

CENTRO PAULA SOUZA ETEC ITAQUERA II
DESIGN DE INTERIORES

ALICE MARISCAL TAVARES
MARIA EDUARDA RODRIGUES DE SOUZA
PAMELLA FERNANDES DE OLIVEIRA
THIAGO SILVA BERNARDES

CAFETERIA AMOR DE CAFÉ
UM CONCEITO INSTAGRAMÁVEL

São Paulo
2022

ALICE MARISCAL TAVARES
MARIA EDUARDA RODRIGUES DE SOUZA
PAMELLA FERNANDES DE OLIVEIRA
THIAGO SILVA BERNARDES

CAFETERIA AMOR DE CAFÉ
UM CONCEITO INSTAGRAMÁVEL

Trabalho de conclusão de curso,
apresentado ao curso de Design de
Interiores, da ETEC Itaquera II como
requisito parcial à obtenção do título de
técnico em designer de interiores.

Orientadora: Prof.^a. Thalita Souza Coelho da
Silva.

São Paulo
2022

DEDICATÓRIA

Primeiramente, expressamos nosso agradecimento à nossa própria equipe de TCC, pelo esforço, contribuições, parceria e momentos em conjunto, que apesar de todas as dificuldades conseguimos desempenhar um excelente trabalho.

Também gostaríamos de agradecer imensamente a todos os profissionais do Centro Paula Souza, que fizeram parte da nossa vida escolar no decorrer desse ano, pois todos contribuíram de alguma forma para realização deste trabalho, seja auxiliando em algumas etapas ou cedendo aulas para que o trabalho fosse concluído.

Aos nossos familiares que acompanharam todo o processo de execução do projeto, agradecemos pela compreensão e apoio para a realização deste trabalho.

Agradecemos também nossos queridos amigos, que nos apoiaram e apoiam em todos os momentos, independentemente se em momentos bons ou ruins. Agradecê-los por todos os momentos de diversão, piadas e risadas, mas também por todos os momentos de choros, brigas e tristezas, significa gratidão por aqueles que sempre estiveram ao nosso lado. "As palavras de amizade e conforto podem ser curtas e sucintas, mas o seu eco é infundável" dizia Madre Teresa de Calcutá, e hoje agradecemos por todas as palavras de apoio, que podem ter sido ditas quase imperceptivelmente, mas que em nós fez um grande efeito.

Por último, mas não menos importante, gostaríamos de agradecer imensamente a nossa querida professora e orientadora desse projeto, Talita Coelho da Silva, que sempre esteve ao nosso lado durante esses três anos de curso técnico, seja em matéria de desenho, história da arte ou, principalmente, no TCC. Contribuindo acadêmica e emocionalmente, para que alcancemos as competências necessárias para nos tornarmos profissionais capacitados. Somos gratos pelo seu esforço e dedicação, pois sabemos que não é fácil a demanda de ser professora e ainda orientar e organizar um TCC. Obrigado a todos!

EPÍGRAFE

“O bom design une estética, ergonomia, conforto, custo e originalidade. Um toque cultural é também essencial. E boas pitadas de ousadia são sempre bem-vindas.”

- **Sérgio Rodrigues**

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo projetar uma cafeteria que se localiza na parte centro-oeste da cidade de São Paulo, especificamente próximo a estação Fradique Coutinho da linha amarela do metrô.

O projeto é de uma cafeteria instagramável chamada - Amor de café, que conta com cores e identidade visual marcante, consequentemente por um bom *marketing*, já que uma cafeteria instagramável pede isso.

Idealizado por um lado mais técnico, pensado em materiais que cassem com a decoração e sempre estudando suas utilizações, como por exemplo os ladrilhos hexagonais que foram utilizados tanto nas paredes quanto no piso.

Palavras-chaves: Projeto, instagramável, cafeteria.

ABSTRACT

The present work aims to design a coffee shop that is located in the midwest part of the city of São Paulo, specifically at the Fradique Coutinho station of the yellow subway line.

The project is an Instagrammable coffee shop called - Love of coffee, which has colors and striking visual identity, consequently by good marketing, since an Instagrammable coffee shop asks for it.

Conceived on a more technical side, thought of materials that marry the decoration and always studied its uses, such as hexagonal tiles that were used both on the walls and on the floor.

Keywords: Design, instagramable, cafeteria.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

TCC	Trabalho de conclusão de curso
IOS	Sistema operacional para aparelhos exclusivos Apple.
MDF	Medium Density Fiberboard, em português, chapa de fibra de madeira de média densidade.
ETEC	Escola técnica Estadual
CPS	Centro Paula Souza

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Planta Térreo.....	28
Figura 02 - Planta 1º Pavimento.....	28
Figura 03 - PLanta Cobertura.....	29
Figura 04 - Mapa Estação Pinheiros.....	30
Figura 05 - Mapa Estação Fradique Coutinho.....	31
Figura 06 - Café Cherie.....	33
Figura 07 - Café Cherie.....	35
Figura 08 - Café Cherie.....	35
Figura 09 - Café Cherie.....	36
Figura 10 - Pikurrucha's Tatuapé.....	37
Figura 11 - Pikurrucha's Tatuapé.....	38
Figura 12 - Ursos de pelúcia.....	39
Figura 13 - Decoração.....	39
Figura 14 - Moodboard.....	42
Figura 15 - Setorização - Térreo e Primeiro Pavimento.....	45
Figura 16 - Planta de reforma - Térreo.....	46
Figura 17 - Planta de reforma - Primeiro Pavimento.....	47
Figura 18 - Mapa de acabamento - Entrada Térreo.....	48
Figura 19 - Mapa de acabamento - Salão Térreo.....	49

Figura 20 - Mapa de acabamento - Banheiro/Cozinha Térreo.....	49
Figura 21 - Mapa de acabamento - Varanda primeiro pavimento.....	49
Figura 22 - Mapa de acabamento - salão primeiro pavimento.....	50
Figura 23 - Mapa de acabamento - Banheiro/Área instagramável primeiro pavimento.....	50
Figura 24 - Layout humanizado térreo.....	51
Figura 25 - Layout humanizado primeiro pavimento.....	51
Figura 26 - Planta entrada.....	52
Figura 27 - Vista A.....	53
Figura 28 - Vista B.....	53
Figura 29 - Vista C.....	54
Figura 30 - Perspectiva A.....	54
Figura 31 - Perspectiva B.....	55
Figura 32 - Perspectiva C.....	55
Figura 33 - Perspectiva D.....	56
Figura 34 - Planta caixa.....	57
Figura 35 - Vista A.....	57
Figura 36 - Vista B.....	58
Figura 37 - Perspectiva A.....	58
Figura 38 - Perspectiva B.....	59
Figura 39 - Planta Salão.....	60
Figura 40 - Vista A.....	60

Figura 41 - Vista B.....	61
Figura 42 - Perspectiva A.....	62
Figura 43 - Perspectiva B.....	62
Figura 44 - Planta Banheiro.....	63
Figura 45 - Vista A.....	64
Figura 46 - Vista B.....	64
Figura 47 - Vista C.....	65
Figura 48 - Vista D.....	65
Figura 49 - Perspectiva A.....	66
Figura 50 - Perspectiva B.....	66
Figura 51 - Planta Varanda.....	67
Figura 52 - Vista A.....	68
Figura 53 - Vista B.....	68
Figura 54 - Vista C.....	69
Figura 55 - Vista D.....	69
Figura 56 - Perspectiva A.....	70
Figura 57 - Perspectiva B.....	70
Figura 58 - Perspectiva C.....	71
Figura 59 - Perspectiva D.....	71
Figura 60 - Planta salão superior.....	72
Figura 61 - Vista A.....	73

Figura 62 - Vista B.....	73
Figura 63 - Vista C.....	74
Figura 64 - Perspectiva A.....	74
Figura 65 - Perspectiva B.....	75
Figura 66 - Planta Área instagramável.....	76
Figura 67 - Vista A.....	77
Figura 68 - Vista B.....	78
Figura 69 - Perspectiva A.....	78
Figura 70 - Perspectiva B.....	79
Figura 71 - Planta Banheiro superior.....	80
Figura 72 - Vista A.....	80
Figura 73 - Vista B.....	81
Figura 74 - Vista C.....	81
Figura 75 - Perspectiva A.....	82
Figura 76 - Perspectiva B.....	82

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	15
2. DEFINIÇÕES.....	16
3. IMPACTO DO INSTAGRAM NO PADRÃO DE CONSUMO.....	17
4. O QUE É INSTAGRAM.....	18
4.1 HISTÓRIA DO INSTAGRAM.....	18
4.2 SIGNIFICADO DE INSTAGRAMÁVEL.....	18
4.2.1 O QUE É UM AMBIENTE INSTAGRAMÁVEL.....	19
4.2.2 O MARKETING POR TRÁS DOS AMBIENTES INSTAGRAMÁVEIS.....	19
5. ESTILOS NO DESIGN DE INTERIORES.....	20
5.1 ESTILO CLÁSSICO.....	20
5.2 ESTILO VINTAGE.....	20
5.3 ESTILO RETRÔ.....	21
5.3.1 QUAIS AS DIFERENÇAS ENTRE VINTAGE E RETRÔ.....	21
5.4. ESTILO MINIMALISTA.....	22

5.5 ESTILO RÚSTICO.....	22
6. ESTILO MODERNO.....	24
6.1 CLEAN.....	24
6.2. ESTILO CONTEMPORÂNEO.....	24
6.2.1 DIFERENÇA ENTRE ESTILO MODERNO E CONTEMPORÂNEO.....	25
7. ESTILO ROMÂNTICO.....	26
7.1. ESTILO ROMÂNTICO CLÁSSICO OU CONTEMPORÂNEO.....	26
7.2. ESTILO ESCOLHIDO.....	26
8. DIAGNÓSTICO.....	28
8.1. LOCALIZAÇÃO.....	29
8.2. LOCOMOÇÃO EM PINHEIROS.....	30
8.2.1 LOCOMOÇÃO PRÓXIMO AO NOSSO ESTABELECIMENTO.....	30
8.3. ESTABELECIMENTOS E HOSPITAIS PRÓXIMOS.....	31
8.4. HISTÓRIA DE PINHEIROS.....	31

8.5. BREVE HISTÓRIA DA CIDADE DE SÃO PAULO.....	32
9. ESTUDO DE CASO - CAFÉ	
CHERIE.....	33
9.1 A ESCOLHA.....	
34	
9.2	
APONTAMENTOS.....	34
9.2.1 A COR	
ROSA.....	34
9.2.2 OS AMBIENTES	
INSTAGRAMÁVEIS.....	34
10. ESTUDO DE CASO - PIKURRUCHA'S.....	37
10.1	
APONTAMENTOS.....	40
11. BRIEFING BASEADO NO PÚBLICO ALVO.....	41
11.1. PROGRAMA DE NECESSIDADES.....	41
12. MOODBOARD.....	42
12.1. O QUE É	
MOODBOARD?.....	42
12.2. MOODBOARD DO PROJETO EM	
QUESTÃO.....	42
13. PARTIDO.....	43
14. SETORIZAÇÃO.....	44

14.1 O QUE É SETORIZAÇÃO?.....	44
15. PLANTA DE REFORMA.....	46
16. MAPA DE ACABAMENTO.....	48
17. LAYOUT HUMANIZADO.....	52
18. PROJETO PAVIMENTO TÉRREO.....	53
18.1. ENTRADA.....	53
18.2. CAIXA.....	57
18.3. SALÃO.....	60
18.4. BANHEIRO.....	63
19. PROJETO PRIMEIRO PAVIMENTO.....	67
19.1. VARANDA.....	67
19.2. SALÃO SUPERIOR.....	72
19.3. ÁREA INSTAGRAMÁVEL.....	76
19.3.1. BANCO CIRCULAR.....	76
19.3.2. SOFÁ LIVING LOUIS.....	77

19.3.3. PAREDE DE CORAÇÕES.....	77
19.4. BANHEIROS SUPERIORES.....	79
20. CONCLUSÃO.....	83
21. BIBLIOGRAFIA.....	84

1. INTRODUÇÃO

Certamente a área de design de interiores é de extrema importância na sociedade atual, fato consolidado por sua constante expansão na última década, sobretudo a tratar de ambientes comerciais, visto que a disposição dos móveis, iluminação e ergonomia, facilmente determinam o conforto que se sente ao permanecer em determinado estabelecimento, despertando sensações positivas ou negativas.

Diante deste cenário, o tema abordado no presente trabalho visa exemplificar e fazer uso dos conhecimentos adquiridos no decorrer do curso de design de interiores, aplicados a um estabelecimento comercial no segmento de cafeteria, a fim de criar um ambiente descontraído e acessível economicamente, que promova encontros interpessoais e atenda todos os critérios de conforto e ergonomia, além de claro, contribuir no setor gastronômico e econômico.

Observando o panorama econômico do país, uma das principais problemáticas consiste nos elevados preços praticados em cafeterias e outros comércios do mesmo segmento. Estes locais limitam o consumo pelas camadas menos favorecidas da sociedade, apesar de representarem a maior parcela da população.

O diferencial desse projeto, está envolvido na aplicação do conceito instagramável, um artifício do *marketing* que funciona como atrativo, visando o compartilhamento e a propaganda positiva nas redes sociais, de maneira orgânica, através de fotos e informações voltadas a estética e decoração do ambiente.

2. DEFINIÇÕES

Antes de iniciar qualquer projeto, é indispensável a organização e clareza do que se pretende realizar. Uma das etapas iniciais deste processo, consiste no destrinchamento dos conceitos que serão empregados, junto da busca por suas verdadeiras definições.

Em decorrência disso, foram escolhidos conceitos que se assemelham ao que de fato será utilizado, eliminando alternativas próximas, para então compreendê-lo em sua totalidade.

Como foi dito anteriormente, o foco desse projeto será uma cafeteria.

- Definição de cafeteria: Cafeteria é um espaço público destinado à comercialização de produtos alimentícios especializados como: café ou bebidas diversas e que tem como característica principal a preparação de refeições rápidas, doces ou salgadas. (DICIO)
- Definição de lanchonete: Lugar onde se fabrica e vende lanches, sanduíches, refeições rápidas e normalmente possui um mostrador ou balcão. (DICIO)
- Definição de confeitaria: Estabelecimento onde se fazem e vendem confeitos e outros doces. (DICIONÁRIO PRIBERAM)
- Definição de cantina: Lugar em que se servem bebidas e alimentos aos membros de uma coletividade, geralmente dentro de instituições, como escolas e quartéis. (DICIO)

3. IMPACTO DO INSTAGRAM NO PADRÃO DE CONSUMO

O Instagram abre portas para o consumo mundial, sendo uma nova plataforma de vendas e *marketing* de empresas e produtos. Atualmente, as pessoas são facilmente influenciadas pelo que encontram em seus *feeds*, sendo propagadas por *influencers* digitais ou empresas. Segundo pesquisas feitas no ano de 2018, 6,1% das pessoas entrevistadas compraram produtos por indicação de blogueiras. (CORRÊA, Ana Cristina Freitas, 2018)

O Instagramável é aparecer e fazer sucesso nos feeds do Instagram, tornando-se um item de desejo para os consumidores dessa rede social, instigando sua vontade de obter determinado produto ou experiência. O foco do projeto ser instagramável é com o intuito de despertar o desejo das pessoas que utilizam o Instagram, como uma forma de *marketing* para a cafeteria.

4. O QUE É INSTAGRAM

Atualmente, 90% dos brasileiros utilizam pelo menos uma rede social, possuindo uma grande concentração de pessoas nas mídias sociais; sendo o Instagram uma das redes sociais mais utilizadas no Brasil. (COUTINHO, 2020)

O *Instagram* é uma rede social que foi criada para o compartilhamento de fotos e vídeos, portanto, consiste em uma rede social extremamente visual; os usuários podem seguir uns aos outros com o intuito de acompanhar o que é postado, podendo seguir perfis pessoais, de famosos, comerciais, entre outros. (AGUIAR, 2018)

4.1 HISTÓRIA DO INSTAGRAM

O Instagram foi lançado em 2010. Criado por Kevin Systrom, norte americano e pelo brasileiro Mike Krieger, ambos engenheiros de *software*. Inicialmente o aplicativo foi lançado somente para IOS, tornando-se o mais baixado na *Apple Store*. Em dezembro do mesmo ano, bateu a marca de 1 milhão de usuários e já no ano seguinte contava com 10 milhões. Em 2012 foi lançada a tão esperada versão do mesmo aplicativo para *Android* e o *Instagram* foi comprado por 1 bilhão de dólares, pelo Facebook. Atualmente, o *Instagram* conta com mais de 500 milhões de usuários em todo mundo, sendo 7% das contas criadas por brasileiros. (AGUIAR, 2018)

4.2 SIGNIFICADO DE INSTAGRAMÁVEL

Instagramável é uma palavra derivada da rede social Instagram, usada para se referir a tudo que poderia pertencer a rede social, ou seja, aparecer e fazer sucesso nos *feeds*.¹ (TODESCHINI, 2018)

¹ *Feed*. o termo vem do verbo em inglês "alimentar". No Instagram é a página em que os usuários têm acesso às atualizações e postagens. (VOCEPERGUNTA, 2021)

4.2.1 O QUE É UM AMBIENTE INSTAGRAMÁVEL?

São espaços com uma estética pensada intencionalmente para despertar o interesse dos visitantes, assim serem registrados e posteriormente compartilhados no instagram, mostrando a decoração do local como um atrativo para quem vê em seu *feed*. (PRÁTICA, 2021)

4.2.2 O MARKETING POR TRÁS DOS AMBIENTES INSTAGRAMÁVEIS

Os ambientes instagramáveis tem sua decoração como um atrativo, logo o compartilhamento de mídias digitais na rede social funciona como uma propaganda, onde o próprio cliente é quem transmite essa mensagem, conseguindo assim um público potencialmente maior. Imediatamente quando as pessoas veem uma foto em um ambiente legal, com uma boa decoração, é despertado o desejo de fazer uma foto legal também. (BEEWEB,2019)

5. ESTILOS NO DESIGN DE INTERIORES

A concepção de um projeto envolve vários conceitos, uma delas, muito relevante, é o estilo do design de interiores que melhor se adequa ao cliente, seja pela estética ou funcionalidade.

Para o projeto ocorrer bem, o arquiteto ou o designer de interiores precisa conhecer os estilos arquitetônicos e as tendências de decoração. Dessa forma, ele poderá ver o que o seu cliente irá gostar mais, além de fazer adaptações necessárias à realidade do projeto. (ARCHATEAM, 2018)

5.1 ESTILO CLÁSSICO

O estilo clássico teve a sua origem na arquitetura greco-romana e foi influenciado pelos períodos renascentista, barroco e rococó. Ele é inconfundível pelas suas linhas elegantes, ornamentos rebuscados e simetria harmoniosa entre mobília, peças e materiais nobres.

Os seus ambientes são chiques e glamourosos, são realmente obras de arte. O que predominava nos mobiliários era a madeira nobre escura, e o mármore branco era comumente usado em bancadas e pisos.

A sua paleta de cores é ampla. O bege, o rosa claro e outros tons mais suaves são combinados ao bordô, ao verde escuro, ao azul marinho e até mesmo às vezes ao preto na composição das paredes e aos tecidos nobres.

Entre os elementos arquitetônicos destacam-se as sancas ornamentadas, as colunas e os arcos. O papel de parede, liso ou estampado, ajuda a valorizar os quadros e demais peças decorativas: lustres, cristais, porcelanas, prataria, candelabros, bustos, arranjos florais, abajures, espelhos, retratos, livros, natureza morta e tapeçaria. (ARCHATEAM, 2018).

5.2 ESTILO VINTAGE

A tendência no mundo da moda e do design, agora é o vintage. O vintage vem conquistando cada vez mais espaço na montagem de casas e apartamentos. Isso porque ele ajuda a criar ambientes aconchegantes e cheios de personalidade. Ele também pode ser combinado com outros estilos de decoração.

Surgiu durante a II Guerra Mundial, e é caracterizado por tudo que compunha a decoração das casas no período entre 1920 e 1980. Começaram a ser usados muito patchwork e crochê, valorizando peças que eram feitas à mão e os mobiliários e objetos antigos. Nascendo assim, estilo Vintage, que significa “vinho do porto” e passando a ideia de que quanto mais antigo melhor. (CASA CENÁRIO, 2019)

O mais comum na decoração vintage é o uso de móveis e objetos realmente antigos. Cômodas dos anos 1920, poltronas dos anos 1930, uma vitrola dos anos 1950, objetos e mobiliários deixados por parentes.. Tudo isso pode compor uma decoração vintage. Também é caracterizado por algumas cores, sendo elas: vermelho, marsala, tangerina e verde, além de tons da paleta romântica, como o rosê, o creme e as cores amendoadas, e o azul Tiffany. Essas são as cores que estão entre as cores mais usadas nesse tipo de decoração. (CASA CENÁRIO, 2019)

Nos móveis e eletrodomésticos, o vintage é marcado por linhas arredondadas. Uma peça símbolo desse estilo é a cadeira Eames. Criada por Charles Eames, essas cadeiras têm pés de madeira, metal ou base Eiffel, e podem ser encontradas com ou sem braços, em diferentes cores. (CASA CENÁRIO, 2019)

5.3 ESTILO RETRÔ

Esse estilo recria peças em uma versão moderna, fazendo uma releitura do passado com a tecnologia atual. Ele explora a combinação de cores neutras e vibrantes e o Pop Art, e é muito comum encontrá-lo combinado com outro estilo. (ARCHATEAM, 2018)

5.3.1 QUAIS AS DIFERENÇAS ENTRE VINTAGE E RETRÔ

É comum achar que vintage e retrô são a mesma coisa. Mas os dois estilos têm características bem diferentes. A principal distinção entre eles é que o vintage é um estilo que, como dissemos antes, usa coisas realmente antigas. Enquanto o retrô se inspira no sucesso de peças do passado para criar novos móveis e objetos. Como vimos até aqui, o vintage é a decoração composta por itens antigos, ganhos de seus ascendentes ou coisas do tipo. Já a decoração retrô é feita com móveis e objetos novos que se inspiram em outras décadas. (CASA CENÁRIO, 2019)

5.4. ESTILO MINIMALISTA

Não se sabe ao certo sobre quando surgiu o estilo minimalista, mas sabe-se que ele ganhou força no fim Segunda Guerra Mundial, e foi influenciado por movimentos de arte vanguardista e de diferentes culturas, tais como a oriental e a escandinava. O estilo minimalista é caracterizado por cores leves e poucos móveis, priorizando sempre o essencial e o funcional, não só a estética. Assim, os cômodos ficam mais espaçosos e arejados. (ARCHATEAM, 2019)

O seu mobiliário segue um design simples e foca na praticidade e utilidade. A madeira, o alumínio e o inox são muito usados. Os tecidos geralmente são lisos, com texturas suaves, geométricas e sem estampas. (ARCHATEAM, 2019)

As cores claras são o que mais predominam nesse estilo, pois favorecem a iluminação natural e dão a sensação de amplitude no ambiente. O contraste de cores fica por conta de detalhes em madeira, porcelanato, cimento queimado, peças de decoração e etc. Sempre obedecendo o conceito de “menos é mais”. (ARCHATEAM, 2019)

5.5 ESTILO RÚSTICO

A decoração rústica é inspirada em casas de campo. A madeira, antiga ou de demolição, é o elemento de destaque nos móveis, vigas aparentes e pisos fazem parte desse estilo. As paredes geralmente são revestidas em pedras e tijolos cerâmicos aparentes.

A paleta de cores abrange tons claros e terrosos contrastados com elementos decorativos e tecidos. Quadros de paisagens, espelhos emoldurados, cestos, almofadas, colchas em patchwork, chita, algodão, estampas florais e xadrez, são o que mais aparecem nesse estilo. (ARCHATEAM, 2019)

6. ESTILO MODERNO

O estilo moderno (ou modernista) refere-se a uma tendência única na arte e na arquitetura que se desenvolveu na primeira metade do século XX. E, ao contrário do que muitos pensam, o estilo moderno não precisa ser composto apenas por objetos e móveis com design futurista. Algumas de suas principais características são a simplicidade e praticidade, oferecendo uma atmosfera clean aos ambientes. (WESTWING, 2019)

Criado para contradizer a pesada ornamentação típica do século XIX, o estilo moderno tem como lema a frase "a forma segue a função", dita pelo famoso arquiteto norte-americano Louis Sullivan. No estilo moderno, funcionalidade é um princípio primordial e praticamente não há espaço para excesso de acessórios decorativos. (WESTWING, 2019)

6.1 CLEAN

A decoração clean tem sido um estilo cada vez mais usado por pessoas que prezam pela praticidade sem abrir mão da beleza. O estilo é sofisticado e elegante, prezando pelo minimalismo em cores e objetos. Esse tipo de decoração é ideal para ambientes pequenos, porque dá a sensação de amplitude. (RIOVERDE, 2018)

Clean, em inglês, significa "limpo" e é justamente essa a sensação que se tem em um ambiente nesse estilo. Para dar essa impressão de "limpeza", a decoração aposta em uma paleta de cores homogênea e discreta. A decoração clean utiliza cores neutras, como branco, gelo, cinza, preto, marrom e bege. Pequenos pontos de cor podem ser utilizados em objetos e acessórios, como quadros, almofadas, cerâmicas e até cadeiras. No entanto, mesmo essas cores pontuais geralmente são tonalidades pastéis. (RIOVERDE, 2018)

6.2 ESTILO CONTEMPORÂNEO

O estilo contemporâneo é um estilo de decoração mais limpo, funcional e simples. É um estilo que combina com a praticidade que as pessoas precisam hoje

em dia. Nesse estilo, são utilizadas linhas retas, com poucos detalhes, e superfícies mais lisas.

A decoração contemporânea não apresenta muitos detalhes. Geralmente, inclui mobiliário grandiosos, combinando materiais como: madeira, pedras (mármore e outras), metal prateado, aço, cimento e vidro. Superfícies completamente lisas são as principais protagonistas desse estilo. A paleta de cores utilizada é basicamente neutra, destacando-se o branco, cinza, preto, bege e marrom e suas tonalidades. (NATÁLIA RIBAS, VIVA DECORA, 2014)

6.2.1 DIFERENÇA ENTRE ESTILO MODERNO E CONTEMPORÂNEO

Ambos valorizam linhas limpas e pouca ornamentação. Mas, diferente do estilo contemporâneo, que se baseia em elementos atuais, o estilo moderno é fortemente baseado no design da metade do século XX, ou seja, nos anos 40 a 70.

O estilo moderno atual valoriza mobília feita em materiais de origem natural, cores neutras ou terrosas e é focado na funcionalidade, eliminando qualquer detalhe desnecessário. Já o contemporâneo usa materiais de última geração, como metais e vidros.

No estilo contemporâneo se encontra uma variedade de cores, pois nela é permitido ousar, enquanto a decoração moderna zela por padrões monocromáticos. (WEVANS, 2019)

7. ESTILO ROMÂNTICO

Composto por flores, marcado pelo tom delicado que apresenta e pelo visual feminino que deixa no ar. A primeira vista é essa a imagem que o estilo romântico passa. Porém, ele é muito mais do que isso. Quando bem projetado pode agradar ambos os gêneros e não apenas as mulheres. (WESTWING)

As cores associadas ao estilo romântico são suaves, com tons neutros, como os tons pastéis e o branco. A essa paleta básica é possível adicionar pontos de cores fortes como o verde, lilás, amarelo e azul. Estampas listradas, florais, com inspiração vitoriana são as texturas mais associadas a esse estilo e podem ser colocadas em papéis de parede, cortinas, sofás, poltronas, lençóis etc. Todos esses detalhes devem ser avaliados e projetados para que não haja conflito de informações visual. (NATÁLIA RIBAS, VIVA DECORA, 2014)

7.1. ESTILO ROMÂNTICO CLÁSSICO OU CONTEMPORÂNEO

O estilo romântico valoriza aspectos do passado. Os móveis ligados ao romantismo clássico se caracterizam pelo design provençal que apresentam, ou seja, eles possuem um visual que remete aos artigos mais nobres, porém, são feitos de maneira mais simples. Em geral, contam com tonalidades mais brandas, claras e cleans, como por exemplo, branco, bege e azul claro. No romantismo contemporâneo os móveis para a composição do ambiente são provençais ou vintage (antigos) mas adotam cores e designs fortes e marcantes. Essa mesma premissa é válida para a seleção de adornos e a pintura das paredes no estilo romântico contemporâneo como um todo. (WESTWING)

7.2. ESTILO ESCOLHIDO

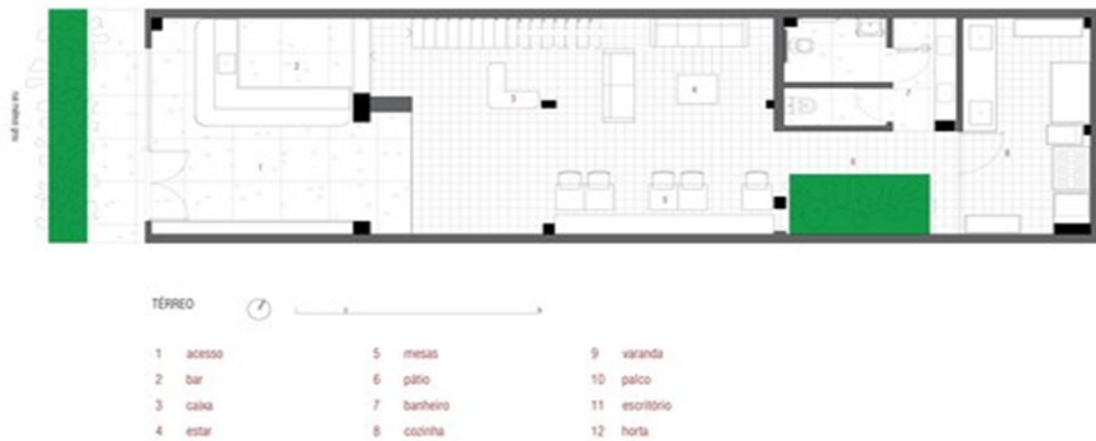
Para nosso projeto, o estilo escolhido foi o romântico. Procurando um ambiente mais delicado e fofo, a melhor escolha para esse quesito é o romântico, por suas características principais serem tons pastéis e por seus elementos

decorativos serem, basicamente, flores, traços delicados e corações, esse é o estilo que mais combina com nosso projeto.

8. DIAGNÓSTICO

A planta que será usada para a realização do nosso projeto, será uma planta que conta com 216m², com 3 andares, na cidade de São Paulo, em Pinheiros.

Figura 01 – Planta Térreo



Fonte: Estúdio Brasileiro de Arquitetura, Archdaily (2021).

Encontra-se em:

<https://www.archdaily.com.br/br/979548/colchetes-cafe-estudio-brasileiro-de-arquitetura>

Figura 02 – Planta 1º Pavimento

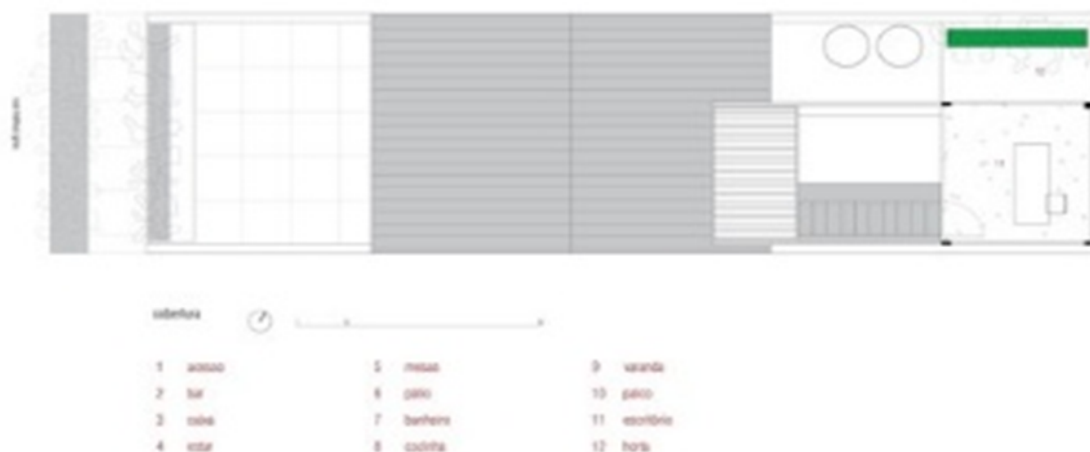


Fonte: Estúdio Brasileiro de Arquitetura, Archdaily (2021).

Encontra-se em:

<https://www.archdaily.com.br/br/979548/colchetes-cafe-estudio-brasileiro-de-arquitetura>

Figura 03 – Planta Cobertura



Fonte: Estúdio Brasileiro de Arquitetura, Archdaily (2021).

Encontra-se em:

<https://www.archdaily.com.br/br/979548/colchetes-cafe-estudio-brasileiro-de-arquitetura>

8.1. LOCALIZAÇÃO

O nosso projeto está localizado na Zona Oeste de São Paulo, em Pinheiros, mais precisamente na Rua Mateus Grou, 162.

Situado na Zona Oeste de São Paulo, Pinheiros é considerado um dos melhores bairros da cidade. O bairro oferece excelentes opções de moradia, abriga várias empresas importantes, conta com uma excelente seleção de lazer e tem disponíveis ótimas opções de transporte. (EMCASA, 2020)

8.2. LOCOMOÇÃO EM PINHEIROS

A facilidade de locomoção é um dos pontos altos ao morar em Pinheiros. O bairro, que é cercado pelos bairros de Alto de Pinheiros, Jardim Paulistano e Vila Madalena, conta com algumas das mais importantes ruas da capital paulista.

Entre as principais vias, podemos citar: a Avenida Rebouças que permite chegar à Avenida Paulista em poucos minutos, a Avenida Brigadeiro Faria Lima, um dos mais importantes pólos financeiros e administrativos de São Paulo e a Marginal Pinheiros, que acompanha o Rio Pinheiros em toda a sua extensão e possibilita a conexão a outras importantes avenidas da cidade como a Marginal Tietê por exemplo. (EMCASA, 2020)

8.2.1 LOCOMOÇÃO PRÓXIMO AO NOSSO ESTABELECIMENTO

O local em que o nosso projeto está localizado está em um ótimo ponto, já que conta com 7 pontos de ônibus próximos e ciclofaixas, o que facilita a chegada a nossa cafeteria. Fica também a mais ou menos 10 min do metrô, da estação Pinheiros, de condução, e a 3 min a pé da estação Fradique Coutinho.

Figura 04 - Mapa Estação Pinheiros



Fonte: Google Maps, 2022.

Figura 05 - Mapa Estação Fradique Coutinho



Fonte: Google Maps, 2022.

8.3. ESTABELECIMENTOS E HOSPITAIS PRÓXIMOS

Quem for aproveitar para ir a nossa cafeteria, poderá ir sem nenhuma preocupação pois temos o Hospital das Clínicas bem próximo ao nosso estabelecimento.

Próximo ao nosso estabelecimento há bastante lugares direcionados ao lazer, como restaurantes, bares, lanchonetes e etc. Porém não há cafeterias, docerias ou similares próximo, então conseguimos um diferencial. Nas proximidades do nosso estabelecimento tem o Museu do Futebol, onde atrai muitas pessoas.

8.4. HISTÓRIA DE PINHEIROS

Pinheiros é considerado um dos primeiros bairros de São Paulo e suas primeiras histórias são datadas de meados do século XVI. Por esse motivo, a origem do seu nome não pode ser afirmada com toda certeza, no entanto, acredita-se que ele tenha surgido por conta do grande número de araucárias que existiam na região.

Apesar de muito antigo, a valorização do bairro se iniciou há poucos anos, o bairro deixou de ser um local com casas de quintais grandes e passou a receber prédios de alto padrão, assim como empresas de grande importância. Tudo isso, aliado a sua ótima localização, fez com que ele se tornasse um dos bairros mais desejados para moradores de São Paulo. (EMCASA, 2020)

8.5. BREVE HISTÓRIA DA CIDADE DE SÃO PAULO

A cidade de São Paulo é a capital do estado de mesmo nome e sede da Região Metropolitana de São Paulo. A capital paulista possui 12 milhões de habitantes, sendo a mais populosa do Brasil. Está inserida no bioma Mata Atlântica, tendo clima predominantemente Subtropical Úmido. O tempo, entretanto, pode sofrer bruscas variações durante o dia.

O município é considerado uma cidade global em função do seu dinamismo econômico e dos serviços de que dispõe, sobretudo no que diz respeito às redes de transporte e de comunicação. A fundação da cidade de São Paulo aconteceu no local conhecido como Pátio do Colégio, no dia 25 de janeiro de 1554. A cidade foi, aos poucos, ganhando centralidade econômica e política na região e tornou-se capital da província em 1815. (MUNDO EDUCAÇÃO, 2021)

9. ESTUDO DE CASO - CAFÉ CHERIE

Café Cherie é uma cafeteria instagramável que fica localizada no bairro César Siqueira, próxima a Rua Oscar Freire, na zona oeste de São Paulo, sendo uma área mais elitizada. Fundada em 2014 pelas irmãs Ana Cecília Navarro e Ana Carolina Navarro. O Café Cherie foi elaborado com o intuito de compartilhar amor, carinho e sentimentos bons através do mundo cor de rosa que elas criaram (imagem 04); a cor rosa foi escolhida como foco principal porque segundo a psicologia das cores, o rosa tem propriedades calmantes, além de ser a cor mundial do amor. (CAFECHERIE, 2020)

Figura 06 – Café Cherie



Fonte: Café Cherie, cafecherie (2020)

Encontra-se em: [Página Inicial | Café Cherie \(cafecherie.com.br\)](https://www.cafecherie.com.br)

9.1 A ESCOLHA

Essa cafeteria foi escolhida para ser analisada exatamente por utilizar muitos tons de rosa na composição de seu ambiente, puxando mais para aquele lado romântico, o que se busca trabalhar no projeto. Estudar esse caso ajudaria a ter um olhar mais crítico na hora de selecionar o que será utilizado nas composições do projeto ou não.

9.2 APONTAMENTOS

9.2.1 A COR ROSA

A cafeteria tem o rosa como seu foco principal, algo que não seria trabalhado no projeto tão presente, quanto é trabalhado nesse ambiente, por isso será utilizado o verde como cor complementar do rosa, para poder dar uma suavizada no rosa extremamente cansativo.

9.2.2 OS AMBIENTES INSTAGRAMÁVEIS

Algo que foi reparado, é o fato dela ser toda instagramável (imagem 05), com esses corações grafitados por toda sua parte interna, mas há dois pontos principais, que são as duas partes com letreiro. Um dos principais pontos é a mesa (imagem 06), que pode causar uma confusão para tirar fotos no local, onde pode ter pessoas comendo, em diversos momentos; Outro ponto é o balanço (imagem 07), que fica localizado em uma parte mais reservada do ambiente, sendo um ponto positivo. Foi planejado que o projeto cafeteria será todo instagramável, mas que também tenham pontos específicos para as fotos, e que esses pontos não atrapalhem os consumidores, e muito menos quem quer tirar fotos.

Figura 07 – Café Cherie



Fonte: Leila Viegas, Heloisa Tolipan (2021)

Encontra-se em: <https://images.app.goo.gl/1bk4ZVHi235ruJDA6>

Figura 08 – Café Cherie



Fonte: Felipe Damasceno, We Pick (2020)

Encontra-se em: <https://images.app.goo.gl/AQF9AWbjsaxcaerc6>

Figura 09 – Café Cherie



Fonte: Renata Telles, Ela que ama viajar (2021)

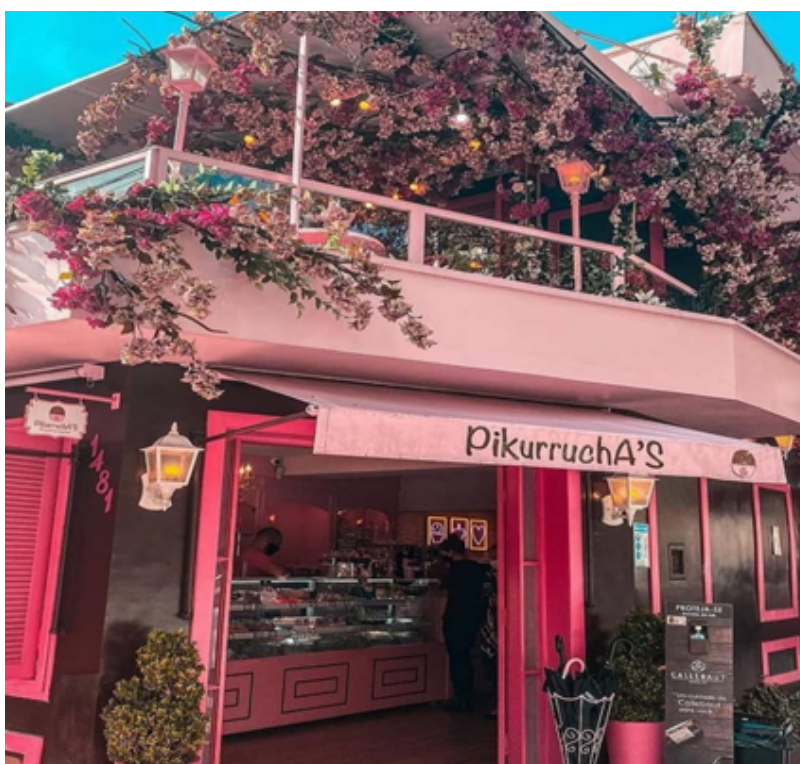
Encontra - se em: <https://images.app.goo.gl/i4fbBhyzzDtqqC9XA>

10. ESTUDO DE CASO - PIKURRUCHA'S

A Pikurrucha 's é uma brigaderia e doceria instagramável, localizada no Tatuapé, um bairro nobre da zona leste de São Paulo. Contendo mais dois estabelecimentos localizados em Perdizes e em São Bernardo, também no estado de São Paulo.

A cafeteria possui um estilo romântico, bem "fofo", com a sua cor principal sendo o rosa, que está presente em todo o ambiente, junto a vários elementos decorativos que ajudam a fortalecer esse estilo, como flores, ursos de pelúcia (imagem 10), coração e etc. Portanto, a cafeteria possui o conceito instagramável bem presente, com vários espaços para que os clientes possam fazer suas fotos. (QUANTO, 2021)

Figura 10 - Pikurrucha's Tatuapé



Fonte: Quanto custa viajar, quantocustaviajar (2021)

Encontra-se em: [Pikurrucha's: confeitaria instagramável é sucesso em SP - Blog Quanto Custa Viajar](#)

Figura 11 - Pikurrucha's Tatuapé



Fonte: Quanto custa viajar, quantocustaviajar (2021)

Encontra-se em: [Pikurrucha's: confeitaria instagramável é sucesso em SP - Blog Quanto Custa Viajar](#)

Figura 12 - Ursos de pelúcia



Fonte: Quanto custa viajar, quantocustaviajar (2021)

Encontra-se em: [Pikurrucha's: confeitaria instagramável é sucesso em SP - Blog Quanto Custa Viajar](#)

Figura 13 - Decoração



Fonte: Quanto custa viajar, quantocustaviajar (2021)

Encontra-se em: [Pikurrucha's: confeitaria instagramável é sucesso em SP - Blog Quanto Custa Viajar](#)

10.1 APONTAMENTOS

A pikurruchas é uma doceria e brigaderia, tem café no seu cardápio mas o foco deles é em doces, já o nosso projeto é de uma cafeteria, onde o foco principal seria o café.

No ambiente da doceria há vários ursinhos de pelúcia como decorações, deixando a impressão de um ambiente infantil e também trazendo uma poluição visual. O que não é ideal no nosso projeto, nós queremos um estilo romântico mas não infantil, e sem muita informação visual.

No estabelecimento, há a grande presença da cor rosa o que traz o "ar" de fofo, porém remete também a algo infantil. No nosso projeto, a nossa paleta de cores terá também a presença do rosa, mas junto de tons de verde e bege, perdendo a impressão de infantil e mesmo assim sendo fofo.

11. BRIEFING BASEADO NO PÚBLICO ALVO

Todos os elementos serão planejados com base no nosso público alvo, que são as pessoas jovens e ligadas às redes sociais. O estilo a ser trabalhado no espaço, será o estilo romântico, contando com elementos que façam esse conceito presente, como a utilização de flores e plantas que são essenciais, mas sempre pensando na vida útil delas. Também será utilizado muitos elementos em madeira, trazendo a sensação de aconchego, pensando nesse público de Instagram, foi planejado fazer banheiros instagramáveis para uma otimização desse espaço,

11.1. PROGRAMA DE NECESSIDADES

Analisando as necessidades do espaço a ser utilizado e no público, temas importantes foram colocados em pauta, sendo eles:

- Está nos planos que o espaço instagramável seja um pouco distante das mesas onde ocorrem a alimentação, para não atrapalhar quem está comendo e quem quer tirar fotos.
- Uma coisa que é de extrema importância para o nosso público alvo, já que são pessoas que sempre estão ligadas nas redes, são tomadas por perto, seja uma simples tomada na parede ou uma torre de tomadas instalada nas mesas.
- A Organização do espaço é algo importante para o projeto, sempre visando o conforto do cliente, e a maior quantidade de mesas, para que não haja fila de espera.

12. MOODBOARD

12.1. O QUE É MOODBOARD?

Traduzindo para o português, moodboard pode significar "painel semântico" ou "quadro de humor", ele serve, basicamente, para demonstrar o "sentimento" do nosso projeto. De forma prática, o moodboard é a junção de imagens que servem como referência para o seu projeto, serve para dar visibilidade às suas ideias. (AGÊNCIA DE RESULTADOS, 2022)

12.2. MOODBOARD DO PROJETO EM QUESTÃO

Em questão do nosso Moodboard, ele expressa bastante ideias nossas, o que estávamos pensando para o projeto em questão, e ele passa a nossa estética assim que batemos os olhos nele, trazendo uma estética rosa, romântica e aconchegante. Nele nós conseguimos pensar tanto na questão de mobiliário até a questão de revestimento de piso, como é o caso do balcão que serviu de inspiração (não será usado o mesmo da imagem), e o piso de madeira que é algo que estará presente em nosso projeto. Prosseguindo, temos também o estilo de fachada que queremos, e que mais uma vez transparece toda a nossa estética.

Figura 14 - Moodboard



Fonte: Thiago Bernardes em Canva, 2022.

13. PARTIDO

Escolhemos uma cafeteria motivados pela ascensão de espaços instagramáveis e a demanda desses comércios, especialmente restaurantes, que vem crescendo constantemente, alavancados por avaliações nas redes sociais. A cafeteria é um nicho que se adequaria aos estilos que pretendemos trabalhar.

A Amor de Café será uma cafeteria criada para o Instagram, com seu maior foco no estilo romântico, e na utilização de tons de rosa, verde, branco e bege. Tendo assim o intuito de atrair pessoas que gostam desse estilo e são ligadas nas redes sociais. Os materiais utilizados serão: o piso hexagonal, tijolinhos e madeira em suas diversas utilizações, como em painéis ripados, ou pisos vinílicos. Um dos seus diferenciais serão os ambientes planejados para serem fotografados, e a utilização de itens sinestésicos, como as luzes que trazem sensações de aconchego ou agitação, cheiros que trazem a sensação de tranquilidade, e até mesmo o uso das texturas.

14. SETORIZAÇÃO

14.1 O QUE É SETORIZAÇÃO?

A setorização visa agrupar ambientes e espaços do programa de necessidade que sejam coesos de alguma maneira entre si, diminuindo a complexidade do projeto. A organização dos fluxos de espaços deve ser levada em conta na hora de organizar os diferentes setores em um partido arquitetônico. Ou seja, setorização é exatamente a organização dos ambientes, identificar o que cada cômodo/ambiente será. (COMO PROJETAR)

Então, a setorização foi dividido em tais setores:

- Acesso;
- Salão;
- Banheiros;
- Jardim de inverno;
- Área de serviço;
- Área de estar/instagramável;
- Varanda;
- Palco.

Disposto desta maneira:

Figura 15: Setorização - Térreo e primeiro pavimento

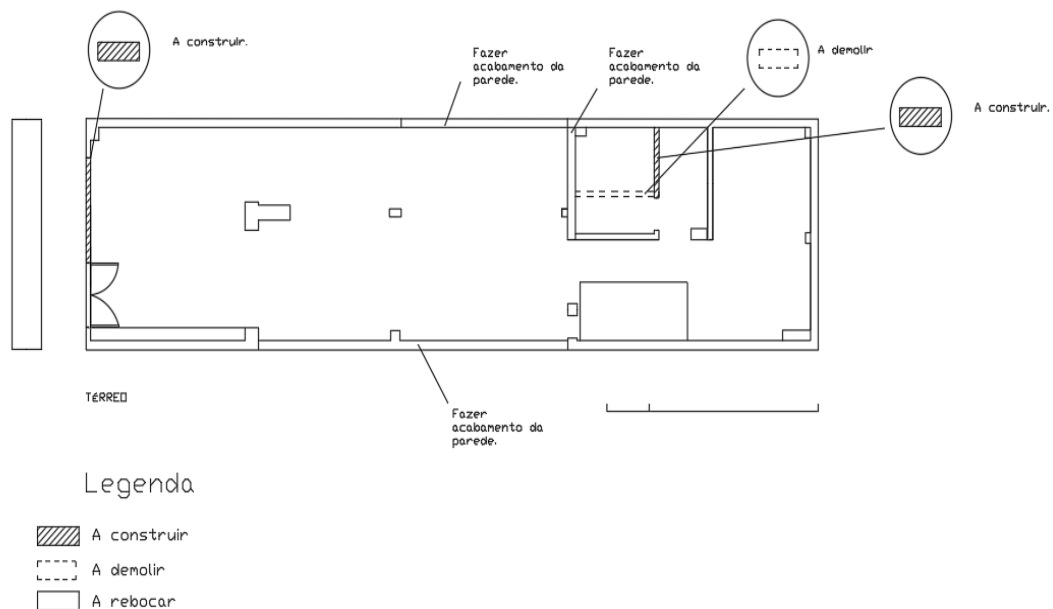


Fonte: Maria Eduarda Rodrigues e Thiago Bernardes em AutoCad, 2022.

15. PLANTA DE REFORMA

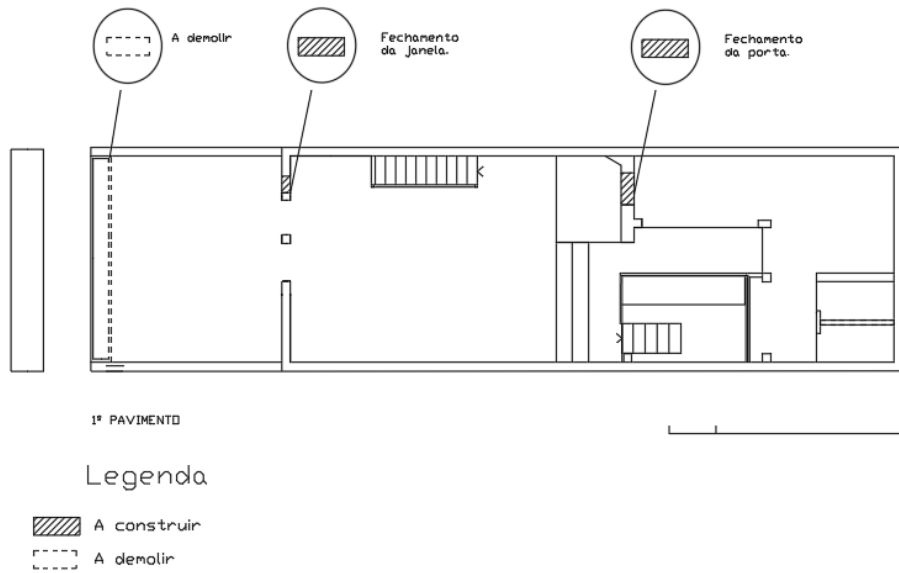
Em nossa planta de reforma decidimos mudar algumas coisas. Priorizando a acessibilidade, praticidade, sem deixar de lado a estética. No térreo, decidimos demolir a parede que dividia os banheiros, tornando eles em apenas um, deixando assim o espaço mais amplo e também mais acessível a todos os tipos de pessoas (imagem 16: Planta de reforma - Térreo). Já no primeiro pavimento, decidimos construir uma parede no lugar da porta que daria acesso ao "palco", por motivos de não ter funcionalidade, decidimos fechar também uma mini janela, por questões estéticas e que também não irá prejudicar a circulação de corrente de ar (imagem 17: Planta de reforma - Primeiro pavimento).

Figura 16: Planta de reforma - Térreo



Fonte: Thiago Bernardes em AutoCad, 2022.

Figura 17: Planta de reforma - Primeiro Pavimento



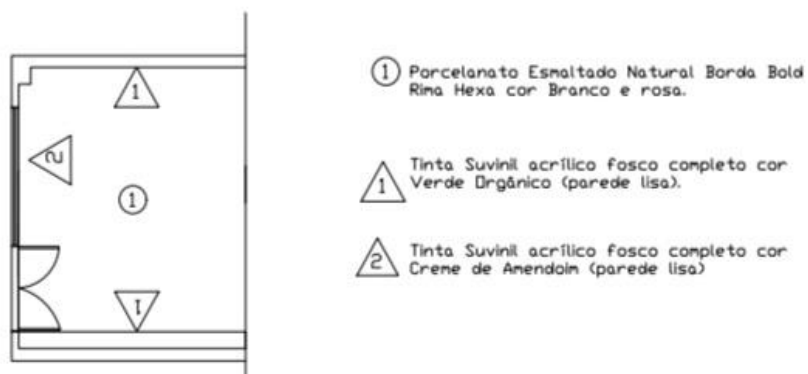
Fonte: Thiago Bernardes em AutoCad, 2022.

16. MAPA DE ACABAMENTO

Mapa de acabamento é, de certa forma, a maneira de organização de materiais utilizados no acabamento da obra.

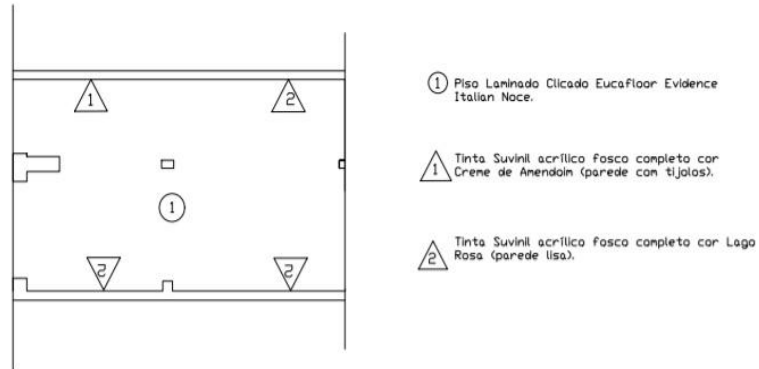
Separamos em três tipos: piso (círculo), parede (triângulo) e teto (quadrado). Detalhando cada material que será utilizado (qual material, marca e cor do mesmo), e no local exato que será usado. Cada material possui uma simbologia, para que fique mais fácil a visualização. O piso é representado por círculo, a parede por triângulo, e o teto por quadrado.

Figura 18: mapa de acabamento - entrada térreo



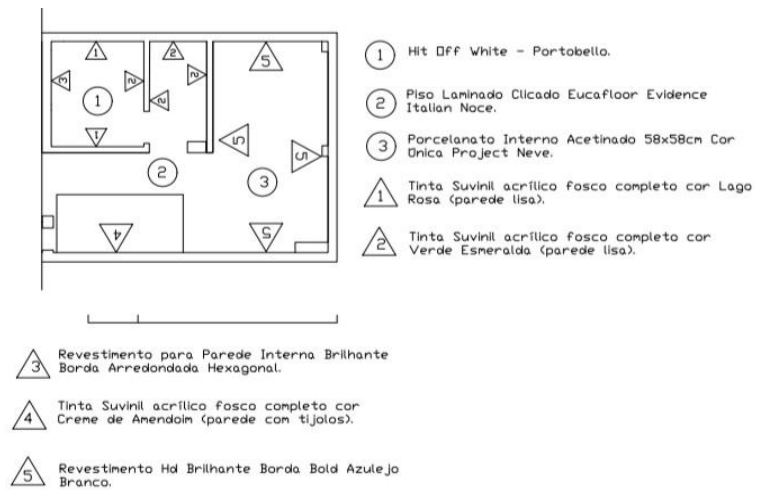
Fonte: Maria Eduarda Rodrigues em AutoCad, 2022.

Figura 19: mapa de acabamento - salão térreo



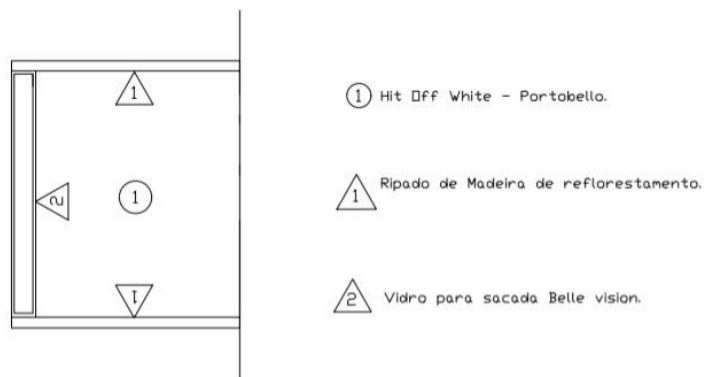
Fonte: Maria Eduarda Rodrigues em AutoCad, 2022.

Figura 20: mapa de acabamento - banheiro/cozinha térreo



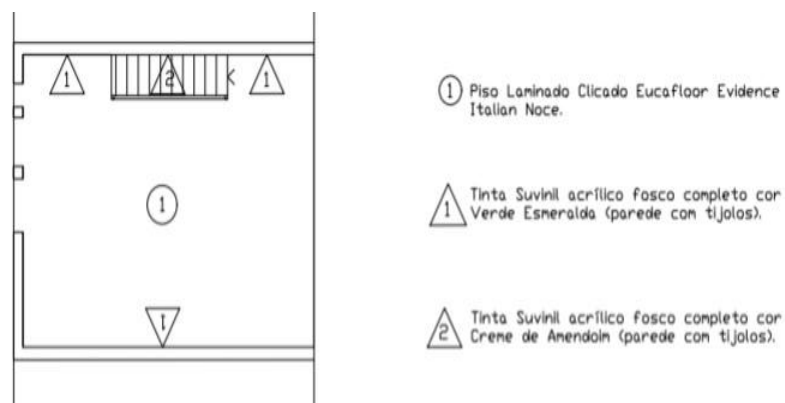
Fonte: Maria Eduarda Rodrigues em AutoCad, 2022.

Figura 21: mapa de acabamento - varanda primeiro pavimento



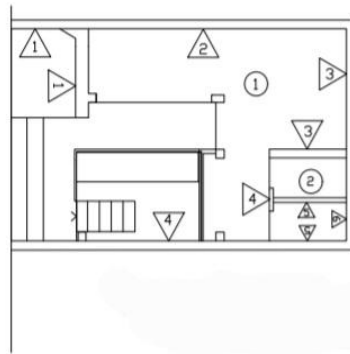
Fonte: Maria Eduarda Rodrigues em AutoCad, 2022.

Figura 22: mapa de acabamento - salão primeiro pavimento



Fonte: Maria Eduarda Rodrigues em AutoCad, 2022.

Figura 23: mapa de acabamento - banheiro/área instagramável primeiro pavimento



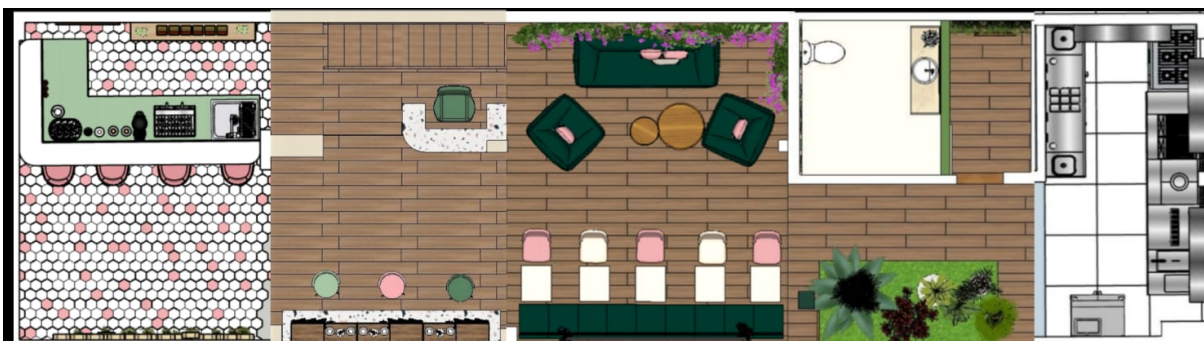
- ① Piso Laminado Clicado Eucafloor Evidence Italian Noce.
- ② Hit Dff White - Portobello.
- △1 Tinta Suviniil acrílico fosco completo cor Verde Esmeralda (parede con tijolos).
- △2 Ripado de madeira de reflorestamento con Verde Orgânico

- △3 Tinta Suviniil acrílico fosco completo cor Kago Rosa (parede lisa).
- △4 Tinta Suviniil acrílico fosco completo cor Crene de Amendoin.
- △5 Tinta Suviniil acrílico fosco completo cor Verde Esmeralda e Boina Rosa
- △6 Revestimento para Parede Interna Brilhante Borda Arredondada Hexagonal.

Fonte: Maria Eduarda Rodrigues em AutoCad, 2022.

17. LAYOUT HUMANIZADO

Figura 24 - Layout humanizado térreo



Fonte: realizado pelo grupo em Sketchup, 2022.

Figura 25 - Layout humanizado primeiro pavimento



Fonte: realizado pelo grupo em Sketchup, 2022.

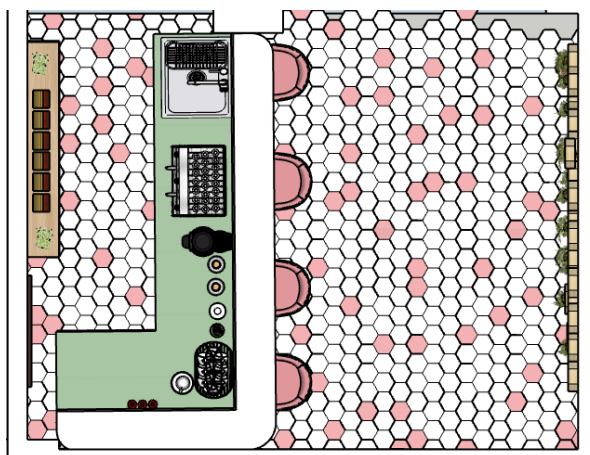
18. PROJETO PAVIMENTO TÉRREO

O pavimento térreo é constituído por 6 partes, sendo elas a entrada, o caixa, o salão, o jardim de inverno, o banheiro e a cozinha. Cada parte conta com suas características e diferenciais, que serão apresentados a seguir.

18.1. ENTRADA

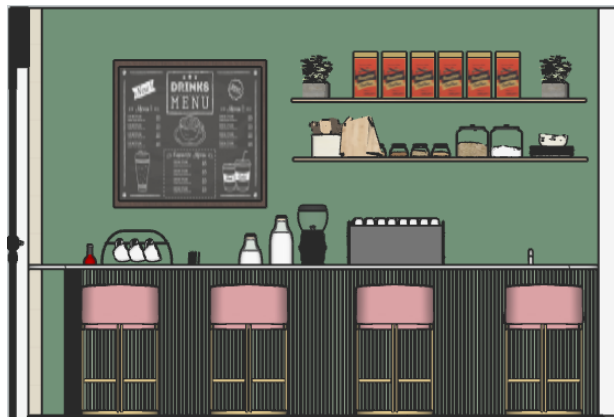
O seguinte ambiente é a porta de entrada para pavimento térreo, que se inicia com a nossa estética muito presente, contando com um balcão curvo ripado no tom de verde orgânico e o piso Atlas hexagonal na cor Marfim e Rose Gold, sendo ambas as estrelas dessa área. Além da bancada de alimentação em silestone na cor Uyuna e a de trabalho na cor Posidonia Green, sendo ambas da Cosentino e a cadeira ragazza da mellie no tom de rosa.

Figura 26 - planta entrada



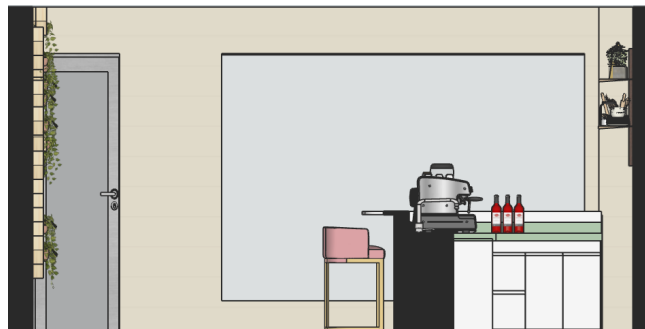
Fonte : Pamella Fernandes em Sketchup, 2022

Figura 27 - vista A



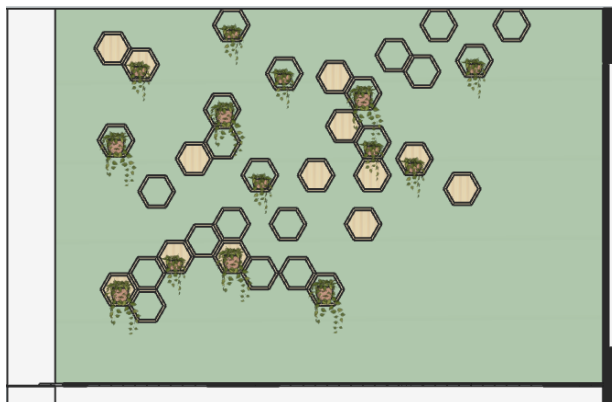
Fonte : Pamella Fernandes em Sketchup, 2022

Figura 28 - vista B



Fonte : Pamella Fernandes em Sketchup, 2022

Figura 29 - vista C



Fonte : Pamella Fernandes em Sketchup, 2022

Figura 30 - Perspectiva A



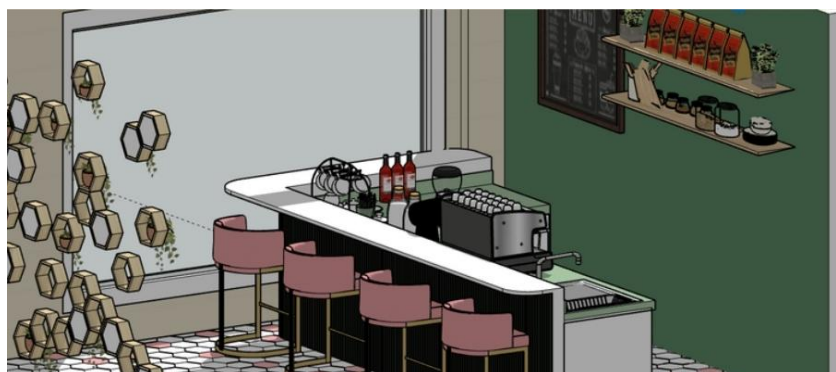
Fonte : Pamella Fernandes em Sketchup, 2022

Figura 31 - Perspectiva B



Fonte : Pamella Fernandes em Sketchup, 2022

Figura 32 - Perspectiva C



Fonte : Pamella Fernandes em Sketchup, 2022

Figura 33 - Perspectiva D



Fonte : Pamella Fernandes em Sketchup, 2022

18.2. CAIXA

Localizado entre a área da entrada e do salão, o caixa compõe uma parte bem simples do projeto, consistindo em um balcão planejado de madeira MDF (placa de fibra de média densidade) em frente a escada que dá acesso ao primeiro pavimento. Além da área de circulação e uma bancada alta, também planejada em madeira MDF, desta vez revestida por um papel autocolante geométrico que simula o material Granilite. Esta bancada foi planejada na parede oposta ao caixa, com pintura personalizada de formas orgânicas nas cores da paleta do projeto, que consistem em Creme de Amendoim, Lago Rosa, Boina Rosa, Verde Orgânico e Verde Esmeralda, todas são tintas da Suvinil.

Para completar a composição, foram utilizadas banquetas altas em conjunto a poltrona do caixa, ambas na cor verde. No revestimento do piso, foi utilizado o laminado evidence italian noce da Eucafloor, que possui uma coloração intermediária, ficando entre o marrom escuro e claro.

Figura 34 - Planta caixa



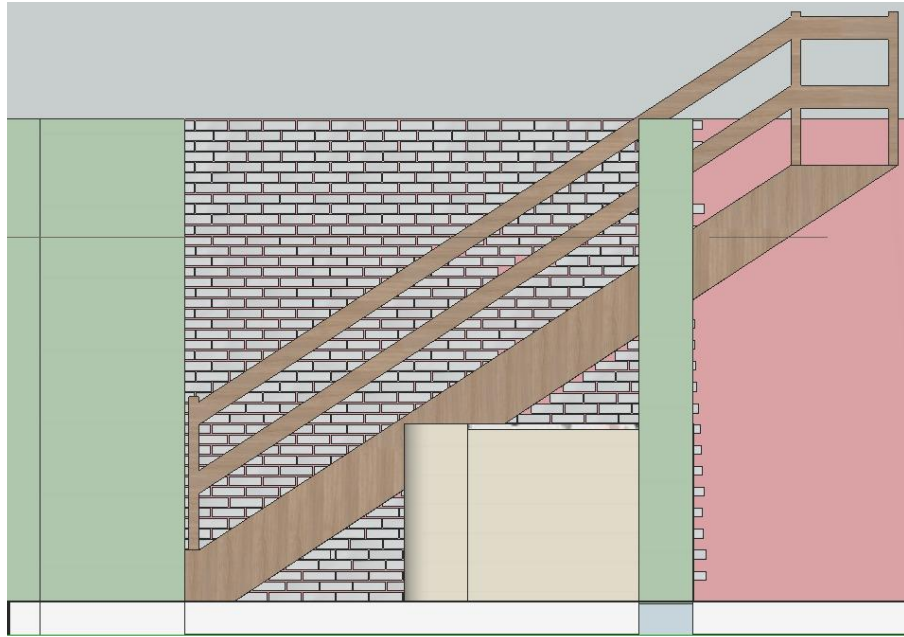
Fonte: Alice Tavares em SketchUp, 2022.

Figura 35 - Vista A



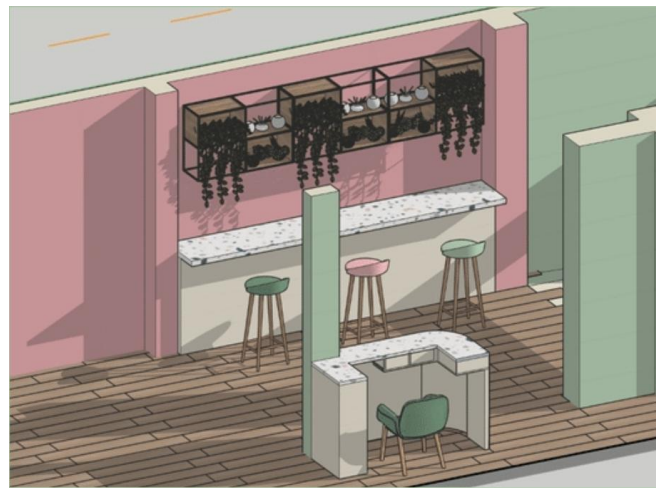
Fonte: Alice Tavares em SketchUp, 2022.

Figura 36 - Vista B



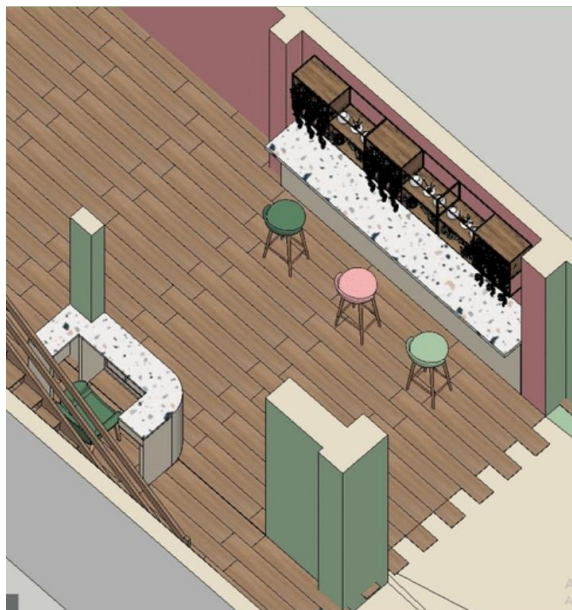
Fonte: Alice Tavares em SketchUp, 2022.

Figura 37 - Perspectiva A



Fonte: Alice Tavares em SketchUp, 2022.

Figura 38 - Perspectiva B



Fonte: Alice Tavares em SketchUp, 2022.

18.3. SALÃO

Avançando mais, chegamos ao salão do térreo, aqui é onde serão feitas as refeições. Com um sofá Booth feito sob medida, ao longo de toda a parede direita do salão, e 5 mesas 70x70 de 2 lugares da Kasmobile junto de 5 cadeiras Soul da Sierra Móveis, compõe o espaço de refeições do térreo. Sendo uma área consideravelmente pequena, esse espaço é mais agradável para uma refeição para apenas duas pessoas.

A esquerda do salão encontra-se o Conjunto Sofá Ravena e 2 Poltronas Ravena na cor verde, e um Conjunto Mesa de Centro Redonda Dallas Marmo Areia, numa área reservada para quem não quer necessariamente fazer uma refeição, poder usar o espaço para talvez realizar uma reunião, esperar sua mesa, ou apenas curtir o ambiente, é um pequeno espaço de lazer.

Figura 39 - Planta Salão



Fonte: Maria Eduarda Rodrigues em SketchUp, 2022.

Figura 40 - Vista A



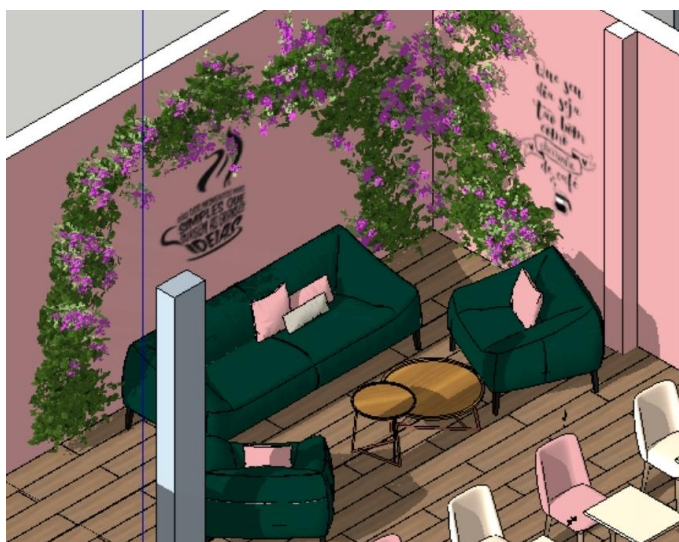
Fonte: Maria Eduarda Rodrigues em SketchUp, 2022.

Figura 41 - Vista B



Fonte: Maria Eduarda Rodrigues em SketchUp, 2022.

Figura 42 - Perspectiva A



Fonte: Maria Eduarda Rodrigues em SketchUp, 2022.

Figura 43 - Perspectiva B



Fonte: Maria Eduarda Rodrigues em SketchUp, 2022.

18.4. BANHEIRO

Seguido do salão nós temos o nosso primeiro banheiro, ele é um banheiro unissex e é adequado a questões de acessibilidade, tendo também a sua parte instagramável. Logo antes de entrar no banheiro, na área de espera, há um jardim vertical com um espelho orgânico com uma borda laminada castanha, logo ao centro. Assim, mesmo você indo apenas usar o banheiro, você ainda pode garantir uma bela foto ou se arrumar enquanto espera. Já dentro do banheiro, há o vaso sanitário da Deca com caixa acoplada, a bancada em porcelanato Max Blu na cor travertino e um espelho com borda preta da Mariolu.

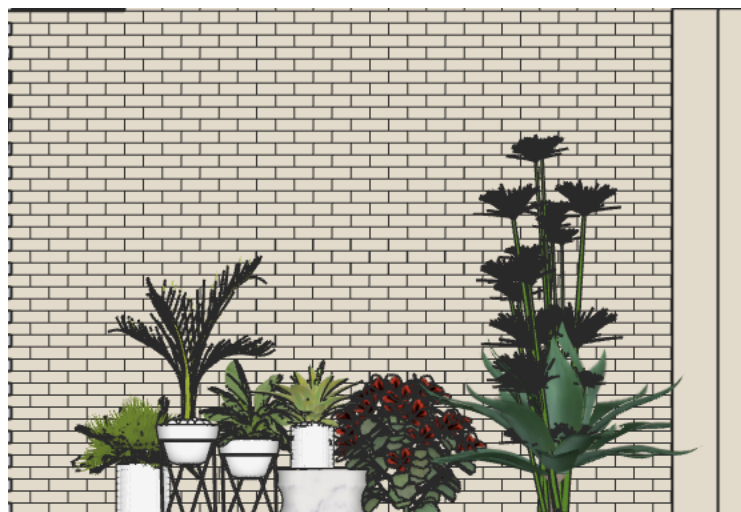
As cores das paredes são o verde e o rosa, tendo uma parede revestida (quase por completa) de hexágonos, também nas cores lago rosa e verde orgânico, a parte que não é revestida, que fica em frente ao espelho, conta com uma decoração, para que caso alguém queira tirar uma foto no espelho esse decoração irá sair ao fundo, dando um “up” na foto.

Figura 44 - Planta banheiro



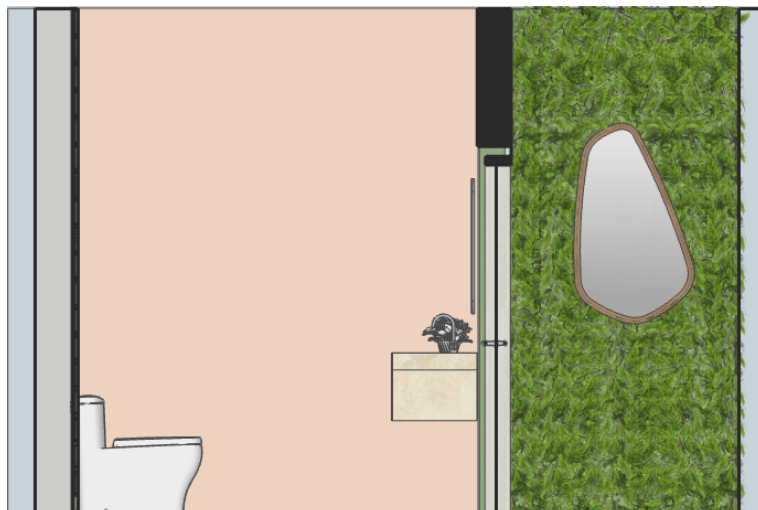
Fonte: Thiago Bernardes em SketchUp, 2022.

Figura 45 - Vista A



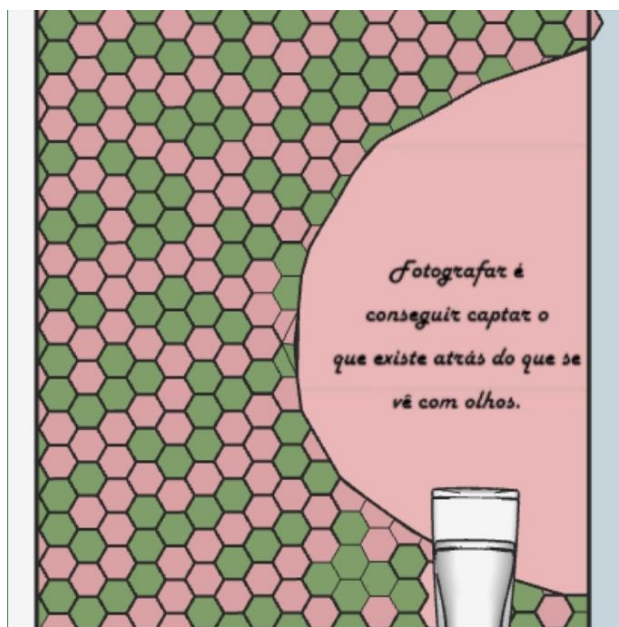
Fonte: Thiago Bernardes em SketchUp, 2022.

Figura 46 - Vista B



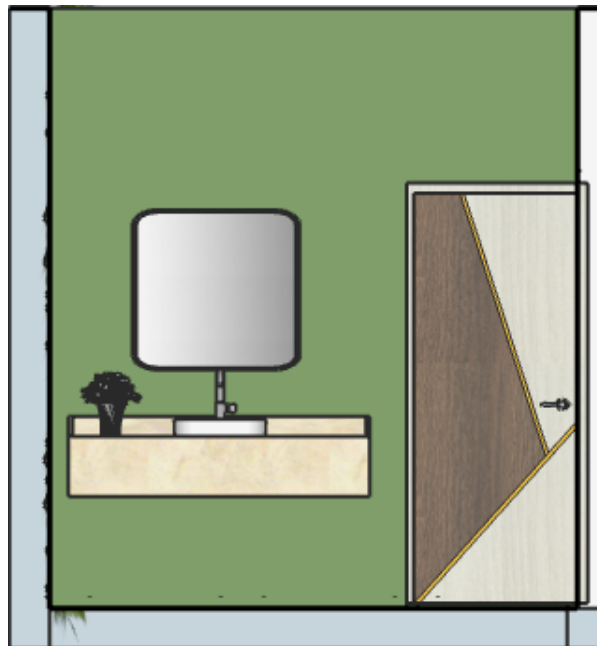
Fonte: Thiago Bernardes em SketchUp, 2022.

Figura 47 - Vista C



Fonte: Thiago Bernardes em SketchUp, 2022.

Figura 48 - Vista D



Fonte: Thiago Bernardes em SketchUp, 2022.

Figura 49 - Perspectiva A



Fonte: Thiago Bernardes em SketchUp, 2022.

Figura 50 - Perspectiva B



Fonte: Thiago Bernardes em SketchUp, 2022.

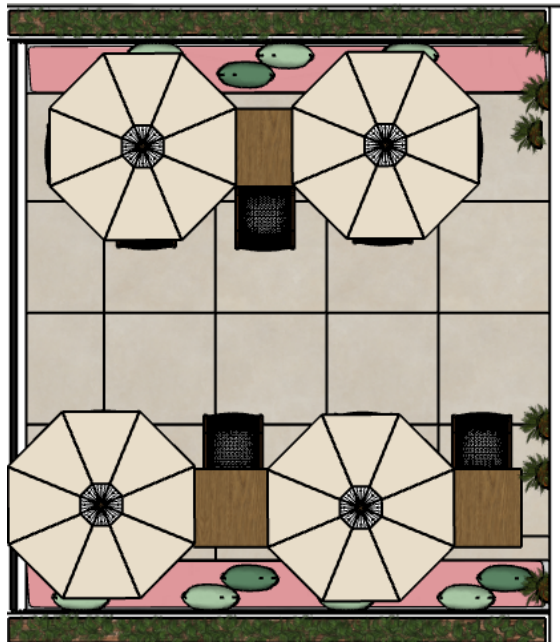
19. PROJETO PRIMEIRO PAVIMENTO

O primeiro pavimento é constituído por 5 partes, sendo elas a varanda, o salão superior, a área instagramável (contendo 3 áreas instagramáveis) e dois banheiros. Assim como no térreo, no primeiro pavimento cada área tem suas características e diferenciais, cada uma do seu jeito, fica marcada na memória do cliente.

19.1. VARANDA

Localizado na área após o salão superior, a varanda, como todos os ambientes, carregam nossas cores e estética, mas de uma forma mais leve por ser um ambiente aberto. Esse espaço conta com um vaso de alvenaria revestido por um ripado de madeira natural, banco de alvenaria com assento e almofadas em tecido impermeável, nas cores verde esmeralda, verde orgânico e boina rosa, além de mesas feitas sob medida, o guarda sol ombrelone, e as cadeiras flit na cor branca.

Figura 51 - Planta varanda



Fonte : Pamella Fernandes em Sketchup, 2022

Figura 52 - vista A



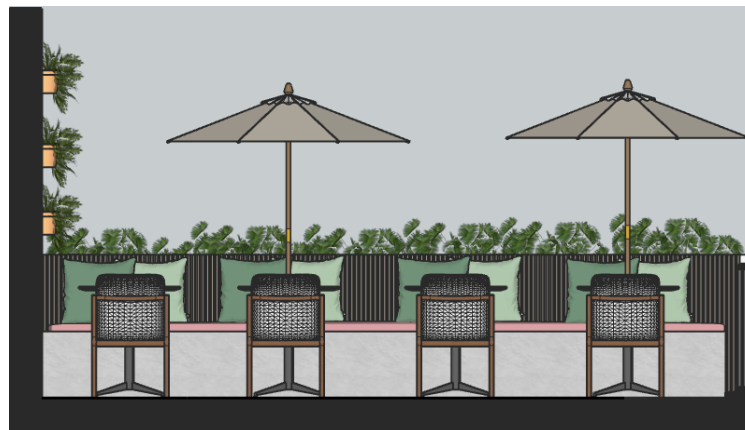
Fonte : Pamella Fernandes em Sketchup, 2022

Figura 53 - vista B



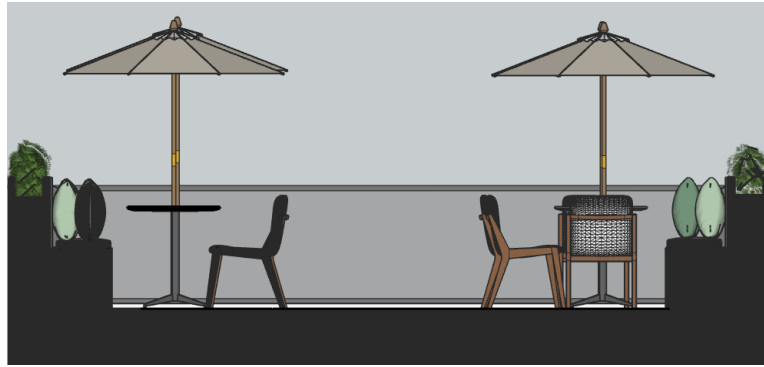
Fonte : Pamella Fernandes em Sketchup, 2022

Figura 54 - vista C



Fonte : Pamella Fernandes em Sketchup, 2022

Figura 55 - vista D



Fonte : Pamella Fernandes em Sketchup, 2022

Figura 56 - Perspectiva A



Fonte : Pamella Fernandes em Sketchup, 2022

Figura 57 - Perspectiva B



Fonte : Pamella Fernandes em Sketchup, 2022

Figura 58 - Perspectiva C



Fonte : Pamella Fernandes em Sketchup, 2022

Figura 59 - Perspectiva D



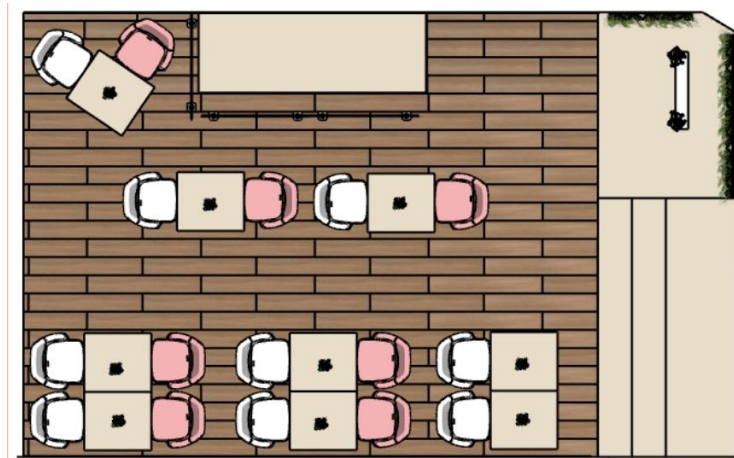
Fonte : Pamella Fernandes em Sketchup, 2022

19.2. SALÃO SUPERIOR

O próximo ambiente é o salão do 1 pavimento, esse salão é melhor para refeições mais longas e em grupos maiores. Com mesas feitas sob medida para 4 lugares, com Cadeiras Soul nas cores branco e rosa, o ambiente é feito para grupos com mais de 2 pessoas.

No canto esquerdo do salão, onde anteriormente existia um palco, nós o transformamos em um ambiente instagramável, com Placas para Jardim Vertical nas paredes, e um Balanço Corda de algodão Florido, o lugar perfeito para tirar lindas fotos.

Figura 60 - Planta salão superior



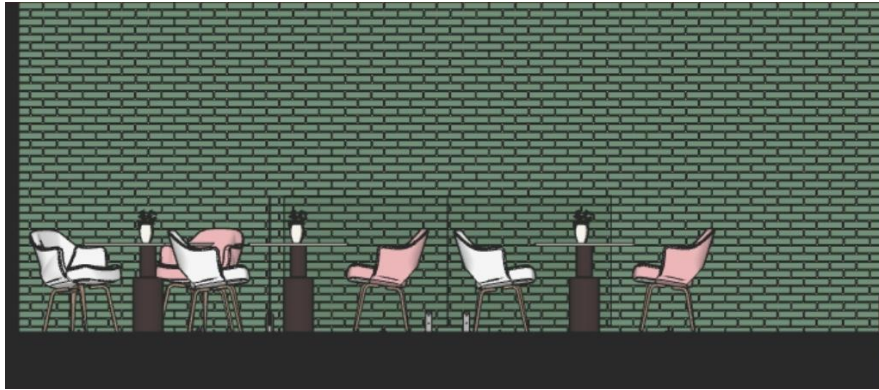
Fonte: Maria Eduarda Rodrigues em SketchUp, 2022.

Figura 61 - Vista A



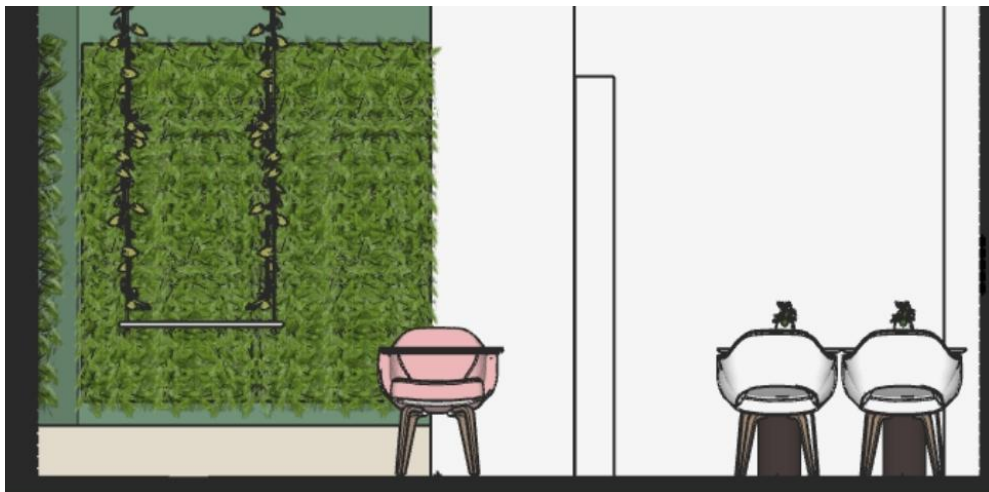
Fonte: Maria Eduarda Rodrigues em SketchUp, 2022.

Figura 62 - Vista B



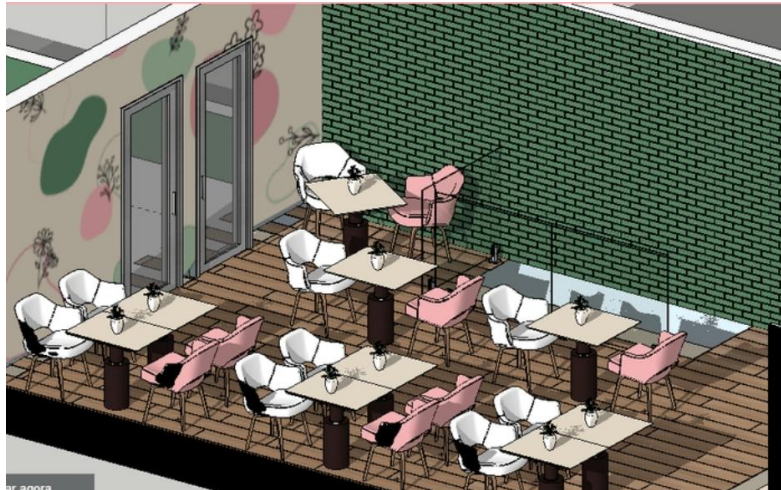
Fonte: Maria Eduarda Rodrigues em SketchUp, 2022.

Figura 63 - Vista C



Fonte: Maria Eduarda Rodrigues em SketchUp, 2022.

Figura 64 - Perspectiva A



Fonte: Maria Eduarda Rodrigues em SketchUp, 2022.

Figura 65 - Perspectiva B



Fonte: Maria Eduarda Rodrigues em SketchUp, 2022.

19.3. ÁREA INSTAGRAMÁVEL

Uma das partes cruciais do nosso projeto que não poderia faltar é o espaço instagramável, já que esse é o nosso conceito - “Cafeteria Amor de Café - um conceito instagramável” -. Partindo do princípio, as nossas paredes do espaço instagramável são nas cores lago rosa, creme de amendoim e um ripado na cor verde orgânico (segundo o mesmo modelo do balcão da entrada). São ao todo 3 áreas instagramáveis, sendo elas: o banco circular, o sofá Living Louis e a parede decorada com corações.

Figura 66 - Planta Área instagramável



Fonte: Thiago Bernardes em SketchUp, 2022.

19.3.1. BANCO CIRCULAR

A nossa primeira área instagramável é um banco circular na cor lago rosa e com uma "moldura" dourada com adereço de flores. Logo atrás e aos lados nós temos flores rosas e vermelhas, que junto ao banco dão o toque instagramável.

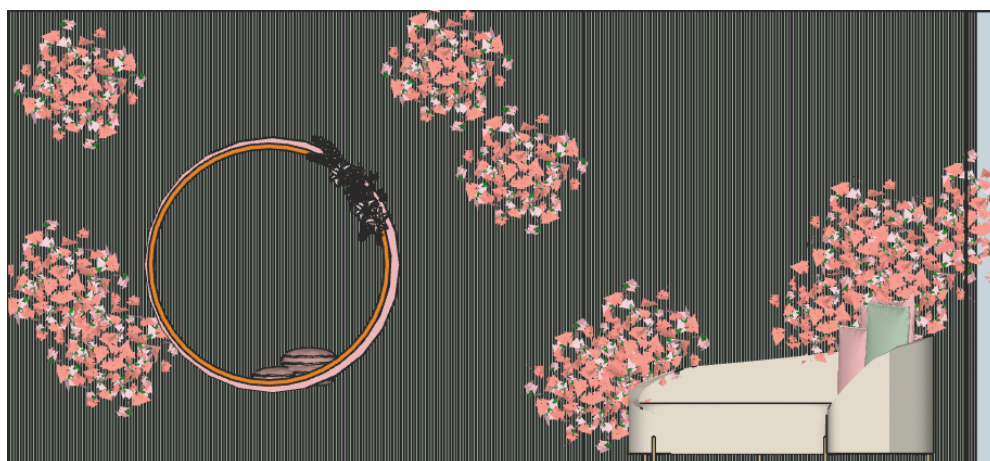
19.3.2. SOFÁ LIVING LOUIS

Logo ao lado do nosso banco circular, nós temos o sofá living Louis, um sofá com uma forma "irregular" (orgânica) na cor creme de amendoim. Estando na mesma parede e ao lado do nosso banco circular, as flores também são algo que compõem o cenário do nosso sofá, deixando o ambiente um pouco mais clean e contínuo, sem perder o ar de instagramavel.

19.3.3. PAREDE DE CORAÇÕES

À frente do nosso sofá, temos a nossa parede totalmente decorada com corações, eles não seguem nem tamanho nem uma posição padrão, tendo corações maiores, menores, virados para a esquerda, direita, cima, baixo etc. Os corações são coloridos na seguinte paleta: Lago Rosa, Rosa Chiclete e Rosa Ninféia, cada um tendo uma borda com cores variadas.

Figura 67 - Vista A



Fonte: Thiago Bernardes em SketchUp, 2022.

Figura 68 - Vista B



Fonte: Thiago Bernardes em SketchUp, 2022.

Figura 69 - Perspectiva A



Fonte: Thiago Bernardes em SketchUp, 2022.

Figura 70 - Perspectiva B



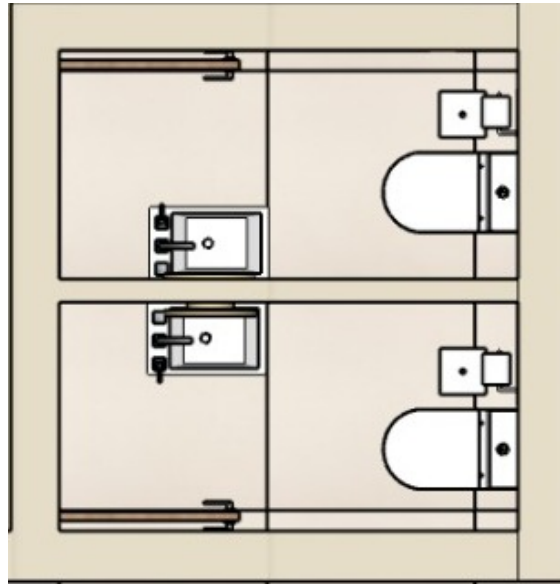
Fonte: Thiago Bernardes em SketchUp, 2022.

19.4. BANHEIROS SUPERIORES

Localizado próximo às áreas intagramáveis, os banheiros do primeiro pavimento, diferente do piso inferior, são divididos em duas partes, feminino e masculino. São ambientes pequenos, mas decorados cuidadosamente, contam com revestimento em formato hexagonal nas cores verde, rosa e creme, que determinam a identificação dos banheiros.

Por não possuir espaço no lado externo que acomodasse uma pia sem obstruir a passagem e que mantivesse a estética, foi escolhido deixar a cuba em seu interior, porém de maneira reduzida para não atrapalhar a movimentação. A cuba e os demais itens do banheiro (bacia sanitária, lixeira e suportes) são da cor branca, para não sobrecarregar o ambiente, visto que já possui cor em seu revestimento.

Figura 71 - Planta Banheiro superior



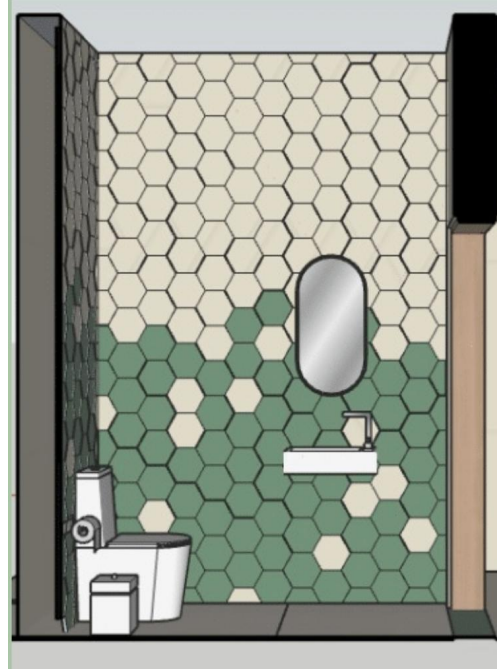
Fonte: Alice Tavares em SketchUp, 2022

Figura 72 - Vista A



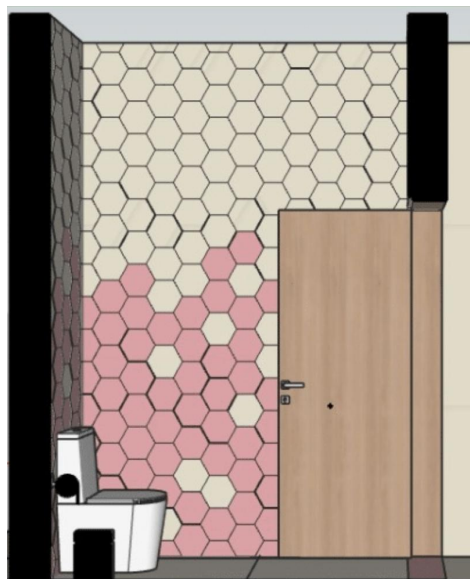
Fonte: Alice Tavares em SketchUp, 2022

Figura 73 - Vista B



Fonte: Alice Tavares em SketchUp, 2022.

Figura 74 - Vista C



Fonte: Alice Tavares em SketchUp, 2022.

Figura 75 - Perspectiva A



Fonte: Alice Tavares em SketchUp, 2022.

Figura 76 - Perspectiva B



Fonte: Alice Tavares em SketchUp, 2022.

20. CONCLUSÃO

O trabalho supracitado conclui com seus estudos que comércios instagramáveis possuem maior busca no mercado comercial, principalmente na esfera alimentícia. Contando com a ajuda do instagram, como nova plataforma de marketing para empresas. Portanto, o projeto foi desenvolvido baseando-se nessa perspectiva, procurando incluir elementos que atraiam o público das redes sociais e também contribui com algo inovador para o mercado de interiores, com a inclusão de identidade visual forte e com um pavimento térreo acessível.

Nosso projeto tem como intuito ser um lugar atrativo, que traga uma clientela diversa, porém, sem perder a essência de um lugar calmo, romântico e aconchegante, visto que é o sentimento que pretendemos despertar em nossos clientes, que todos se sintam bem e acolhidos em nosso ambiente.

21. BIBLIOGRAFIA

EMPRESA. DICIO. *In*: Significado de Cafeteria. [S. l.], [entre 2009 e 2022]. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/cafeteria/>. Acesso em: 16 de maio de 2022.

EMPRESA. DICIO. *In*: Significado de Lanchonete. [S. l.], [entre 2009 e 2022]. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/lanchonete/>. Acesso em: 16 de maio de 2022.

EMPRESA. Priberam Dicionário. *In*: Confeitaria. [S. l.], [entre 2002 e 2022]. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/confeitaria>. Acesso em: 16 de maio de 2022.

EMPRESA. DICIO. *In*: Significado de Cantina. [S. l.], [entre 2009 e 2022]. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/cantina/>. Acesso em: 16 de maio de 2022.

COUTINHO, Thiago. Conheça a história do Instagram e aprenda a usá-lo!. [S. l.], 1 out. 2020. Disponível em: <https://www.voitto.com.br/blog/artigo/instagram>. Acesso em: 14 maio de 2022.

AGUIAR, Adriana. Instagram: saiba tudo sobre esta rede social!. [S. l.], 17 ago. 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/instagram/>. Acesso em: 14 maio de 2022.

EMPRESA. TODESCHINI. *In*: Casa de Valentina a Onda de Ambientes Instagramáveis. [S. l.], 26 out. 2018. Disponível em: <https://www.todeschini.com.br/blog/casa-de-valentina-a-onda-de-ambientes-instagramaveis/>. Acesso em: 14 maio de 2022.

EMPRESA. PRÁTICA. *In*: AMBIENTE INSTAGRAMÁVEL: CONHEÇA A TENDÊNCIA E DESCUBRA COMO ELA PODE AUMENTAR A PROCURA PELO SEU ESTABELECIMENTO. [S. l.], 19 nov. 2021. Disponível em: <https://blog.praticabr.com/ambiente-instagramavel-conheca-a-tendencia-e-descubra-como-ela-pode-aumentar-a-procura-pelo-seu-estabelecimento/>. Acesso em: 14 maio 2022.

EMPRESA. BeeWeb Conteúdos. *In*: Espaço Instagramável: Descubra o porquê investir nessa estratégia de Marketing Digital. [S. l.], 1 jul. 2019. Disponível em: <https://beeweb.com.br/blog/espaco-instagramavel-descubra-porque-investir-nessa-e-strategia-de-marketing-digital>. Acesso em: 14 maio de 2022.

COUTINHO, Thiago. Conheça a história do Instagram e aprenda a usá-lo!. [S. l.], 1 out. 2020. Disponível em: <https://www.voitto.com.br/blog/artigo/instagram>. Acesso em: 20 maio 2022.

EMPRESA. Westwing. *In*: Estilo Moderno. [S. l.], [entre 2018 e 2022]. Disponível em: <https://www.westwing.com.br/guiar/estilo-moderno/>. Acesso em: 10 maio 2022.

EMPRESA. Rio Verde. *In*: Decoração clean: como criar ambientes leves, elegantes e funcionais. [S. l.], 2018. Disponível em: <https://www.rioverde.com.br/empreendimentos-imobiliarios/decoracao-clean/>. Acesso em: 10 maio 2022.

EMPRESA. Viva Decora. *In*: RIBAS, Natália. Guia de Estilos de Decoração – Contemporâneo. [S. l.], 2 set. 2014. Disponível em: <https://www.vivadecora.com.br/revista/guia-de-estilos-de-decoracao-contemporanea/>. Acesso em: 10 maio 2022 e 17 de maio de 2022.

EMPRESA. Westwing. *In*: Estilo Contemporâneo. [S. l.], [entre 2018 e 2022]. Disponível em: EMPRESA. Viva Decora. *In*: Decoração Moderna: Tudo que você precisa Saber!. [S. l.], 24 jul. 2019. Disponível em: <https://www.wevans.com.br/blog/decoracao-moderna>. Acesso em: 17 maio 2022. Acesso em: 17 maio 2022.

EMPRESA. Viva Decora. *In*: Decoração Moderna: Tudo que você precisa Saber!. [S. l.], 24 jul. 2019. Disponível em: <https://www.wevans.com.br/blog/decoracao-moderna>. Acesso em: 10 maio 2022 e 17 maio 2022.

EMPRESA. Westwing. *In*: Estilo Romântico. [S. l.], [entre 2018 e 2022]. Disponível em: <https://www.westwing.com.br/guiar/estilo-romantico/>. Acesso em: 10 maio 2022.

EMPRESA. Viva Decora. *In*: Guia de Estilos de Decoração – Romântica. [S. l.], 17 jul. 2014. Disponível em: <https://www.vivadecora.com.br/revista/guia-de-estilos-de-decoracao-romantica/>. Acesso em: 10 maio 2022.

EMPRESA. Café Cherie. *In*: Café Cherie. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.cafecherie.com.br/>. Acesso em: 20 maio 2022.

EMPRESA. Quanto Custa Viajar. *In*: NUNES, Brunella. Pikurrucha's: confeitaria instagramável é sucesso em SP. [S. l.], 6 out. 2021. Disponível em: <https://quantocustaviajar.com/blog/pikurruchas-em-sp/>. Acesso em: 29 maio 2022.

EMPRESA. Grupo Aj Bim. *In*: SETORIZAÇÃO NA ARQUITETURA: COMO FAZER O PLANEJAMENTO ADEQUADO. [S. l.], 23 jun. 2021. Disponível em: <https://grupoajbim.com/setorizacao-na-arquitetura/>. Acesso em: 13 set. 2022.

