



TÍTULO: LOJA SÃO FRANCISCO DE ASSIS

Neuroarquitetura aplicada em ambientes comerciais

Isadora Oliveira Bertolin¹

Centro Universitário Academia - UniAcademia, Juiz de Fora, MG

Carlos Eduardo de Oliveira Mattos²

Centro Universitário Academia - UniAcademia, Juiz de Fora, MG

Linha de Pesquisa: Arquitetura e Urbanismo na Contemporaneidade.

RESUMO

O trabalho proposto tem como base o interesse pessoal numa temática que se tem tornado cada vez mais pertinente: a mudança em ambientes já existentes, tendo como principal objetivo a aplicação dos princípios da Neuroarquitetura em um ambiente comercial na cidade de Carandaí/MG.

O local escolhido para esse estudo situa-se no centro da cidade, onde a tradicional loja atualmente disponibiliza roupas, sapatos, bolsas, roupas íntimas e de banho para venda.

O objetivo desse trabalho é ressaltar a importância da qualidade do ambiente de trabalho e atendimento, visando o aumento das vendas e o bem estar dos funcionários. Para tanto, foram realizados questionários respondidos pelos clientes e pelos funcionários da loja, visando buscar melhorias específicas para cada, podendo assim atingir o objetivo de forma eficaz.

Palavras-chave: Reforma. Neuroarquitetura. Biofilia. Cores.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho surgiu através da inquietação sobre os modelos de ambientes comerciais, e como eles influenciam desempenho dos trabalhadores e nas vendas. Com um novo olhar para esses ambientes, busca-se humanizar os espaços, de

¹ Discente do Curso de Arquitetura e Urbanismo do Centro Universitário Academia - UniAcademia. Endereço: Rua Vereador Jerônimo Rodrigues Furtado, 134, Garça II, Carandaí, MG. Celular: (32) 991680128. E-mail: Isadora.bertolin@hotmail.com

² Docente do Curso de Arquitetura e Urbanismo do Centro Universitário Academia - UniAcademia. Orientador(a).

forma que os usuários se sintam integrados ao espaço construído, trazendo assim também uma melhoria no rendimento da empresa. A pesquisa será embasada teoricamente com o objetivo de nortear o projeto a ser desenvolvido em uma loja na cidade de Carandaí - MG, de forma a modificar espaços para melhor atender o bem-estar dos funcionários e dos clientes. Sendo assim, a intenção é informar sobre as características essenciais para esse tipo de ambiente visando a melhoria do local de trabalho, onde cada usuário possa experimentar a sensação de conforto do espaço, com o intuito de aumentar as vendas da empresa. O projeto será desenvolvido de forma a alcançar o ideal para melhorar a interação das pessoas com o ambiente modificado.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A IMPORTANCIA DA ARQUITETURA

“A ponte que liga o ambiente externo com o cérebro são os sentidos e cada um deles tem uma relação diferente com cada uma das três partes do cérebro” (GONÇALVES E PAIVA, 2018).

Na atualidade em que vivemos é importante entender a real função da arquitetura e urbanismo e não pensar nelas apenas como um símbolo, como foi vista por anos e é vista até hoje. Para Pallasmaa (2011), “a tarefa mental essencial da arquitetura é acomodar e integrar. A arquitetura articula a experiência de se fazer parte do mundo e reforça nossa sensação de realidade e identidade pessoal; ela não nos faz habitar mundos de mera artificialidade e fantasia.”

Alguns profissionais, buscando qualidade arquitetônica, começaram a tirar o foco do externo e se importar com o interno dos edifícios, no sentido de sua essência e como eles podem atingir os sentidos das pessoas que o vivenciam. Além dos cinco sentidos relacionados com a percepção do meio interno e externo, sendo eles o olfato, paladar, visão, audição e tato, existem mais outros dois que tem grande relevância na percepção e interação entre homem e ambiente, sendo eles o equilíbrio e *wayfinding*. O equilíbrio, sendo totalmente instintivo, deixa maior espaço no cérebro para outros sentidos ativarem. Já o *wayfinding* é a capacidade do indivíduo se orientar no espaço, sendo um sentido que exige muito das três áreas do cérebro.

Sobre o papel da arquitetura e urbanismo podemos entender:

“Edificações e cidades fornecem o horizonte para o entendimento e o conforto da condição existencial humana. Em vez de criar meros objetos de sedução visual, a arquitetura relaciona, media e projeta significados. O significado final de qualquer edificação ultrapassa a arquitetura; ele redireciona nossa consciência para o mundo e nossa própria sensação de termos identidade e estarmos vivos. A arquitetura significativa faz com que nos sintamos como seres corpóreos e espiritualizados.” (PALLASMAA, 2011, p.11)

2.2 NEUROARQUITETURA

“A Neurociência aplicada à Arquitetura, popularmente chamada de “Neuroarquitetura”, é a ciência interdisciplinar que relaciona os conhecimentos da Neurociência e as técnicas de neuroimagem com o ambiente construído e as pessoas que o utilizam” (GONÇALVES E PAIVA, 2018).

A Neuroarquitetura é um campo interdisciplinar que consiste na aplicação da neurociência aos espaços construídos, visando maior compreensão dos impactos da arquitetura sobre o cérebro e os comportamentos humanos. Para os profissionais de arquitetura, o campo é de essencial importância para projetar espaços que possam estimular o comportamento humano em diferentes situações. Dessa forma, desenvolver ambientes como hospitais, escolas, escritórios comerciais, entre outros de forma a induzir o melhor comportamento nos mesmos. Percebe-se então, que através dos estudos sobre Neuroarquitetura, “a retenção de informação e nossa criatividade chegam a ter um desempenho 50% a 75% maior em um ambiente multissensorial” (GONÇALVES E PAIVA, 2018).

2.2 AMBIENTES COMERCIAIS

“O ambiente de trabalho deve possuir espaços que sejam mais humanizados para atender as necessidades físicas e psicológicas. Essa questão influencia diretamente na motivação e produtividade do funcionário, melhorando também a qualidade de vida” (“Neuroarquitetura”, 2019).

Além da Neuroarquitetura, estudos como a biofilia e a ergonomia comprovam que o design do ambiente de trabalho pode ser um catalisador, não apenas para o

processo de criatividade e produtividade, mas também para a promoção de saúde física e psicológica de cada indivíduo.

O setor comercial e corporativo é de fato onde mais se aplica a Neuroarquitetura, seja com o objetivo de fazer com que os clientes se sintam mais estimulados a consumir, ou para aumentar a produtividade no trabalho, visando a saúde mental dos funcionários.

“A plasticidade cerebral é o constante remodelamento através de estímulos do ambiente, que estimulam nossa percepção, pensamento, compreensão e conexão de memórias. Informações sobre o layout do espaço produzem ativação na Área Hipocampal Locacional (PPA), que codifica a representação dos lugares através da geometria espacial. As disposições do ambiente são recordações dormentes que incluem aspectos sensoriais do espaço e nossas memórias sobre ajustes motores e emocionais. Em um determinado ambiente, nossas experiências sensoriais afetam nosso comportamento e interferem na tomada de decisão, memória, aprendizagem e humor” (SALGADO; BELMONTE, 2013).

3 METODOLOGIA

Para o desenvolvimento desse trabalho foi realizada uma pesquisa através do levantamento bibliográfico sobre as principais carências do espaço comercial na contemporaneidade, com foco no objeto teórico, ambiente comercial, o qual foi a tipologia escolhida para direcionar os estudos realizados.

Realizou-se também pesquisas aplicadas e qualitativas, a partir da análise e coleta de dados acerca do contexto de inserção da loja, englobando o município de Carandaí, assim como a edificação escolhida.

Entre as pesquisas, ainda foi realizado um levantamento de dados entre clientes e funcionários, assim como um acervo fotográfico do ambiente estudado, constando que alguns pontos negativos mostraram necessidade de serem melhorados.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Tendo como base os conceitos estudados acerca do tema e a metodologia aplicada à pesquisa, tornou-se possível analisar a atual realidade do ambiente comercial a ser estudado na cidade de Carandaí e seus devidos aspectos físicos e sociais advindos das reformas ao longo dos anos.

4.1 LOCALIZAÇÃO

A empresa a ser estudada está localizada no município de Carandaí, no interior de Minas Gerais, conhecida como “celeiro de Minas”. O núcleo populacional foi fundado pelo Barão de Santa Cecília no ano de 1876 e posteriormente tornou-se distrito de Barbacena. Em 1924 foi instalado o município e a comarca, nascendo então a cidade de Carandaí. Possui cerca de 25.500 habitantes e sua economia é baseada no agronegócio e na indústria cimenteira. O acesso a cidade é feito pela rodovia JK (atual BR 040) e é cortada pela antiga Estrada de Ferro Central do Brasil, atualmente administrada pela MRS logística e ainda faz parte da rota turística da Estrada Real.

A Loja São Francisco de Assis é uma empresa familiar, fundada pelo casal Joaquim de Souza Rodrigues e Iza Almada de Assis, gerenciada hoje pela sua terceira geração. Inicialmente trabalharam de forma informal e no ano de 1966 ocorreu a regularização da empresa, iniciando assim a história da loja São Francisco de Assis, popularmente conhecida como loja do “Joaquim de Souza”, sendo uma das lojas mais tradicionais de Carandaí. Iniciou suas atividades no ramo de armarinho, tecidos, aviamentos, perfumaria, materiais escolares, cama, mesa e banho e presentes. Atualmente a empresa tem como foco o seguimento de calçados e confecções.

4.2 DESENVOLVIMENTO

A reforma da Loja São Francisco de Assis se faz necessária para atingir o objetivo de aumentar as vendas e tornar o ambiente de trabalho mais agradável, valorizando a edificação existente com a adição de um anexo. Além de aumentar o espaço de loja, a criação de uma praça externa pode ser considerada uma forma de aumentar o contato entre as pessoas e o local, se tornando um espaço de encontros sociais que vai além da simples compra e venda de produtos. Essas estratégias procuram reformular as atividades ali presentes na ânsia de que a loja não perca seu lugar na contemporaneidade, partindo de uma metamorfose que possibilite constantes transformações no tempo que está por vir. A proposta pretende implementar um ambiente de atendimento que estimule o consumidor a comprar, sendo definido por estratégias cruciais desenvolvidas ao longo do processo projetual.

A fachada do projeto consiste na predominância de vitrines, o que levou a entrada da loja para a esquina que se forma com o recuo do anexo criado. Com um espaço amplo e iluminado, a área de atendimento, agora dividida entre adulto e infantil, se torna mais organizada e visualmente agradável. O local conta agora com um ambiente de pé direito duplo onde se pode observar um volume no segundo andar.

Este, que é de acesso apenas para funcionários da loja, conta com estoque, uma sala de reuniões, escritório e copa com banheiros para funcionários, trazendo uma melhoria significativa em pontos que foram abordados nos questionários realizados com os funcionários.

O projeto da loja conta também com uma área de espera para os clientes e seus acompanhantes, que é acessível de dentro e fora da loja, por rampas e escadas. Esta “praça” conta com uma vegetação agradável, bancos, mesas e um quiosque de pizzas, que faz parte da culinária italiana, de onde os proprietários possuem descendência.

O anexo criado foi pensado para ser construído com uma estrutura de vigas e pilares, contendo uma laje pré-moldada no mezanino, uma empena cega na lateral com o acabamento em concreto aparente, característica que remete a Fábrica de Cimento Tupi, que faz grande parte da economia da cidade, e as demais paredes são, em sua maioria, compostas por películas de vidro, permitindo a permeabilidade visual e também trazendo uma ideia de leveza da edificação.

O projeto visa trazer uma contemporaneidade para a loja sem que ela perca a sua tradicionalidade, característica que sempre trouxe uma resposta positiva para as vendas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A reforma proposta para a Loja São Francisco de Assis consiste em trazer um espaço que convida as pessoas a comprar, ao mesmo tempo que pretende incentivar do espaço público como local de convívio, troca de experiências e sociabilização. A loja busca aumentar suas vendas, mas não esquecendo do bem estar dos funcionários. O projeto tende a respeitar e se conectar com o entorno e com a história da cidade. A intenção da reforma é reafirmar a Loja São Francisco de Assis como um elemento importante para o comércio na cidade de Carandaí, a fim de incentivar o mesmo interesse para outros ambientes comerciais.

Por fim, espera-se ter contribuído com esse projeto, para a loja e para a cidade em si, para ser visto como um equipamento de relevância no comércio e que o proposto possa despertar o potencial da área e contribuir positivamente à arquitetura e ao espaço urbano de Carandaí.

ABSTRACT

The proposed work is based on personal interest in a theme that has become increasingly relevant: the change in existing environments, with the main objective of applying the principles of neuroarchitecture in a commercial environment in the city of Carandaí / MG. The location chosen for this study is located in the city center, where the traditional store currently offers clothes, shoes, bags, underwear and swimwear for sale. The objective of this work is to emphasize the importance of the quality of the work and service environment, aiming at increasing sales and the well-being of employees. To this end, questionnaires were completed and answered by customers and store employees, aiming to seek specific improvements for each one, thus being able to achieve the objective effectively.

Keywords: Reformation. Neuroarchitecture. Biophilia. Colors

REFERÊNCIAS

BOTTON, Alain de. **A Arquitetura da Felicidade**. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

GONÇALVES, Robson; PAIVA, Andréa de. **Triunfo: Neurobusiness e Qualidade de Vida**. 3. Ed. 2018.

MALHOTRA, Naresh. **Design de loja e merchandising visual**. 2ª ed. São paulo: Saraiva, 2017.

OLIVEIRA, L. R. DE. **História**. Disponível em:

<<https://www.carandai.mg.gov.br/cidade/historia>>. Acesso em: 24 jun. 2020.

PALLASMAA, Juhani. **Os olhos da Pele: A arquitetura e os sentidos.** 1. Ed. São Paulo: Bookman, 2011.

A Revolução do Design dos Ambientes Corporativos Brasileiros. Disponível em: <http://www.qualidadecorporativa.com.br/a-revolucao-do-design-dos-ambientes-corporativos-brasileiros/>. Acesso em: 24 jun. 2020.

Neuroarquitetura mostra como os espaços físicos influenciam o comportamento humano. Disponível em: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/neuroarquitetura-mostra-como-os-espacos-fisicos-influenciam-o-comportamento-humano/467343>. Acesso em: 24 jun. 2020.