



CONFEITARIA PARQUE

UM ESPAÇO HEDONISTA MULTISSENSORIAL



UNIGRANRIO – UNIVERSIDADE DO GRANDE RIO
ARQUITETURA E URBANISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO



AUTORA: Amanda Rigueti
ORIENTADOR: Rafael Tavares

Banca Avaliadora:

Orientador – Rafael Tavares de Albuquerque

Professor Convidado – Maurício dos Santos Costa

Arquiteto Convidado – Bruno Afonso de Castro



SUMÁRIO

TEMA.....	6
OBJETIVOS	7
Objetivo Geral.....	7
Objetivos Específicos.....	7
JUSTIFICATIVA	8
OBJETOS	10
DISCUSSÃO TEÓRICA.....	11
Confeitaria, breve teoria e histórico	11
Confeitaria-Café	12
A Importância Alusiva dos Doces.....	14
Origem dos Bares	16
Bares enquanto espaços de Lazer e Cultura.....	17
Relação Confeitaria x Bar	19
Mercado Concorrido	20
Multissensorial	22
Hedonismo.....	26
Beleza... Caminho através da busca pela autenticidade.....	28
Arquitetura Sustentável	30
Adequação da Beleza à Questão Sustentável	31

PROPOSIÇÕES INICIAIS.....	32
O Terreno: Localização.....	32
Mapa De Localização.....	33
Mapa de Usos.....	34
Referências.....	35
O PROJETO.....	36
Conceito/ Partido Arquitetônico.....	36
Diretrizes Projetuais.....	38
Implantação.....	39
PROGRAMA.....	40
Plantas Baixa.....	41
Cortes.....	54
Perspectivas.....	55
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	56

CONFEITARIA
PARQUE:
UM ESPAÇO DE
EXPERIÊNCIAS
HEDONISTAS
MULTISSENSORIAIS

"O modelo é apenas o acidente, o
pretexto. O pintor não o revela a ele, o pintor
é que se revela a si mesmo na tela colorida".

Oscar Wilde



OBJETIVOS

OBJETIVO GERAL

Realizar o projeto arquitetônico de uma confeitaria bar sustentável para pessoas que valorizam cada momento e buscam novas perspectivas e formas de se expressar.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Propor uma arquitetura que molda o entorno sem prejudicá-lo e se revela em um ambiente híbrido e multifuncional, a partir do encontro de um pub com uma confeitaria em perfeita harmonia;
- ✓ Criar um ambiente que possa ser usufruído como um todo, usando a arquitetura, os doces e a música como um meio de auxiliar no equilíbrio do sistema sensorial de forma inspiradora e estimulante para o indivíduo;
- ✓ Conciliar luxo e tecnologia com sustentabilidade, criando uma experiência singular para os frequentadores;
- ✓ Agregar valor às pessoas por meio de um espaço que abriga eventos ou exposições culturais (apresentações de dança, teatro, música e representações artísticas em geral previamente selecionadas);
- ✓ Ser um estabelecimento que funcione tanto de dia quanto a noite, para favorecer à diferentes tipos de público;
- ✓ Oportunizar variedade, qualidade e valores acessíveis na oferta de doces, realizados sob medida e por meio de tecnologias de modelagem em 3d. Com uma linha de produtos vasta, incluindo produtos veganos.



Sii la luce che aiuta gli altri a vedere Seja a luz que ajuda os outros a ver

A vontade de trabalhar neste tema além da paixão individual por doces e música, vem da ideia de mesclar dois mundos, que se contrastam, formando assim um novo e ousadamente único lugar, a Confeitaria Bar "Luce for Cake", aonde diferentes pensamentos da sociedade podem coexistir e se envolverem por uma mistura de música, bebidas e doces encantadores sob medida.

Como foi abordado na série brasileira "Coisa Mais Linda", nos bares as pessoas não vão para ouvir música, eles vão para comer, gritar, dançar, porém, tendo a música como experiência e a bebida como produto, há de prevalecer a experiência. E a música ao vivo permite algo especial que deve ser valorizado e sentido ao máximo, assim como o doce deve ser apreciado em sua proporção, é preciso viver cada momento e experiência com qualidade. E ao pensar em qualidade não há como ignorar a questão sustentável, indispensável para melhorar e aproveitar todas as experiências.

A partir desse pensamento, o espaço com qualidade ambiental é projetado de forma sustentável e com o intuito de transmitir sentimentos e impressões para uma transformação e não para prender o cliente por algo viciante e nocivo à saúde, sendo o equilíbrio e a proporção os fundamentos a se inspirar. Não é só um lugar para se ingerir doces ou bebidas alcoólicas, mas a composição de um todo, como na série fala, boemia, misturada com música, misturada com brisa. Uma libertação de quem somos para uma iluminação existencial.

A Confeitaria Luce for Cake é inspirada em um sentimento bem comum em alguma parte da nossa vida, é sobre não pertencer, podendo ser pelo jeito de pensar, aparência, gostos ou interesses, características que nos diferem uns dos outros, porém que certas vezes podem nos fazer sentir diferentes de todos a nossa volta. É sobre não se encaixar em lugar algum, no contexto da cidade que habitam, cidades que não são suficientes para as mesmas, indivíduos que buscam um determinado espaço que possam se identificar, se apropriar, e se sentirem bem. Sendo, assim, o motivo de ser uma arquitetura que molda o lugar, ao invés de ser moldada pelo lugar, e que no mínimo impacta ao ser vista, porém a Luce for Cake vai além e busca a imersão de quem a visita, visando ser mais do que uma loja realocada ao lado de uma outra como concorrente, assim como se vê em bares e outros tipos de comércio na 25 de agosto sendo fixados ao lado de outros do mesmo nicho. É preciso mudar o foco do ambiente comum, o previsível, que é facilmente copiado e replicado, fugindo da sensação de que a vida é uma repetição de fatos e estruturas monótonas de sentidos rasos.

O processo de criação do nome da confeitaria envolve o substantivo próprio Luce, que tem o significado luz traduzido do italiano, e "Luce for Cake" é uma expressão, trazer luz as pessoas de maneira doce, provocar energias positivas e favorecer ao estado de solidão, compartilhar e agregar valores que causam bem-estar. Propaga a ideia de iluminar as pessoas de formas não convencionais, partindo da percepção de que é preciso um pouco de loucura para ser realmente livre e atingir novas perspectivas ou uma visão mais ampla da vida, que vai além da racionalização do mundo.



OBJETOS

- 4.1 Confeitaria
- 4.2 Bar
- 4.3 Percepção Multissensorial
- 4.4 Hedonismo
- 4.5 Sustentabilidade





DISCUSSÃO TEÓRICA

Confeitaria, breve teoria e histórico

O chef brasileiro Luiz Farias define a confeitaria como pesos e medidas transformadas em arte. A confeitaria é uma área da gastronomia que se preocupa muito com decoração e apresentação, envolve criação e invenção de formas, sabores e texturas com cores e aromas diferentes que resultam em diversas sensações. O termo Confeitaria provém do latim "Confectum", que apresenta o significado de, aquilo que é confeccionado com especialidade.

Os primeiros registros dos doces na história vieram de povos antigos, principalmente os egípcios, a partir do século I a.C, no século XIV, época em que o sabor doce era provindo das frutas e do mel. De acordo com a citação de um grande filósofo romano Cícero, que afirma ter experimentado Sicília um "Tubus farinarius, dulcissimo, edulio ex lacte factus", que significa deliciosos tubos de massa de farinha, muito doces, recheados com leite, característica que associa-se aos famosos doces, cannolo siciliano. (CASIMIRO, 2015)

Porém apenas por meados de 900 d.C. com a chegada da especiaria árabe, o açúcar, à Europa é que se inicia oportunidades para novas descobertas na esfera dos doces, porém seu uso era limitado devido ao valor muito elevado. Somente no século XIV que a prática da confeitaria se desenvolve e evolui, devido a expansão marítima e as crescentes expedições para o oriente que possibilitaram a importação de ingredientes fundamentais para a prática, como, o açúcar de cana, o cacau, o arroz, a canela, a noz-moscada e o cravo-da-índia. (CASIMIRO, 2015)

No Brasil a confeitaria se desenvolveu a partir da vinda Família Imperial que trouxe consigo costumes e cultura da Europa. Com isso, a prática dos doces era desenvolvida inicialmente através das receitas vindas de Portugal, e foi gradativamente adaptada e reinventada para os ingredientes e clima local, formando com o passar dos anos receitas originalmente brasileiras como o quindim e o bolo de mandioca. Também o ciclo da cana-de-açúcar teve sua função essencial devido a abundância de matéria prima que oferecia para a produção de doces. A confeitaria no Brasil tem influência não apenas de Portugal, devido o fim da escravidão, no final do século XIX, vários imigrantes recorreram ao Brasil atrás de novas oportunidades de vida, trazendo consigo culturas e costumes. Dessa forma a confeitaria sofreu influência também da França e da Itália, além ainda da influência dos índios e dos negros, mostrando assim sua diversidade, enriquecendo assim a culinária brasileira.

Confeitaria-Café

[...] Devido ao açúcar de cana ser um ingrediente importado, em 1747 descobriu-se que na beterraba era encontrado o mesmo teor de açúcar que na cana de açúcar. [...] Tal substituição permitiu que os profissionais pudessem sair das cortes e abrir seu próprio negócio. Quantidades imensas de receitas surgiram, e na Itália apareceu o sorvete de massa. [...] A partir do século XIX com a adição do açúcar da beterraba, surgiu "cultura da fornalha" em toda Europa: não somente a aparência artística contava, como a qualidade e o sabor das receitas. Foram descobertas sobremesas que eram servidas como acompanhamento para a mais nova moda europeia: o café, o chá e o chocolate quente. Também no século XIX, surgem as Confeitarias e Cafés parisienses firmando o conceito de confeitaria como temos hoje. (...) (CASIMIRO, 2015)

A princípio com a construção da primeira usina de extração de beterraba de açúcar do mundo em 1801 permitiu a substituição do açúcar de cana, ingrediente importado, facilitando assim a saída dos profissionais da corte para que pudessem abrir seu próprio negócio. Por volta do final do século XIX, muitas confeitarias passaram a servir em seus estabelecimentos como acompanhamento para os doces o café, o chá e o chocolate quente. Surgem assim os "Cafés e Confeitarias", reconhecidas por seu aconchego. Por conseguinte, representam locais que transmitiam cultura e requinte, frequentados especialmente por personalidades conhecidas. Conforme o fim da Segunda Guerra Mundial, aproximadamente a partir dos anos cinquenta, a qualidade de vida melhora e repercute no crescimento e procura por estabelecimentos que oferecessem produtos mais elaborados e sofisticados.

No Brasil, especificamente no Rio de Janeiro do século XIX, as confeitarias eram locais onde se praticava a boemia literária. Ainda que as primeiras confeitarias tenham surgido desde a primeira metade do século na corte, os cidadãos do Rio só passaram a frequentá-las a partir do reinado de Dom Pedro II. Ainda assim o tipo social mais presente nesses estabelecimentos, era o boêmio, que marcava a época na cidade, fortemente ligado a esfera literária e musical, marcando dessa forma a vida noturna com um ritmo mais vibrante. Visto que estes artistas na época não apresentavam função social, exerciam importância pela atividade política, mas atuavam como adereço da sociedade, e com isso desfrutavam de uma vida literária que ganhou um significado como um estilo de vida, que ia além da produção literária, e tinha as confeitarias e cafés como cenário. Dessa forma, estes estabelecimentos só passaram a ser frequentado por famílias depois de 1834, com a chegada do sorvete, ainda assim as mulheres consideradas de família não ultrapassavam o horário das cinco horas da tarde. A partir do relato abaixo de um cronista anônimo do ano de 1852 citado no livro "Chiquinha Gonzaga: Uma história de vida" de Edinha Diniz, pode-se observar transições nos costumes. (DINIZ, Edinha)

"Eu, que há uns anos passados não podia entrar em um botequim, que não tinha licença para isso, vejo agora as senhoras franqueando as confeitarias; arrastando cadeiras, sentando-se à roda das mesas e pedindo sorvetes, nevados, doces, pastéis, vinhos, licores e cerveja aos caixeiros, como dante nossas mães pediam à nossa gente negra, mas de portas a dentro..."

Entre as confeitarias preferenciadas da época estavam a Confeitaria Castellões, encontrada na rua do Ouvidor 19, onde se reunia membros da música e do teatro; a Confeitaria Pascoal, encontrada na rua do Ouvidor 128, frequentada regularmente pelo poeta Olavo Bilac, entre vários outros como o abolicionista José do Patrocínio; e por fim a Confeitaria Colombo, nomeada com o apelido de "Sucursal da Academia Brasileira de Letras" devido ao intensa frequência de boêmios, também consagrada e conservada até hoje pela sua arquitetura. (DINIZ, Edinha)



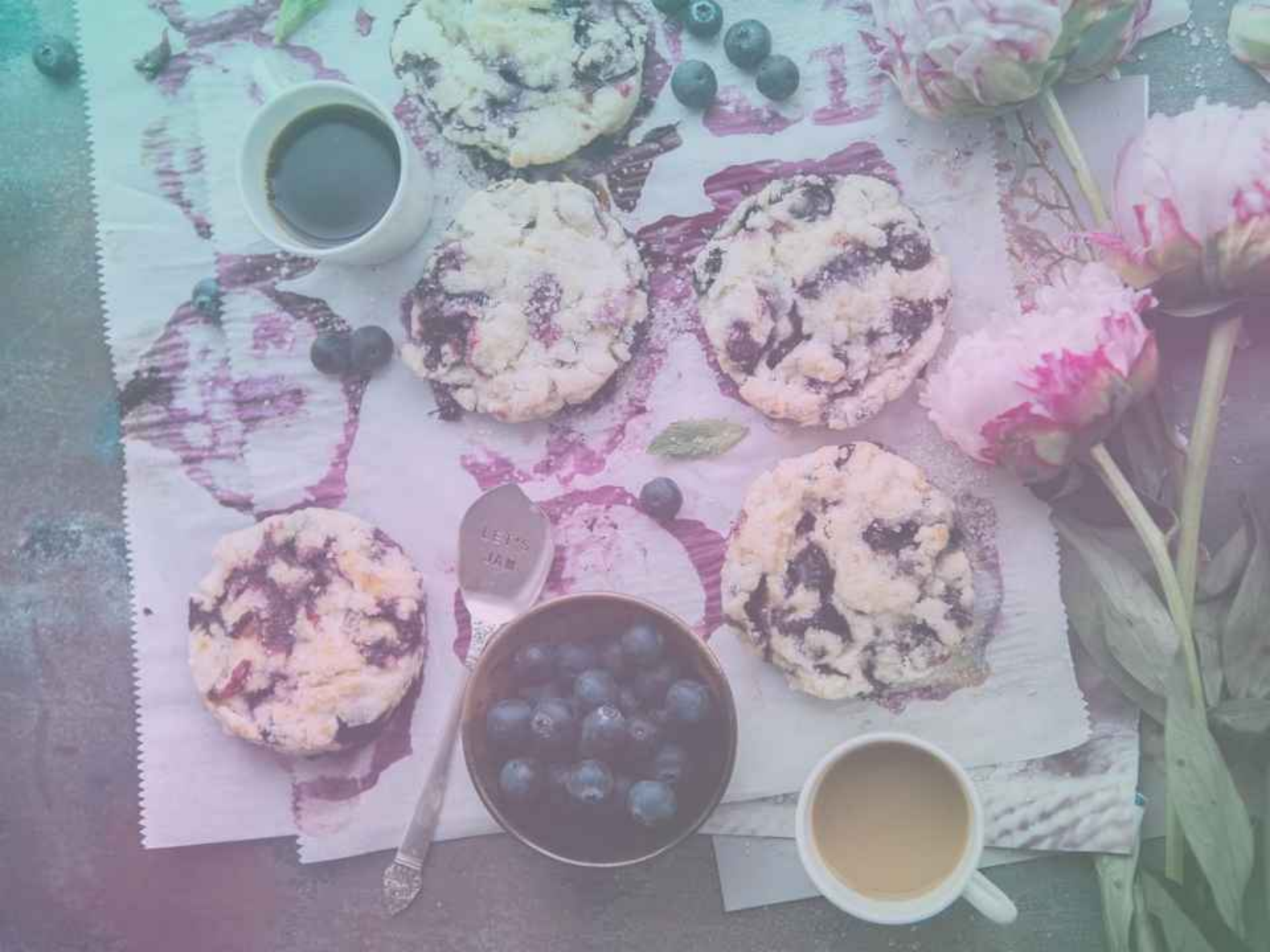
A Importância Alusiva dos Doces

A maioria dos doces são associados a comemorações, histórias de conquistas e amor. Sendo assim, uma simples sobremesa pode apresentar vários significados, com memórias que aguçam os sentidos das pessoas com seus cheiros cores e sabores que enriquecem nossas experiências. A partir de um doce, momentos sinestésicos podem ser revividos ou experimentados com o sentimento de ser acolhido por uma doce sensação.

Os componentes dos doces, principalmente o açúcar e o chocolate apresentam substâncias associadas à produção de serotonina que apresentam efeitos psicológicos estimulantes, sendo eficientes para proporcionar sensações de prazer e bem-estar, afirmando seus valores na vivência das pessoas mesmo com as críticas desfavoráveis no campo nutricional. "É quase um antidepressivo, uma cura momentânea para nossas angústias", disse o endocrinologista João César Castro Soares. O espaço de uma confeitaria e a laboração de doces são pensados como recurso para auxiliar na problematização da saúde mental das pessoas.

"Os bolos e os doces, não sendo alimentos reais, tornados indispensáveis no convívio humano, denunciarão um estágio compreensivo e cordial na continuidade da comunicação social. Esses doces aparecem em quase todos os povos [...] Coisas rápidas, leves, gostosas, facilitando o entendimento pela degustação das doçuras iniciais. Comer juntos é, decorrentemente, aproximar-se, compreender-se" (CASCUDO, 2004).





Origem dos Bares

A história desse estabelecimento apresenta mais de uma versão. A primeira surgiu por volta do século VII, na França, aonde existiam as tavernas, aos quais os jovens estrangeiros frequentavam para se divertir em suas viagens de estudo ao país. Dentre eles, dois americanos trouxeram consigo para os Estados Unidos o conceito inusual e abrindo um estabelecimento que servia e vendia bebidas em copos que reproduzia uma barra por todo o balcão. De forma a propagar o conceito para diversos outros restaurantes e popularizando o termo "barre", até simplificar para a palavra "bar". Portanto, o termo bar provém do nome francês originário "Barre" correspondente a barra presente no comprimento do balcão das tabernas francesas, para evitar que se apoiassem no mesmo os clientes sob o efeito do álcool.

Embora, há uma outra versão da história, que data nos finais do século XII, na América, mais precisamente em Boston, Filadélfia e Nova Iorque, aonde constatarem a presença de lugares que vendiam bebidas e outros produtos em um balcão. Ainda que este fosse de menor comprimento ou até mesmo um armário gradeado, levando assim, a designação de "Barreira", ao qual seria uma hipótese da origem para a derivação "Bar".

Contudo, os bares ficaram conhecidos pela Europa e por todo o mundo após a Primeira Guerra Mundial (1914-1918) pela divulgação dos soldados que eram assíduos nesse tipo de estabelecimento. Hoje é considerado um espaço de entretenimento noturno e de encontro preferidos por jovens e adultos.



Bares enquanto espaços de Lazer e Cultura

Em todas as cidades onde se encontre a frequência de bares percebe-se a cultura de apreciação da sociabilidade e da comensalidade. O bar é um elemento conhecido e comum no cotidiano de muitas pessoas, apresentando-se como opção mais assídua entre os jovens para aproveitarem seus tempos livres da cobrança de estudos e trabalhos desde meados do século XIX. Sendo um espaço de lazer e encontro com opções de diversão, alimentação e bebidas, que sofreu várias evoluções ao decorrer do tempo, mas que permeia a ideia essencial de ser um local menos cerceado pelos códigos morais. É por esta razão, o espaço ideal para relaxar ou comemorar em meio a experiências lúdicas e éticas.

"A água e os sucos são acompanhamentos utilizados com muita frequência, porém é a bebida alcoólica que dá à refeição um toque de requinte, alegria, festa, proporcionando a quem bebe o extravasamento de seus desejos, de suas emoções." (PILATO, 2000).

Mediante o exposto compreende-se que um ambiente informal favorece o desprendimento de normas sociais sistemáticas normalmente exigidas na nossa rotina. Sendo assim um lugar que agrada por toda a liberdade e intimidade que proporciona aos seus frequentadores, que podem esbravejar sua alegria, humores e emoções além de ser um espaço conveniente para se encontrar amigos ou colegas de faculdade e trabalho de maneira mais descontraída e possivelmente mais intensa, devido as maiores chances de trocas de pensamentos, ideias e devaneios ilimitados elucidados pelo momento. Permitindo até mesmo a sensação de se passar despercebido a fim de se obter um momento de tranquilidade. Entre os jovens, é comum na modernidade a busca pelo lazer, que se encontra em constante reconstrução e evolução, e dessa forma, carece de conteúdos que supram as necessidades culturais e intelectuais das pessoas. Em suma, é um local propício para conversar e interagir, para extravasar ou se ter paz enquanto se desenvolve visões de mundos e evolui.

Por conseguinte, embora esteja se tratando de uma atmosfera informal, percebe-se que a eventual contradição entre cultura e diversão não convém mais. Uma vez que, por exemplo, os espaços expositivos se ampliaram para novos ambientes fora da esfera de museus e centros culturais, ocupando espaços como o dos bares, e oportunizando maiores possibilidades para serem exploradas neste meio. Dessa forma, trazendo uma possibilidade eclética de ambientes dentro do mesmo estabelecimento que abrigue diferentes atrações para agregar ao projeto do bar, faz com que o visitante interaja não apenas com as bebidas e o consumo, mas estimula seus sentidos para uma participação mais ativa com todo o ambiente.

"A prática artística aparece como um campo fértil de experimentações sociais como um espaço principalmente poupado à uniformização dos comportamentos." (BOURRIAUD, 2008)



Em síntese, é requerido para este projeto trazer elementos ao bar como forma também de introduzir cultura e arte, de provocar mudanças, disseminar ideias, despertar esperança em relação à vida de maneira mais descontraída, quase despercebida dentro da "brincadeira", sem a cobrança de precisar saber ou aprender algo por mera necessidade imposta pela sociedade. É, portanto, essencial que o visitante deixe-se seduzir pelo ambiente e se integre a obra, podendo ainda no processo se deliciar com boas bebidas e boa música, é especialmente um lugar onde o lúdico se expõe minuciosamente. A proposta então é agregar valor ao projeto com inserção de atividades culturais dentro do ambiente do bar, que atraiam as pessoas a frequentarem o estabelecimento. Entre elas, shows, dança, teatro, exposições e concertos.

Além disso, o espaço tendo como objetivo o próprio lazer deve imergir seus convidados. Dessa forma, a intenção é trazer um palco de atrações que seja cerne do ambiente, trazendo e incentivando artistas locais. Assim, recebendo apresentações que incluem stand-ups, mas primordialmente shows e concertos, pois o conceito é ser um lugar revigorado por música constantemente, de forma a sobrepor por sua importância as demais atividades que poderia a vir diminuí-la. Para isso, utilizar a arquitetura como apoio, projetando o espaço de maneira que o público tenha sua atenção voltada aos artistas se apresentando.

Relação Confeitaria x Bar

Em virtude do cenário atual, das dificuldades subjetivas de se conviver com as transformações das relações de trabalho em um mundo globalizado, em constante processo de mudanças, tanto na tecnologia, quanto nos princípios, valores e hábitos, que se desenvolve a ideia base para o projeto. Em suma, tudo é muito efêmero e requer desenvoltura da parte das pessoas para se manterem eficientes e mentalmente estáveis dentro deste conflituoso cotidiano contemporâneo.

Ainda, visto que atualmente tantas pessoas têm rotinas intensas de trabalho ou estudo, e períodos de tempo livre limitados, o projeto visa uma maneira de estender a atividade da Confeitaria para se adequar a rotina de todos, implementando o lazer noturno por intermédio do Bar. A partir da ideia de que é preciso praticar a dualidade de se viver em meio à uma rotina caótica e encontrar serenidade interior no trajeto. Assim, revelando-se a prática de atividades de lazer uma alternativa para auxiliar nesse processo, oportunizando momentos de equilíbrio, relaxamento e diversão. Com isso, o estabelecimento tenta se adequar a esta realidade, unindo valores e criando o conceito dia e noite. Nesse interim, a proposta é oferecer um cardápio de doces para o público em geral durante o dia, enquanto a noite as especiarias são adaptadas para o consumo no bar. Ao mesmo tempo que o local se transforma com o horário, o prazer da experiência se entende e o estabelecimento se mantém em constante funcionamento.

A princípio como já foi comentado, as confeitarias já foram por bastante tempo cenário preferenciado de encontros entre artistas e/ou pensadores, por se tratar de um ambiente mais sereno que a academia. E ainda inspirador e ideal para se compartilhar pensamentos e criar ideias, enquanto se aprecia uma primorosa sobremesa. Enquanto os bares emergidos com a modernidade passaram a ser frequentados e representados por intelectuais e artistas, entre poetas, músicos e escritores ou estudantes, que configuram o bar como um ambiente lúdico e favorável ao proveito artístico de forma espontânea.

"A confeitaria era procurada por famílias que ali faziam suas encomendas, mas os que mais caracterizavam a clientela eram os literatos, os boêmios e os acadêmicos, que nesse ambiente harmonioso, tranquilo e com boa gastronomia produziam valiosos textos culturais" (MATOS e AVELINO, 2018)

Assim, a intenção é a formação de um novo espaço cultural dentro de um universo onírico, no qual os indivíduos possam tirar partido do lugar para explorar novos modos de ser, agir, pensar e sentir. De forma a resgatar com uma nova aparência o ambiente estimulador de confeitarias e bares para permitir um espaço diferenciado para se ter novas conversas, reflexões, trocas e formação de ideias e perspectivas. Ou simplesmente para se aproveitar um momento de pausa da correria frequente da sociedade atual de forma mais leve e prazerosa, num instante de fuga e inversão da ordem social.

Portanto, misturar a tranquilidade e a delicadeza da confeitaria com a vibração e boemia do bar permitem uma imensidade de experimentações e provocações entre o expectador e a obra. Partindo da ideia de que o indivíduo se adentrou em um quadro no momento em que cruzou a porta de entrada (moldura) do estabelecimento. Concebe-se em diante estágios que vão desde testemunhar, participar e se envolver com o ambiente criado para ser um espaço atemporal. A Confeitaria "Luce for Cake" é projetada para ser um ambiente com potencial para inserção da ideia de desassociação e expurgo do ambiente caótico social. De maneira a resgatar através da experiência degustativa de doces com aspectos estéticos variados, da arquitetura experimental e da cultura empregada, a energia do prazer de viver.

Mercado Concorrido

"É um mercado de modismos. Isso é natural. Surge uma nova tendência, várias pessoas abrem estabelecimentos e, quando percebem que não têm sustentação, o mercado automaticamente se enxuga" afirma o presidente da Abrasel-MG, Ricardo Rodrigues.

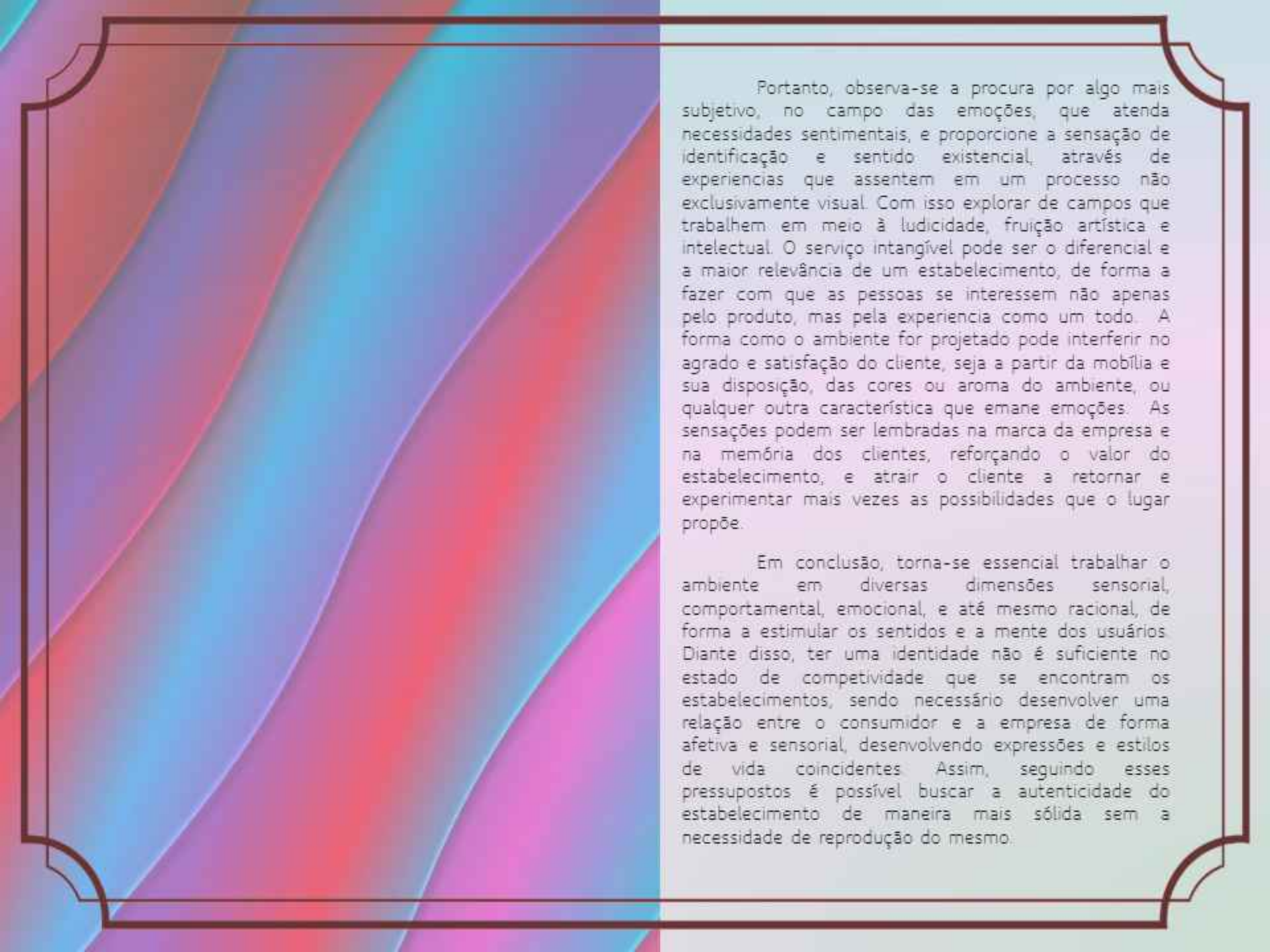
Os estabelecimentos de alimentação são diversificados e com tantas alternativas é preciso se destacar para convencer o consumidor ou frequentador de que não apenas o seu produto como também o seu espaço é o melhor e mais adequado para ele despender também não apenas dinheiro como o tempo dele com qualidade e conforto, necessário cada vez mais nas rotinas estressantes e corridas da população.

A partir de um bom plano de negócio é possível investir em um estabelecimento com objetivos específicos se analisarmos antes alguns fatores essenciais para se afastar do mercado repetitivo e cansativo. De acordo com uma pesquisa feita pelo grupo "AlmoçoGrátis", entre agosto e setembro de 2016, a partir de uma entrevista com uma quantidade numerosa de pessoas que frequentam bares e restaurantes do sudeste brasileiro a fim de identificar o que os leva a não preferir ou voltar em um estabelecimento, os resultados foram, falta de senso de exclusividade, em segundo, ambientação e limpeza, e por último, exclusividade do paladar. Referem-se a exclusividade como a riqueza de experiência para o público ideal, destacando a importância de se encontrar a essência do lugar e de se conectar com o frequentador, oferecendo a ele, singularidade e a sensação de pertencimento.

Em uma publicação feita pelo projeto Brasil Food Trends 2020, foram encontradas estatísticas que refletem no comportamento da população atual no Brasil e no mundo, mais consumista, com maior acesso à informação, inclusive em questão a participação das mulheres no mercado de trabalho, e outras variáveis. Entre as tendências evidenciadas, estão, a sensorialidade e prazer, saudabilidade e bem-estar, conveniência e praticidade, confiabilidade e qualidade, e por último, sustentabilidade e ética.

Percebe-se no cenário contemporâneo da cultura de consumo um cliente ou consumidor mais preocupado em vivenciar e desfrutar do momento presente de todas as maneiras possíveis, para tornar aquele instante singular, pois na atualidade tudo é efêmero e está em incessante mudança. O consumidor não procura apenas o produto, e sim a experiência que o lugar pode proporcionar durante o processo. Dessa forma é importante entender o modo de se comportar das pessoas em sintonia com o ambiente, tanto para o sucesso do negócio, quanto para satisfazer e agregar valores aos frequentadores.

Se tratando de um de estabelecimento comercial, é preciso fornecer valor para satisfazer também as necessidades do mercado e mantê-lo ativo. De acordo com as teorias de Schmitt, o marketing experimental aborda quatro características fundamentais que o difere do marketing tradicional. Em primeiro lugar está o oferecimento de estímulos sensoriais ao cliente com atenção voltada nas experiências que pode se oferecer ao mesmo. A segunda característica se refere ao consumo como uma experiência holística, na relação do produto dentro do contexto geral fazendo com que os profissionais de marketing experiencial vejam o consumo como um todo. Em terceiro lugar está a forma como esses profissionais enxergam os consumidores, como seres além de racionais, ainda emocionais, e que se identificam com uma experiência de consumo que envolva entretenimento e diversão. E por fim, a quarta característica define o marketing experiencial como eclético, que não se fundamenta em metodologias.



Portanto, observa-se a procura por algo mais subjetivo, no campo das emoções, que atenda necessidades sentimentais, e proporcione a sensação de identificação e sentido existencial, através de experiências que assentem em um processo não exclusivamente visual. Com isso explorar de campos que trabalhem em meio à ludicidade, fruição artística e intelectual. O serviço intangível pode ser o diferencial e a maior relevância de um estabelecimento, de forma a fazer com que as pessoas se interessem não apenas pelo produto, mas pela experiência como um todo. A forma como o ambiente for projetado pode interferir no agrado e satisfação do cliente, seja a partir da mobília e sua disposição, das cores ou aroma do ambiente, ou qualquer outra característica que emane emoções. As sensações podem ser lembradas na marca da empresa e na memória dos clientes, reforçando o valor do estabelecimento, e atrair o cliente a retornar e experimentar mais vezes as possibilidades que o lugar propõe.

Em conclusão, torna-se essencial trabalhar o ambiente em diversas dimensões sensorial, comportamental, emocional, e até mesmo racional, de forma a estimular os sentidos e a mente dos usuários. Diante disso, ter uma identidade não é suficiente no estado de competitividade que se encontram os estabelecimentos, sendo necessário desenvolver uma relação entre o consumidor e a empresa de forma afetiva e sensorial, desenvolvendo expressões e estilos de vida coincidentes. Assim, seguindo esses pressupostos é possível buscar a autenticidade do estabelecimento de maneira mais sólida sem a necessidade de reprodução do mesmo.

Multissensorial

"A pele (é a textura, o peso, a densidade e a temperatura da matéria)" Juhani Pallasmaa

Ao se examinar como o corpo humano se relaciona com o ambiente a sua volta percebese uma transição de impressões, discernimento, reflexões e dissolução sensorial. Em vista disso para análise de estudo discorre-se sobre os sentidos pela visão de Juhani Pallasmaa a partir de seu livro "Os Olhos da pele".

Em primeiro lugar o tato é o sentido que desobstrui nossa habilidade de se conectar com o mundo e desenvolvermos nele experiências. Afinal, esse sentido provoca impressões que percorrem tempo e espaço, seja pelo toque curioso e ansioso por descobertas de texturas, sensações e conhecimento, ou mesmo absorvendo a temperatura de um lugar, o frescor ou o calor confortável, propiciando momentos mais íntimos com o ambiente. Dessa forma mesmo por meio da visão pode se perceber e sentir as superfícies, contornos e solidez através do sentido tátil inconsciente que qualifica de forma prazerosa ou não a experiência. Pallasmaa identifica o corpo humano como "próprio local de referência, memória, imaginação e integração".

Pallasmaa descreve a visão como sentido examinador e que traduz uma noção de distância e exterioridade, diferente do tato que é mais intimista e permite sensibilidade para afetos e aconchego. Já o som permite uma experiência na parte mais íntima do ser, repercutindo em sentimentos de identificação, individualização, ou mesmo de aproximação entre as pessoas. Por conseguinte, o sentido da audição contribui para a experiência espacial, no livro o autor exemplifica a partir do experimento de retirar a trilha sonora de um filme, implicando na perda de sentido de ambientação e continuidade. Ou também no silêncio austero de uma casa vazia e sem móveis comparada a sonoridade receptiva de uma casa habitada. Ou mesmo o som ressoando pela cidade vindo dos sinos de uma igreja e fornecendo as pessoas o sentido de urbanidade. Dessa forma, Pallasmaa conclui que cada ambiente dependendo de sua materialidade, escala e estilo arquitetônico, tem uma particularidade sonora que proporciona uma interação direta entre as pessoas com o espaço e exprime diferentes efeitos, como de atração, acolhimento, repulsa ou hostilidade.

Embora a visão tenha sido o sentido preferencial desde os tempos dos gregos antigos, e com a modernidade e a racionalização da tecnologia na cultura atual, prossegue supervalorizada. Com isso, resultando em um desequilíbrio e alteração do sistema sensorial, e consequentemente, na capacidade imaginativa e sonhadora das pessoas. Dessa forma, repercute em possíveis sensações de abstração e solidão em ambientes com tais características da arquitetura modernista. Da mesma forma, o emprego de novas tecnologias produz novas expressões artísticas, firmadas na imaterialidade e mais omissa em relação aos sentidos e ao corpo. Assim, surge a preocupação por uma parcela quantitativa da sociedade artística que deseja e busca resgatar esses valores do corpo e da materialidade.

"Nós, no mundo ocidental, estamos começando a descobrir nossos sentidos negligenciados. Essa crescente conscientização representa, de certa maneira, um a insurgência tardia contra a dolorosa privação da experiência sensorial que temos sofrido em nosso mundo tecnológico" Ashley Montagu

Com expansão da conscientização acerca da falta de diligência com os sentidos sensoriais cresce também o número de arquitetos que buscam restaurar esse cenário através da aplicação de materialidade e outras medidas no espaço que agreguem valores como textura, peso, cores, aromas e plasticidade. Em síntese, apostam na arquitetura sensorial como solução para predisposição de dar destaque a visão.

"[...] é evidente que uma arquitetura "que intensifique a vida" deve provocar todos os sentidos simultaneamente e fundir nossa imagem de indivíduos com nossa experiência de do mundo" (PALLASMAA, 1996)

A arquitetura e a arte para serem significativas devem permitir uma proximidade da percepção de pertencimento ao mundo favorecendo ao sentimento de identidade pessoal e sensibilidade para acessar dimensões mais subjetivas da mente, que incluem os desejos e sonhos. Assim, a arquitetura transcende os limites visuais e estéticos estendendo sua ação a todos os sentidos, facilitado por meio de um espaço amplo e fértil para uma visão periférica, considerada essencial na percepção do sistema sensorial e mental possível através das experiências espaciais e corporais que integram o indivíduo ao ambiente. Em suma, a arquitetura aproxima o corpo do universo. Como conclui Pallasmaa, "contemplamos, tocamos, ouvimos e medimos o mundo com toda nossa existência corporal".

"Eu confronto a cidade com meu corpo. Minhas pernas medem o comprimento da arcada e a largura da praça, meus olhos fixos inconscientemente projetam meu corpo na fachada da catedral, onde ele perambula sobre molduras e curvas, sentindo o tamanho de recuos e projeções; meu peso encontra a massa da porta da catedral e minha mão agarra a maçaneta enquanto mergulho na escuridão do interior". Eu me experimento na cidade; a cidade existe por meio de minha experiência corporal. A cidade e meu corpo se complementam e se definem. Eu moro na cidade, e a cidade mora em mim" (PALLASMAA, 1996)

A experiência multissensorial reforça o senso de realidade, e pode ser verificada através uma caminhada pela natureza e sua grande influência sobre o bem-estar do ser humano. Visto que ocorre justamente pela comunicação facilitada entre todos os sentidos por meio do corpo, que se encontra em constante interação com o meio. Diante disso, sendo a arquitetura "uma extensão da natureza", qualquer experiência significativa sucedida pelo espaço construído é multissensorial. Portanto, a arquitetura ao propiciar meios para conduzir o indivíduo a se atentar à uma extensa perspectiva, possibilita um campo de experimentações, descobertas e percepções de mundo. Dessa forma, facilitando também a vida, as relações sociais e o sentido de identidade pessoal.

"Vemos a profundidade, a suavidade, a maciez, a dureza dos objetos. Cézanne chegou a afirmar que via seus odores. Se o pintor deseja expressar o mundo, o arranjo de suas cores deve portar consigo esse todo indivisível, caso contrário seu quadro apenas conseguirá sugerir as coisas e não lhes dará a unidade imperativa, a presença, a plenitude insuperável que para nós é a própria definição daquilo que é real" Merleau-Ponty.

Assim cada expressão artística, como estimuladora dos sentidos, exprime informações do universo existencial ou onírico para percepção e análise, além de estimular a imaginação e encadear o envolvimento sensorial. Dessa mesma forma,

a arquitetura é capaz de imprimir várias impressões em sua experiência real que vai além da fachada do edifício. Assim como acontece no Parque Lage, a interação entre as obras de arquitetura com a natureza mexe com as emoções de quem se permite cair em devaneios e apreciar a riqueza de seus ambientes, como a vista da pequena torre das ruínas do castelhinho de lá, que traz uma sensação de paz e conforto, ou mesmo o mistério para quem desce e explora as grutas, é um lugar que mescla a percepção dos sentidos e permite uma experiência única. De acordo com Pallasmaa, a tranquilidade é a experiência auditiva mais importante realizada pela arquitetura, esta capaz de ocultar os ruídos relativos ao lado de fora e atentar seus convidados ao momento presente naquele espaço e a si próprios. O autor define a arquitetura como "a arte do silêncio petrificado".

Nesse interim, contribuindo para o aperfeiçoamento do espaço arquitetônico está o contraste entre as sombras e luzes. Sendo a sombra a mediadora de vitalidade e forma aos objetos diante da luz, tornando a profundidade imprecisa e suscitando instintivamente à visão periférica. Dessa forma, com o olhar absorto e sem precisão, rompe-se a barreira entre o raciocínio lógico e a capacidade imaginativa através das sombras e luz fraca.

Mediante o exposto, é importante reafirmar a importância da luz, como intermediária entre o ambiente interno e externo, e entre os contrastes de sombra e luz. Diante disso, o projeto da Confeitaria Bar pretende compreender um ambiente com luzes mais amenas e heterogêneas a fim de tornar o espaço projetado mais agradável e prazeroso. Permitindo a expansão da mente e do pensamento dos visitantes, a fim de que possam pausar um momento e demorar-se devaneando e sonhando acordado.

Enquanto, quando se trata das habilidades olfativas, embora se pareça por vezes o menos artístico dos sentidos, a riqueza de aromas presentes no mundo possibilita caminhos e histórias memoráveis que despertam sentimentos instintivos. Dessa forma, em um ambiente é mais fácil recordar de seu cheiro, sendo este o sentido mais perseverante capaz de nos levar de volta a lugares ou lembranças esquecidas e envoltas de imaginação. Até mesmo insinuações visuais apresentem a capacidade de apelar para a memória olfativa dos visitantes. Tal quanto aromas inebriantes podem trazer sentimentos prazerosos de desejo e luxúria e dismantelar o indivíduo pelo próprio instinto.

"Que delícia é se mover de um mundo de aromas para outro, passando pelas ruas estreitas de uma cidade antiga! Um mundo de aromas de uma loja de balas nos faz lembrar a inocência e curiosidade da infância, o odor pungente de um sapataria nos faz imaginar cavalos, selas e arreios e a emoção de se cavalgar, a fragrância de um sapataria projeta imagens de saúde, subsistência e força física, enquanto o perfume de uma confeitaria nos remete à felicidade da burguesia [...]" (PALLASMAA, 1996).

Em suma o que se aprende com Pallasmaa é que arquitetura não é meramente visual, ela se fortalece com o nível de interações possibilitadas entre o ambiente e o interator. A riqueza de experiências, colisões entre vários corpos e elementos que agem mutuamente com a memória afetiva, as possibilidades de socialização, de entendimento de mundo e de si próprio dentro de um determinado espaço, traduzem uma arquitetura significativa. Uma vez que a arquitetura dá início, orienta e encaminha nosso modo de se comportar e interagir com o ambiente, transcendendo os limites físicos e objetivos de uma edificação. Dessa maneira, é preciso moderar a ideia de tratar o espaço como meras extensões materiais, quase intangíveis, e aproveitá-lo como um mediador de comunicações, reciprocidade, relações e interações dinâmicas. Logo, pensar na construção voltada aos sentidos proporcionando autenticidade ao vivenciar a obra arquitetônica por toda a sua existência, produzindo espaços dignos da memória.



"Em experiências memoráveis de arquitetura, espaço, matéria e tempos se fundem em uma dimensão lúrica, na substância básica da vida, que penetra em nossas consciências. Identificamo-nos com esse espaço, esse lugar, esse momento, e essas dimensões se tornam ingredientes de nossa própria existência. A arquitetura é a arte de nos reconciliar com o mundo, e esta mediação se dá por meio dos sentidos." (PALLASMAA, 1996).

A sociedade está cada vez mais restrita no campo seguro da racionalidade, regras, formalidades, e paralisada ao defrontar-se com experiências mais afastada dos protocolos sociais e morais. Com isso, o objetivo do projeto é criar experiências variadas para despertar o instinto sensível das pessoas, de forma que elas possam explorar todos os sentidos de seus corpos e viver experiências de recordação, novidade, subjetividade, amparo, empolgação, diversão e identificação. E dessa forma vivenciar também uma dimensão afetiva da gastronomia, que enquanto experiência sensível, tem o efeito de despertar memórias e sensações armazenadas em nossos corpos.

É necessário sair do estigma de civilização engessada, assim o projeto busca criar um espaço para se perceber e sentir a vida, o ambiente ao redor e a si próprio dentro de um espectro de doces e sabores. Os doces, como área da gastronomia tem a capacidade de transformar, de acessar uma dimensão sensível e afetiva com sua habilidade de gerar estímulos e de proporcionar sensações de prazer e bem-estar, de aproximar as pessoas demonstrando sua importância no convívio social. A experimentação de sabores, assim como os efeitos do álcool tem influência sobre as emoções e desejos que excedem as normas da racionalidade a procura do prazer dionisíaco, do extravasamento da consciência, iniciando ou reforçando relações. Ao saborear uma sobremesa é possível acessar à memórias que percorrem diferentes tempos e espaços, transformar a consciência e a razão, ou simplesmente ter um momento deleitável e quem sabe memorável. Portanto, a intenção essencial do projeto é que a essência da Luce seja como uma expressão artística e poética que possa ser realmente como uma luz de esperança, que forneça oportunidades para se celebrar a vida tão doce como ela é.

Hedonismo

O hedonismo é caracterizado como uma doutrina que identifica o prazer como bem supremo. A própria palavra "hedonismo", originária do grego "hedonê", significa "prazer" e "vontade".

Com isso o projeto é inspirado a partir da busca pela beleza do escritor Oscar Wilde que participava do Movimento Estético que aspirava uma forma de hedonismo ao prezar pela vida, o belo, o prazer e a felicidade assimilando ainda como uma obra de arte. Lord Henry, personagem de Oscar Wilde é um hedonista e afirma que "a única coisa que vale a pena na vida é a beleza e a satisfação dos sentidos". Acreditando que é necessário desprender-se das amarras sociais para preservar sua individualidade. Dessa forma um de seus conselhos ao protagonista do livro Dorian Gray era "Viva! Viva a maravilhosa vida que há em você! Não deixe que nada se perca sobre você! Esteja sempre buscando por novas sensações. Não tema nada!".

A partir dessa ideia a beleza se torna uma necessidade no projeto da Confeitaria para permitir que o ambiente possa provocar felicidade plena ao usuário. Nesse ínterim, a proposta é que a confeitaria vá além do consumo hedonista, que o simples estar já seja motivo de prazer. A ideia é promover uma experiência gratuita da confeitaria, que não exija o consumo para usufruir do espaço, de forma a encher o lugar de vida sempre, pois se toda vez que alguém desejá-lo estar em um ambiente tiver que despender de dinheiro, então a visita/experiência se torna mais restrita, desviando do sentido do lugar, de ser a fuga perfeita pela cura da alma através dos sentidos.



"Só os sentidos podem curar a alma,
tal como só a alma pode curar os
sentidos." Oscar Wilde





Inclusive, fugir se remete a abstrair, se auto usurpar, se ausentar. Assim, como afirmado por wilde através do seu personagem haward basil, que acredita que seu maior charme se dá em sumir sem deixar resquícios de para onde foi. Um mistério necessário de quem deseja algo novo é ilustre como fonte de experiência e de inspiração, a dúvida maior de quem frequentaria o lugar seria viver com o dilema de revelar aquele prazer magnifico a algum amigo especial ou guardar aquela nova sensação para si mesmo.

Em suma, o lugar enquanto ambiente de experiências seria uma alternativa para um processo de expurgo, em meio a uma rotina caótica comum na sociedade contemporânea, como se ali fosse um espaço resguardado no interior da realidade conflituosa. Portanto o intuito essencial do lugar é ser um antro de beleza, prazer e felicidade, ou seja uma forma de hedonismo, e com isso proporcionar a satisfação dos sentidos de seus frequentadores.

Beleza... Caminho através da busca pela autenticidade

"Para o grego beleza é medida, harmonia, ordem, proporção, assimilação." Roberto Machado

Percorrendo um caminho através da busca pela autenticidade, o ponto de partida se dá a partir das reflexões presentes no livro "Nietzsche e a verdade", por Roberto Machado, que estuda e analisa a filosofia de Nietzsche sobre a Grécia arcaica e sua crítica aos valores da decadência, sendo assim possível formular uma base à proposta de Ideal para a estruturação da Luce.

Machado mostra como Nietzsche aponta a ideia de que "A vida só é possível pelas miragens artísticas", e o surgimento da arte apolínea como antídoto para a necessidade dos povos gregos de viver em meio às tristezas e desgraças que eram expostas na vida, de forma a tornar viver mais agradável, desejável e belo, criando, assim, os deuses olímpicos como alicerce de sua arte e expressão de uma religião da vida, ou religião da beleza que diviniza, no sentido de tornar belo, a existência, em refutação ao sofrimento e a morte por meio de serenidade e autonomia das emoções, que também é uma estratégia para fazer com que a verdadeira realidade, pessimista em si, não fique imediatamente visível. Assim, ele afirma, embasado por uma das principais teses de "O nascimento da tragédia", que a beleza é uma intensificação das forças da vida que aumenta o prazer de existir, e mesmo que se trate de aparência, é um meio necessário para a libertação do ser verdadeiro. "Conhece-te a ti mesmo" é o lema apolíneo, o mundo da beleza e da individuação. Mas para entendermos a concepção da beleza, o autor também nos apresenta a parte ignorada erroneamente pela arte apolínea, outro instinto estético da natureza, o dionisíaco.

Enquanto, o dionisíaco de acordo com Machado faz parte de uma religião que vem do estrangeiro, mas que aos poucos adentrou na Grécia enfraquecendo os preceitos apolíneos, por meio da negação do indivíduo, considerado superficial, a fim de uma "reconciliação do homem com a natureza e com outros homens" de forma a atingir uma "harmonia universal", porém suprimindo os privilégios da subjetividade, substituindo o sonho (e a visão onírica) por experiências de volúpia, que acreditavam ser a verdadeira natureza. Assim, o autor aponta para o efeito letárgico que acompanha o êxtase dionisíaco, e que quando esse efeito passa, junto a volta da consciência vem "o pesar, o desgosto pela existência, o sentimento de que tudo é absurdo, impossível", e a compreensão da ilusão vivida, criada pelo mundo da beleza. O autor conclui que, "a experiência dionisíaca é uma "embriaguez do sofrimento" que destrói o "belo sonho".

"A arte o salva, mas pela arte é a vida que o salva em seu proveito" Nietzsche

E, assim, em combate ao perigo da religião dionisíaca, a arte ressurge novamente para resgatar a expectativa e anseio pela a vida. Enquanto um instrumento, como se refere Roberto Machado, a arte transforma o fenômeno natural, da verdade dionisíaca em um fenômeno estético, o inserindo e vinculando ao mundo da bela aparência, atenuando seu efeito destruidor, e fomentando em uma nova arte, apolíneo-dionisíaca.

Como conclusão inicial, e reflexão sobre a importância das musas das artes da aparência para os gregos, propõe-se simbolicamente a Luce como princípio vital para a confeitaria, a essência por trás da construção, como o antídoto que utiliza a arte em sua composição. Dessa maneira, ao utilizar a arte como instrumento e não como verdade única que anula a experiência dionísica, seja possível conciliar a arte, com a ciência e a moral, através de um pensamento maniqueísta racional, que se reflete na dualidade entre a busca da paz interior e os confrontos procedentes do cotidiano contemporâneo. A fim de encontrar um equilíbrio e fortalecer a percepção sensorial, favorável à uma transvaloração dos valores de forma a permitir que novas experiências possam acontecer sem a represália dos valores morais, assim como aspirava Nietzsche pela possibilidade de um indivíduo além da moral.

O racional bloqueia os sentidos. Assim, é essencial para o projeto proporcionar estímulos aos interatores poderem explorar e apurar mais os outros sentidos além da visão e desfrutar das possibilidades provenientes de ir afora do campo da racionalidade.

Simultaneamente, na busca da beleza e do equilíbrio que entra a conciliação da arquitetura com a natureza, através da ambientalização do projeto, suas cores e tons de ornamentações pastéis e metalizadas mesclado com jardins que entram na obra para trazer e capturar a beleza efêmera das flores como integrante da imagética do lugar aliada a beleza artística dos doces, propiciando, assim, estímulos em todos os sentidos. De forma, que o lugar seja para as pessoas um espaço de experiências únicas e energizantes entre os intervalos caóticos da vida moderna. Com isso, trazendo tranquilidade e harmonia necessária para uma experiência poética.

Portanto, a sensação de frequentar a confeitaria seria algo como ter um espaço dos sonhos, é ter um lugar para se sentir bem e em paz, quanto vale a nossa sanidade hoje em dia? Em quantos lugares podemos nos sentirmos seguros? E ter um respiro da vida exaustiva dos tempos modernos, é o simples parar e apreciar bons momentos consigo mesmo ou com outras pessoas, ou seja, é estar em solitude. A vida é mais que alcançar metas, é preciso apreciar no caminho. É um lugar para apreciar a beleza com simplicidade, e descobrir que beleza e natureza podem e devem estar unidas, proporcionando gratidão a quem se der a chance de apreciar a arte que envolve natureza em si. Dizem que os detalhes fazem a diferença, e não falta detalhes em uma sobremesa, assim, uma arquitetura que se espelha na sobremesa deve ser rica em detalhes. Nós, como seres humanos somos instáveis, dicotômicos, paradoxos, queremos uma coisa e outra ao mesmo tempo, e se o lugar fosse duas coisas ao mesmo tempo, um templo e agitação, seria o mesmo que encontrar um equilíbrio.



Arquitetura Sustentável

A palavra "sustentável" deriva-se do latim sustentare (sustentar; defender; favorecer; apoiar; conservar; cuidar). Em primeiro lugar, projetar uma arquitetura sustentável é essencial para o bem-estar social e para evitar que danos maiores sejam causados pelo setor da indústria da construção civil, maior gerador de resíduos e consumidor de matérias primas e recursos naturais. Considerado ainda o terceiro maior segmento agente da emissão de gases poluentes na atmosfera. Antes de mais nada, a responsabilidade ambiental e social é tanto das grandes, quanto das pequenas empresas, e deve ser exercida de forma transparente e com ética. (Locus, 2007)

Ainda, a arquitetura como formadora de espaços interliga todos os setores que devem ser considerados para o desenvolvimento sustentável. Logo, para se obter uma arquitetura sustentável, é necessário mensurar e equilibrar três lemas contraditórios e essencialmente ligados, crescimento econômico, bem-estar social e sustentabilidade ambiental. De forma a superar os conflitos crescentes entre estes polos, pois mesmo com o avanço tecnológico e as possibilidades de eficiência energética, as intenções muitas vezes não são de fato sustentáveis, e são voltadas principalmente para a produção e o consumo, o que consequentemente não beneficia o meio ambiente.

Dessa forma, construir sustentavelmente deveria ser uma obrigação moral em qualquer projeto atualmente, evidenciado sua relação direta com a saúde e o bem-estar da população, motivo ao qual deve-se primordialmente visar a realização de um projeto pensado além das questões financeiras. Sob o mesmo ponto de vista, edificações e espaços urbanos que procuram minimizar o impacto ambiental durante e após sua construção, concluem ser um ambiente saudável e proveitoso para se habitar, trabalhar ou até mesmo se divertir, como aponta Greg Kats em sua explicação para Green Build. Logo, um edifício para ser considerado sustentável é preciso apresentar atributos básicos como a utilização de energia renovável, de materiais e sistemas construtivos que prescindem menor energia, logo contribuem para a eficiência energética e, assim também possibilitam economia e rentabilidade beneficiando a construção civil. (KATS, 2010)

Segundo Brian Edwards, a ação de projetar é o alicerce da sustentabilidade, por esta razão deve-se projetar considerando uma série de condutas que incluam a criação de espaços saudáveis, economicamente viáveis e que ainda respeitem as necessidades sociais. Portanto, só dessa forma uma construção pode ser considerada sustentável, o que para o arquiteto isso "significa respeitar os sistemas naturais e aprender por meio dos processos ecológicos". E só assim, a arquitetura possibilitará melhorias para vida urbana.

Em suma, é importante transformar e ajustar a forma como a civilização e a atividade humana interagem com o meio, de maneira a beneficiar todas as partes e reduzir os possíveis impactos. Ou seja, que tanto a sociedade e sua economia satisfaçam suas necessidades e expectativas, quanto os ecossistemas naturais e a biodiversidade possam ser preservados. Em vista disso, os princípios de sustentabilidade abrangem todas as circunstâncias, e devem ser utilizados em qualquer escala de empreendimento, é por isso foi introduzido no vocabulário politicamente correto de empresas em geral.

Adequação da Beleza à Questão Sustentável

"[...] o espaço de lazer é um espaço diferente dos outros - os da família, da escola, do trabalho, da Igreja, etc. É um espaço vivencial, onde o objeto próprio é o viver por viver, é ter oportunidade de ocupar o tempo livre para exprimir as necessidades individuais, físicas, sociais e artísticas" (DUMAZEDIER, 1980)

Primordialmente a arquitetura, com auxílio das tecnologias sustentáveis, deve ser exercida de maneira a inspirar, usando a sustentabilidade como meio para a criação de novas ordens estéticas. Dessa forma é possível contribuir para a valorização da cidade e proporcionar apoio e bem-estar aos usuários, gerando respeito mútuo entre a sociedade e o meio ambiente.

Bjark, líder do escritório Dinamarquês BIG, enxerga / expõe a sustentabilidade como um desafio de design e ao apresentar o conceito de sustentabilidade hedonista ("sustainable hedonistic"), sugere uma ideia que transcende normas e parâmetros, e que se preocupa com a qualidade de vida da sociedade, a fim de proporcionar meios para a felicidade, com divertimento e luxo agregados em suas construções sustentáveis.

Para que seja possível essa dualidade entre beleza e sustentabilidade é preciso que haja primordialmente qualidade na obra, de forma que cada procedimento seja pensado de forma mútua tanto para não agredir ao meio ambiente quanto para permitir o bem-estar dos futuros frequentadores do espaço.

Assim, para adentrar o projeto na modernidade hedonista é preciso focar nas pessoas e em que sensações pode-se fornecer à elas para que apreciem as melhoras que a sustentabilidade oferece a vida.

O projeto a partir do momento em que se encontra em um meio inevitavelmente consumista, busca com obrigatoriedade também se inserir em um modelo de sustentabilidade, que facilite mutuamente à uma responsabilidade com o ambiente e com o senso de integração coletiva. A fim de estar a par das limitações do ecossistema e consciente da conformidade do presente com as perspectivas de futuro. Para que, dessa forma, seja possível diminuir a distância entre um desenvolvimento sustentável e o consumo contemporâneo individualista. Assim, estabelecendo uma nova ética que proporcione toda a felicidade de uma experiência hedonista atrelada a aprendizagem da consciência ambiental, acima do ato de consumir.



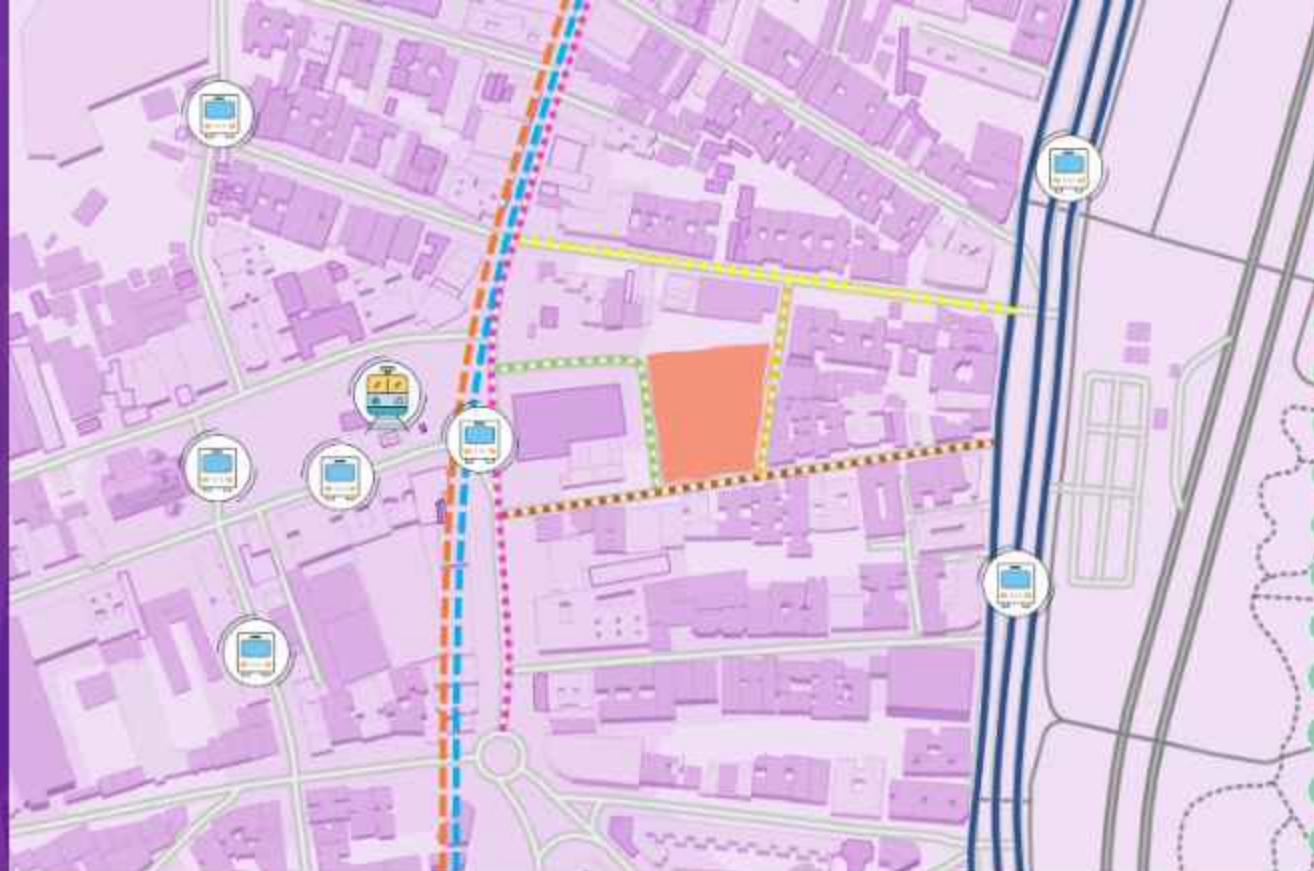
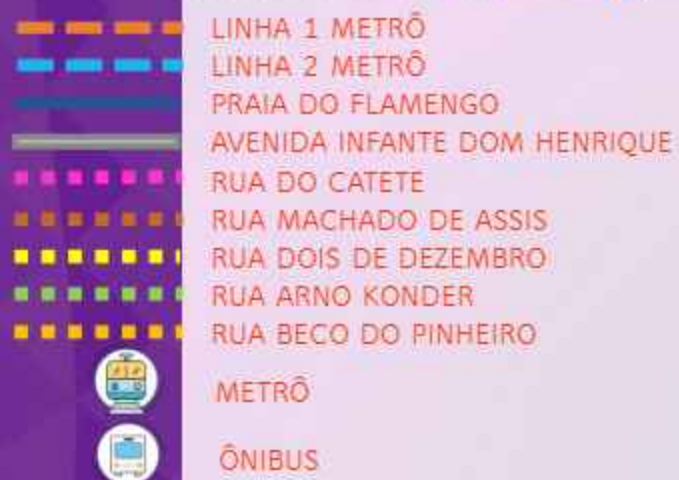
PROPOSIÇÕES INICIAIS

O terreno: Localização

O local em estudo possui 5.200 metros quadrados e está localizado em Flamengo, próximo ao largo do Machado. As justificativas para a escolha foram devido a região apresentar diversas possibilidades, como a acessibilidade, a extensa área verde requerida para melhor adaptação do projeto ao local. Além disso, por representar uma região repleta de comércio e lazer aliada a maior segurança da área que facilita a inserção do projeto devido seu perfil comercial e sua intenção de funcionamento ser tanto diurno quanto noturno.



- RUA DO CATETE
- LARGO DO MACHADO
- RUA MACHADO DE ASSIS
- VIA ARTERIAL
- VIA COLETORA
- VIA LOCAL



Este mapa auxilia na compreensão da acessibilidade e disposição da edificação no entorno, evidenciando as ruas principais e os transportes disponíveis na proximidade. Observa-se que o terreno se encontra próximo à estação de metrô e que ainda é beneficiado com 3 de suas fachadas abertas às ruas, o que facilita a proposta aberta da Confeitaria.

MAPA DE USOS



A intenção deste mapa é apontar a aceitabilidade do projeto no lugar inserido, mostrando ser uma área essencialmente comercial, com uma extensa área habitacional, provida de serviços e lazer. Dessa forma é bastante ativa dia e noite, fator favorável ao uso misto do tema proposto.

- USO COMERCIAL
- CULTURA E LAZER
- USO HABITACIONAL
- USO EDUCACIONAL
- SERVIÇOS
- TERRENO

Referências



Fonte: archdaily.com.br

Shopping Wooden Orchids, na China
Arquitetos: Vincent Callebaut Architectures

O projeto utiliza de jardins interpenetrados que encorajam a responsabilidade ambiental desde a esfera individual até a comunitária, além de proporcionar harmonia ao ambiente. O complexo utiliza de estratégias para um desenvolvimento sustentável, através de fontes de energia renováveis, aproveitamento de água das chuvas, proveito de luz natural de acordo com a orientação solar, uso de turbinas eólicas e pomares na cobertura para auxiliar na purificação do ar.



Fonte: archdaily.com.br

Confeitaria Nanana, na Polônia
Arquitetos: Arquitectos buckStudio

Nanan patiserie é o projeto de uma confeitaria moderna que cria uma experiência única para o cliente, unindo o envolvimento emocional, a identidade visual e o design de interiores. O projeto utiliza de várias texturas e tons claros que passam uma sensação de conforto, que vão desde as paredes e os sofás de veludo rosa, o mármore rosa aurora das mesas, os pisos de carvalho natural até as delicadas peças e detalhes em bronze brilhante.



Fonte: www.arch2o.com

Blue Frog Acoustic Lounge, Na Índia
Arquitetos: Chris Lee Architects

O projeto do bar Bluefrog apresenta um design inovador e o seu interior é todo projetado para receber a melhor experiência acústica. Inclui as paredes absorvem o som do interior, além de apresentarem um relevo em sua estrutura que combina com os diferentes tipos de materiais como a altura dos assentos moldada por resina acrílica, formando assim uma arquitetura futurista e impressionante combinada a experiência de luzes e ao som musical.



O PROJETO



CONCEITO

UMA CONFEITARIA NO MEIO DO CAMINHO

"O MEIO DO CAMINHO RESGUARDA UM ACONTECER" LEANDRO JUNQUEIRA

O conceito advém do entendimento da Confeitaria como lugar de experiência ao qual o indivíduo pode observar com mais clareza a importância de se apreciar o agora. Imaginamos a partir da apropriação de conceitos do escritor Leandro Gama Junqueira através do livro "terceira Margem", que o cliente é o ser em travessia e que no meio de seu caminho encontra uma Confeitaria e que o mesmo simplesmente descobre nela um lugar para vivenciar uma dualidade de emoções, que o aproxima de sua essência, e em estado de pleno vigor, possível através da exploração sensorial e da inclusão do conceito belo possa imergir na "Terceira Margem", pois é aonde tudo acontece. Ratifico que a necessidade de trazer a beleza para dentro do projeto se trata do simples resultado que ela oferece, a felicidade e admiração de quem a presencia, o instinto de sentir prazer por estar vivo e querer aproveitar com mais empolgação esse meio tempo entre duas realidades que são fato em nossas vidas, conceituado pelo escritor como "o que já não é e o que ainda não chegou a ser".

Com isso, o feito do indivíduo de escolher pausar seu trajeto para adentrar na confeitaria, seria como uma quebra de sua rotina, para permitir reflexões sobre si mesmo e o mundo ao redor de forma a desbloquear os sentidos, e deixar por um momento o racional em segundo plano, permitindo, assim uma expansão de sua percepção além das influências externas.

PARTIDO ARQUITETÔNICO

O estudo de massas foi inspirado no símbolo Trisklen que representa equilíbrio e proporção entre o corpo, a mente e a emoção, representados por cada bloco, que encontram-se num ponto central, o salão que interliga todos os segmentos.





DIRETRIZES PROJETUAIS

As diretrizes foram pensadas de forma a criar espaços para relaxamento e diversão que funcionem como um templo dentro da malha urbana em questão. Portanto, tem em vista contribuir para um processo de recuperação da força mental e corporal de seus usuários ao explorar da multifuncionalidade da proposta projetual.

Dessa forma, foi pensada a utilização de estratégias sustentáveis que incluem tanto o uso de energia sustentável quanto o aproveitamento de luz natural para permitir um ambiente acolhedor e propício ao bem-estar dos frequentadores. Assim como a criação de jardins penetrados no espaço privado da confeitaria como uma das estratégias para diminuir a distância entre as pessoas e a natureza, estimulando o respeito e a consciência ambiental. Além do desenvolvimento de um paisagismo que traduza espaços de contemplação e redução do estresse proporcionando aos usuários experiências sinestésicas.

Acresce que para a identidade da marca no espaço da Confeitaria seja necessário explorar a fronteira entre arte e designer na ambientalização do projeto a partir do uso de cores e tons de ornamentações pasteis e metalizadas com ar onírico ou utópico. Além disso, considera-se utilizar uma diversidade de materiais e mobiliários com diferentes texturas, pesos, cores e aplicabilidade para agregar plasticidade ao projeto, de forma a estimular os sentidos dos usuários e sua participação mais ativa no ambiente. Assim, criando uma interação entre o expectador e a obra.

E por fim para complementar a busca pelo experimentalismo encontrou-se essencial agregar ao projeto ambientes que funcionem para diversas atividades artísticas e de lazer, como o corredor de exposição de artes que leva ao bar e os espaços de convivência da área externa.

ESTRATÉGIAS SUSTENTÁVEIS



REUTILIZAR ÁGUA DA CHUVA PARA A HORTA, BANHEIROS

UTILIZAÇÃO DE PAINÉIS FOTOVOLTAICOS MALEÁVEIS



PRODUÇÃO ATRAVÉS DA HORTA DE PARTE DAS HORTALIÇAS E ESPÉCIES UTILIZADAS NA COZINHA

UTILIZAÇÃO DE TELHADOS VERDE E BRANCO



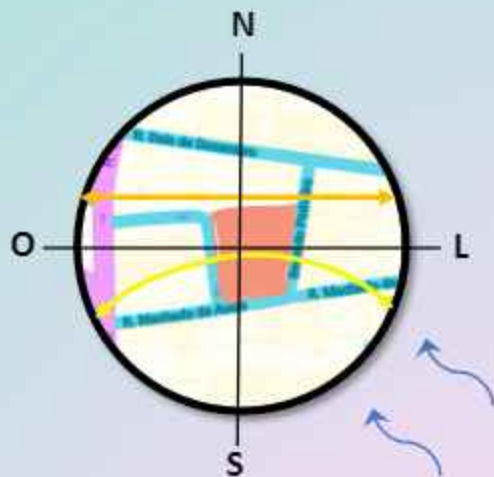
APROVEITAR LUZ SOLAR PARA REDUZIR O CONSUMO DE LUZ ARTIFICIAL

VEGETAÇÃO EM ESCALA PARA A REDUÇÃO DE CO2



CONFEITARIA LUCE FOR CAKE





1. CONFEITARIA BAR
2. OFICINAS E ESPAÇOS DE CONVIVÊNCIA
3. HORTA
4. LABIRINTO DOS ENCANTOS
5. AMBIENTE DAS TEXTURAS IMERSIVAS

- ENTRADAS FRONTAIS CONFEITARIA
- ENTRADA LATERAL CONFEITARIA
- ACESSOS SECUNDÁRIOS
- ACESSO FUNCIONÁRIOS
- ENTRADA E SAÍDA DE LIXO
- ENTRADA ARTÍSTICA

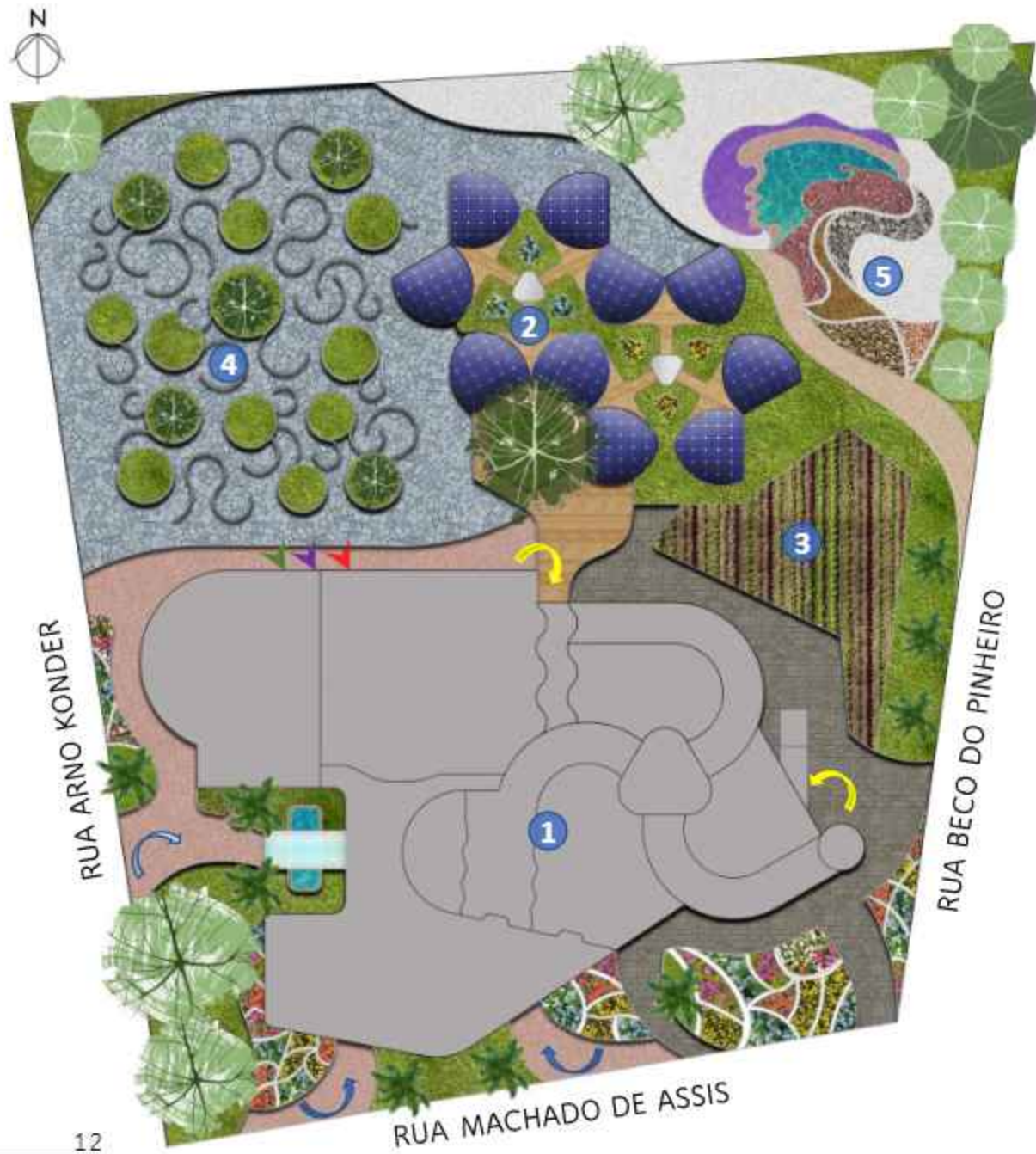
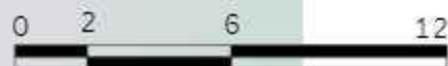
Área do terreno: 5 200 m²

Taxa de ocupação: 33,43%

Área da Confeitaria e Bar: 1 448,2 m²

Área das Oficinas: 289,95 m²

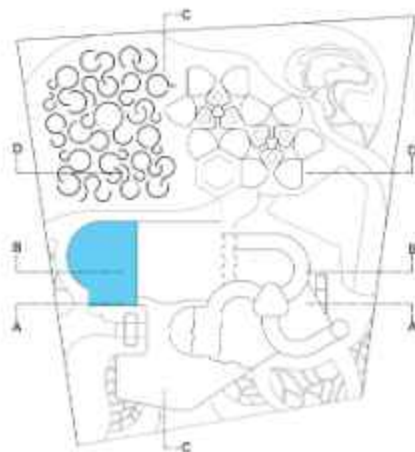
Área total construída: 1 738,14 m²



PROGRAMA

○ COZINHA

- | | |
|---|--|
| 1- Recebimento de Materiais - 7,60 m ² | 11 - Lavagem De Panela - 4,2 m ² |
| 2- Estoque Seco - 6 m ² | 12 - Cozinha Bar - Preparação de Alimentos Frios - 10,7 m ² |
| 3- Circulação - 9 m ² | 13 - Cozinha Bar - Preparação de Alimentos Quentes - 15 m ² |
| 4- Freezer Quarto Frio - 5,90 m ² | 14 - Distribuição (Serviço) - 7,6 m ² |
| 5- Freezer Laticínios - 3,70 m ² | 15 - Rota de Saída de Lixo - 9,6 m ² |
| 6- Freezer Frutas e Legumes - 4 m ² | 16 - Sala de Direção - 5,5 m ² |
| 7- Lavagem de Vegetais - 4 m ² | 17 - Vestiário/ Banheiro - 22,12 m ² |
| 8- Confeção de Doces - 34 m ² | 18 - Hall Funcionários - 9,90 m ² |
| 9- Padaria - 10 m ² | |
| 10 - Confeitaria/ Decoração 26,30 | |



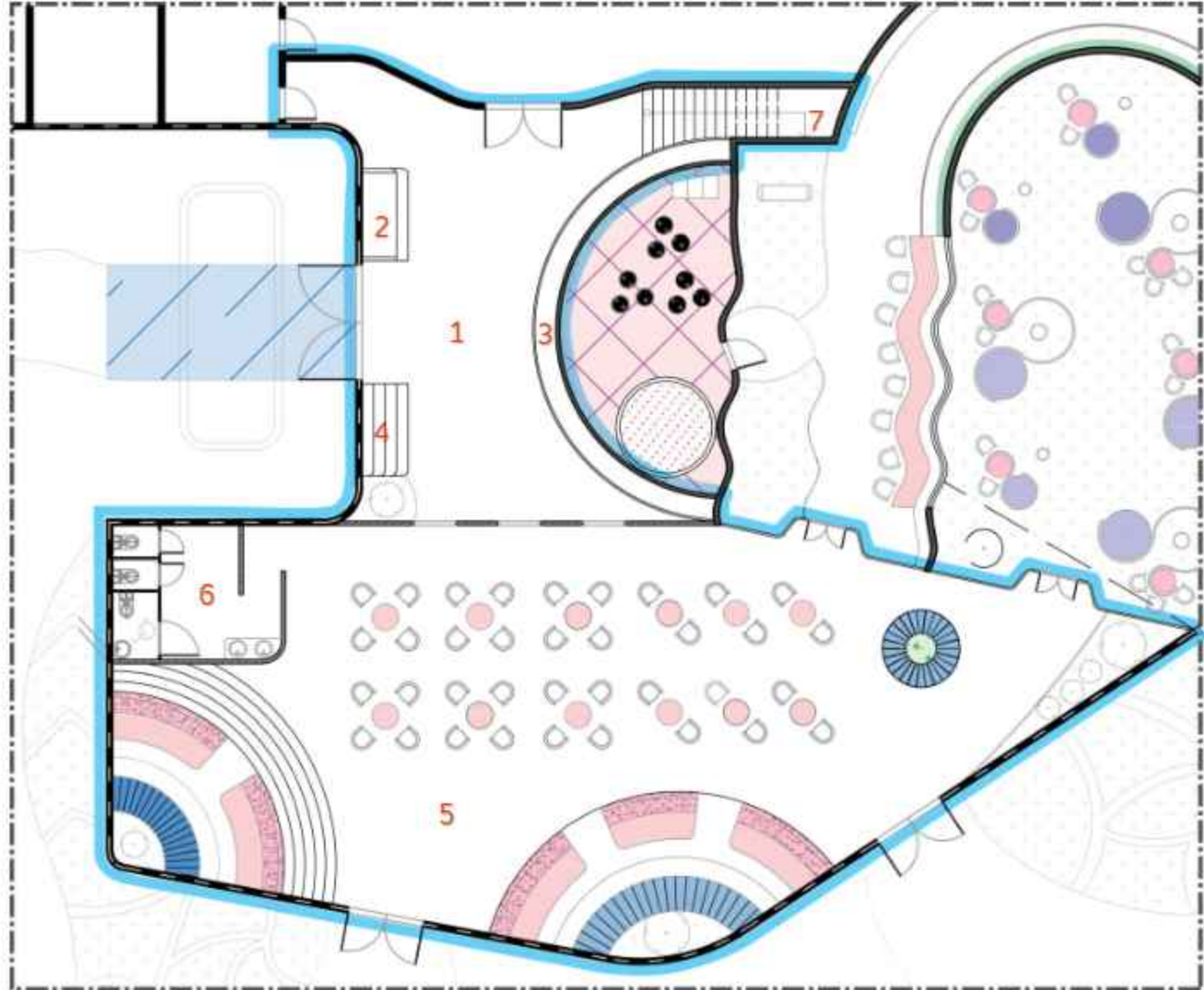
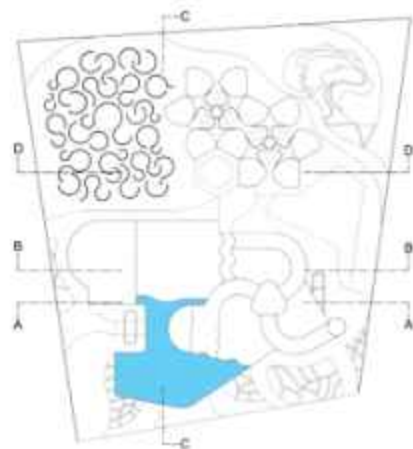
PLANTA BAIXA COZINHA



○ CONFEITARIA

- 1- Área De Exposição de Doces - 62 m²
- 2- Balcão/ Caixa- 3,15 m²
- 3- Aquário e Expositor de Doces - 8,7 m²
- 4- Expositor de Doces - 3 m²
- 5- Área Comensal da Confeitaria - 214 m²
- 6- Banheiro - 15,2 m²
- 7- Circulação Vertical - 6,8 m²





PLANTA BAIXA CONFEITARIA

○ SÍMBOLO TRISKLE

1- Bosque de Árvores Frutíferas
- 120 m²

2- Jardim Literário- 88 m²

3- Sala Interativa 29,4 m²

4- Salão Central - 26,5 m²

5- Corredor de Exposições
57 m²

6- Área de Estar Do Bar
- 49,35 m²

7- Bar de Drinks/ Café - 22,6 m²

8- Banheiro - 19,7 m²

9- Área de Mesas Ao Ar Livre
- 57,5 m²

10 - Área de Convivência
- 52,8 m²

11 - Secretaria - 10 m²

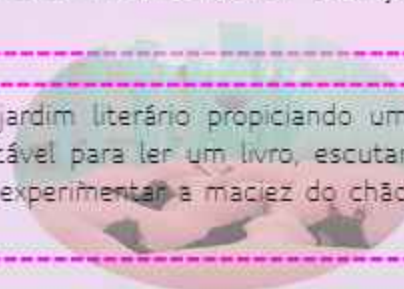
12 - Torre Tempo e Espaço - 9,2 m²

13 - Circulação Vertical - 6,7 m²

Ambiente em que a natureza invade a edificação, compreendendo uma área de extensão das mesas da confeitaria. Devido ao período sazonal das árvores, durante as épocas não frutíferas, o espaço será literalmente confeitado com pequenos mimos de açúcar.

Espaço destinado para abrigar estantes com livros, além de uma mesa grande e compartilhada para apreciar uma boa leitura enquanto se saboreia um atraente doce. Inclui ainda um balanço sobre um espaço gramado.

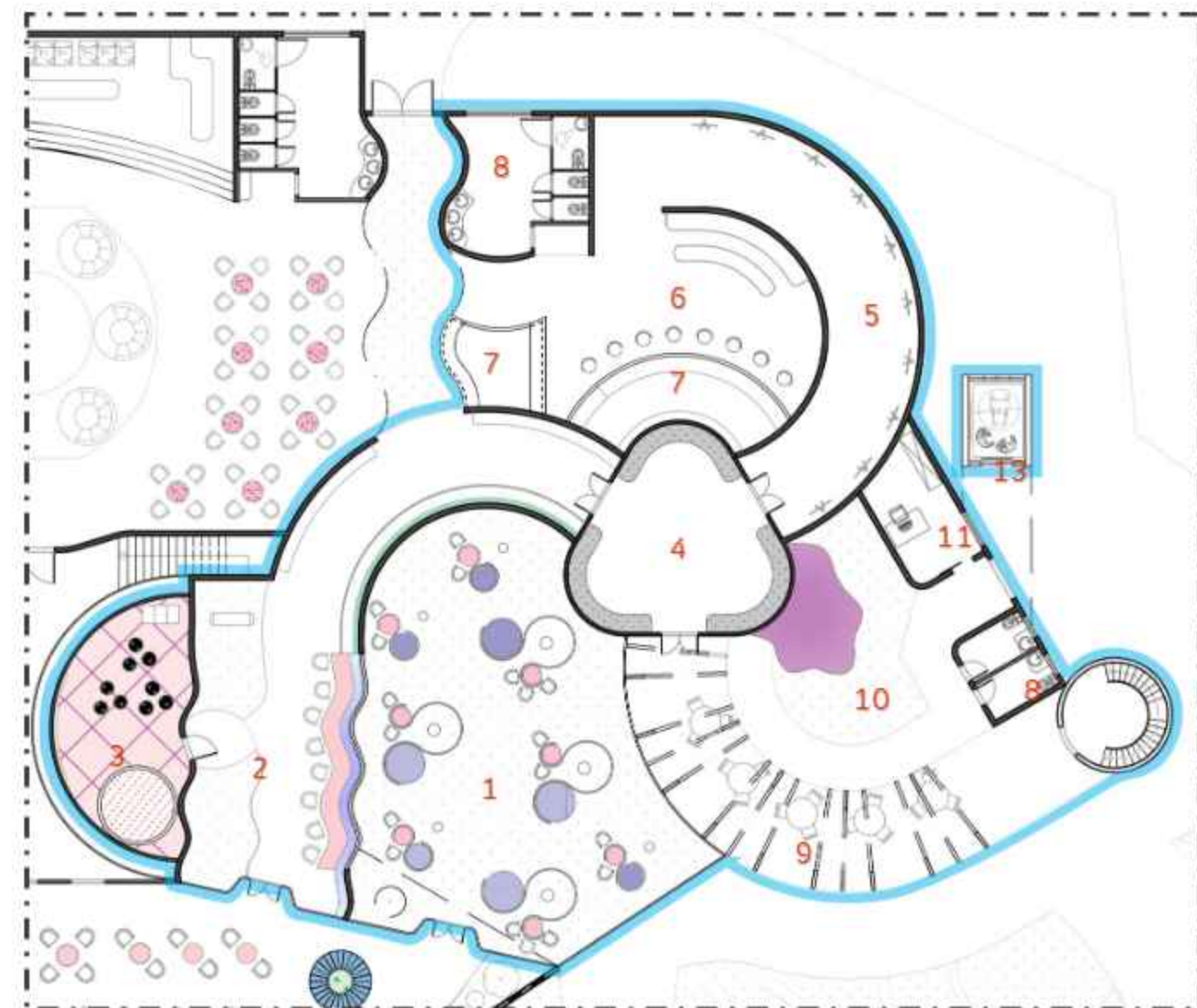
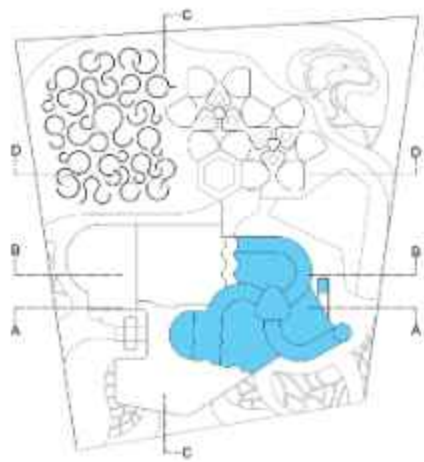
A sala interativa complementa o jardim literário propiciando um ambiente mais reservado e confortável para ler um livro, escutar uma música na jukebox ou apenas experimentar a maciez do chão e a divertida piscina de bolinhas.



Espaço que interliga todos os setores, também chamado de salão audível, pois é envolvido por constantes sons ou ruídos estranhos, envoltos em uma atmosfera mais neutra com luzes fracas e tons de preto e branco.

Espaço que incentiva artistas iniciantes a divulgarem seus trabalhos e inspirarem outras pessoas.

Tem a finalidade simbólica de proporcionar uma viagem interna que percorre cada degrau como cada etapa da vida. Levando a uma reflexão sobre os valores, metas e jornadas até o objetivo, o topo, premiado com a visão ao seu redor.



PLANTA BAIXA TRISKLE

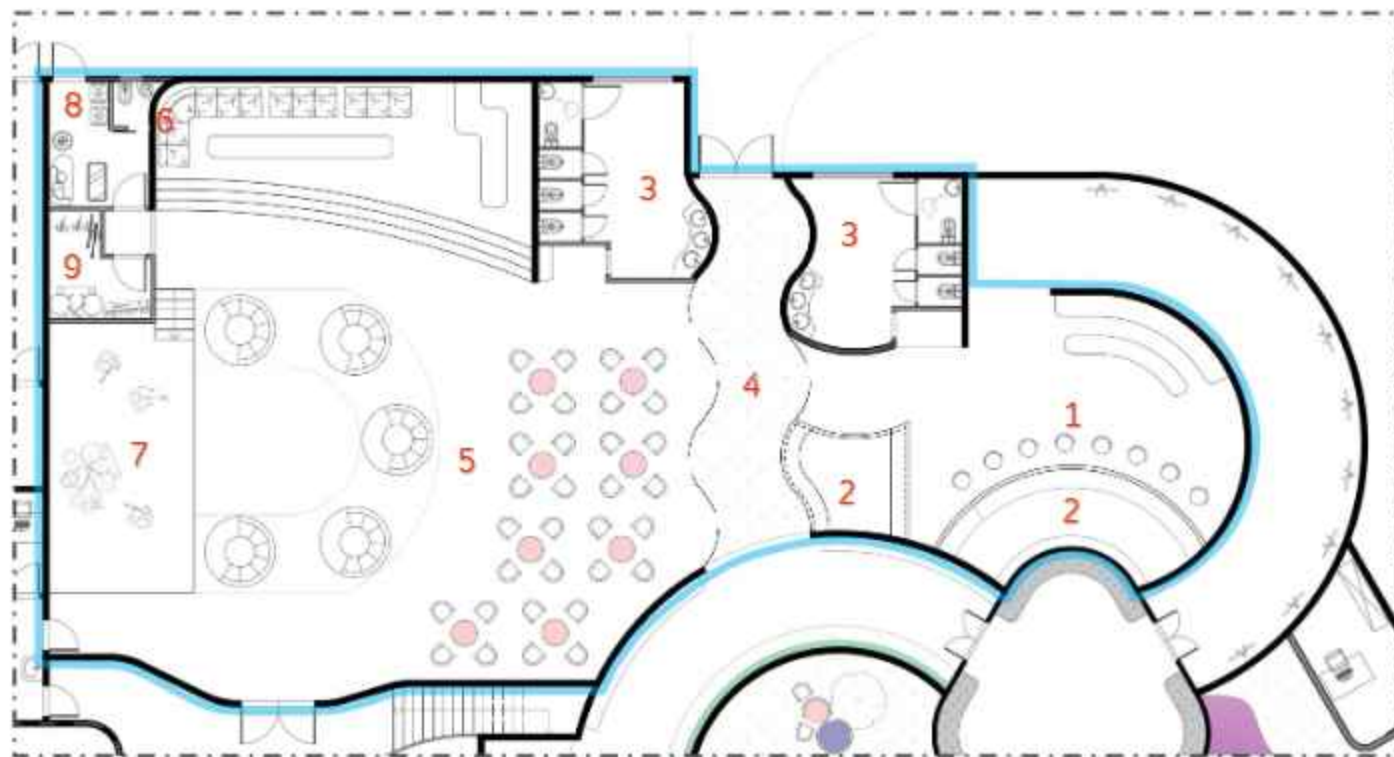
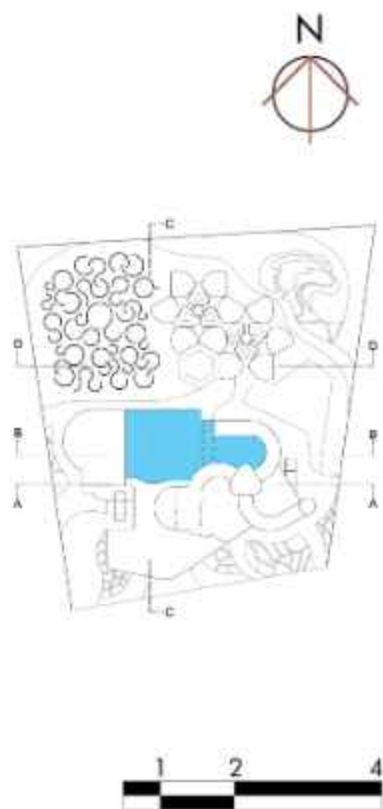
○ Corredor Literário





○ BAR

- 1- Área de Estar do Bar - $49,35 \text{ m}^2$
- 2- Bar de Drinks/ Café - $22,6 \text{ m}^2$
- 3- Banheiro - $41,7 \text{ m}^2$
- 4- Circulação - 25 m^2
- 5- Área das Mesas - 193 m^2
- 6- Espaço de Estar mais reservado - $31,8 \text{ m}^2$
- 7- Palco - $28,10 \text{ m}^2$
- 8- Camarim - $9,4 \text{ m}^2$
- 9 - Depósito Instrumentos - $6,4 \text{ m}^2$



PLANTA BAIXA BAR



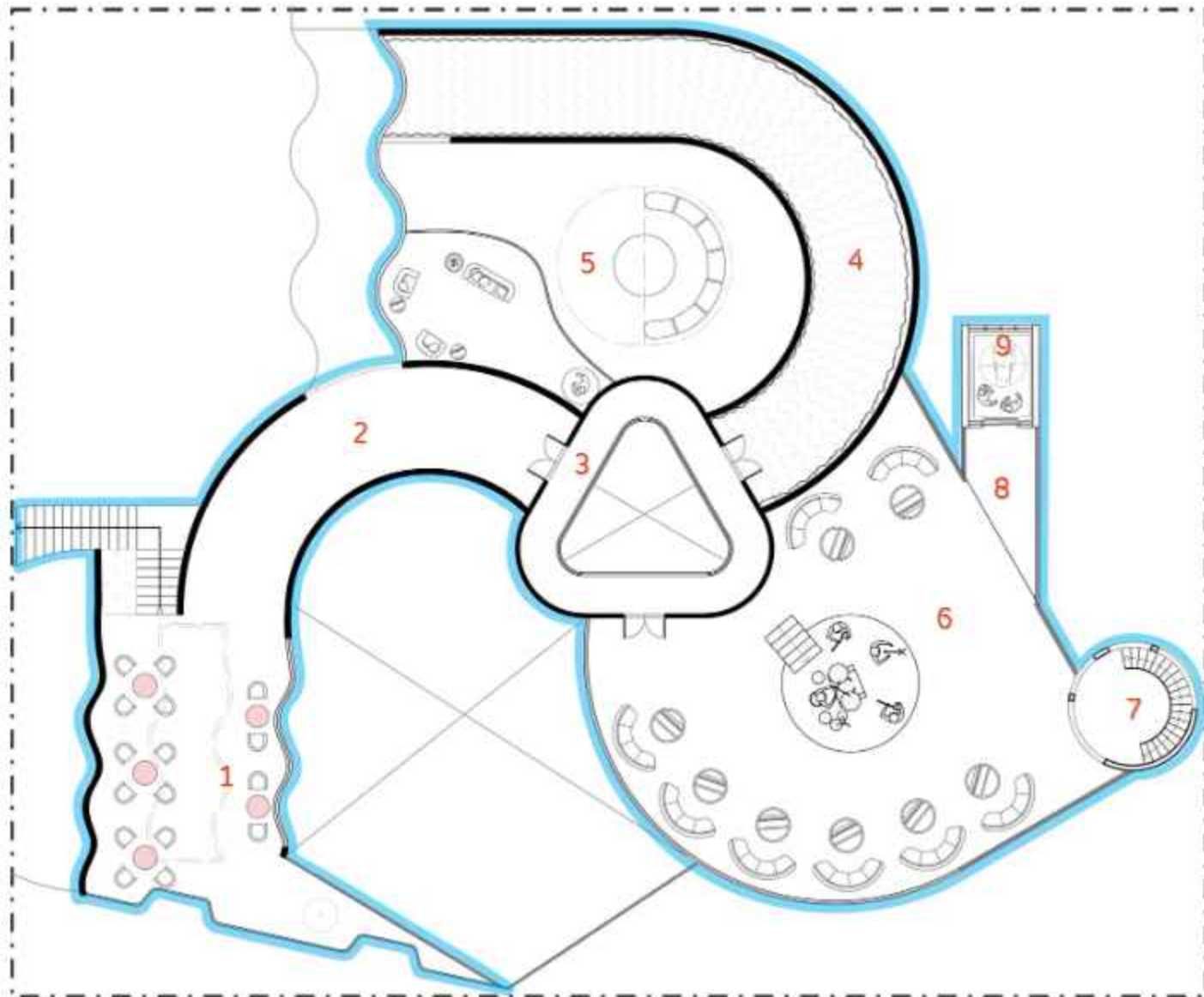
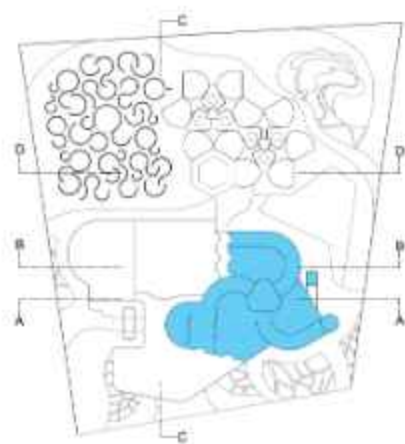
○ TRISKLE SEGUNDO ANDAR

- 1- Área de Mesas Confeitaria - 55 m²
- 2- Corredor da Memória- 38 m²
- 3- Circulação - 36,6 m²
- 4- Corredor Vermelho - 69 m²
- 5- Sala de Descompressão - 80 m²
- 6- Área de Palco Aberta - 128 m²
- 7- Torre Tempo e Espaço - 9,2 m²
- 8- Passarela de Acesso - 7,2 m²
- 9- Circulação Vertical - 6,8 m²

Espaço com paredes desenháveis destinado para as pessoas registrarem suas experiências dentro da confeitaria.

O corredor compõe em sua extensão cortinas vermelhas cobrindo as paredes e o chão em preto e branco em zigue-zague com a intenção de perturbar os sentidos e propiciar a ideia de se adentrar em um outro plano astral, que seria o papel da sala da descompressão ou sublimação.

Sala multifuncional com telas digitais por toda a extensão da parede que permitem escolher o cenário a se estar. A sala foi pensada para ser um espaço mais privativo ao qual novos artistas possam se sentir refugiados para manifestação do ser em seu pleno vigor.



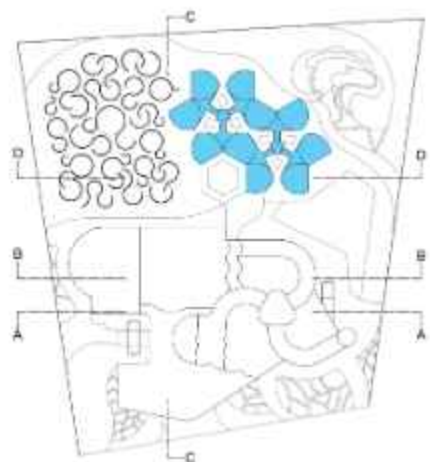
PLANTA BAIXA TRISKLE SEGUNDO ANDAR

○ ÁREA INTERLIGADA

- 1- Oficinas de Confeitaria 159,9 m²
- 2- Espaços de Convivência - 106,60 m²
- 3- Circulação - 60,70 m²

Espaço dedicado para incitar a aprendizagem da arte da confeitaria

Os espaços de convivência foram pensados para serem lugares de encontro, instalações artísticas, ou eventos culturais.



PLANTA BAIXA BAR

○ LEGENDA



Telhado Verde



Telhado Branco



Vidro



Cobertura Metálica

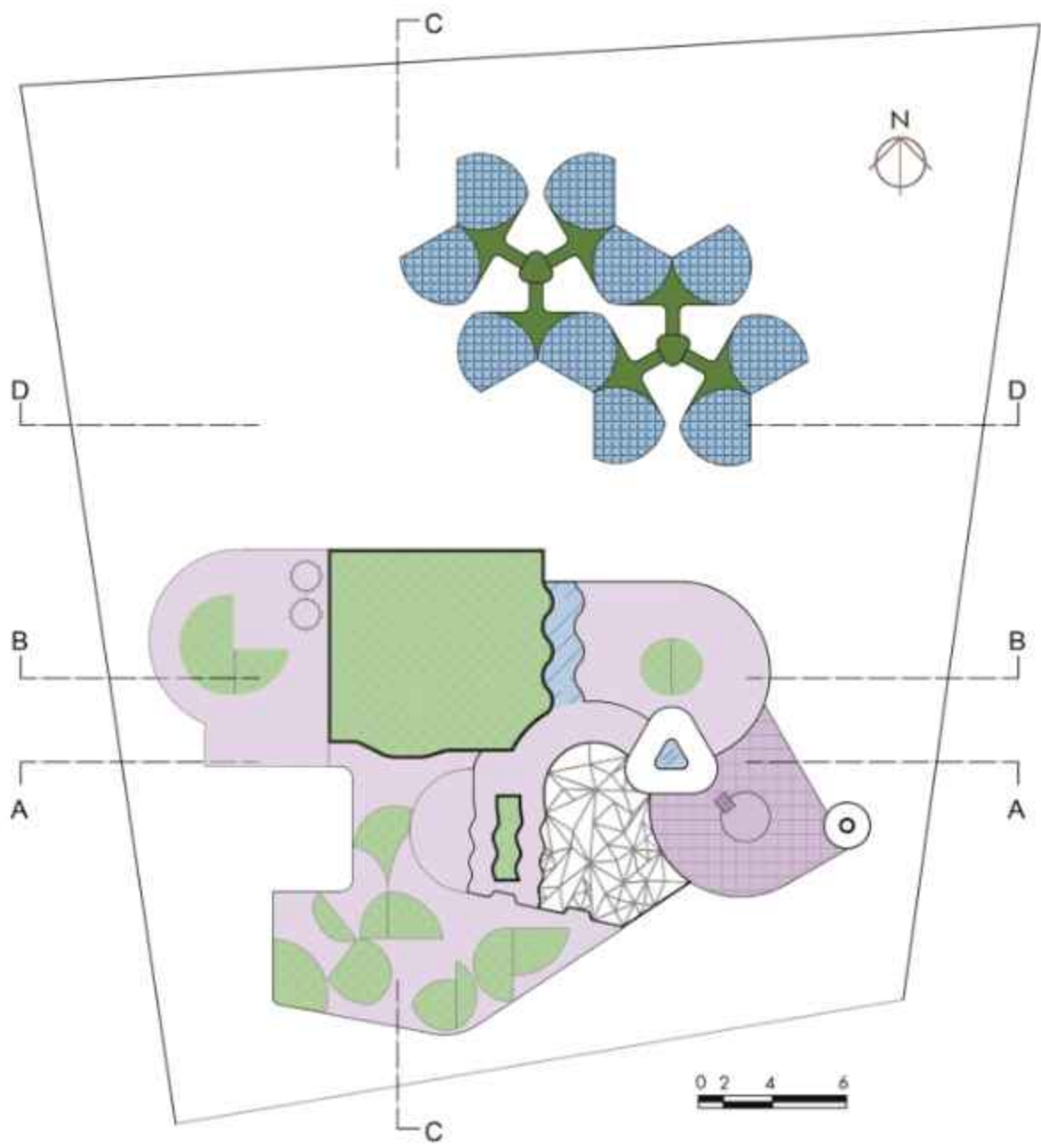


Laje Impermeabilizada da Área de Show Externa

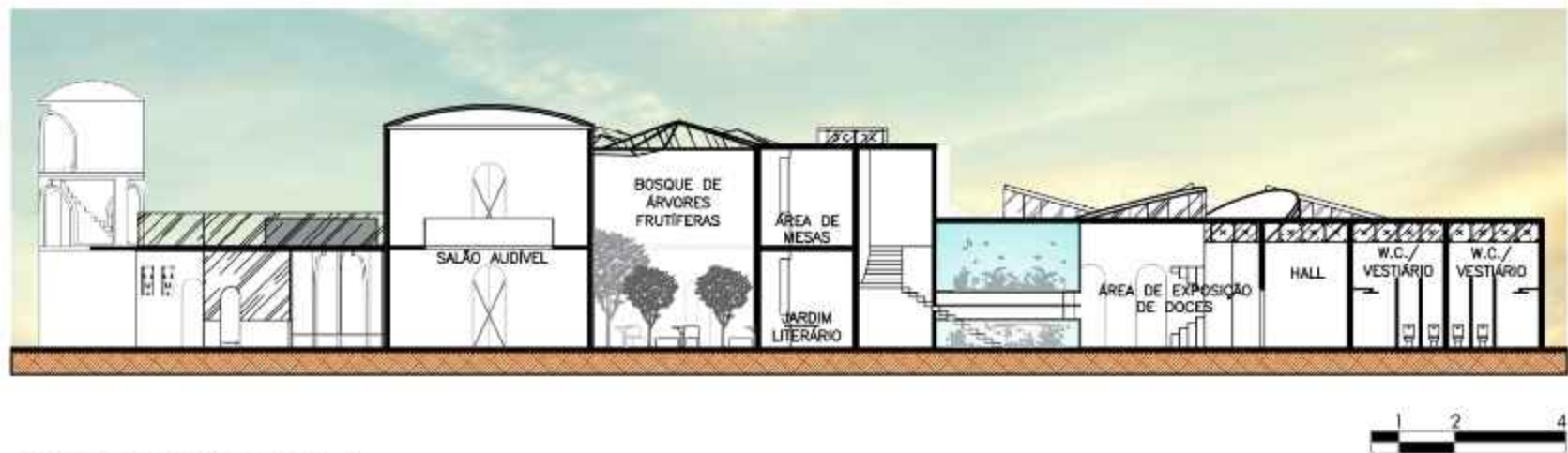


Cobertura De Mosaico de Vidro e Metal

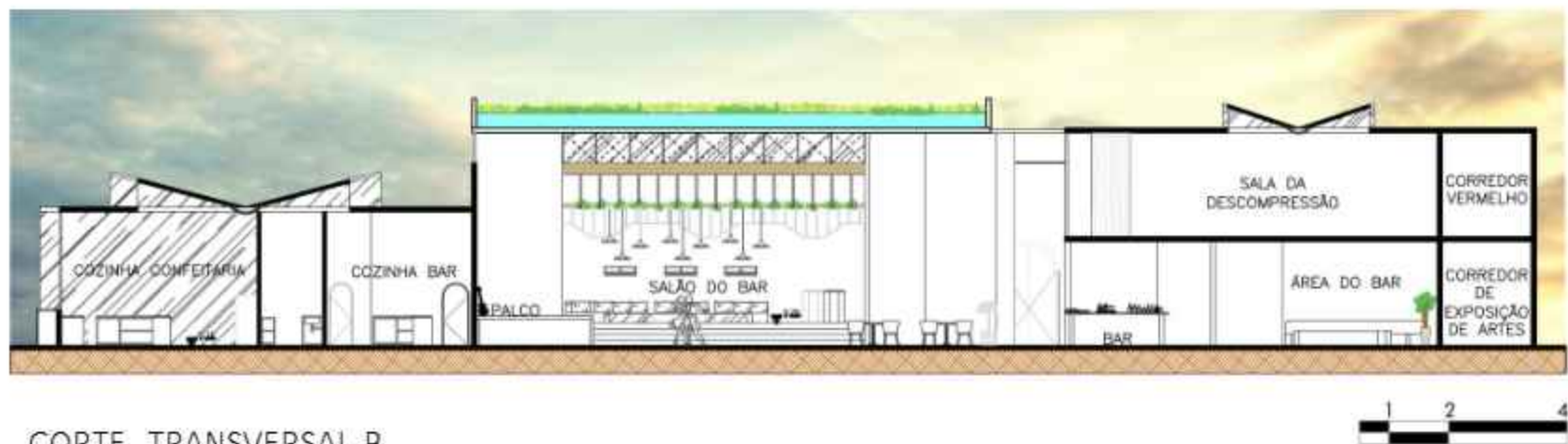




PLANTA DE COBERTURA

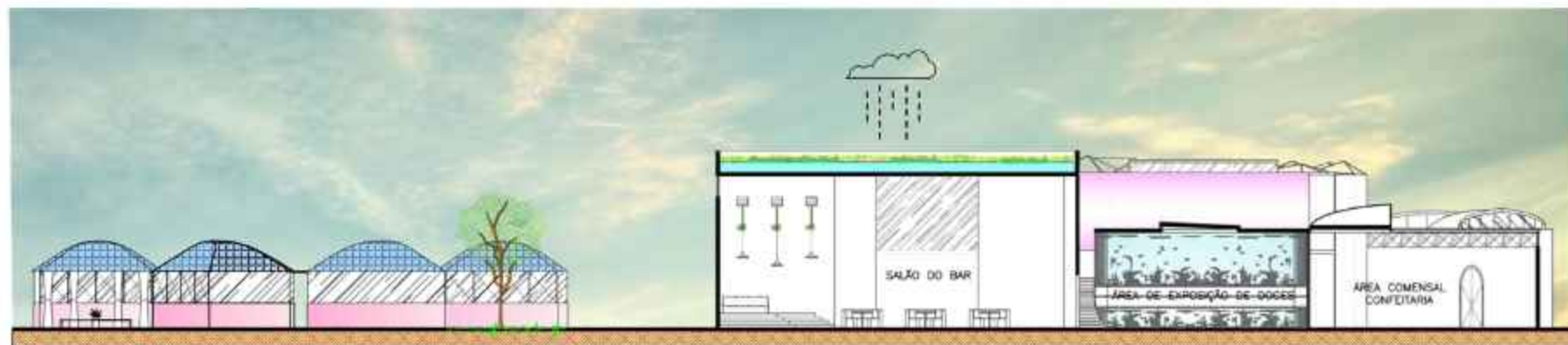


CORTE TRANSVERSAL A

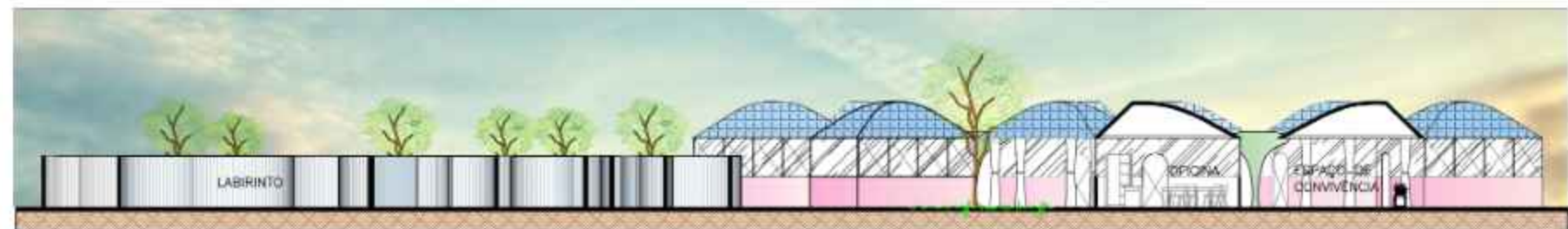


CORTE TRANSVERSAL B

CORTES



CORTE LONGITUDINAL C



CORTE TRANSVERSAL D



CORTES



Referências Bibliográficas e Fontes

- CASIMIRO, Giovanna Graziosi. A história da confeitaria. Publicado em 10 de junho de 2015, no site [Could Kill for a Dessert](http://www.daninoce.com.br/gastronomia/sobre-tudo-e-sobre-o-nada/a-historia-da-confeitaria/). Disponível em: <https://www.daninoce.com.br/gastronomia/sobre-tudo-e-sobre-o-nada/a-historia-da-confeitaria/>
- CASCUDO, Luís da Câmara. História da alimentação no Brasil. 3.ed. São Paulo: Global, 2004
- HISTÓRIA da profissão de confeiteiro. Confeitaria Christina, 2010. Disponível em: http://www.confeitariachristina.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=72:historia-da-profissao-de-confeiteiro&catid=34:curiosidades&Itemid=67
- DINIZ, Edinha. Chiquinha Gonzaga: Uma história de vida. Nova ed. rev. e atualizada. - Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.
- -CLUBEER. Disponível em: <http://www.clubeer.com.br/blog/post/125-historia-dos-bares>
- -BARRAL, Gilberto Luiz Lima. Brasília, espaço de lazer e culturas juvenis: o caso de bares. UnB. Instituto de Ciências Sociais, 2006. 133 fl. Digitalizada. Dissertação de Mestrado em Sociologia Urbana.
- Dumazedier, Joffre (1980). Valores e conteúdos culturais do lazer. São Paulo: Gráfica Editora Hamburg Ltda.
- WILLIAN, Arthur. Pesquisa revela hábitos culturais do morador de Duque de Caxias. Prof Arthur, 2015. Disponível em: <http://pt.arthurwilliamsantos.com/blog/pesquisa-revela-habitos-culturais-do-morador-de-duque-de-caxias/>. Acesso em: 05 de junho de 2019
- Deslocamentos: desafios, territórios e tensões (passado e presente nas Tecituras das Cidades) Maria Izilda Santos de Matos, Yvone Dias Avelino (Orgs). São Paulo: eManuscrito/ PIPEq, 2018.
- OS 3 piores erros de donos de bares e restaurantes. Almoço Grátis, 2016. Disponível em: <https://www.almocogratis.com.br/post/os-3-piores-erros-de-donos-de-bares-e-restaurantes/>. Acesso em: 22 de maio de 2019
- -PALLASMAA, Juhani- Os Olhos da Pele - a Arquitetura e Os Sentidos, Artmed Editora, 1996.

- TENDÊNCIAS monitoradas pela Série Brasil Trends 2020 se confirmam com o passar dos anos. Alimentação em Foco, 2017. Disponível em: <<https://alimentacaoemfoco.org.br/tendencias-monitoradas-pela-serie-brasil-trends-2020-se-confirmam-com-o-passar-dos-anos/>>. Acesso em: 22 de maio de 2019.
- SCHMITT, Bernd H. Marketing experimental: das características e benefícios às experiências. Tradução Lúcia Simonini – São Paulo: Nobel, 2000.
- RIEPING, Marielle. Consumidores hedonistas: quem são e como compram?. Administradores, 2012. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/consumidores-hedonistas-quem-sao-e-como-compram>>. Acesso em: 12 de maio de 2019.
- WILDE, Oscar. O Retrato de Dorian Gray. Ed. anotada e não censurada. São Paulo: Globo, 2013.
- Giermann, Holly. "Vincent Callebaut propõe um shopping na China inspirado na geometria de uma flor" [Vincent Callebaut Proposes "Wooden Orchids" Green Shopping Center for China] 09 Jun 2015. ArchDaily Brasil. (Trad. Baratto, Romullo) Acessado 5 de maio de 2019. <<https://www.archdaily.com.br/br/768146/vincent-callebaut-propoeum-shopping-na-china-inspirado-na-geometria-de-uma-flor>> ISSN 0719-8906
- Confeitaria NANAN / BUCK.STUDIO" [NANAN Patisserie / BUCK.STUDIO] 26 Jan 2018. ArchDaily Brasil. (Trad. Moreira Cavalcante, Lis) Acessado 1 Jul 2019. <<https://www.archdaily.com.br/br/887701/confeitaria-nanan-buckstudio>> ISSN 07198906
- BLUEFROG Music Club | Serie Architects. Arch20. Disponível em: <<https://www.arch20.com/bluefrog-music-club-serie-architects/>>
- INTERIOR design: Blue Frog na Índia. Estratégia Empresarial, 2008. Disponível em: <<https://estrategiaempresarial.wordpress.com/2008/03/30/interior-design-blue-froga-india-misto-de-bar-restaurant-casa-de-shows-estudio-de-gravacao-em-um-lugarsomente/>>
- LABORATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE DA USP, PaSSu (201-), disponível em: <<http://lassu.usp.br/sustentabilidade/conceituacao>>
- O que é Desenvolvimento Sustentável. Dicionário Ambiental. ((o))eco, Rio de Janeiro, ago. 2014. Disponível em: <<http://www.oeco.org.br/dicionario-ambiental/28588-oque-e-desenvolvimento-sustentavel/>>.
- EDWARDS, Brian. O guia básico para a sustentabilidade. Barcelona: Editora G. Gili, 2008.
- ARCADIS, 2015. SUSTAINABLE CITIES INDEX – Balancing the economic, social and environmental needs of the world's leading cities. Disponível em: <https://s3.amazonaws.com/arcadis-whitepaper/arcadis-sustainable-cities-indexreport.pdf> a [consultado a 12-05- 2019]

- KATS, Greg; BRAMAN, Jon; JAMES, Michael. Tornando nosso ambiente construído mais sustentável: Custos, benefícios e estratégias. Washington: Island Press, 2010.
- CUNHA, K. Portal Karla Cunha. Disponível em: <http://karlacunha.com.br/>
- Karissa Rosenfield. "TEDx: Hedonistic Sustainability / Bjarke Ingels" 28 Jan 2012. ArchDaily. Accessed 21 de maio 2019. <<https://www.archdaily.com/203599/tedx-hedonistic-sustainability-bjarke-ingels/>> ISSN 0719-8884
- BIG, Bjarke Ingels - Hedonistic Sustainability. Lumes Channel, 2012. Disponível em: <<https://lumeschannel.wordpress.com/2012/04/09/big-bjarke-ingels-big-manhedonistic-sustainability/>> Acesso em: 20 de maio de 2019.
- HEDONISTIC Sustainability. Arcade, 2012. Disponível em: <arcadenw.org/article/hedonistic-sustainability>. Acesso em: 20 de maio de 2019.
- HEDONISTIC sustainability. Mr Tinsmith, 2018. Disponível em: <mrtinsmith.zintek.it/en/hedonistic-sustainability/>. Acesso em: 20 de maio de 2019.
- GREEN, Jared. The architecture of hedonism: Putting the pleasure into green living. Grist, 2011. Disponível em: <<https://grist.org/cities/2011-12-24-the-architecture-ofhedonism-putting-the-pleasure-into-green-liv/>>. Acesso em: 20 de maio de 2019.