uma identidade visual para a realização do trabalho.

1.2 Objetivos específicos

- Compreender brevemente o valor sentimental e histórico do café na cultura brasileira;
- Analisar os benefícios associados a espaços multifuncionais e investigar estratégias eficazes para sua implementação;
- Entender acerca do design sensorial e sua aplicação;
- Pesquisar sobre a biofilia associada ao design sensorial;
- Reconhecer oportunidades para valorização de artistas e artesãos;
- Desenvolver uma identidade visual que enalteça os valores concebidos pela marca, como também aplicá-la aos interiores.

1.3 Justificativa

Segundo o “Sumário Executivo Café- junho 2022” divulgado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento o Brasil se consolida como o maior produtor mundial de café. Essa posição é consequência de diversos fatores, mas é inquestionável quando se afirma que o fruto escreveu a história do Brasil, fazendo-se presente do período imperial até a contemporaneidade. O livro História do Café, por Ana Luiza Martins, afirma que as cafeterias se consolidaram como referências internacionais de convívio, debate e lazer.

Considerando tal cenário surge a motivação do projeto, transformar esse espaço pertencente do cotidiano brasileiro em um ambiente múltiplo, com o propósito de incentivar a valorização de artistas locais e da arte culinária, desenvolver um local de aprendizagem sobre técnicas de artesanatos e imersão cultural. Somado a isso, o impulso primordial foi consequência do desejo latente da autora da criação de uma empresa que unificasse suas paixões por café e arte em um só local, somado ao incentivo que, em seu núcleo familiar, diversos parentes tiveram seu sustento por meio de seus comércios. Dessa forma, o espaço busca homenagear a história e os ancestrais da autora de maneira a unir características espanholas, descendência de sua família paterna, com aspectos da cultura brasileira, país onde ela e sua família materna nasceram e viveram.

Todos esses aspectos em concordância com o recinto de uma cafeteria acolhedora por meio da aplicação do design sensorial, da biofilia e dos valores da marca em questão. Dessa maneira, a pesquisa tem como preceito a construção de um interior que vá além do espaço físico, cumprindo um papel cultural de disseminação de ensinamentos, informações e manifestação de emoções.

2 Metodologia

Metodologia

A metodologia aplicada no desenvolvimento desse projeto será o Double Diamond, elaborada pelo Design Council (Concelho de Design do Reino Unido) no ano de 2005. A abordagem busca mapear o processo de forma mais ampla, gerando maior número de possíveis soluções e, consequentemente, uma conclusão mais assertiva.

O método é dividido em quatro principais etapas: descobrir, definir, desenvolver e entregar, sendo que estas se divergem e convergem ao longo do processo. Possui maior geração de insights nas fases em que o avanço é divergente, enquanto nas convergentes são períodos de tomadas de decisões.

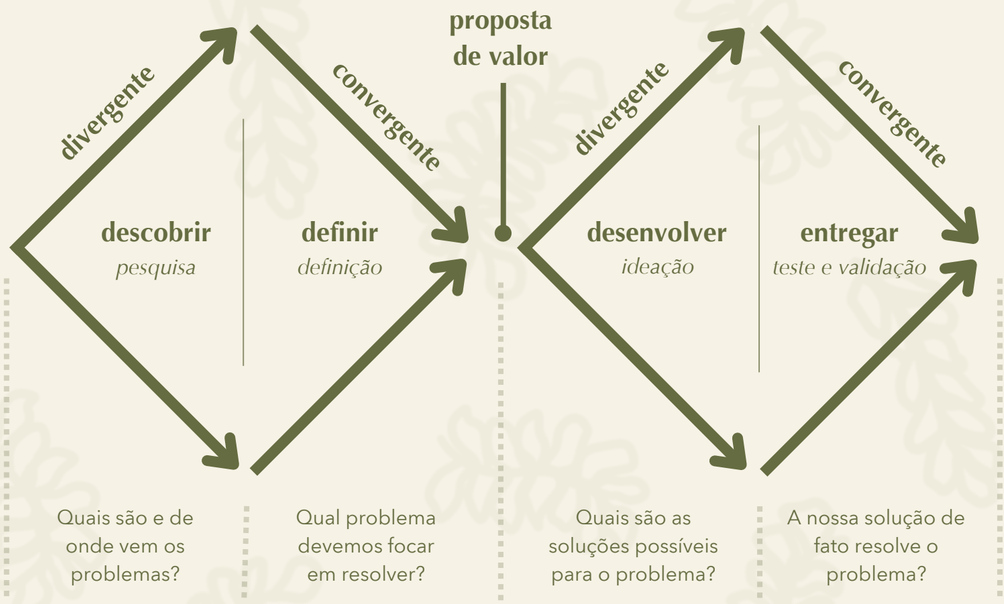


Figura 1 - Metodologia Double Diamond
Fonte: Autora -2024

Descobrir:

Objetivos:

- Pesquisar acerca do caráter emocional das cafeterias brasileiras;
- Compreender as necessidades desse espaço;
- Identificar estratégias para espaços multifuncionais;
- Entender sobre a aplicação do design sensorial e biofilia.

Ferramentas:

- Pesquisa exploratória;
- Leitura de artigos, livros, revistas e sites;
- Análise de similares.

Definir:

Objetivos:

- Público-alvo;
- Programa de necessidades;
- Identidade visual;
- Conceito projetual.

Ferramentas:

- Como podemos;
- Moodboard;
- Questionário.?

Desenvolver:

Objetivos:

- Criação de soluções para o projeto;
- Desenvolvimento do design de interiores.

Ferramentas:

- Estudos de layout;
- Modelagem 3D.

Entregar:

Objetivos:

- Proposta finalizada;
- Manual da identidade visual;
- Desenhos técnicos.?

Ferramentas:

- Imagens do projeto;
- Detalhamento;
- Apresentação.

3 Contextualização

3.1 Uma breve história do café no Brasil

Em conformidade com Nagay (1999) o café iniciou sua participação na história brasileira em 1727, quando as primeiras mudas foram trazidas da Guiana Francesa até o Pará. Entretanto, o fruto não se consolidou devido as condições naturais da região Amazônica não serem propícias para seu desenvolvimento. Em 1760, o café foi inserido no Rio de Janeiro, alcançando êxito em seu cultivo. Esse sucesso resultou na ascensão da cidade como a principal produtora de café no país, posição que manteve até 1860. O ano de 1880 foi marcado pelo declínio do plantio no Vale do Paraíba devido ao processo abolicionista, crise de superprodução e à política deflacionista.

Ainda em concordância com Nagay (1999), a lavoura migrou para o Oeste Paulista, nesse período foi utilizado a mão de obra estrangeira devido a abolição da escravatura e o aumento da chegada de imigrantes no país. Esse processo favoreceu a implantação de ferrovias, as quais representaram um importante facilitador no transporte da produção. Com a posse de grandes fazendas, os cafeicultores se estabeleceram como parte da elite brasileira. Em 1898 decorreu a primeira grande crise cafeeira, nessa perspectiva o Estado intervém em 1906 com a “política de valorização” que se trata da tentativa de controle do preço da saca a partir da compra da produção, supervisão do volume exportado e realização de empréstimos. Após esse período, sucede-se diversas crises, superproduções e geadas, em 1973 o núcleo cafeicultor se desloca de São Paulo e Paraná para o Cerrado Mineiro que se tornou apto ao plantio em virtude da evolução tecnológica na agricultura. Diante deste panorama, pode-se compreender a relevância deste fruto para a história do Brasil.

Além de perdurar no território durante o Império, República, até a conjuntura atual, a produção do café, segundo O Ministério da Agricultura e Pecuária, é responsável pela geração de mais de 8 milhões de empregos no país. A autora Martins (2012) afirma que as casas de cafés são um ponto de encontro e local de convívio social que cumpre relevante função celebrativa. Além disso, a Embrapa (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária) atesta que o café é a segunda bebida mais consumida no Brasil, ficando atrás somente da água. Tendo em vista esse cenário, pode-se concluir que o café e seu consumo faz parte da cultura brasileira, de sua história e do cotidiano de seus habitantes.

O espaço designado de uma cafeteria busca homenagear toda a trajetória desse fruto, ao passo que considera seu caráter afetivo. (continuação)

3.2 Estratégias projetuais contemporâneas

3.2.1 Espaços multifuncionais

Segundo Machado (2017), o surgimento do arranjo de espaços multifuncionais ocorreu nas cidades medievais, quando os comerciantes passaram a habitar o mesmo local de seus comércios com o propósito de evitar longas jornadas com as mercadorias. Contudo, ao decorrer desse intervalo histórico, verificou-se diversas mudanças na configuração dos espaços internos e da organização urbana. Foi proposto, ao longo do século XX, uma separação das cidades por usos e utilização de edifícios monofuncionais, entretanto, como resultado das transformações sociais, econômicas e culturais da atualidade, essa estrutura se desfez para ceder espaço aos ambientes mistos. Sendo assim, uma região que possui instalações de lojas, residências, escritórios, hospitais, entre outros, encurta a distância percorrida pelos moradores, fornecendo praticidade e qualidade de vida, ao passo que favorece os comércios em função da movimentação.

Em conformidade com Machado (2017 apud CANEDO, 2013) a organização espacial dos edifícios é resultado das relações e do arranjo da sociedade, dessa maneira, esta disposição se encontra em constante transformação.

> Entender como a sociedade contemporânea funciona em relação aos edifícios, permite assimilar seu ritmo acelerado como processo, expondo a diversidade e o desenvolvimento das conexões entre espaço construído e usuários, sendo necessário considerar como usar a edificação de diferentes maneiras, assim como adaptá-las em virtude aos mais variados tipos de demanda que possam sobrevir (MACHADO, 2017 apud CANEDO, 2013).

No contexto brasileiro, Machado (2017) afirma que os empreendimentos de uso misto tiveram origens em bairros de alto padrão que buscavam reproduzir os centros urbanos onde já havia esse funcionamento consolidado. A solução encontrada para fomentar a vitalidade e movimentação das cidades foi a utilização de fachada ativa, essa se refere a fachadas com abertura a população. Diante disso, o autor conclui sobre a relevância das construções de uso misto para estimular o dinamismo e o aproveitamento do espaço vigente.

> Edifícios híbridos vêm atraindo crescente atenção tanto no debate como na prática da arquitetura e do urbanismo contemporâneos por conter a promessa de devolver à áreas em que se inserem a vitalidade típica das antigas cidades, com seus espaços públicos animados tanto durante o dia como a noite em função dos diferentes fluxos que essas estruturas atraem e também por oferecer maior liquidez aos seus promotores, protegendo-os de oscilações na demanda de um “produto” (MACHADO, 2017 apud AZEREDO,2016, p.24)

3.2.2 Design sensorial

Seguindo as declarações de Mariño (2017), a percepção do mundo externo se dá por uma observação consciente associada a registros inconscientes, denominado também como percepção subliminar. Nossos sentidos são estimulados constantemente, entretanto, a compreensão deles é filtrada pelas necessidades, interesses e valores de cada indivíduo, e sua interpretação é consequência de fatores fisiológicos, sensoriais e culturais, em outras palavras, cada indivíduo atribui um significado para seus sentidos já que ele é resultado da união de diversos fatores.

Braida e Nojima (2011) alegam ser pelo corpo que o homem vivencia o espaço e compreende seu entorno. Ademais, discorrem sobre como o design tem gerado resultados surpreendentes através das sensações despertadas pela sinestesia. Os autores expõem sobre a relevância de desenvolver os órgãos dos sentidos e a atenção necessária para compreender a mensagem que é transmitida. O processo da compreensão dos sentidos como sensações ocorre por meio de três fases principais: em um primeiro momento terá a excitação do órgão sensorial, posteriormente a transformação dessa informação em um estímulo nervoso e por fim, a chegada desse impulso no cérebro para decodificação e transformação em sensação.

Utilizando essas informações como ponto de partida, é possível analisar o papel do design como ferramenta criadora de experiências e sensações através da utilização dos cinco sentidos: visão, audição, tato, olfato e paladar. Dessa maneira, vamos discorrer sobre elementos e soluções para aplicação do design sensorial nos projetos de interiores.

Mariño (2017) argumenta sobre a notoriedade da iluminação para espaços comerciais, essa pode se apresentar de diversas maneiras a fim de destacar espaços, comunicar uma mensagem ou até mesmo reforçar os valores da marca. Para proporcionar embasamento em sua afirmação, o autor apresenta uma pesquisa executada por Schielke e Leudesdorff (2015) em que foi analisado o impacto da iluminação em pontos de venda. O estudo concluiu que a luminosidade influencia diretamente no modo em que os consumidores percebem a empresa.

A temperatura de cor da luz é um aspecto tão relevante quanto os pontos de iluminação e a potência da lâmpada quando se trata sobre a percepção do espaço. A variação de temperatura reflete a diversidade das tonalidades da luz solar, cada temperatura efetua uma sensação distinta, sendo estimulante ou relaxante.

Sendo assim, possui recomendações para melhor uso de cada temperatura, as tonalidades abaixo de 3000K são ideais para espaços que busque a calmaria e maior aconchego, como quartos, salas e áreas de lazer, enquanto as luzes neutras (3000K a 5000K) são indicadas para ambientes que necessitem de níveis moderados de atenção como cozinhas, lavanderias e escritórios, já as luzes frias (acima de 5000K) devem serem utilizadas em espaços que demandam maior atenção e alerta como indústrias e hospitais.

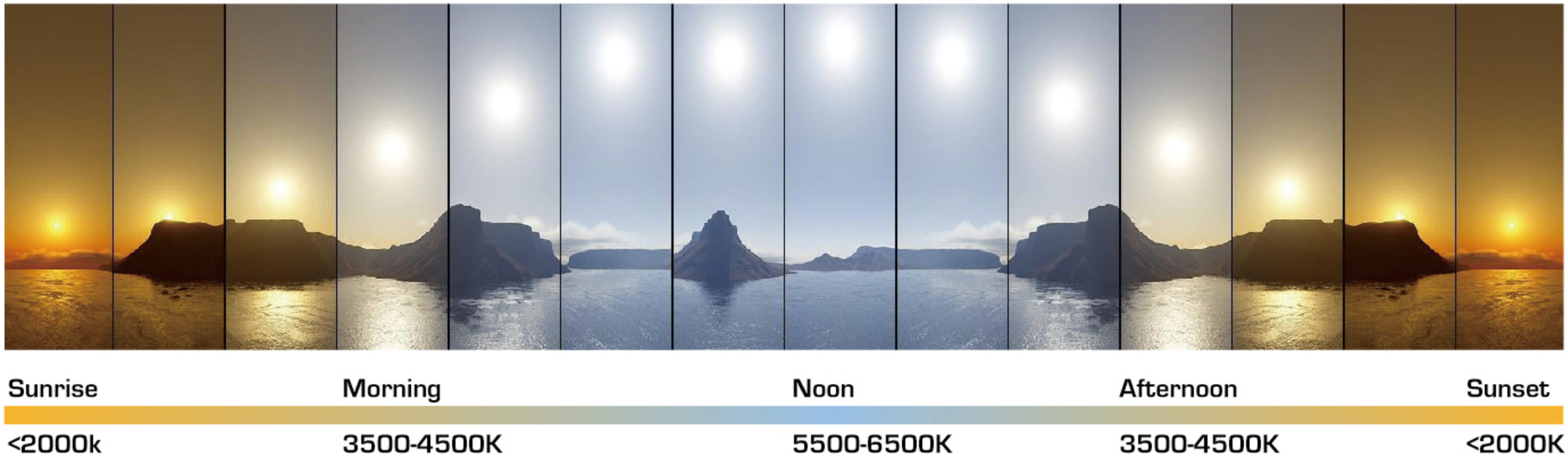


Figura 2 - Temperatura da luz
Fonte: https://www.pt.lumistrips.com/lumistrips-blog/color-temperature-explained-pt/

A visualização das cores se trata de uma interpretação produzida pelo cérebro a partir da refração da luz. As cores e suas tonalidades auxiliam no entendimento do seu entorno, Mariño (2017) menciona trabalhos em que associam as diferenças de nuances e sentimentos ao comprimento de onda da cor em questão.

O mundo que nos rodeia interage com o ser humano por meio das cores, que em diversas situações, auxiliam o homem na compreensão de seu entorno: pode-se perceber uma fruta madura ou estragada pela sua cor; a identificação de plantas, animais e objetos também é guiada em muitas ocasiões pela sua pigmentação. Mesmo a sinalização, o fluxo de veículos e transeuntes, sinais de perigo, entre outros, respalda-se no uso das cores para sua reconhecida codificação, assim a coloração pode ser entendida como informação visual dotada de significação para um grupo de indivíduos. (MARINO, 2017, p.37)

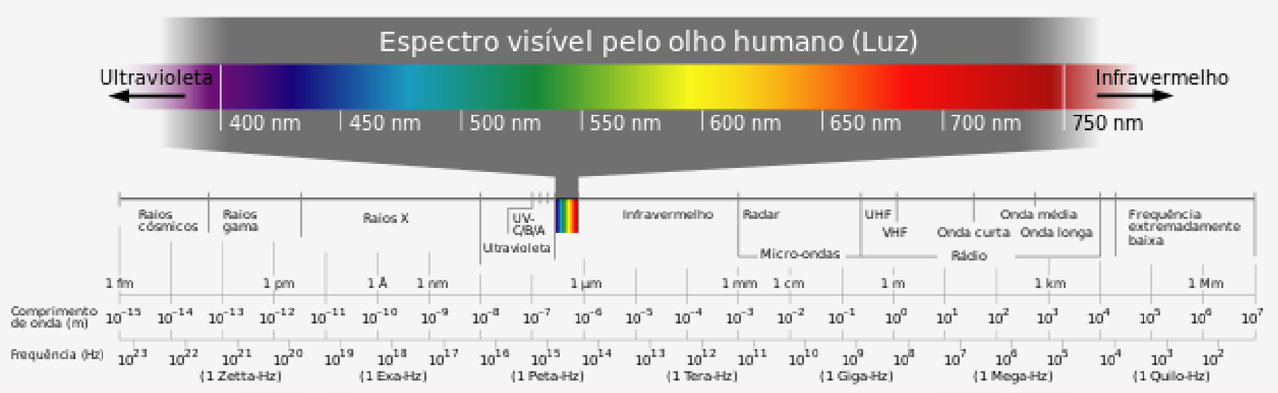


Figura 3 - Comprimento de onda das cores
Fonte: file:///D:/Documentos/TCC/Refer%C3%AAncias/marino_gag_me_bauru.pdf

O autor também pontua as texturas e materiais como elementos para a criação de um design sensorial bem-sucedido.

> As texturas podem aparecer em pinturas, paredes, pisos, tetos, materiais de revestimento, tecidos de todo tipo, entre outros. Por outro lado, também temos tramas visuais, que com ajuda de processos industriais, procuram imitar a aparência de materiais naturais ou artificiais, sem possuir as características próprias dos materiais experimentadas ao tato. Estes tipos de técnicas tenta enganar os sentidos provocando diversas reações, pois as texturas como tal, não deixam de ser um conjunto de sensações que os sentidos percebem e o cérebro interpreta. (MARINO, 2017, p.38)

É imprescindível considerar tais elementos e recursos como as cores, luz, texturas e materiais, e manejá-los com o propósito de construir um ambiente coeso com as intenções do projeto. Diante disso, o presente trabalho utilizará dessas ferramentas para a estruturação de um ambiente aconchegante, acolhedor, funcional e belo, prezando pelos valores da marca vigente.

3.2.3 Design biofílico

De acordo com uma pesquisa realizada pelo International Stress Management Association (Isma - Brasil), de 2017, o Brasil é o segundo país com a população mais estressada do mundo. Esse resultado é consequência de diversos fatores, dentre eles a rotina cansativa e o trabalho exaustivo. Além disso, o estudo National Human Activity Pattern Survey , realizado pela Berkeley Lab Energy , instituição americana que pesquisa e desenvolve tecnologias de energia e redução de impactos ambientais, afirma que passamos 90% do tempo de nossas vidas em ambientes fechados.

O termo biofilia significa “amor à vida”, esse termo foi criado pelo psicólogo e filósofo Erich Fromm, em 1964, e difundida pelo biólogo Edward Osborne Wilson, em 1984, em seu livro que apontava a relevância da conexão inata dos humanos com a natureza. Contudo, a arquiteta Bia Rafaelli Casaccia afirma que com a rápida urbanização essa ligação foi perdida. Sob a perspectiva de Lemes e Rosa (2016) apud Okamoto (2002) as cidades vêm sendo construídas a partir de uma perspectiva funcional, com a construção de edifícios frios e impessoais que desrespeitam o meio ambiente no qual estão inseridos, o crescimento desenfreado estabelece uma relação que desconsidera fatores emocionais e afetivos entre o homem e a arquitetura. Sendo assim, o design biofilico surge como uma solução que busca a criação de ambientes saudáveis por meio do uso de elementos naturais em espaços fechados. Casaccia (2022) aponta em seu artigo diversos benefícios da utilização do design biofilico, como a redução do stress, aumento da produtividade e do desempenho, tranquilidade e bem-estar, estimular a criatividade, ajudar na concentração, trazer mais beleza para o ambiente, em espaços comerciais, aponta a probabilidade de os funcionários serem mais motivados e produtivos, enquanto os clientes, com melhor humor pode gerar mais vendas.

3.2.3 Design biofílico

A autora divide o conceito em 3 pilares: experiência direta da natureza, experiência indireta da natureza e experiência de lugar e espaço. O primeiro pilar se trata do contato direto como a presença de luz, plantas, água, ar e animais, já o segundo pilar aborda a sensação da natureza que pode ser estimulada por imagens, paleta de cores ou demais estratégias, e por último, são soluções que fazem referências as características da natureza como a prospecção, refúgio, complexidade organizada, etc.

Ao analisar esse compilado de informações, podemos concluir que a sociedade está realizando o caminho inverso para a obtenção de seu bem-estar, contudo, é viável promover estratégias junto ao recurso de biofilia para tornar os ambientes internos mais confortáveis e menos estressantes. O projeto tem como diretriz definir estratégias biofílicas para a criação de um espaço que crie uma conexão com a natureza, funcionando como um organismo biológico a fim de promover saúde, bem-estar e qualidade de vida aos usuários (Lemes e Rosa, 2016).

3.3 Arte e cultura

Ujiie (2017) afirma que a arte auxilia na formação integral do cidadão, considerando princípios éticos, políticos e estéticos. Já Flusser assegura ser por meio da arte que os indivíduos desfrutam dos prazeres da vida.

> Toda experiência é modelada, programada pela arte. Todos os nossos prazeres e tristezas, todas as experiências das cores, dos sons, das formas, das tessituras, dos perfumes que nós temos, todo sentimento de amor e de raiva, têm um modelo artístico. Nosso mundo é estruturado não somente pela nossa informação genética, mas também por nossa informação estética. Onde não há modelo estético, nós estamos "anestesiados" = nós não temos experiência nenhuma. Nós dependemos da arte para poder perceber o mundo. A arte é a nossa maneira de viver no real (FLUSSER, 1975).

O espaço concebido a partir da realização desse projeto parte das diretrizes que o ambiente deva ser vivenciado através dos sentidos e da arte. Ademais, busca-se valorizar a cultura local e brasileira a partir dos costumes e expressões artísticas da região, por meio de exposições musicais, de obras e workshops que incentivem o conhecimento dessas técnicas.

Lóssio e Pereira (2007) discorrem sobre a significância da valorização da cultura local, eles alegam sobre a necessidade da criação de uma identidade cultural no contexto atual em que a globalização tem a função de massificar e homogeneizar vários aspectos de autenticidade. Além disso, os autores apresentam uma tendência em que a cultura torna-se atrativo para as empresas que, por conseguinte, geram novas oportunidades, profissões e renda.

> O fenômeno da globalização, apesar de massificante, enaltece os valores socioculturais regionais, que podem ser difundidos e consolidados como produtos típicos e geradores de receita (LÓSSIO E PEREIRA, 2007 apud BRAGA).

Ademais, o artigo aponta novas oportunidades de valorização, como o aumento da influência dos produtores e mediadores culturais, a diminuição na apresentação para se tornar produto vendável, a inserção da classe média nas manifestações populares, modificações nas manifestações para atender aos interesses econômicos, entre outras estratégias que buscamos incluir para a elaboração do projeto.

4 Análise de similares

4.1 Botanique



Localizado em Curitiba, o espaço Botanique é a união entre a loja de plantas Borealis e o café latino Negritta. O projeto, realizado pela Moca Arquitetura em 2017, teve como objetivo fazer com que o ambiente comportasse programas distintos, mas que conversassem entre si.

O espaço conta com sete áreas principais: bar, salão, cozinha, floricultura, lavabo, wc e área externa. O termo "Tropical Destroyed" foi utilizado pelas arquitetas para denominar o estilo do local, isso porque possui aspectos inacabados, uso exuberante da vegetação e uma seleção de móveis vintage associados a objetos contemporâneos e de produção do próprio escritório.





Figuras 4, 5 e 6 - Análise 4.1
Fonte: https://www.archdaily.com.br/br/898744/botanique-cafe-bar-plantas-moca-arquitetura?ad_source=search&ad_medium=projects_tab



Figura 7 - Análise 4.1
Fonte: https://www.archdaily.com.br/br/898744/botanique-cafe-bar-plantas-moca-arquitetura?ad_source=search&ad_medium=projects_tab

A aplicação de cores intensas e vibrantes caracteriza o ambiente como vivo e alegre. O espaço contempla uma abundante entrada de luz natural associada à iluminação aconchegante por meio de abajures, arandelas e spots com iluminação direta para destacar determinados elementos, além da temperatura amarelada das lâmpadas que produz uma atmosfera acolhedora.

O piso amadeirado, a coleção de móveis vintage e a utilização da vegetação são componentes que auxiliam para a associação a um local confortável como casa de vó. A planta do recinto é segmentada em diversos cômodos, cada qual com sua função e organização espacial, todos possuem uma boa distribuição e circulação, sempre perpetuando a identidade principal.

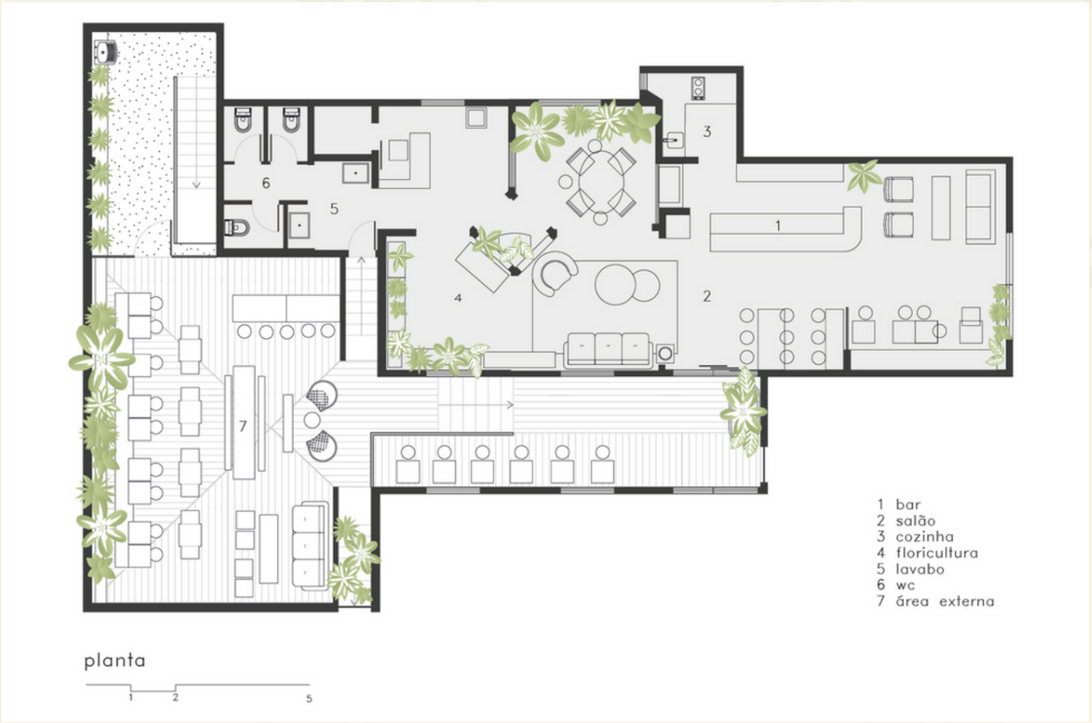


Figura 8 - Análise 4.1
Fonte: https://www.archdaily.com.br/br/898744/botanique-cafe-bar-plantas-moca-arquitetura?ad_source=search&ad_medium=projects_tab

A cafeteria explora o uso e combinações de cores e estampas com autenticidade e maestria. Cada recorte do ambiente aparenta ter sido pensado como um espaço cenográfico, em que cada coisa tem seu local dentro de uma composição principal. O balcão aberto e visível transforma o atendimento em um movimento mais intimista e casual além de transmitir maior segurança e confiança para os clientes. Além disso, observa-se que muito foi reaproveitado da estrutura do espaço original, como a divisão dos espaços, bacias sanitárias, pias e demais objetos que compõem o café. Um aspecto que poderia ter sido analisado com mais afinco são os móveis do espaço, de maneira a projetar mobiliários únicos para o ambiente em questão, com o intuito de incorporar um design mais exclusivo e original e ter um maior aproveitamento do espaço.







Figuras 9,10 e 11 - Análise 4.1
Fonte: https://www.archdaily.com.br/br/898744/botanique-cafe-bar-plantas-moca-arquitetura?ad_source=search&ad_medium=projects_tab

4.2 Ginkgo

Projeto realizado pelo escritório BARRA arquitetos, em Porto Alegre no ano de 2018. A premissa que orientou a criação foi desenvolver uma fachada ativa, para isso, elaborou-se uma peça que encaixasse na estrutura já existente permitindo adaptar o espaço e preservar duas árvores que se encontravam no recinto.



Figura 12 - Análise 4.2
Fonte: https://www.archdaily.com.br/br/916212/cafe-e-floricultura-ginkgo-barra-arquitetos?ad_source=search&ad_medium=projects_tab



Figuras 13 - Análise 4.2
Fonte: https://www.archdaily.com.br/br/916212/cafe-e-floricultura-ginkgo-barra-arquitetos?ad_source=search&ad_medium=projects_tab



A telha de polipropileno, ondulada e leitosa é um dos principais elementos dessa construção, ela permite a entrada de luz natural enquanto barra a intensidade de calor, preserva a segurança e se torna parte estética e individual da estrutura.



Figuras 14 e 15 - Análise 4.2
Fonte: https://www.archdaily.com.br/br/916212/cafe-e-floricultura-ginkgo-barra-arquitetos?ad_source=search&ad_medium=projects_tab



Figura 16 - Análise 4.2
Fonte: https://www.archdaily.com.br/br/916212/cafe-e-floricultura-ginkgo-barra-arquitetos?ad_source=search&ad_medium=projects_tab

O comércio é a fusão de uma cafeteria e floricultura. O interior utiliza diversos elementos rústicos e industriais sendo eles: espaços integrados, tubulações aparentes, concreto e tijolo, portas e janelas largas, tons sóbrios e neutros, acabamentos em madeiras e metais, revestimentos naturais e iluminação acolhedora e intimista.



Figura 17 - Análise 4.2
Fonte: https://www.archdaily.com.br/br/916212/cafe-e-floricultura-ginkgo-barra-arquitetos?ad_source=search&ad_medium=projects_tab





Figuras 18 e 19 - Análise 4.2
Fonte: https://www.archdaily.com.br/br/916212/cafe-e-floricultura-ginkgo-barra-arquitetos?ad_source=search&ad_medium=projects_tab

O espaço remete a um estilo mais impessoal e urbano, entretanto, o emprego da iluminação e vegetação proporcionou um recinto confortável e convidativo. A área externa envolve os clientes na paisagem à medida que expõe seus produtos e cria uma varanda visualmente descolada e que dispõe de um conforto térmico.

4.3 Colchetes Café



Conchetes Café foi um projeto desenvolvido em 2021 pelo Estúdio Brasileiro de Arquitetura. Localizada em São Paulo o espaço contempla programa múltiplos, como café, restaurante, bar, espaço para shows e eventos. A criação procura que o comércio seja uma extensão da rua e que aproveite a estrutura e memória da casa.



Figuras 20 e 21 - Análise 4.3
Fonte: https://www.archdaily.com.br/br/979548/colchetes-cafe-estudio-brasileiro-de-arquitetura?ad_source=search&ad_medium=projects_tab



Figura 22 - Análise 4.3
Fonte: https://www.archdaily.com.br/br/979548/colchetes-cafe-estudio-brasileiro-de-arquitetura?ad_source=search&ad_medium=projects_tab

Todas as atividades realizadas se dividem em dois pavimentos, o pavimento térreo acomoda mesas, balcão, caixa, espaço de estar, junto ao pátio central, dois banheiros e a cozinha, já o pavimento superior apresenta um outro ponto de vista aos visitantes.

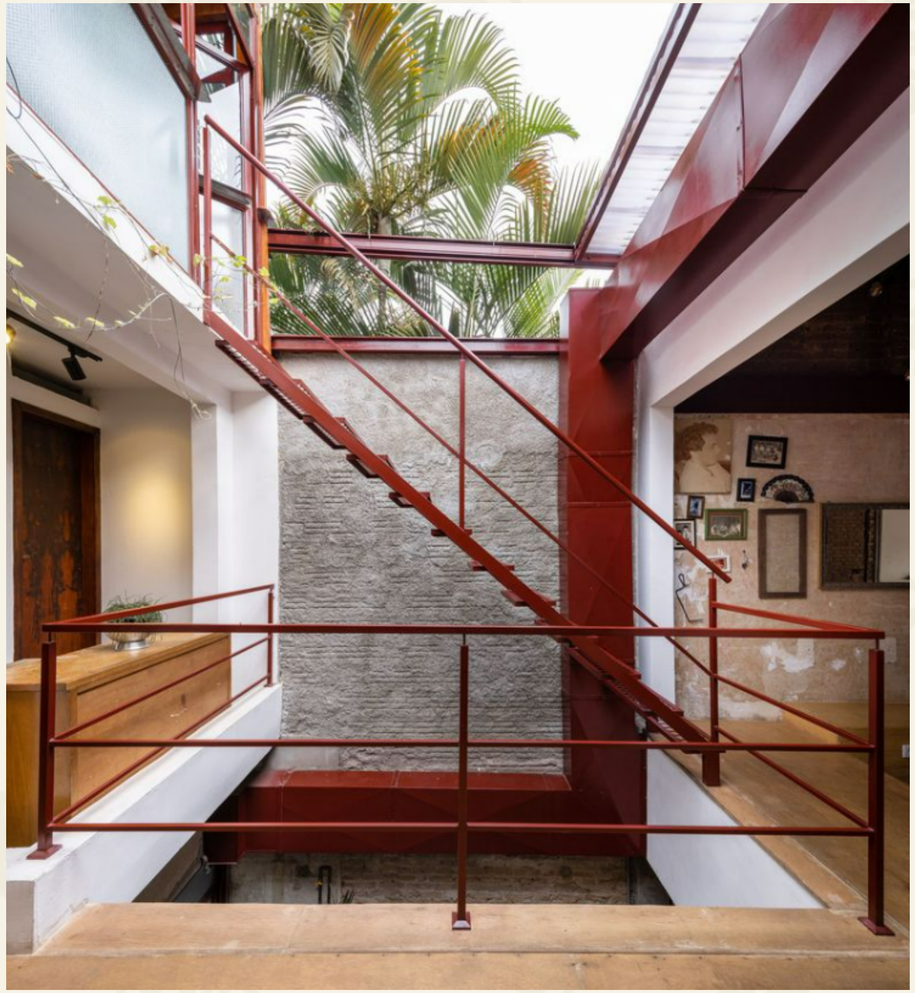


Figura 23 - Análise 4.3
Fonte: https://www.archdaily.com.br/br/979548/colchetes-cafe-estudio-brasileiro-de-arquitetura?ad_source=search&ad_medium=projects_tab





Figuras 24 e 25 - Análise 4.3
Fonte: https://www.archdaily.com.br/br/979548/colchetes-cafe-estudio-brasileiro-de-arquitetura?ad_source=search&ad_medium=projects_tab

É possível observar que o espaço houve mínimas intervenções, a estrutura da casa se mantém, o espaço carrega o piso amadeirado, concreto aparente, vigas de madeira e metálicas na coloração avermelhada que se camufla com o restante do edifício.

Devido à varanda, o local recebe uma vasta iluminação e ventilação. Os tons terrosos participam essencialmente no projeto provendo uma atmosfera aconchegante, intimista e natural. Não possui elementos de destaque, todos os componentes ocupam seu determinado lugar transformando o ambiente em uma paisagem harmoniosa e equilibrada.

O mobiliário resgada uma estética vintage e contribui com pontos de coloração, os objetos decorativos sugerem que foram escolhidos a dedo pelas lembranças que carregam.

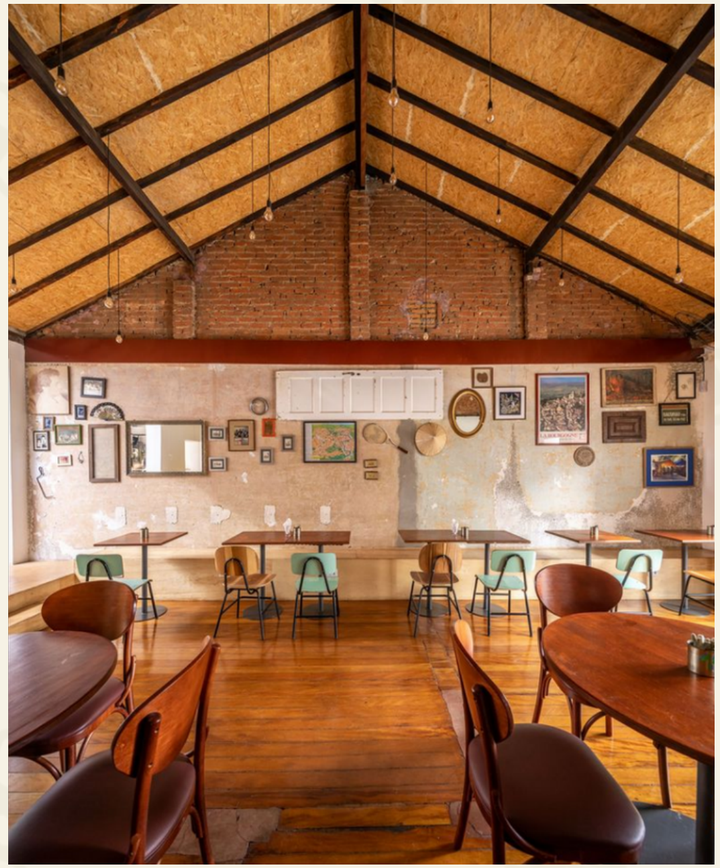
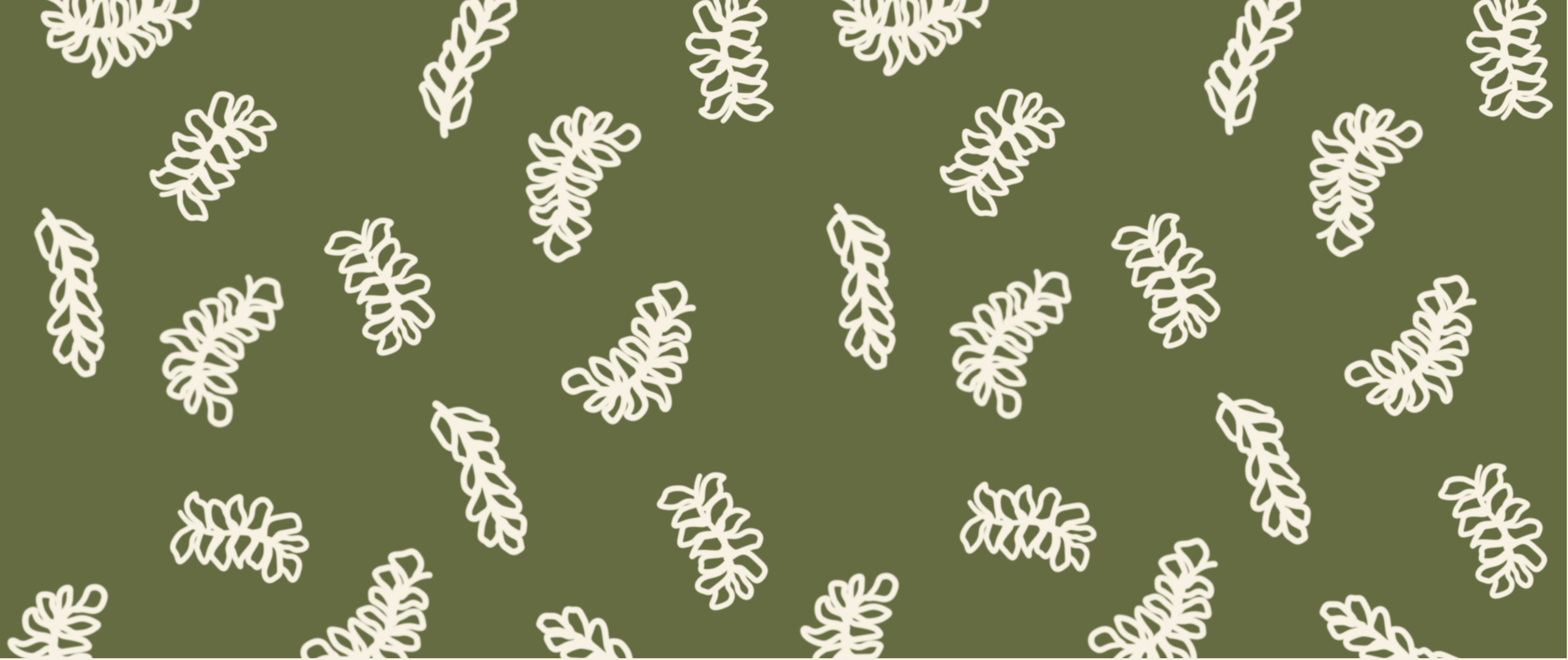


Figura 26 - Análise 4.3
Fonte: https://www.archdaily.com.br/br/979548/colchetes-cafe-estudio-brasileiro-de-arquitetura?ad_source=search&ad_medium=projects_tab



5 A Casa Albaria

5.1 Público-alvo

Foi realizada uma pesquisa* com o objetivo de definir o público-alvo e auxiliar na criação da persona, com o propósito de gerar empatia e fazer com que o projeto da marca e do interior estivesse em conformidade com as necessidades e preferências dos clientes. Para isso, foi coletado 158 respostas de residentes da cidade de Franca, cidade localizada no interior do estado de São Paulo, por meio de um questionário divulgado virtualmente.

As primeiras perguntas pretendiam criar um parâmetro pessoal do respondente, para isso, indagou-se sobre a faixa etária, gênero, estado civil, escala salarial e escolaridade. Por intermédio do questionário, tornou-se viável analisar que o público que se interessa por esse ambiente é majoritariamente mulheres de todas as faixas etárias, solteiras e casadas, que recebe uma remuneração considerável, com mais de 3 salários mínimos, e elevado nível educacional.

Gráfico 1- Pergunta: “Idade.”

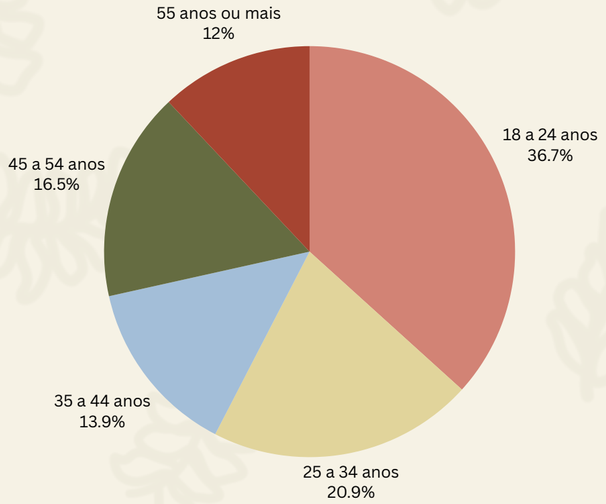


Gráfico 2- Pergunta: “Gênero.”

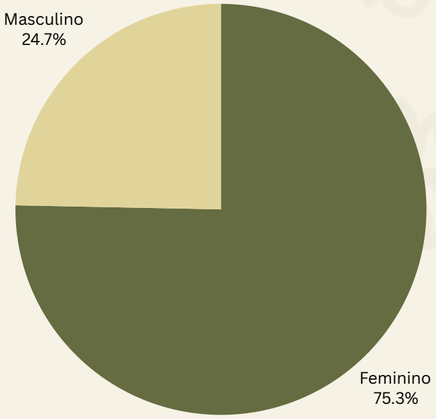
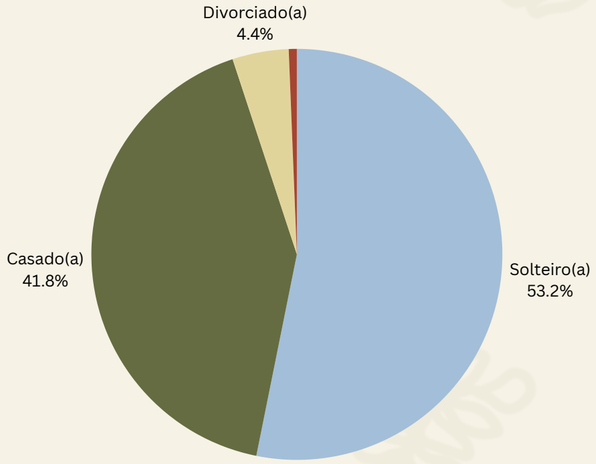


Gráfico 3- Pergunta: “Estado civil.”



*https://forms.gle/Ba9bR65QjTnuzT2E6

Figuras 27, 28 e 29 - Gráficos 1, 2 e 3
Fonte: Autora - 2024

Gráfico 4- Pergunta: “Qual sua renda familiar?”

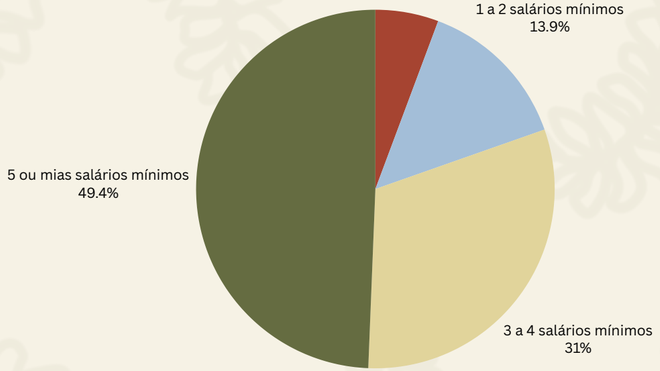
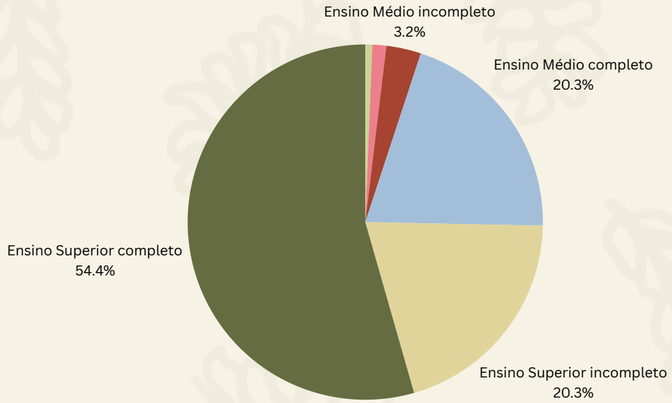


Gráfico 5- Pergunta: “Escolaridade.”



Figuras 30 e 31 - Gráficos 4 e 5
Fonte: Autora - 2024

Em seguida, o formulário investiga os interesses e prazeres desse público direcionado às cafeterias e atividades culturais. Pode-se analisar que mais da metade das pessoas entrevistadas afirmam frequentar cafeterias ao menos uma vez por mês e possuem preferências em consumir cafés e produtos de padaria. Além disso, em momentos de descontração, a prática de atividade física e desfrutar de uma boa música foram os itens mais votados.

Gráfico 6- Pergunta: “Com que frequência você costuma visitar cafeterias?”

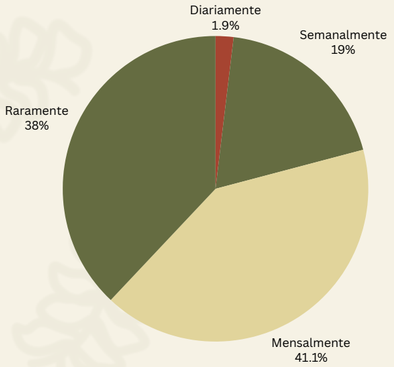


Gráfico 7- Pergunta: “Quais produtos você geralmente consome em uma cafeteria?”

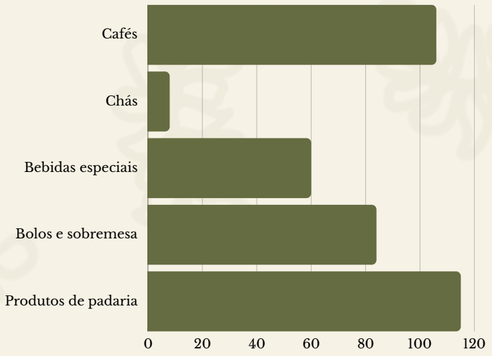
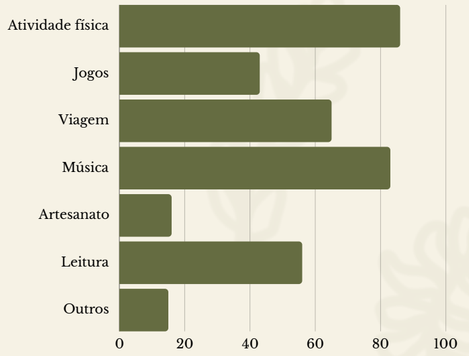


Gráfico 8- Pergunta: “O que você faz em seus momentos de descontração?”



Figuras 32, 33 e 34 - Gráficos 6, 7 e 8
Fonte: Autora - 2024

Foi avaliado que pouco mais da metade dos colaboradores frequentam eventos culturais locais. Cinemas, shows e feiras são as atividades mais visitadas. Examinando especificamente o artesanato, que se trata de um aspecto que a cafeteria irá incorporar, é possível verificar que somente 18,4% das pessoas praticam algum tipo de atividade manual, entretanto, uma parcela significativa de 48,1% tem interesse em aprender.

Gráfico 9- Pergunta: “Você costuma participar de eventos culturais locais?”

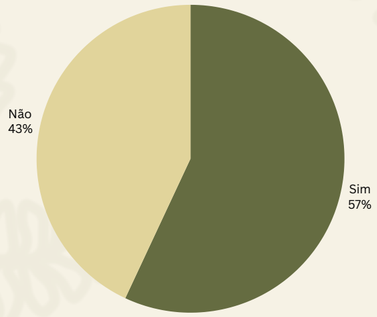


Gráfico 10- Pergunta: “Caso tenha respondido "sim" à resposta anterior, quais eventos culturais você tem costume de frequentar?”

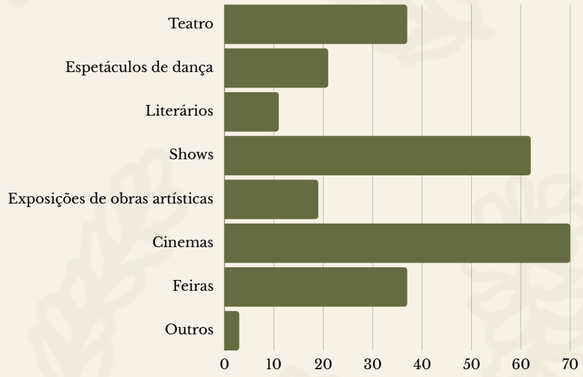


Gráfico 11- Pergunta: “Você pratica algum artesanato?”

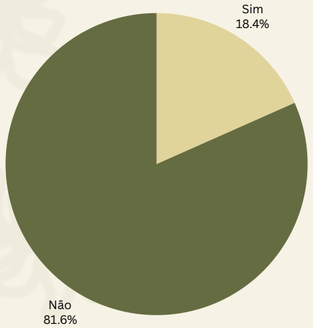


Gráfico 12- Pergunta: “Você tem interesse em aprender técnicas de artesanato?”



Figuras 35, 36, 37 e 38 - Gráficos 9, 10, 11 e 12
Fonte: Autora - 2024

Por fim, avaliamos aspectos da marca que está sendo criada, o interesse do público em participar das atividades culturais e o que consideram primordial no espaço de uma cafeteria multifuncional. Priorizar um ambiente acolhedor e o cardápio de comidas se tornou essencial, devido ao fato de que foram os fatores mais votados como priorização na casa de café.

Gráfico 13- Pergunta: “Caso tenha respondido "sim" à resposta anterior, quais técnicas tem interesse em aprender?”

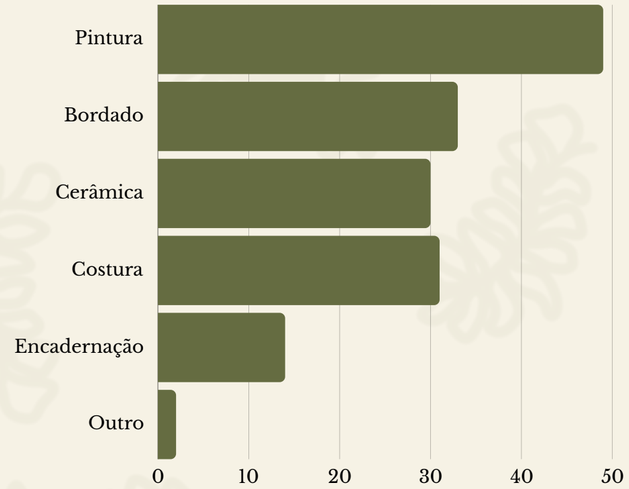


Gráfico 14- Pergunta: “Participaria de eventos culturais promovidos pela cafeteria, como exposições de artistas locais ou apresentações musicais?”

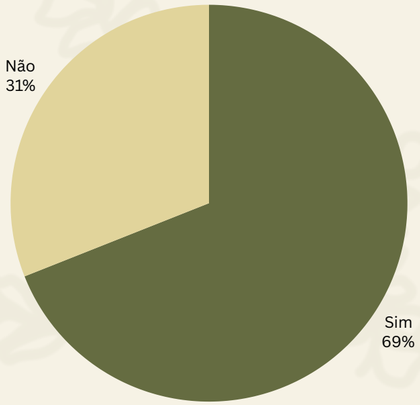
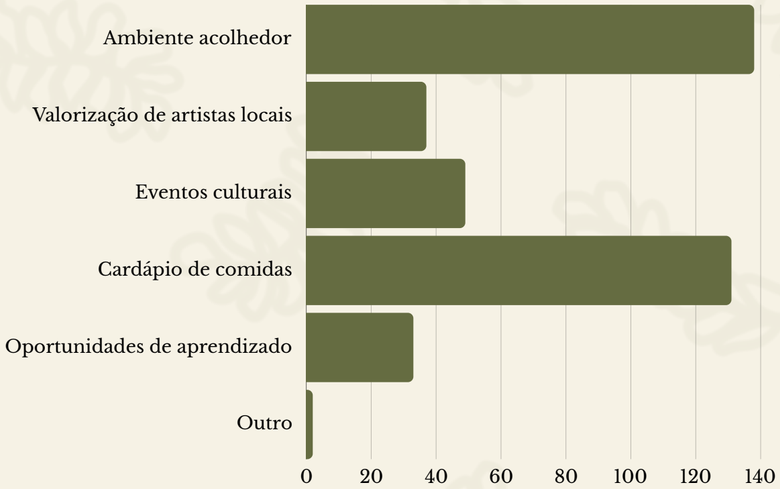


Gráfico 15- Pergunta: “O que mais atrai você em uma cafeteria multifuncional?”



Figuras 39, 40 e 41 - Gráficos 13, 14 e 15
Fonte: Autora - 2024

Diante desse panorama, pode-se especificar o público-alvo com a intenção de alinhar as estratégias perante os interesses dos consumidores da marca. O público-alvo engloba majoritariamente o público feminino, de todas as faixas etárias, que possuem uma boa escolaridade, remuneração considerável* e interesse sobre conhecimento das artes, artesanatos e eventos culturais.

*Acima de 3 salários mínimos

5.2 O uso da ferramenta *How might we* na geração de ideias

A ferramenta “How Might We” ou “Como podemos” em português se trata de um recurso muito utilizado na abordagem do Design Thinking. Seu desenvolvimento inicia-se como uma atividade em grupo, em que são definidos questionamentos para obstáculos específicos, todos eles começando com as palavras “Como podemos”. Durante a aplicação, cada pergunta irá desencadear um brainstorming de possíveis soluções, é de extrema importância não censurar ou eliminar nenhuma das propostas. Para essa dinâmica foram desenvolvidas cinco perguntas com a intenção de gerar soluções para o projeto em questão, foram aplicadas as seguintes indagações: “Como podemos tornar um ambiente confortável e aconchegante?”, “Como podemos despertar sentimentos e memórias nos consumidores?”, “Como podemos inserir arte e cultura a um espaço?”, “Como podemos valorizar artistas e artesãos locais?”, e por último, “Como podemos incorporar vegetação a um espaço fechado?”.

A prática resultou em diversas alternativas na qual determinadas serão incorporadas ao projeto durante a etapa de desenvolvimento. Algumas das soluções obtidas foram: utilização de cores e texturas, criação de lounges, decoração com quadros e fotografias, criação de exposições, rodas de conversa, apresentações, feiras e parcerias, aplicação da vegetação nas paredes e teto, uso de plantas de pequeno porte e secas, entre outras. As respostas foram organizadas e digitalizadas para facilitar a leitura e compreensão dos resultados da dinâmica.

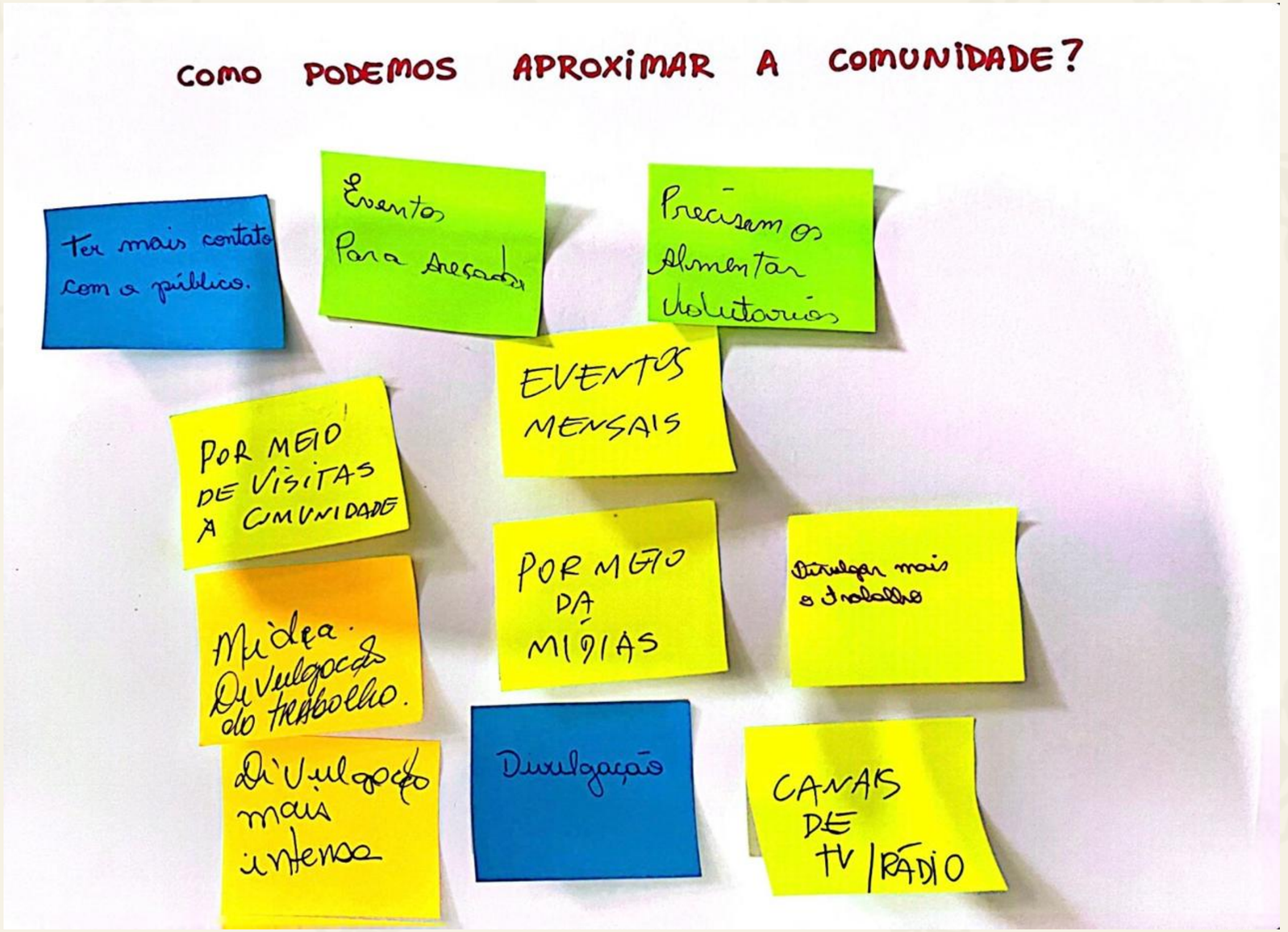


Figura 42 - Dinâmica “How might we”
Fonte: Autora - 2024



Figura 43 - Dinâmica “How might we”
Fonte: Autora - 2024



Figura 44 - Dinâmica “How might we”
Fonte: Autora - 2024

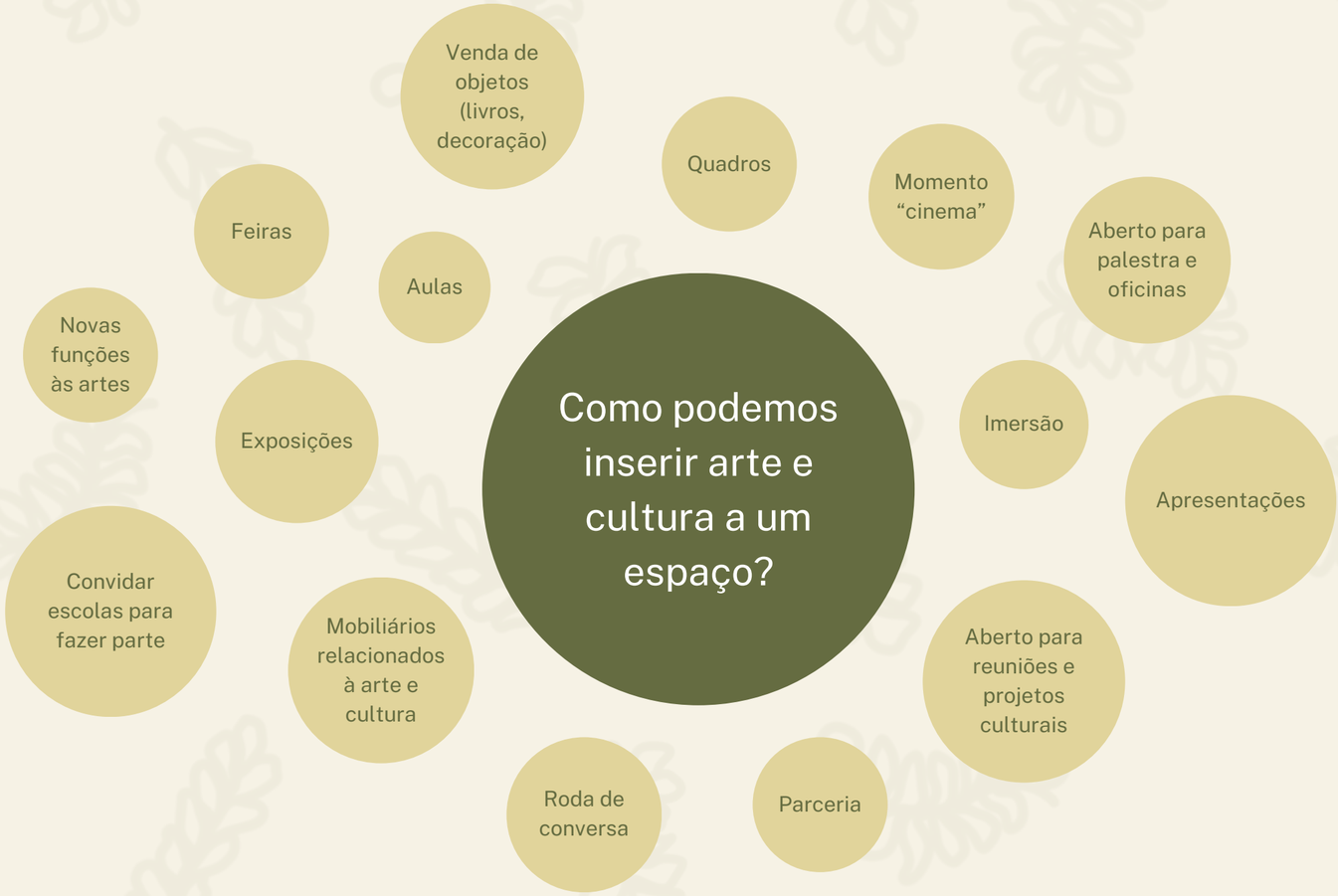


Figura 45 - Dinâmica “How might we”
Fonte: Autora - 2024



Figura 46 - Dinâmica “How might we”
Fonte: Autora - 2024



Figura 47 - Dinâmica “How might we”
Fonte: Autora - 2024

5.3 Moodboard

Moodboard se trata de uma técnica a partir da criação de um mural com imagens ou objetos de inspirações, materiais, texturas, mobiliários, paleta de cores, iluminação entre outros aspectos que irão transmitir a ideia central do projeto. Pode-se dizer é a criação de um "resumo" estético de como o projeto irá se comportar, quais sensações, sentimentos e valores ele pretende despertar.

Para a cafeteria foi desenvolvido dois "moodboards", o primeiro reforça a estética do estilo "cottagecore" em que foi pautado o concept design, posteriormente, o moodboard dessa estética com foco na aplicação de interiores do espaço.



Figura 48 - Moodboard "cottagecore"
Fonte: Autora - 2024



Figura 49 - Moodboard interiores
Fonte: Autora - 2024

5.4 Identidade visual e “naming”

Casa Albaria foi o nome escolhido para a cafeteria, ele se trata da união do nome de duas cidades espanholas, Almería e Albanchez, cidades natais dos avós paternos da autora. A denominação busca homenagear a história de seus antepassados ao passo que confere um caráter único e sentimental para a marca. Além disso, o nome possui vários aspectos que determinam o sucesso de um “naming” como possuir uma sonoridade agradável, ser conciso, facilidade de escrita e pronúncia e fácil memorização. Foi realizada uma consulta no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) em que relatou não haver nenhum registro com os nomes “Albaria” e “Casa Albaria”.



Figura 50 -Pesquisa INPI
Fonte: Autora - 2024



Figura 51 - Esboços identidade visual
Fonte: Autora - 2024

Verde, creme e bege foram as cores escolhidas para a composição da paleta de cores da marca, todas com tonalidades em temperaturas quentes e sóbrias. O verde atribui a sensação de equilíbrio, proximidade com a natureza e possui um efeito calmante, enquanto o creme e o bege promovem sentimentos de conforto e aconchego. A combinação das três cores faze relação à uma marca receptiva, acolhedora e natural, além de possibilitar diversas possibilidades de aplicações nos ambientes.



Figura 52 - Paleta de cores
Fonte: Autora - 2024



Figura 53 - Símbolo
Fonte: Autora - 2024

Para o símbolo foi desenvolvido um desenho conciso, que objetivasse a pregnância, representando a fachada da casa escolhida como protagonista do projeto em questão, as linhas possuem diferenças de traços para proporcionar profundidade e hierarquizar as informações. Atrelado à representação estática da casa, elaborou-se ilustrações orgânicas que fizessem menção às folhagens e a natureza afim de proporcionar movimento à figura. Os ramos de folhas foram adicionados em ambas as laterais fornecendo equilíbrio à figura de um modo não simétrico.

casa albaria
café e galeria

Figura 54 - Tipografia
Fonte: Autora - 2024

Foram utilizadas duas tipografias no logotipo, sendo elas: “Optima” e “Avenir Next”. A primeira foi utilizada na denominação da marca, se trata de uma tipografia sem serifa, possui um visual moderno e descomplicado, ademais, contém diferença de espessura em seus traços, característica que foi adicionada ao símbolo para que fizesse menção à tipografia e proporcionasse mais harmonia na união dos elementos.

Além disso, a tipografia sofreu pontuais alterações como o adorno na letra “l” de “Albaria” e a finalização nas letras “a” de ambas as palavras do nome. Essas intervenções têm como objetivo tornar a tipografia cada vez mais única, ao passo que comunica visualmente com o símbolo. A segunda tipografia, foi utilizada na “tagline” para denominar os serviços oferecidos pela marca enquanto ela ganha notoriedade, também se trata de uma tipografia sem serifa, entretanto, possui uma característica mais estável por não ter variação de espessura. A união do símbolo e da tipografia resultou um logotipo harmonioso em que cada elemento ocupa seu lugar e determina uma característica e valor da marca vigente. As imagens a seguir ilustram possibilidades de utilização do logotipo e da padronagem criada a partir dos elementos presentes nele.



Figura 55 - Logotipo
Fonte: Autora - 2024

Avenir Next

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 56 - Tipografia “Avenir Next”
Fonte: Autora - 2024

Optima

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 57 - Tipografia “Optima”
Fonte: Autora - 2024



Figura 58 - Aplicação cartão de visitas
Fonte: Autora - 2024



Figura 59 - Aplicação avental
Fonte: Autora - 2024



Figura 60 - Aplicação copo
Fonte: Autora - 2024

5.5 Concept Design

O conceito do projeto de interiores será pautado no estilo cottagecore, ele tem como premissa a visualidade da vida no campo, valorização da simplicidade e da natureza, carrega sentimentos e sensações de leveza, tranquilidade, conforto e aconchego, todas características que estão de acordo com o objetivo e valores da marca.

A estética cottagecore utiliza de diversos recursos para a criação da atmosfera almejada, como o emprego de madeira, fibras naturais, tecidos leves, vegetação, estampas florais, móveis retrô, itens com carga afetiva, paleta de cores neutras, entre outras estratégias.

Aliado a esses elementos, o ambiente irá incorporar recursos para despertar os sentidos e sentimentos, como música ambiente, aroma que se conecte ao propósito, texturas, formas e sabores. Todas as ações visando um espaço acolhedor, calmo e belo.



Figura 61 - Estética "cottagecore"
Fonte: Gerada por IA - 2024

5.6 Programa de necessidades

O programa de necessidades se refere a uma listagem dos itens necessários em cada ambiente, essa organização reduz a possibilidade de erros uma vez que pondera antes da etapa de desenvolvimento do projeto todos os mobiliários, eletrodomésticos e apoios indispensáveis nos cômodos. Todo o projeto foi desenvolvido a partir dos parâmetros de acessibilidade, espaços e equipamentos da norma NBR9050 determinada pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) com o objetivo de constituir um espaço democrático.

1. Alpendre (9,31m²): Banco para criação de um lounge para os clientes, aplicação da identidade visual;
2. Salão externo 1 (15,23m²): Bancada com tomadas, cadeiras confortáveis, ar-condicionado e cortina de ar, espaço de circulação;
3. Área técnica (3,05m²): Área destinada para armazenamento do gás e condensadores de ar-condicionado;
4. Salão interno (17,12m²): Mesas bem distribuídas, cadeiras almofadadas e confortáveis, espaço de circulação, ar-condicionado, iluminação aconchegante e receptiva, som ambiente;
5. Atendimento (14,26m²): Bancada extensa com espaço para expositores, som ambiente, espaço para circulação, ar-condicionado, notebook e máquinas de cartões;

6. Cozinha fria (13,74m²): Bancada para preparo das bebidas, cafeteira, lava-louças, moedor de café, liquidificadores, espaço para armazenamento dos utensílios, refrigerador e microondas;

7. Cozinha quente (14,78m²): Bancada extensa, pia, chapa, coifa, forno, filtro de água, refrigerador vertical de bebidas, espaço para armazenamento de utensílios e apoio de aventais;

8. Ateliê (9,82m²): Bancada extensa, cadeiras confortáveis, iluminação na bancada, espaço para armazenamento de itens, painel expositor de instrumentos manuais, pia para limpeza das ferramentas utilizadas nas aulas e workshops, local para apoio de itens pessoais dos alunos, projetor e lousa;

9. WC1 (4,77m²): Espaço acessível, conforme medidas da norma ABNT, área livre embaixo da pia, barras de apoio, pia, vaso sanitário, lixeira e espelho;

10. WC2 (5,04m²): Espaço acessível, conforme medidas da norma ABNT, área livre embaixo da pia, barras de apoio, pia, vaso sanitário, lixeira e espelho;

11. Loja (7,10m²): Expositores e área de armazenamento de estoque;

12. Salão externo 2 (28,31m²): Bancos confortáveis, cadeiras, mesas, espaço para circulação.

5.7 O local escolhido

O local escolhido fica localizado na cidade de Franca - SP na rua Major Mendonça, 1839, Vila Santo Antonio. O edifício utilizado para o projeto é uma casa que foi morada dos bisavós da autora, adquirida pela família por volta de 1963 com apenas 4 cômodos, a construção humilde não continha banheiro, somente fossa. Ao longo dos anos, seus bisavós investiram na estrutura para transformá-la em um lar, os pisos foram modificados, teve-se o acréscimo de cômodos e criação de banheiros. A casa, que serviu de moradia para a família por aproximadamente 41 anos, busca um novo uso que restitua a vivacidade e celebre sua história.

Seu entorno é composto por uma vizinhança mista, com residencias e comércios, por se tratar de um bairro com aproximação à duas grandes avenidas da cidade (Avenida Presidente Vargas e Avenida Brasil). Entretanto, nenhuma dessas empresas ao seu redor se trata de cafeteria que proporcione um ambiente aconchegante e belo para uma refeição.



Figura 62 - Mapa do local escolhido
Fonte: Google Maps



Figura 63 - Fachada da casa
Fonte: Autora - 2024

5.8 Desenvolvimento do projeto de interiores

5.8.1 Planta baixa

O terreno de aproximadamente 140m², sendo 95,94m² de área construída, dispõe de 7 cômodos, 1 alpendre na entrada e 2 varandas, situadas nas laterais da casa. Foi sugerido modificações pontuais na planta com o propósito de facilitar a circulação, regularizar as medidas de acordo com a NBR9050 e tornar o ambiente mais amplo e convidativo. Todas as alterações foram projetadas para que a casa preserve sua essência e características principais. Foi proposto a retirada de um hall, que ficava situado entre os quartos e o banheiro, mudando a posição de acesso direto para o salão principal, com essa decisão, torna-se possível ampliar o banheiro seguindo as medidas mínimas de acessibilidade, além de facilitar o acesso aos demais cômodos. Para um desses espaços que tinha o acesso pelo hall, foi sugerido a alteração da posição da porta, sendo assim, a entrada da loja teria uma fachada ampla e atrativa próximo à área de atendimento. Dessa forma, o espaço foi organizado entre os seguintes ambientes:

- Alpendre;
- Salão externo 1;
- Área técnica;
- Salão principal;
- Ateliê;
- WC1;
- Loja;
- Atendimento;
- Cozinha fria;
- Cozinha quente;
- Salão externo 2;
- WC2

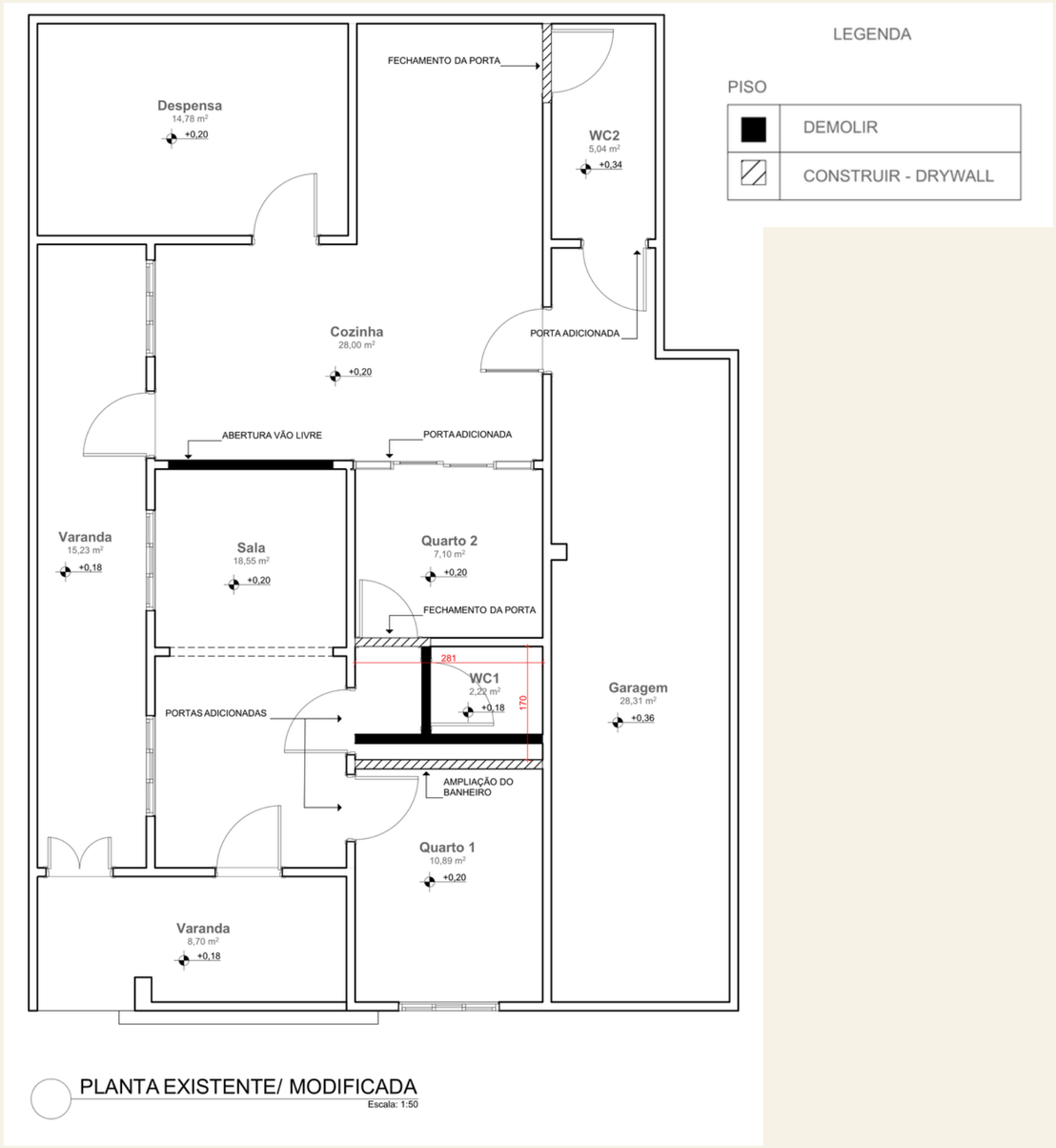


Figura 64 - Modificações planta baixa
Fonte: Autora - 2024



Figura 65 - Planta humanizada
Fonte: Autora - 2024

Fachada

O projeto propõe a conservação da fachada original da casa, entretanto, sugere-se algumas melhorias como pintura das paredes e janela, troca do portão da garagem por grade com o objetivo de melhorar a visibilidade do espaço para pedestres e moderadores locais, gerando interesse e curiosidade. Para a calçada, recomenda-se a utilização de pedra portuguesa branca, iluminação com balizadores gerando o efeito “wall washing”, técnica que valoriza texturas e cores através das luzes e sombras. Ademais, pode-se explorar o paisagismo com trepadeiras, ipês na calçada, jardineira abaixo da janela e por último, uma placa sinalizando o local por meio do logotipo, contudo, é importante ressaltar que a própria fachada será o atrativo para convidar os consumidores a conhecerem o espaço.



Figura 66 - Fotomontagem fachada
Fonte: Autora - 2024

Alpendre

O alpendre foi projetado com o propósito de ser encantador e cativante, para causar o impacto desejado, todo o forro foi coberto com flores artificiais de boa qualidade, que possui fidelidade visual e de texturas. O ladrilho utilizado possui um desenho delicado e neutro, ele é um dos padrões que irá se repetir em diversos ambientes. Uma pintura do logotipo está centralizada na parede acima do banco em que os clientes podem aguardar por seus convidados. Uma porta atrativa e duas arandelas douradas, com iluminação amarela e acolhedora, concluem esse espaço,



Figura 67 - Alpendre
Fonte: Autora - 2024



Figura 68 - Alpendre
Fonte: Autora - 2024

Salão principal

O salão principal é um espaço intimista e acolhedor, possui 3 mesas distribuídas em sua extensão, além de um espaço para passagem. Todas as paredes foram pintadas de verde escuro, na paleta de cores da marca, proporcionando uma unidade ao cômodo. Para facilitar a reforma e a limpeza foi utilizado piso vinílico com textura amadeirada.

Preservou-se o forro amadeirado em ripas. O ambiente possui cortinas de varão com tecido em estamparia xadrez. Foi destinada uma parede para criação de um mural que despertasse sentimentos e prestigiasse o passado por meio de fotografias, pinturas e objetos de época, nesse local a iluminação exerce a função de destacar esses elementos.

As mesas quadradas permitem reconfigurações distintas caso tenha necessidade de juntá-las para obter mais assentos. Para esse salão foi destinado cadeiras estofadas de cor mostarda e pendentes acima das mesas a fim de criar uma atmosfera mais aconchegante e confortável.



Figura 69 - Salão principal
Fonte: Autora - 2024



Figura 70 - Salão principal
Fonte: Autora - 2024



Figura 71 - Salão principal
Fonte: Autora - 2024



Figura 72 - Salão principal
Fonte: Autora - 2024

Ateliê

O ateliê é um espaço destinado para cursos e workshops, por isso, ele possui um mesa central que comporta 6 cadeiras e um espaço na extremidade em favor de facilitar o acesso à PDC (Pessoa Com Deficiência). O local possui vários armários para armazenamento dos itens utilizados em aula, além de um grande mural perfurado que pode ser personalizado para se adequar a necessidades específicas.

A sala conta com projetor, lousa, pia, abajures com iluminação focalizada e nichos para os pertences dos estudantes. O ambiente estimula a criatividade e interação por meio de seu layout e das cores utilizadas, assim como o papel de parede instalado no forro. Todo o ambiente foi pensado com o propósito de ser tranquilo, belo e funcional.



Figura 73 - Ateliê
Fonte: Autora - 2024

Figura 74 - Ateliê
Fonte: Autora - 2024



Figura 75 - Ateliê
Fonte: Autora - 2024





Figura 76 - Ateliê
Fonte: Autora - 2024

Banheiro 1

O banheiro situado ao lado do atêlie apresenta uma linguagem visual similar a ele, utilizando a mesma paleta de cores, piso e papel de parede. O aparador em madeira sustenta a cuba de sobrepor e de itens decorativos. Torneira em dourado, espelho, composição de quadros e a iluminação são elementos que contribuem para que a composição do banheiro não seja desconexa dos demais cômodos.

A disposição da bacia sanitária, pia e barra de apoio foram projetadas dentro nas normas de acessibilidade, ou seja, todo o espaço pode, e deve, ser usufruído por todos.



Figura 77 - WC1
Fonte: Autora - 2024



Figura 78 - WC1
Fonte: Autora - 2024

Atendimento

O espaço de atendimento foi projetado para ser atrativo, ele é a extensão do salão principal. A iluminação geral é realizada por perfis de led em toda a delimitação do forro. No balcão de atendimento possui 3 pendentes para iluminação focalizada, além disso, esses objetos contribuem para a criação de um cenário junto aos arranjos aéreos sustentados por ripas de madeira.

O balcão, grande e imponente, é o elemento central desse ambiente e separa a área de preparo dos alimentos dos demais cômodos. O móvel é estruturado em metalon revestido em MDF carvalho avelã para sustentar o mármore moura, utilizado no apoio. Por fim, um expositor de vidro para cativar os clientes e, atrás dele, um papel de parede floral e colorido.



Figura 79 - Atendimento
Fonte: Autora - 2024

Figura 80 - Atendimento
Fonte: Autora - 2024



Cozinha fria

A cozinha fria é o local destinado para preparo das bebidas, quando ele está visível ao público gera interesse além de contribuir com o aroma de café pela casa. Esse local é repleto de eletrodomésticos como cafeteira, liquidificadores, moedor de café, microondas, lava-louça, entre outros. Por isso, foi planejado um móvel, em MDF carvalho avelã, com nichos para o armazenamento desses utensílios, além da praticidade de uso.

Um balcão refrigerado otimiza o espaço por cumprir a função de refrigerador dos alimentos e de apoio para as atividades. Acima do balcão, tem-se um armário em MDF verde floresta para guardar copos, pratos e utensílios necessários no momento do preparo.

Esse ambiente contém pontos de iluminação abaixo do armário suspenso e spots acima do balcão. Ao fundo da cozinha, tem-se prateleiras iluminadas com elementos decorativos e usuais. Sugere-se preservar o armário embutido contido na casa, propondo que ele seja lixado, envernizado e realizar a troca dos puxadores.



Figura 81 - Atendimento
Fonte: Autora - 2024



Figura 80 - Atendimento
Fonte: Autora - 2024

Figura 81 - Atendimento
Fonte: Autora - 2024



Cozinha quente

A cozinha quente é um espaço mais técnico pautado na funcionalidade e praticidade. Nesse local é onde será realizado o preparo dos alimentos, é importante ressaltar que essa empresa irá trabalhar com produtos terceirizados, objetivando uma operação mais enxuta.

O ambiente é todo revestido em porcelanato, seu piso em ladrilho hidráulico e mobiliários em inox afim de facilitar a higienização. Forno, chapa, coifa, refrigerador vertical de bebidas e filtro de água são alguns dos eletrodomésticos indispensáveis para esse espaço.

A iluminação em plafon retangular se difere do restante da casa. Na cozinha o foco está direcionado para a realização das atividades, por isso, a utilização de luz em temperatura neutra (4000K) e spots pontuais.

O vão criado pelo armário embutido da cozinha fria foi preenchido com um mobiliário planejado com nichos para armazenamento de utensílios e armários altos, de difícil acesso, para estocagem de documentação ou mantimentos. Além disso, foi instalado ganchos para pendurar aventais.



Figura 82 - Cozinha quente
Fonte: Autora - 2024



Figura 83 - Atendimento
Fonte: Autora - 2024

Figura 84 - Atendimento
Fonte: Autora - 2024



Figura 85 - Atendimento
Fonte: Autora - 2024



Área técnica

A área técnica aloja botijão de gás e condensadoras de ar-condicionado. Por se tratar de uma área não atrativa, ela está situada atrás de uma grade com porta ao final do salão externo 2. Foi proposto a utilização de plantas trepadeiras nas grades para camuflar o espaço e dificultar sua visualização.

Esse local possui uma arandela como fonte luminosa e um armário em concreto para estocagem dos botijões, com apoio em ardosia verde.



Figura 86 - Área técnica
Fonte: Autora - 2024



Figura 87 - Atendimento
Fonte: Autora - 2024

Salão externo 1

O salão externo 1 foi projetado especialmente para clientes que buscam um local para realizar trabalhos. Ele possui uma ampla mesa com tomadas, arandelas direcionadas para seu tampo e banquetas confortáveis. O espaço contempla uma grande iluminação natural por possuir teto de vidro, alguns livros, já não mais em condições de uso, ficam expostos entre duas camadas de vidro temperado com película protetora transparente para a criação de sombras plasticamente interessantes.

Foi aplicado na lateral esquerda o papel de parede pétalas e asas na cor areia, ele está iluminado por um perfil de led embutido no painel localizado abaixo. Alguns balizadores completam a iluminação do local. Por fim, o espaço seria climatizado e com caixas de som distribuídas em sua extensão.



Figura 88 - Salão externo 1
Fonte: Autora - 2024



Figura 89 - Atendimento
Fonte: Autora - 2024



Figura 90 - Atendimento
Fonte: Autora - 2024

Loja

A loja foi elaborada para ser um ambiente em destaque. O expositor principal é estruturado em gesso com portas em MDF laqueado na cor confins do céu, o papel de parede pétalas e asas foi aplicado ao fundo dos nichos. Para destacar os produtos, utilizou-se perfis de led embutidos na estrutura.

Um aparador amadeirado, prateleiras em MDF e araras completam o apoio dos produtos. A iluminação se da por fitas de led seguido por tela tensionada para o efeito de luz difusa.

Esse espaço é versátil, foi pensado para oferecer produtos artesanais de produtores locais, peças produzidas durante os cursos ou até mesmo abrigar exposições de arte. O local se difere pelas cores utilizadas e iluminação, contudo, continua carregando valores dos outros ambientes, é delicado, acolhedor e atrativo.



Figura 91 - Loja
Fonte: Autora - 2024



Figura 92 - Loja
Fonte: Autora - 2024



Figura 93 - Loja
Fonte: Autora - 2024



Figura 94 - Loja
Fonte: Autora - 2024

Salão externo 2

O salão externo 2 é um local despojado, o assento de dá por bancos compridos em MDF verde floresta acompanhado por estofados em estamparia xadrez. Estão distribuídas seis mesas com duas cadeiras thonet cada.

Visando um espaço leve e natural, foi proposto o uso de trepadeiras no pergolado, vasos com plantas de médio porte entre os bancos e pedra moledo como revestimento. Acima do pergolado fica chapas de vidro para proteção das mesas e assentos da chuva, entretanto, o fechamento não foi realizado em toda a largura para que preservasse a circulação de ar. Ventiladores de teto no modelo folhas de palmeira complementam o conforto térmico.

Varal de luzes e balizadores iluminam esse espaço de maneira intimista e agradável. O local foi projetado para comportar apresentações musicais e rodas de conversa.



Figura 95 - Salão externo 2
Fonte: Autora - 2024

Figura 96 - Loja
Fonte: Autora - 2024

Figura 97 - Loja
Fonte: Autora - 2024



Banheiro 2

O banheiro 2 manteve a utilização da pedra moledo iniciada no salão externo 2. Além disso, a estamparia xadrez está muito presente nesse ambiente por meio do papel de parede e da cortina abaixo da pia. Perfis de led iluminam o espaço junto a duas arandelas. Uma prateleira acima do espelho serve de apoio para itens decorativos.

A disposição da bacia sanitária, pia e barra de apoio foram projetadas dentro nas normas de acessibilidade, para que o espaço possa ser usufruído por todos.



Figura 98 - WC2
Fonte: Autora - 2024



Figura 99 - Loja
Fonte: Autora - 2024

Considerações finais

A partir das pesquisas e estudos desenvolvidos durante o trabalho é possível compreender a relevância da criação de marcas e espaços que incentivam o conhecimento, fomentando a cultura e a arte, a fim de preservar técnicas manuais e instigar a curiosidade e o interesse pelos temas em questão.

Ademais, observa-se que o papel do design de interiores vai além dos tópicos plásticos e estéticos, ele contempla a funcionalidade do espaço, atua nas sensações despertadas pelo ambiente, auxilia no bem-estar e conforto dos indivíduos.

Analisando as soluções de design de maneira ampla, observa-se a necessidade da criação de uma identidade visual que esteja em concordância com o valores da marca e que seja uma extensão do ambiente físico.

Pode-se concluir que o objetivo do trabalho foi alcançado, pois ele considera a facilidade de aplicação, mobiliários e materiais acessíveis, além de preservar as características e essência da casa.

Referências:

Café é a segunda bebida mais consumida no Brasil . https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/2574254/cafe-ea-segunda-bebida-mais-consumida-no-brasil. Acesso em 20 de abril de 2024.

Martins, Ana. História do Café. 2o ed, Editoria Contexto, 2021, https://ler.amazon.com.br/kp/embed?linkCode=kpd&asin=B00FEPA6K0&tag=livrariapubli-20&reshareId=838A7N41GEG1NBKERS5R&reshareChannel=system.

“Café do Brasil História”. CNC - Conselho Nacional do Café, https://cncafe.com.br/cafe-do-brasil-historia/. Acesso em 20 de abril de 2024.

Nagay, Julio. **Café no Brasil: dois séculos de história** . junho de 1999.

Machado, Wênya. **Edifício de Uso Misto com Envoltórias Flexíveis**. 2017, file:///D:/Documentos/TCC/Refer%C3%AAncias/Edif%C3%ADcioUsoMisto_Machado_2017.pdf.

Ujile, Nájela. **Teoria e Metodologia do Ensino da Arte**. 2013, http://repositorio.unicentro.br:8080/jspui/bitstream/123456789/927/5/Teoria%20e%20Metodologia%20do%20Ensino%20da%20Arte.pdf.

Flusser, Vilém. **Arte: o belo e o agradável**. https://www.academia.edu/3067295/A_arte_o_belo_e_o_agrad%C3%A1vel_Vil%C3%A9m_Flusser.

O que é Design Biofílico e sua influência na saúde e bem-estar - Bia Rafaelli. 6 de julho de 2022, https://biarafaelli.com.br/o-que-e-design-biofilico-e-sua-influencia-na-saude-e-bem-estar/.

Os benefícios do design Biofílico no varejo - Bia Rafaelli. 6 de julho de 2022, https://biarafaelli.com.br/os-beneficios-do-design-biofilico-no-varejo/.

Braida, Frederico, e Vera Noijma. **Design para os sentidos e o insólito mundo da sinestesia**. file:///D:/Documentos/TCC/Refer%C3%AAncias/Design_para_os_sentidos_e_o_insolito_mun.pdf.

Lóssio, Rúbia, e Cesar Pereira. **A importância da valorização da cultura popular para o desenvolvimento local.** 2007, file:///D:/Documentos/TCC/Refer%C3%AAncias/RubiaRibeiroLossio_CesardeMendoncaPereira.pdf.

Lemes, Camila, e Tiago Rosa. **Design Biofílico e Neuroarquitetura em Edifício Multifuncional: como proporcionar às pessoas um ambiente melhor**. 2016, file:///D:/Documentos/TCC/Refer%C3%AAncias/TFG1%20-%202021.2%20-%20ART%20-%20Camila%20da%20Silva%20Lemes%20-%20Camila%20Lemes.pdf.

NBR9050/2020 - ABNT (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS). (2020). **Acessibilidade a edifcações, mobiliário, espaços e equipamentos**, 161. Brasil.

Marino, Gomez. **Design para os sentidos: experiências sensoriais em espaços comerciais**. 2017, file:///D:/Downloads/marino_gag_me_bauru.pdf.

“Botanique Café. Bar. Plantas / Moca Arquitetura”. ArchDaily Brasil, 28 de julho de 2018, https://www.archdaily.com.br/br/898744/botanique-cafe-bar-plantas-moca-arquitetura.

“Café e Floricultura Ginkgo / BARRA Arquitetos”. ArchDaily Brasil, 4 de maio de 2019, https://www.archdaily.com.br/br/916212/cafe-e-floricultura-ginkgo-barra-arquitetos.

“Colchetes Café / Estúdio Brasileiro de Arquitetura”. ArchDaily Brasil, 1o de abril de 2022, https://www.archdaily.com.br/br/979548/colchetes-cafe-estudio-brasileiro-de-arquitetura.