PONTE de PEDRA

A GASTRONOMIA TRADICIONAL PORTUGUESA NA EXPERIÊNCIA DO RESTAURANTE CONTEMPORÂNEO

MARIANA SOUSA

Escola Superior de Artes e Design . Curso de Design de Interiores
Tese de Projeto . Mestrado em Design de Interiores . 2022

Documento Provisório

Autor: Mariana Sequeira de Sousa

Título: PONTE de PEDRA. A gastronomia tradicional portuguesa na experiência do restaurante contemporâneo

Realizado em: 2020/2022

Curso: Design de Interiores

Escola: Escola Superior de Artes e Design

Orientador: Prof. Paulo Seco

Co-orientador: Prof. Ana Sofia Cardoso

RESUMO

Nos dias de hoje, o Design de Interiores é uma disciplina cada vez mais relevante no mundo da restauração, uma vez que entre os seus objectivos se encontra a valorização espacial, de modo a contribuir para uma melhor experiência do consumidor e consequentemente, aumentar o número de clientes do restaurante em questão. Uma das técnicas possíveis de explorar é o estímulo da experiência sensorial, tendo como intenção provocar os sentidos do consumidor — visão, olfato, audição, paladar ou tato, com o objetivo de cativá-lo, conquistá-lo para, finalmente, conseguir a venda do produto.

O presente projeto propõe uma reflexão com o interesse de aprofundar a relação entre o carácter construtivo e material de um espaço e o lado sensorial e emocional do ser humano. O nosso principal interesse passa em estudar o desenrolar da experiência sensorial que decorre num determinado ambiente e como é que essa experiência pode ser influenciada pelo designer de interiores.

Procurámos abordar brevemente a evolução da indústria da restauração ao longo dos tempos e focamo-nos na gastromia portuguesa no âmbito do design de interiores. Por fim, concentrámo-nos na discussão de alguns temas do livro "Atmosferas" de Peter Zumthor, de modo a perceber relação que decorre entre todas as características físicas e materiais componentes de um espaço e a percepção humana deles.

Deste modo, usamos a reabilitação do Restaurante Ponte de Pedra para colocar em prática todos os conceitos defendidos.

PALAVRAS - CHAVE

Design de Interiores . Restauração . Gastronomia Portuguesa . Identidade . Experiência

ABSTRACT

Currently Interior design is a concept more relevant in the restoration world, which is mandatory space valorization to contribute to a better consumer experience and consequently increase the number of customers in the restaurant.

In this way, one of the techniques to explore is the stimulation of sensorial experience - sight, smell, hear, taste or touch - with the ultimate purpose of selling the product.

This project proposes a reflection about the relationship of constructive and material character of the space and sensory and emotional side of the human being.

The main interest of this project is to study the way sensorial experience can embrace the ambient and how this experience can be projected by an interior designer.

Over the years, it's tried to briefly search the evolution of the restaurant industry and focus on Portuguese gastronomy in the subject of interior design.

We focused on the discussion of some themes from the book Atmospheres by Peter Zumthor. The perception of the relationship between physical characteristics and the material components of the spaces and the human perception of them.

In this way, it used the rehabilitation of the Ponte de Pedra restaurant to practice all the concepts defended.

KEY - WORDS

Interior Design . Restaurant . Portuguese Gastronomy . Identity . Experience

ÍNDICE

Pág. 3

Resumo
Palavras - Chaves

Pág. 5

Abstract
Keywords

Pág. 11

Introdução

Pág. 15

O1. RESTAURAÇÃO: UMA BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO

1.1- A indústria da restauração ao longo dos tempos
1.2- A gastronomia portuguesa no contexto do Design de Interiores
1.3- Introdução à legislação no exercício da atividade de restaurantes e bebidas

Pág. 53

O2. PONTE DE PEDRA: A PRÉ-EXISTÊNCIA

2.1- História
2.2- Análise do espaço existente
2.3- Análise do público-alvo e concorrência direta

Pág. 65

O3. PROJETO DE INTERVENÇÃO

3.1- Método de trabalho
3.2- Problemas detetados
3.3- Moodboard inspirações
3.4- Novo programa
- 3.4.1- Mapa de Zonas
- 3.4.2- Moodboard materiais
- 3.4.3- Moodboard mobiliário
- 3.4.4- Proposta de intervenção

Pág. 91

Conclusão

Pág. 95

Bibliografia

"A magia do real: isso para mim é a "alquimia"de transformar substâncias reais em sensações humanas, de criar aquele momento especial em que a matéria, a substância e a forma do espaço arquitetónico podem ser verdadeiramente apropriadas ou assimiladas emocionalmente." [1]

ZUMTHOR, 2006, pág.85

1



Imagem 1- Termas de Vals, Peter Zumthor, 1996

INTRODUÇÃO

O Design de Interiores é uma disciplina cada vez mais relevante no mundo da restauração, uma vez que visa valorizar todos os elementos do espaço de maneira a cativar os seus clientes. Será realizado um breve estudo sobre a experiência do consumidor relativamente ao Design de Interiores nos espaços de restauração.

Para dar início à investigação, foi considerado essencial a realização de uma pesquisa para contextualizar o tema que se pretende abordar.

Primeiramente, debruçamo-nos sobre a contextualizacão histórica dos estabelecimentos de restauração, onde analisamos o seu conceito e evolução ao longo dos tempos, facilitando o entendimento sobre a sua origem e impacto na vida social e cultural.

Centramo-nos no estudo gastronomia portuguesa tentando perceber, também, a sua origem e evolução, com o intuíto de establecer uma análise entre a sua história e a importância que o design de interiores pode desempenhar num espaço que pratique este tipo de conceito.

Aqui, surge a necessidade de perceber a experiência sensorial, visto que permite estabelecer uma ligação emocional com o cliente, cativando-o a frequentar o espaço.
As emoções e os sentidos podem ser enriquecedoras na forma como a experiência chega ao público. Apenas através deles podemos estimular uma visita positiva e agradável. Consequentemente, ficará na memória de qualquer um, promovendo a vontade de reviver o momento. Neste contexto, é importante estudar o público-alvo, porque assim é possível conceber e construir uma experiência cuidadosamente projetada em torno das suas necessidades e desejos.

Apesar da conhecida expressão popular "comer com os olhos", neste tipo de espaços, grande parte das pessoas pode ser atraída a frequentá-los através do aroma que a cozinha emana pela rua, pois o olfato permite-nos fazer viagens às memórias de cada um e assim consegue-se promover uma ligação positiva entre o indivíduo e o espaço.

Através da visão, recebem-se as primeiras informações e faz-se, ou não, os primeiros julgamentos ao espaço. O comportamento de cada cliente começa a reagir ao ambiente criado. Outro elemento importante a ser trabalhado pelo designer de interiores é a acústica do espaço visto, que este requer um equilíbrio muito delicado e vai definir a tipologia do restaurante. Para tal, devem ser criadas estratégias para absorver os sons existentes desnecessários e que podem provocar desconforto ao cliente.

Para este tipo de intervenção, o design de interiores tem que ter em mente que o cliente é a base mais importante e assim, criar formas de o cativar a frequentar o espaço. Com este propósito, criar uma narrativa, um conceito e uma história ajudará a dar uma identidade única ao restaurante, a sua funcionalidade deve ter um carácter intuitivo, com as zonas bem demarcadas e organizadas, permitindo que o cliente consiga usufruir do espaço. O ambiente tem que ser algo cativante, capaz de colocar o cliente relaxado através de pequenos detalhes, como as cores escolhidas, a intensidade da luz e o conforto do mobiliário.

Neste contexto, a presente proposta passa pela remodelação do restaurante Ponte de Pedra, situado na Rua José Falcão, em Vila Nova de Gaia. Propondo estudar o potencial do espaço, criando uma nova imagem e ambiente, mantendo a tipologia existente e tornando-o um local de interesse a nível do Design de Interiores e capaz de atrair novos clientes. O objetivo primordial é a remodelação, passando por demonstrar a importância que o Design de Interiores pode desempenhar no mundo da restauração, visto que possui ferramentas que permitem atribuir identidade aos espaços, tornando-os mais apelativos, "valiosos" e capazes de estimular a relação das pessoas entre si e com o próprio espaço.

De modo a atingir todos os objetivos propostos, pretende-se explorar algumas metodologias teóricas que incluem o recurso a fontes secundárias tais como a pesquisa bibliográfica em livros, artigos, teses e documentos. O processo de investigação passará, igualmente, por fontes primárias que implicam a recolha de informação através da realização de questionários via google forms e a clientes que frequentam o espaço. Num contexto mais prático e ligado ao processo criativo e projetual, pretende-se efetuar o levantamento métrico e fotográfico do espaço, analisando as suas características, assim como será desenvolvido o conceito pretendido seguido da exploração de hipóteses de projeto através de esquissos, maquetes de estudo, mapas de materiais, mobiliário, cores e texturas. Por fim, para proceder à finalização do projeto, serão utilizadas ferramentas como desenhos técnicos, desenhos ilustrados/fotomontagens e imagens 3D.

01

RESTAURAÇÃO: UMA BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO TEÓRICA

A INDÚSTRIA DA RESTAURAÇÃO AO LONGO DOS TEMPOS

De acordo com Elliott Shore e Katie Rawson, coautores de Dining Out: A Global History of Restaurants (2019), os primeiros estabelecimentos surgiram por volta dos 1100 d.C. na China. Nessa altura, o comércio estava movimentado entre capitais do norte e do sul, no entanto, os comerciantes chineses que viajavam para fora da sua cidade natal não estavam acostumados aos estranhos alimentos locais, daí "Os restaurantes originais nessas duas cidades eram essencialmente culinária do sul para pessoas que vêm do sul, ou culinária do norte para as pessoas que vêm do norte", como explica Elliott Shore.

Na mesma altura em que os chineses estavam a criar experiências gastronómicas, uma tradição nova tomou conta do Ocidente conhecido, em francês, como a mesa "d'hôte", que consistia numa refeição de preço fixo, degustada numa mesa comum para todos os clientes. Este tipo de refeição era feita em conjunto com amigos e estranhos, reunidos em estilo familiar, mas, segundo Elliott Shore, este tipo de serviço não se pode considerar um restaurante de verdade em vários sentidos. Como por exemplo, o facto de existir apenas uma refeição servida por dia, precisamente às 13h e a não existência de ementa, visto que era o cozinheiro quem decidia o que servir.

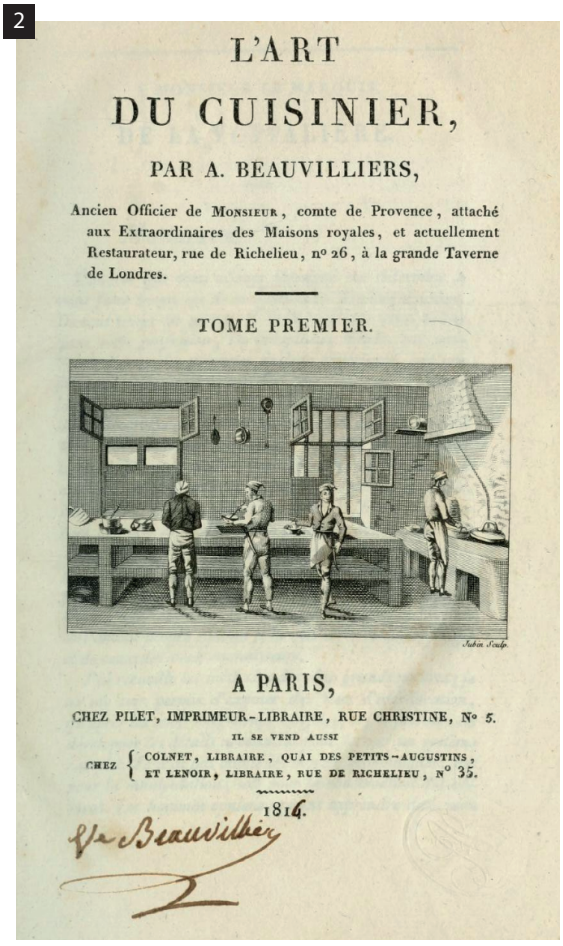
No Ocidente, a maioria das primeiras versões do restaurante moderno vieram de França, numa revolução culinária lançada em Paris do século XVIII. A lenda diz que os primeiros restaurantes franceses surgiram em Paris após a Revolução Francesa, quando os chefs da aristocracia foram dispensados e obrigados a procurar novo trabalho. No entanto, a historiadora Rebecca Spang, tem outra versão, onde defende que os primeiros verdadeiros restaurantes franceses, abriram décadas antes da Revolução de 1789, mas vendiam um único prato: o bouillon ou "caldo restaurador". É neste tipo de estabelecimento que surge o nome restaurante, proveniente do verbo francês restaurar, com de significado "restaurar a si mesmo". Acredita-se, então, que o primeiro proprietário deste tipo de establecimentos tenha sido Boulanger, um vendedor ambulante de sopas, que terá aberto o seu espaço em Paris em 1765.

Spang explica que os primeiros restaurantes franceses chegaram nas décadas de 1760 e 1770, e capitalizaram uma crescente sensibilidade da era iluminista entre a classe rica de Paris. A historiadora defende que o sucesso e o rápido crescimento desses primeiros restaurantes, intitulados como "bouillon", não se devia apenas ao que estava ser servido, mas à forma como foi servido. Visto que, copiaram o modelo de serviço que já existia na cultura do café francês, sentando os clientes numa pequena mesa, apresentando uma ementa de pratos variados e tornaram o horário de funcionamento mais flexível.

Com esta nova forma de trabalhar, os restaurantes com nome "bouillon", onde se serviam apenas caldos, cairam em desuso e começaram-se a introduzir novos produtos no menu, como o vinho e o frango. É no final da década de 1780, que as lojas de "bouillon" evoluiram para os primeiros grandes restaurantes parisienses como é caso "La Grande Taverne de Londres", que serviu como arquétipo de restaurante fino para o século seguinte.

"La Grand Taverne de Londres", foi inaugurado em 1786 em Palais-Royal, Paris, por Antoine Beauvilliers e pensado para servir a classe alta e aristocrática. Distinguiu-se por ser composto por mesas de mogno, lustres de cristais, toalhas de mesa em linho fino e por uma extensa adega de vinho. Tornou-se um local de encontros de fações políticas, nas quais Beauvilliers foi implicado, vendo-se obrigado, em 1795, a fechar o seu estabelecimento. Persistente, Beauvilliers, reabre o restaurante na rua de Richelieu, no entanto não obteve o mesmo sucesso e, em 1825, acaba por voltar a fechar.

2


L'ART

DU CUISINIER,

PAR A. BEAUVILLIERS,

Ancien Officier de Monsieur, comte de Provence, attaché aux Extraordinaires des Maisons royales, et actuellement Restaurateur, rue de Richelieu, nº 26, à la grande Taverne de Londres.

TOME PREMIER.

A PARIS,

CHEZ PILET, IMPRIMEUR-LIBRAIRE, RUE CHRISTINE, Nº 5.

IL SE VEND AUSSI

CHEZ { COLNET, LIBRAIRE, QUAI DES PETITS-AUGUSTINS, ET LENOIR, LIBRAIRE, RUE DE RICHELIEU, Nº 35.

1814.

Imagem 2- Capa do livro L'art du cuisinier, 1814

Na passagem do séc. XVIII para o séc. XIX, cresce significamente o número de restaurantes e, consecutivamente, a oferta de pratos. Os restaurantes começam a servir refeições completamente diferentes das já conhecidas, confecionadas por hotéis, estalagens e tabernas, com possibilidade de escolha de diversos pratos e com preços adequados a diferentes classes sociais.

Nos finais do séc.XIX, os restaurantes começam a associar-se ao turismo, criando-se assim uma aliança entre hoteleiros e chefs de restauração, conseguindo enaltecer um espaço de restauração como um espaço social, no qual se representavam identidades locais. Assim se desenvolveram cozinhas regionais que, com a melhoria das condições de vida, o lazer e o turismo, ganharam novos horizontes.

Com a aliança já referida, começaram a aparecer guias gastronómicos que, além de darem a conhecer itinerários e regiões, davam também indicações sobre produtos alimentares que se poderiam encontrar. A Inglaterra foi pioneira, mas depressa esta nova tendência fundiu-se por toda a Europa.

Existindo um crescimento das condições de vida, possibilitou-se o acesso aos estabelecimentos de restauração, dando-se uma mudança relativa aos motivos de frequência destes espaços. Os restaurantes deixaram de servir apenas para as famílias se juntarem, ou para celebrar datas importantes como aniversários, comunhões, etc. Com o passar do tempo, foi-se tornando habitual marcar reuniões, encontros profissionais ou convívios com os amigos neste tipo de estabelecimentos. Passa, assim, a ser necessário que os restaurantes ofereçam ao seu público-alvo um ambiente atrativo, uma comida saborosa e um atendimento baseado na arte do bem servir, contribuíndo para a transformação do modo de vida da sociedade.

Os espaços de restauração têm sido muito valorizados. Alimentar-se fora de casa é cada vez mais frequente, a exploração da gastronomia ganhou ênfase com o passar dos anos. Isso ocorre porque o ato de o ser humano se alimentar deixou de assumir apenas a função de sobrevivência e a passou a estar vinculado a outros fatores do seu comportamento, das suas ideias e, consequentemente, dos avanços exigidos na cultura para acompanhar a mudança de paradigma social.

No livro "Gastronomia, restaurantes e comportamento do consumidor", Sloan (2005) são mencionos alguns destes fatores: "o tempo para o lazer ainda é o tempo que 'sobra' na rotina"; as mulheres passaram a trabalhar remuneradamente fora do lar; a expressiva participação dos meios de comunicação disseminando conhecimento aguçaram a sociedade a novas experiências alimentares. "Por estes e outros motivos, cada vez mais as pessoas realizam as suas refeições fora de casa, na procura de prazer, lazer ou por necessidade"(SLOAN, 2005, pág.18).

Essa procura frequente, desencadeou o processo de desenvolvimento e expansão dos restaurantes. Os estabelecimentos passaram por um processo evolutivo extremamente vinculado às mudanças comportamentais da sociedade. O espaço que antes tinha a função apenas de servir o caldo restaurador de Boulanger, passou a ser um local de convívio, comemorações, lazer, e espetáculos gastronómicos. Também as características do espaço físico: a decoração, a escolha do mobiliário, a textura dos revestimentos, o acabamento de tecidos e as loiças, passam a aguçar a curiosidade dos clientes envolvendo-os estética e emocionalmente, atraindo-os a frequentar o espaço.

O recurso ao uso de estabelecimentos de restauração, na Europa, tem vindo a mudar substancialmente. Só por volta de 1960 aquando da industrialização, a urbanização, o acesso à educação e a profissionalização das mulheres, é que se conseguiu proporcionar uma melhoria na qualidade de vida das famílias e consecutivamente, da sociedade. Até então, o tempo de descanso e lazer não era algo importante na sociedade. Com esta mudança de mentalidades, as pessoas começaram a procurar com mais frequência os espaços de alimentação fora de casa, permitindo que, a sociedade em geral, deixasse de considerar que estes hábitos poderiam pertencer apenas à sociedade alta, como até aí.

"O prazer da mesa é a sensação que advém de várias circunstâncias, factos, lugares, coisas e pessoas que acompanham a refeição. É um prazer peculiar à espécie humana." [2]

FRANCO, 2001, pág.23

A gastronomia tradicional portuguesa está centrada em pratos emblemáticos, que estão intrinsecamente associados a tradições e memórias, aparecendo como parte da hospitalidade do país e de cada região.

Foram inúmeros os fatores que influenciaram a culinária tradicional portuguesa: os povos que invadiram e colonizaram o território português, as descobertas e a ocupação de novas terras de onde vieram imensos alimentos que foram difundindo pela Europa, o "efeito religioso" da Idade Média e a proximidade com a costa do atlântico. Devido a estes aspetos, a alimentação tradicional portuguesa apresenta muitas características semelhantes às da dieta mediterrânica.

São notórias as influências atlânticas na nossa gastronomia, quer pela proximidade ao mar quer pela História de um país naturalmente ligado às descobertas. Por outro lado, o impacto cultural causado pelos vários povos que por aqui passaram durante séculos, entre os quais os muçulmanos e os romanos, deixaram também vincadas marcas que hoje em dia são muito visíveis em qualquer prato.

É considerada uma das gastronomias mais ricas do mundo, marcada essencialmente pela presença do peixe, que faz parte da chamada Dieta Mediterrânica — cuja base assenta na trilogia do pão, vinho e azeite. A carne está também presente à medida que se avança para o interior do território, naturalmente pela escassez do peixe, dando origem a várias iguarias inspiradas essencialmente no porco e vaca.

3



Imagem 3- A pirâmide da Dieta Mediterrânica, 2016

Foi a partir do séc. XIX que, em Portugal, começou a emergir a cozinha nacional, com influência estrangueira, essencialmente francesa. Este aparecimento foi potenciado pela melhoria das condições de vida, pelo desenvolvimento dos meios de comunicação e locomoção, pelo progresso das práticas de lazer e pelo turismo. Ao mesmo tempo, emerge um novo regime político que ajuda e enfatiza a valorização de especialidades locais e regionais. Começaram, assim, a surgir as primeiras obras de culinária com designações nacionais (" à portuguesa"), promovendo uma afirmação de cozinha nacional, como é caso Maria de Lourdes Modesto, que ficou conhecida como "A Diva da Gastronomia Portuguesa". Escreveu vários livros de cozinha portuguesa, dos quais se destacam a "Grande Enciclopédia da Cozinha" (s.d) e "Cozinha Tradicional Portuguesa" (1981).

4

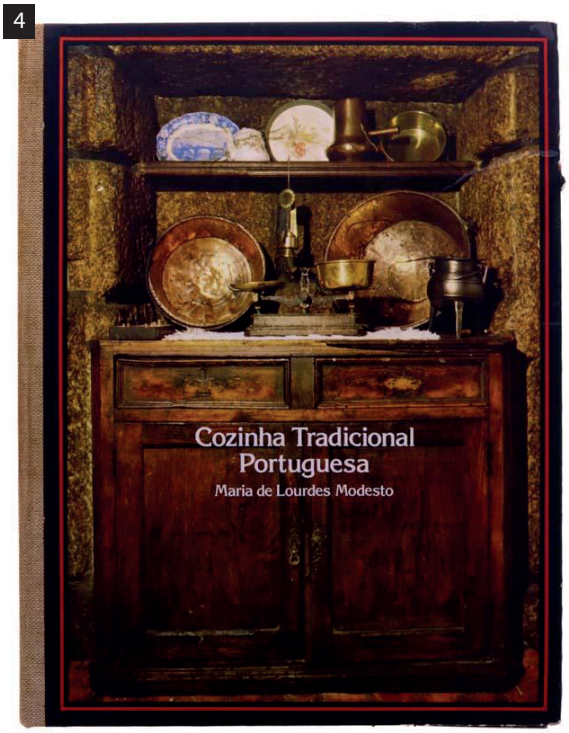


Imagem 4- Livro Cozinha Tradicional Portuguesa, Maria de Lourdes Modesto, 1981

Com esta inovação aparecem alguns pratos marcadamente regionais e, com a instauração da ditadura no séc.XX, enfatizou-se esta tendência. Com o novo regime, a sociedade portuguesa foi marcada por grandes mudanças políticas e culturais, como a implementação de um novo pensar e agir, dentro da ordem estabelecida, nunca deixando a preocupação com a gastronomia, defendendo sempre os ideais nacionalistas e a cultura popular. Nesta época, a gastronomia passou a ser entendida como uma arte feminina e doméstica, fomentando a divulgação de receitas dedicadas à família, visto que para o novo regime era desejável "prender" as mulheres ao mundo doméstico, de cuidado da casa e do marido.

Hoje em dia, os restaurantes, não se devem preocupar só com o fornecimento de comida e bebida, mas também com vários outros fatores que contribuem para o prazer de uma refeição, tais como, a atmosfera da sala, a decoração, o layout e o mobiliário. Cada restaurante deve ter o seu conceito, de forma a proporcionar uma impressão única.

Com aumento do interesse por parte dos consumidores em desfrutar e usufruir, não só com o aumento dos produtos como também do próprio espaço durante mais tempo e com maior frequência, o setor da restauração vê-se obrigado a mudar vários aspetos, adaptando-se à mudança da sociedade. A exigência do consumidor, estando constantemente a aumentar, obriga a uma evolução e adaptação continua. Desfrutar de uma boa refeição, deixou de ser apenas uma experiência gastronómica e passou a ser uma experiência sensorial, cultural e de convívio.

Esta experiência sensorial pode ser considerada a ligação que existe entre o indivíduo e o meio. Os cinco sentidos (visão, audição, tato, paladar e olfato), são o que permite ao ser humano conhecer o seu meio envolvente. Enquanto que o meio, é o estímulo entendido pelos nossos sentidos, ou seja, a informação que é passada ao nosso cérebro, permitindo-nos assim criar diferentes perceções e sensações.

Para entender este mundo das sensações, foi necessário fazer uma pesquisa sobre como funciona o processo de "perceção/sensação".

"We are social creatures, biologically prepared to interact with others, and the nature of that interaction depends very much on our ability to understand another's mood". [3]

Norman, 2000, sp.

A nossa percepção resulta de uma interpretação gerada a partir das relações estabelecidas entre o ser humano e o meio ambiente. Isto não corresponde, de todo, a uma verdade autêntica do mundo real, pois cada um analisa as sensações de acordo com as suas expectativas, possibilidades, conhecimentos, experiência e cultura. Portanto, é natural que diferentes indivíduos não visualizem nem percepcionem o mesmo espaço, nas mesmas circunstâncias.

A partir da apropriação dos estímulos externos feita pelos cinco sentidos, surge a emoção que é a interpretação e perceção dos estímulos que, por consequência, leva a mudanças físicas, visto que é algo a que o ser humano reage espontaneamente, por norma, de forma visível. Isto porque, no nosso corpo, existem mudanças evidentes desde contrações musculares, alterações faciais expressivas, alterações no tom de voz e mudanças no sistema nervoso.

De acordo com um estudo feito por Regina Blessa, no livro Merchandising no Ponto de Venda (2013), perante os fatores que nos influenciam a comprar um determinado produto, o tato é responsável por 1,5% da nossa percepção. O olfato, que é um dos grandes responsáveis por nossas emoções, representa 3,5% da nossa capacidade perceptiva, são cheiros que nos remetem à infância e aromas de comidas que fizeram parte de muitos momentos, por exemplo. Já a audição é responsável por 11% da nossa percepção, um exemplo é que ninguém gosta de comer num local com música extremamente alta, ou que não se identifique com o ambiente. O paladar, por sua vez, que é o mais trabalhado num restaurante, equivale apenas a 1% das nossas percepções. Por fim, a visão é dominante nos nossos processos perceptivos, pois o nosso cérebro é 35% orientado por ela.

5



Imagem 5- Jantar ás cegas, 2015

O tema de experiência sensorial surge neste trabalho como uma mais valia para o sucesso da intervenção projetual elaborada. Este tema já foi abordado por autores de referência, como Peter Zumthor, arquiteto suiço que assume o foco nas experiências multisensoriais que o público pode presenciar nas suas obras, como um dos pontos mais marcantes dos seus projetos.

Zumthor, revela uma grande motivação para criar espaços repletos de dinamismo, com o objetivo de propiciar novas perceções para os visitantes que deambulam as suas obras, a fim de establecer uma relação de intimidade entre estes e os espaços por ele projetados.

Como exemplo disso é, o seu livro "Atmosferas", onde percebemos a sua dedicação ao estudo da interação emocial do ser humano com a arquitetura. O autor reflete acerca do tema, procurando establecer o que constitui a qualidade arquitetónica e tentando perceber quais os motivos pelos quais alguns espaços nos transmitem uma sensação de conforto e prazer, e outros não.

A sua teoria é abordada como principío para este trabalho, com a ajuda dos conceitos defendidos por Zumthor, pretende-se dar um novo significado à experiência provocada pelo designer de interiores num espaço, levando-o para um nível mais pessoal. Ou seja, de que forma se consegue criar uma ligação emocional com o espaço, por parte de quem o visita.

O autor aborda o lado emocional da arquitetura como a componente que mais poderá contribuir para o sucesso de um determinado espaço, tornando-o uma memória positiva. Através da teoria defendida por Zumthor, podemos também criar impacto na área da restauração, pois os projetos poderão ser pensados de modo a evocar as emoções das pessoas. Conseguindo, assim, tranformar uma ida a um restaurante numa forma de reviver memórias e experiências. Seguindo-o, a ideia de criar uma atmosfera deve prender-se à intenção primordial na execução do projecto e levar a cabo um determinado propósito a pensar nos indivíduos que lhe vão dar uso.

Zumthor captura uma série de elementos que pertencem ao reino "atmosférico", associando-os a uma primeira impressão, que todos nós temos quando nos deparamos com algo novo, como um instinto que nos transmite uma informação positiva ou negativa, numa compreensão imediata. "(...)quando vemos uma pessoa e temos uma primeira impressão. (...) Em relação à arquitectura também é um pouco assim. Entro num edifício, vejo um espaço e transmite-se uma atmosfera e numa fracção de segundo sinto o que é." ZUMTHOR, Peter, 2006, pág.11-13

Defende, ainda, que a nossa experiência no encontro com os edifícios, é algo corporal. De modo inato nós sentimos os edifícios, as suas qualidades de toque e matéricas, ou seja, ao percorrê-lo temos uma impressão geral das suas texturas e como os materiais refletem essas características no nosso domínio sensorial. Escutamos, vemos e sentimos como os espaços reagem à nossa presença, sentimos a sua temperatura e vemos a luz sobre as coisas que o rodeiam. O autor apresenta-nos nove "respostas" pessoais que utiliza como ferramentas no seu método de trabalho, na tentativa de materializar as atmosferas arquitectónicas por si idealizadas, sobre algumas das quais nos debruçamos seguidamente.

Estes conceitos que lhe servem de guias práticos, relacionam-se com a parte física da arquitectura, com a interação entre os materiais, com o som e a temperatura do espaço, com a natureza percorrível dos edifícios, com a tensão entre o interior e o exterior, com a influência da luz e ainda com os níveis de intimidade. É sobre alguns destes temas que pretendemos fazer uma pequena reflexão.

6



Imagem 6- Restaurante La Nonna, 2010

Um dos conceitos trabalhados é a luminosidade e, consecutivamente, a sombra de um ambiente. Este é um aspeto crucial na experiência arquitetónica, muitas vezes, negligenciado e subvalorizado por quem projeta. A luz existe no contacto com as superfícies físicas, mostrando as suas formas e texturas, delineando e definindo a qualidade e ambiente dos espaços. Este elemento é essencial na percepção, compreensão e apreciação do espaço, condicionando ou orientando quem o usa. A capacidade de estimular sensorialmente o utilizador através da sua temperatura, intensidade, duração e movimento, contribui para a importância da experiência.

A luz natural pode apresentar-se de forma directa, indirecta ou difusa. Esta dispõe de uma qualidade cromática que difere de lugar para lugar, de Sul para Norte, nas diferentes horas do dia, nas estações do ano e, até, no reflexo de diferentes materiais. Não sendo possível controlá-la, cabe ao designer de interiores saber trabalhá-la, na forma e no modo como é exibida, dando ao espaço características distintas. Já a luz artificial, permite que exista toda uma manipulação, quer ao nível da temperatura de cor pretendida, quer à direção tomada e, até, à intensidade com que aparece no espaço.

A luz não faria sentido, sem o seu oposto, a sombra. Estes dois elementos, apesar de contrários, estão intrinsecamente ligados, funcionando numa perfeita relação de simbiose e harmonia. A sombra é um elemento constante nos espaços projetados, esta tende a assumir um papel determinante no que diz respeito à privacidade e conforto, apesar de possuir uma subjectividade negativa, sendo muitas vezes associada a sensações de insegurança e medo. Com isto, não tirando a importância do papel que a luz tem na projetação de um espaço, pode afirmar-se que a sua parcial anulação, potencia a experiência sensorial.

A capacidade de manipular a luz e a sombra, pode e deve ser utilizada para enriquecer os espaços. Como podemos observar na imagem 6, a partir do uso de cobogós de cerâmica vermelha e de luz indireta, consegue-se criar um jogo de luz e sombra no ambiente, que porporciona um aspeto intimista e confortável.

"Pensar o edifício primeiro como uma massa de sombras e a seguir, como num processo de escavação, colocar luzes e deixar a luminosidade infiltrar-se."[4]

ZUMTHOR, 2006, pág.61

Seguindo a análise, encontramos outra simbiose perfeita entre o som e o silêncio que está, muitas vezes, associada à memória.

Existe uma estreita relação entre a sonoridade dos espaços e a materialidade que os compõe. Os materiais e as suas técnicas de aplicação podem reflectir e propagar o som, contê-lo ou anulá-lo. Por exemplo, um chão de madeira não tem a mesma reação sonora do que um chão de betão. Para além do som de um lugar enquanto reacção à vivência humana, existe outro tipo de sonoridades que não se podem controlar: os provenientes da natureza. Tanto as árvores, como o vento ou a chuva produzem sons que lhe são característicos, mas que se alteram aquando o contacto com outros materiais.

O silêncio e, consequente, a tranquilidade, são características que conduzem o utilizador à história e memória dos espaços, convidando à reflexão interior e criando um ambiente de intimidade e conforto.

Num espaço de restauração, este é, talvez, um dos aspetos mais difíceis de controlar, porque é necessário uma harmonia entre os sons e os silêncios que encontramos. Visto que a vivência e utilização do espaço, gera sonoridades que se caracterizam como experiências para o próprio utilizador, afetando a sua relação com o mesmo.

A imagem 7, retrata o projeto de um restaurante em Los Angeles, onde os arquitetos desenvolveram um sistema de cofres celulares personalizados em forma hexagonal feitos de plástico reciclado que ajudam a amortecer o som. Estes cofres têm vazios para permitir que candeeiros de latão escultural pendam no teto, tornando estes elementos em algo esteticamente apelativo.

7

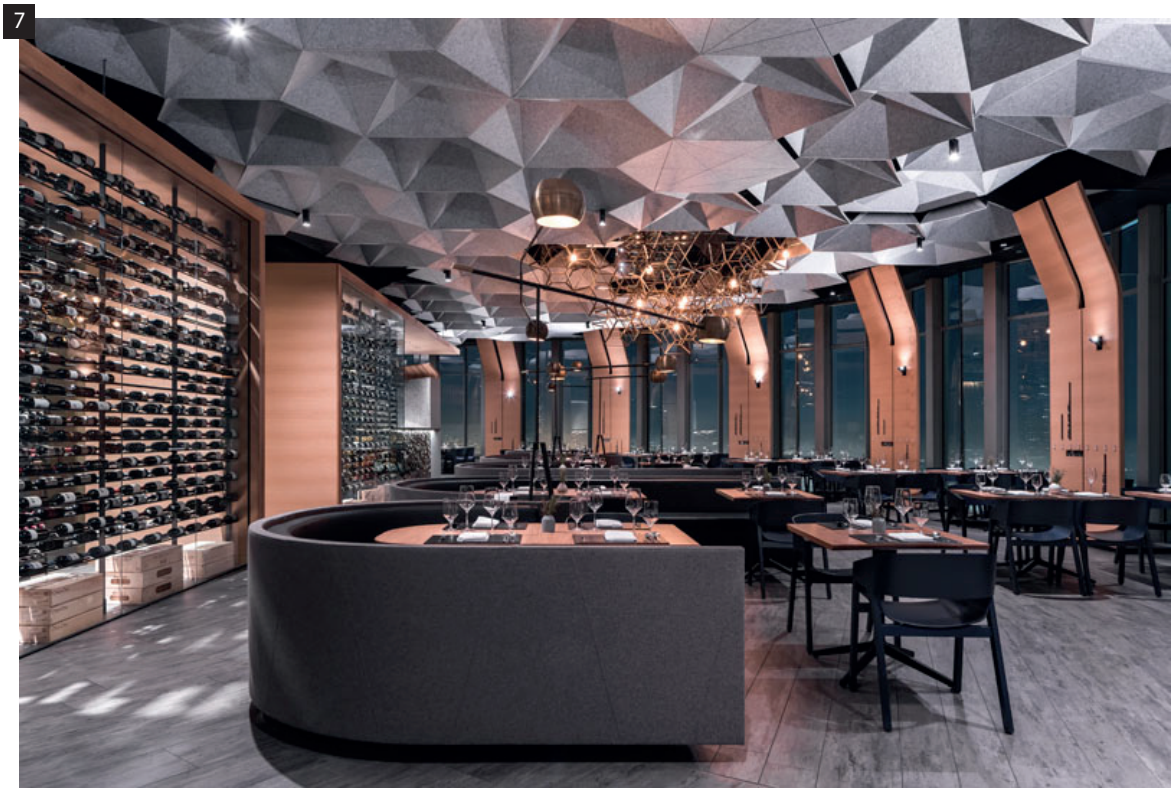


Imagem 7- Restaurante 71Above, 2018

"Oiçam! Cada espaço funciona como um instrumento grande que coleciona, amplia e transmite os sons. Isso tem a ver com a sua forma, com a superfície dos materiais e com a maneira como estes estão fixos." [5]

ZUMTHOR, 2006, pág.29

8



Imagem 8- Restaurante Nómada, 2017

A temperatura dos espaços é também uma característica relacionada com a experiência sensorial.

Pode estar ligada à luminosidade escolhida mas, também, com a escolha dos materiais e texturas. A temperatura dos materiais e as suas texturas não se sente só fisicamente mas, também, psicologicamente. Por exemplo, sabemos que o aço é um material frio por natureza. Inconscientemente associamos-lhe essa característica, embora o aço seja um material com uma grande capacidade de condução térmica. Já a madeira é um material que se adapta termicamente a nosso favor, visto que é um material natural, maleável e favorável ao toque e ao olhar, que envelhece, tal como nós, e talvez por essas razões acreditamos que seja um dos materiais favoritos do ser humano.

Em muitas situações, a atmosfera dos espaços é definida por um jogo subconsciente que nem sempre corresponde à sua realidade física, mas sim uma questão de contexto. A madeira só por si, é também um bom exemplo para refletir neste sentido. Na sua diversidade de tonalidades, padrões e consistência, reparamos que existem madeiras que consideramos quentes e outras frias, quando em muitos casos essa diferença de temperatura só existe no sentido figurativo.

Como podemos verificar atráves da imagem 8, o restaurante Nómada utiliza uma paisagem ondulante e interna de formas onduladas e texturas naturais que oferecem uma sensação de calor, considerada uma prioridade para o conforto. Os sofás curvos acentuam o caráter dos painéis, proporcionando assentos confortáveis, adicionado ao ambiente íntimo.

“Para a execução do Pavilhão
da Suíça em Hanôver
utilizamos muita, muita
madeira, muitas vigas de
madeira. E quando havia
calor, estava fresco neste
Pavilhão como numa floresta,
e quando fazia frio, havia mais
calor lá dentro
do que lá fora, mesmo não
estando fechado."[6]

ZUMTHOR, 2006, pág.35

Após a análise das características provocadas pela temperatura, é imprescendivel abordar o tema da materialidade, pois é um ponto fulcral na conceção de um espaço.

São os materiais que, directa ou indirectamente, se relacionam com os nossos órgãos sensoriais, e que consequentemente comunicam connosco na experiência vivida.

São inúmeros os materiais que podem ser usados num projeto de design de interiores, desde o betão, à pedra, à madeira, ao aço, ao ferro, ao vidro, à peles, entre muitos outros. São inúmeras, também, as utilizações que podem ser atribuídas a um material, dependendo do seu carácter, da sua maleabilidade e adaptação a diferentes funções, da sua resistência ao desgaste, da sua temperatura e até da sua cor ou textura.

Os materiais podem assumir qualidades poéticas num ambiente. Essa poesia é encontrada quando estes conseguem transmitir a sua essência, reforçando o sentido de toque fazendo nascer uma determinada sensação.

A partir da seleção dos materiais consegue-se, também, dar uma identidade muito específica ao espaço, como é exemplo a imagem 9, que logo à partida o identificamos como um espaço de restauração ligado às adegas, visto que trabalha materiais e objetos que nos remetem a esse imaginário.

9



Imagem 9- Restaurante Barril, 2019

“Colocamos as coisas de forma concreta, primeiro mentalmente, depois na realidade. E vemos como reagem umas com as outras. E todos sabemos que reagem umas com as outras! Materiais soam em conjunto e irradiam, e é desta composição que nasce algo único.”[7]

ZUMTHOR, 2006, pág.25

10



Imagem 10- Restaurante Exo-Interior, 2021

Focamo-nos, agora, na relação entre o espaço interior e exterior que, reflecte um jogo entre o domínio individual e privado e o domínio público, entre a sensação proteção e segurança ou a sensação de estarmos expostos e vulneráveis.

A relação interior-exterior é um fundamento essencial na construção do espaço, este é determinado pela inserção do mesmo, num meio envolvente e pelas relações que se estabelecem entre si. Quando falamos do interior ou exterior de um espaço, é importante perceber que nem sempre é necessário impor limites físicos. Aqui a apropriação do espaço está relacionada com a hierarquização entre o que é público e o que é privado. Como o espaço é um elemento contínuo, e os conceitos interior e exterior estão estritamente relacionados e dependentes entre si não existe um ponto de mudança explícito. Para algumas pessoas um espaço é exterior enquanto que para outras é interior ou uma zona de transição. Essa fronteira imposta, é algo que varia de pessoa para pessoa e de cultura para cultura.

Por outro lado, as oscilações entre o interior e exterior dos espaços são determinadas pelas suas aberturas e permeabilidade, tanto para a entrada de luz como de ar. Essas aberturas são a janela e a porta. A porta pode considerar-se um local de transição e conexão entre áreas, onde predomina a relação entre público e privado. Já a janela, pode considerar-se a ligação entre o espaço físico e o seu exterior, possuindo o poder de se tornar numa moldura, devido à ligação com a paisagem exitente.

Na imagem 10, visitamos o restaurante Exo-Interior onde se cria uma zona interna com um carácter de exterior, proporcionando uma espécie de espaço ao ar livre. A externalização do espaço interior e o limiar arquitetónico que interage com a cidade é eliminado, fazendo com que a rua se expanda para o espaço.

"Na arquitectura retiramos um pedaço do globo terrestre e colocamo-lo numa pequena caixa. E de repente existe um interior e um exterior. Estar dentro e estar fora. Fantástico."[8]

ZUMTHOR, 2006, pág.47

Para finalizar, deixamos o elemento intitulado como harmonia que é, no fundo, a maneira como todos os outros elementos se encontram entre si e como interagem uns com os outros.

Tudo começa quando se juntam dois materiais, esses provocam um efeito e no fim, se resultar bem, o edifício é bonito, está em harmonia, e conseguimos sentir a sua atmosfera.

A imagem 11 demonstra-nos isso mesmo, o restaurante Fama está projetado para que o cliente tenha a sensação de estar em casa, onde o conforto é imperativo para que os sentidos estejam libertos para o momento da degustação. Para conseguir esta harmonia revestiu-se o piso do restaurante com o mesmo material que as paredes, criando uma leitura uniforme do espaço. A vegetação usada acumula a dupla função de restabelecer a harmonia num espaço construído e artificial e, ao mesmo tempo que cria barreiras visuais e acústicas entre as diferentes mesas e espaços, reforçando a sensação de intimidade.

11



Imagem 11- Restaurante Fama, 2019

"Qualidade arquitectónica só pode significar se sou tocado por uma obra."[9]

ZUMTHOR, 2006, pág.11

Relativamente ao domínio do espaço físico, a percepção humana é estimulada por vários elementos, dos quais, a materialidade, a temperatura, a luz e a sombra, o som e o silêncio, o interior e exterior, entre outros.

Assim surge a necessidade de se projetar um espaço de forma a mexer com todos os sentidos. Só se consegue melhorar activamente a qualidade de vida do ser humano, desenvolvendo, de forma positiva, a sua experiência tanto espacial como sensorial. O design de interiores tem, então, o propósito de emocionar e provocar sensações num determinado ambiente.

Depreende-se, assim, que o individuo que ocupa o espaço não é apenas um mero espectador, mas sim o mais importante elemento neste processo. Para que este, se possa sentir integrado, tem de tocar os materiais, sentir as suas temperaturas, texturas e cheiros, ouvir os sons e conhecer a sua escala. É com todos estes aspetos tidos em conta que, se cria um ambiente ou atmosfera.

É inevitável afirmar que todos os sentidos funcionam em conjunto, associados à vivência espacial. Cheiros que trazem memórias, silêncios e sons que acalmam, materiais que apelam ao toque e cores que lembram sabores, tudo isto são experiências que enriquecem o espaço e formam um ambiente concreto.

Como desfecho, a última parte deste capítulo dedica-se à análise de projetos de referência, com o objectivo de perceber como se sente a atmosfera nos seus espaços, através da observação do modo como o homem percepciona a arquitectura nos aspectos materiais, construtivos e físicos, em associação com os aspectos imateriais, nomeadamente a luz, o som e a temperatura. Devemos considerar que experiência e percepção são conceitos muito subjectivos e individuais, influenciados pela singularidade de cada indivíduo.

A título de exemplo, surge o projeto Restaurante Marco em Lisboa, com autoria do Atelier FMJPC Architecture and Design, tendo sido concluído no ano de 2020. Este é um projeto de remodelação interior de um espaço já existente, onde a intenção foi a renovação dos ambientes das salas de refeição, possibilitando uma intervenção simples e de baixo custo, sem recorrer à alteração do layout.

Segundo os autores, neste projeto, usa-se a cor da marca - azul - como elemento de ligação entre os diferentes espaços, conseguindo dar-lhes uma expressão plástica e material uniforme. A única zona que se destaca é a do balcão que, por ter um cárater de serviço, apresenta-se com um revestimento diferente e uma cor de realce perante o restante espaço, ajudando a criar uma barreira entre o espaço público e privado.

Quanto à organização espacial, percebemos que se consegue uma circulação intuitiva e ordeira, sem sobreposição de espaços e serviços.

Deparamo-nos com diferentes tipos de mobiliário, um fixo, utilizado ao lado das paredes laterais, e outro, móvel no centro da sala. As mesas fixas são compostas por iluminação direta, criando um ambiente mais acolhedor. A acompanhar o layout deste mobiliário é usado um canteiro que se transforma num lambrim natural, dando dinamismo ao espaço.

O espaço confere um ambiente agradável visualmente, pela tonalidades que o compõem e pela grande quantidade de luz natural que recebe.

12



13

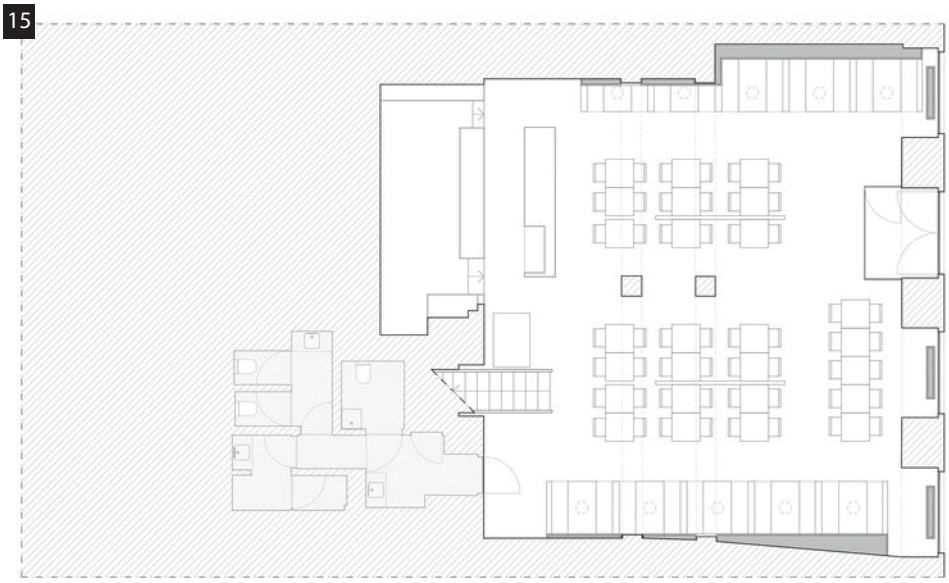


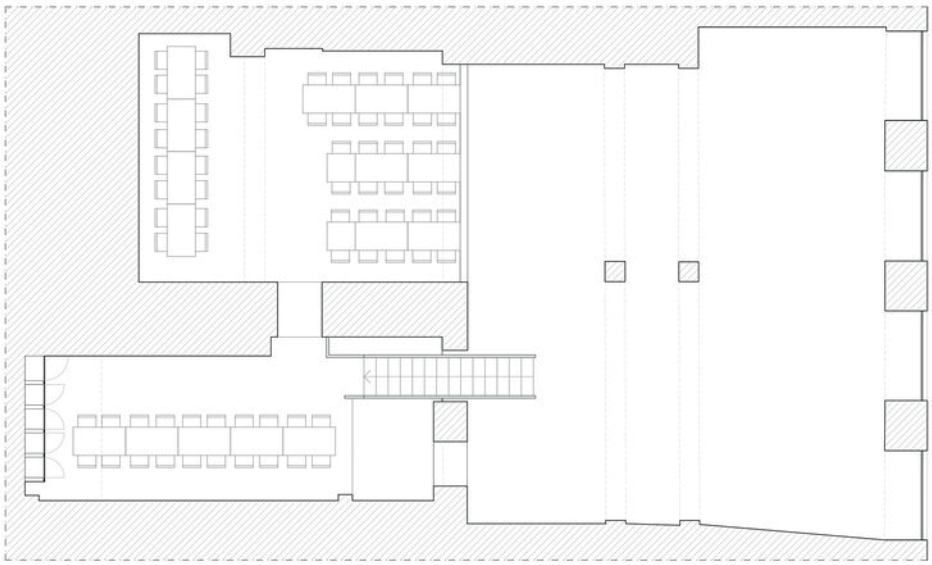
14

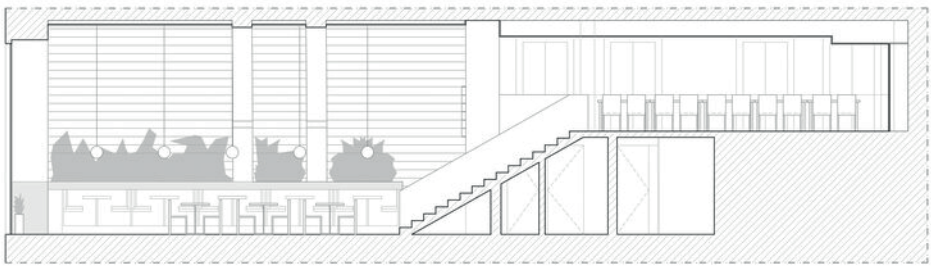


Imagem 12, 13 e 14- Restaurante Marco, 2020

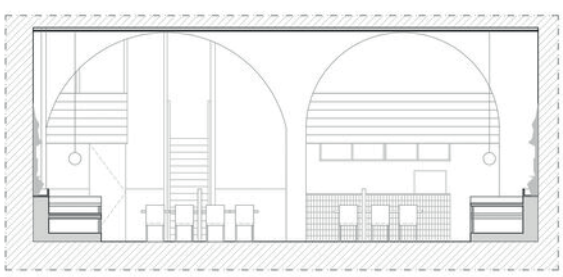
15







CORTE



CORTE



Imagem 15- Desenhos Técnicos, Restaurante Marco, 2020

Seguindo para outro exemplo que funciona como caso de estudo, selecionou-se o Restaurante Barril em Valongo, com autoria de Paulo Merlini Architects e data de conclusão da intervenção no ano de 2019.

Segundo o autor Matheus Pereira, da plataforma digital ArchDaily, este foi um projeto onde o cliente abordou a equipa de arquitetura já com os problemas e as suas intenções bem definidas. O proprietário pretendia conseguir fazer crescer a casa com o intuito de reduzir o tempo de espera dos clientes, criar um espaço com um caráter forte que se encaixasse na imagem da empresa e que se resolvesse o problema do barulho quando o espaço estivesse cheio.

O espaço projetado transporta-nos para o ambiente sombrio de uma adega. Para tal criaram pórticos arqueados que reforçam a ideia de uma adega vinícola. Revestiram uma das paredes com espelho, proporcionando a repetição dos arcos, produzindo assim a ilusão de um espaço de maior amplitude.

O uso de materiais texturizados e cores escuras, reforçam a sensação de um espaço ligado ao armazenamento de vinho. Essas características permitem uma maior expressão espacial, pelo jogo expressivo entre luz e sombra. O conjunto dos elementos decorativos e a escolha dos materiais criam, por si só, um ambiente confortável e ajudam a resolver um dos problemas mais comuns em restaurantes, o ruído excessivo.

A iluminação natural é reduzida e para contornar a sua escassez, optaram pela aplicação de projetores de luz tangente aos arcos, aproveitando sua expressão formal e reforçando sua presença no espaço. Como complemento à iluminação indireta, deparamo-nos com lâmpadas com uma forte presença visual, que permitem o ajuste da quantidade de luz necessária no espaço.

16



17



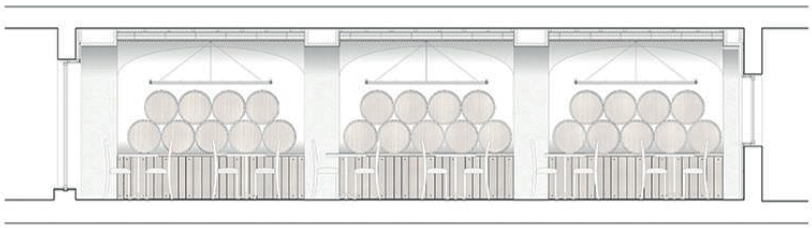
18



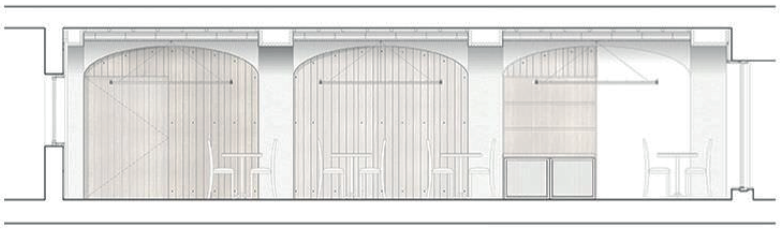
Imagem 16, 17 e 18- Restaurante Barril, 2019

19





CT02



CT02

Label

01-Entrace

02-Room

03-VIP Room

Imagem 19- Desenhos Técnicos, Restaurante Barril, 2019

Por fim, segue-se o Restaurante kOi em Ponte Delgada, projetado pela equipa BOX Arquitetos, e com ano de conclusão em 2019. Inserido numa unidade hoteleira, já se encontra em funcionamento desde 2004, situa-se com uma preponderante relação com o pátio central do hotel, caracterizada por um jardim de forte inspiração oriental e o um espelho de água.

A relação desta sala com o referido jardim, apresenta-se como princípio ideológico do projeto, "trazendo o jardim ao interior do restaurante, insinuando uma permeabilidade total dos espaços, tocando no grau de intimidade entre interior e exterior, enfatizando a amplitude e luminosidade definidoras do espaço" (MATHEUS PEREIRA, ArchDaily, 2020).

Com este toque na relação entre interior e exterior consegue-se um espaço de grande simbologia e equilíbrio, com a presença de vegetação que flui pelos tetos, em consonância com a iluminação artificial.

Estão demarcadas várias zonas de refeição caracterizadas por mesas tradicionais e em zonas mais acolhedores de lounge, de forma a permitir diferentes modos de estar, sendo que o espaço está adaptado para vários momentos de refeição do dia.

A escolha dos materiais utilizados, entram em consonância pela sua nobreza e resistência, conseguindo agarantir fácil manutenção, sem prescindir do conforto e elegância.

Denota-se que o projeto é pensado nos limites que o definem e na forma como esse espaço vai assumir os limites. Pensando nos materiais, como interagem uns com os outros, como o espaço se relaciona com a paisagem exterior, como a luz se relaciona com ele e como é que este responde em função dela.

20



21



22



Imagem 20, 21 e 22- Restaurante kOi, 2019

O tema das sensações foi despertando cada vez mais interesse, os sentidos surgem neste contexto como consequência do tema falado anteriormente, a experiência sensorial. Estes podem ser vistos pelos designers de interiores como meio para despertar emoções nas pessoas, sendo que é fundamental para enriquecer qualquer experiência, quer seja relacionada com um produto, ou ambiente. É possível despertar emoções nas pessoas através de estímulos sensoriais, com a ajuda das várias texturas existentes, cores e cheiros.

No âmbito do design de interiores, quando as sensações e os sentidos são trabalhados de forma conjunta, maior será a probabilidade de conseguir com que o visitante de um determinado espaço, crie uma forte ligação com o mesmo, pois a experiência eleva-se a um nível pessoal.

Como estamos a projetar um restaurante, o paladar tem um papel fundamental na experiência. Possui a particularidade de fundir todos os sentidos num mesmo momento, o que irá fortalecer a experiência do utilizador.

Em poucos segundos, os cinco sentidos são acionados, criando diferentes sensações. Cada um dos sentidos – visão, audição, tato, olfato e paladar – possui características e peculiaridades próprias, que vão participar ativamente na percepção final dos alimentos. Os atributos dos ingredientes para estimular os sentidos e despertar as melhores percepções é uma das fórmulas para se conferir uma sensação de prazer no momento da degustação. Um exemplo disso, é a culinária portuguesa que nasce da terra, é saudável e cheia de sabores fortes, referenciada a nível mundial.

INTRODUÇÃO À LEGISLAÇÃO NO EXERCÍCIO DE RESTAURANTES E BEDIDAS

Desde 2017, em Portugal, são considerados estabelecimentos de restauração todos aqueles que prestam serviços de alimentação e de bebidas, no próprio estabelecimento ou para fora, mediante pagamento, previamente estabelecida. Existem várias denominações para este tipo de estabelecimento, tais como:

. Restaurante Tradicional - onde o objetivo de manter uma tradição da localidade ou da cidade

. Restaurante Clássico –onde se servem iguarias da cozinha regional portuguesa, da cozinha nacional e iguarias clássicas da cozinha internacional.

. Restaurante de Hotel - tem por finalidade servir refeições aos hóspedes do hotel, sendo que hoje em dia servem também refeições a outros clientes que não estejam hospedados.

. Restaurante Monoproduto - onde se oferece uma especialidade concreta e toda a envolvência do espaço anda em torno da mesma, emprestando originalidade e identidade, como são exemplo as pizzarias ou hamburgarias.

. Restaurante Snack-bar - está direccionado para um tipo de cliente que exige rapidez e simplicidade nos serviços, devido aos poucos recursos financeiros ou ao tempo limitado de que dispõe para tomar a sua refeição, principalmente à hora de almoço.

. Restaurantes de estrada - situado junto as principais vias de comunicação rodoviárias, servindo de apoio a automobilistas, nos percursos que separam localidades ou regiões. O serviço deve ser rápido e simples e o preço das refeições é mais reduzido do que nos restaurantes tradicionais.

. Restaurantes Take-Away - onde os produtos são confecionados no restaurante para serem consumidos fora do mesmo.

. Restaurantes Drive-in - servem os automobilistas, sem que estes tenham que abandonar as próprias viaturas. Os automobilistas efetuam o pedido, pagam e recebem os produtos sem ter de sair do carro.

. Restaurantes Self-Service - tem como características principais a rapidez do serviço, a possibilidade de escolha pelos clientes dos pratos confeccionados, a visibilidade dos pratos, o período de funcionamento mais alargado do que no caso dos restaurantes tradicionais. Normalmente os produtos encontram-se numa linha, os clientes servem-se do que desejam e no final da linha é contabilizado o que colocaram no tabuleiro e pagam. Levando o tabuleiro para a zona das mesas.

Relativamente ao Decreto-Lei n.º 48/2011, de 1 de Abril, qualquer estabelecimento de restauração e bebidas deverá respeitar os seguintes tópicos: infraestruturas; áreas de serviço; zonas integradas; cozinhas, copas e zonas de fabrico; vestiários e instalações sanitárias ao uso pessoal; área destinada aos clientes; instalações sanitárias destinadas aos clientes.

Sendo que as infraestusturas devem dispor de fornecimento de água, eletricidade e rede de esgotos com as respetivas ligações às redes gerais. A captação e a reserva de água deve possuir condições adquadas de proteção sanitária e o sistema deve ser dotado dos processos de tratamento para obtenção de água potável.

As áreas de serviço compreendem as zonas de receção e armazenagem de géneros alimentícios, cozinha, copa e zona de fabrico, bem como os vestiários e instalações sanitárias destinadas ao uso do pessoal. Devem estar completamente separada da área destinada ao público e instaladas de forma a evitar-se a propagação de fumos e cheiros

Quanto às zonas intregadas, estas compõem as áreas de serviço e podem estar integradas, desde que o circuito adotado e os equipamentos utilizados garantam o fim específico a que se destina cada zona, não colocando em causa a higiene e segurança alimentar. Por exemplo, nas salas de refeição podem existir zonas destinadas à confeção de alimentos, desde que o tipo de equipamentos utilizados e a qualidade da solução adotada não ponha em causa a segurança e a higiene alimentar.

A zona de cozinha corresponde à zona destinada à preparação e confeção de alimentos, podendo também destinar-se ao respetivo empratamento e distribuição. Na cozinha deve, preferencialmente, existir uma zona de preparação distinta da zona da confeção. A zona de fabrico corresponde ao local destinado à preparação, confeção e embalagem de produtos. As prateleiras, mesas, balcões e bancadas das cozinhas e zonas de fabrico devem ser de material liso, resistente, lavável e impermeável, e os talheres e todos os utensílios para a preparação dos alimentos devem ser de fácil lavagem e mantidos em bom estado de higiene e conservação.

A copa limpa corresponde à zona destinada ao empratamento e distribuição do serviço, podendo também dar apoio na preparação de alimentos. Já a copa suja corresponde à zona destinada à lavagem de loiças e de utensílios, onde deve existir, pelo menos, uma pia de lavagem equipada com água quente e fria e máquina de lavar a louça. As duas diferentes copas devem ser instaladas de forma a permitir uma comunicação rápida com as salas de refeição e com trajetos diferenciados para sujos e limpos, sempre que possível.

Nas áreas de vestiários e instalações sanitárias dos funcionários devem existir armários ou locais reservados para guarda de roupa e bens pessoais dos trabalhadores. As instalações sanitárias destinadas ao uso do pessoal, devem ser separadas das zonas de manuseamento de alimentos e, sempre que possível, com sanitários separados por sexo.

Em relação à área dos clientes, esta é compreendida pelas salas de refeição, zona de acolhimento e de receção, bar, balcão, bengaleiro, instalações sanitárias e, quando existentes, as esplanadas. As instalações sanitárias destinadas aos clientes devem encontrar-se no interior do estabelecimento, separadas das salas de refeição e dispor dos equipamentos e utensílios necessários à sua cómoda e eficiente utilização, sempre mantidas em bom estado de higiene.Nos estabelecimentos com capacidade igual ou superior a 30 lugares, as instalações sanitárias são obrigatoriamente separadas por género e devem dispor de cabines sanitárias individualizadas.

O número máximo de lugares dos estabelecimentos é calculado em função da área destinada ao serviço dos clientes, deduzida da área correspondente aos corredores de circulação obrigatórios, nos termos seguintes: em estabelecimentos com lugares sentados, 0,75 m2por lugar e em estabelecimentos com lugares de pé, 0,50 m2por lugar.

02

PONTE DE PEDRA: A PRÉ-EXISTÊNCIA

O restaurante Ponte de Pedra situa-se, na rua José Falcão em Vila Nova de Gaia, sobranceiro ao Douro e com a cidade do Porto como cenário natural, é composto por três salas individuais, uma das quais, situada num andar superior, proporcionando assim maior privacidade, é composto, ainda, por um enorme jardim onde também é possível realizar refeições. Atualmente, tem capacidade para receber até 140 pessoas na sua totalidade e providencia diversos tipos de serviço, desde refeições diárias (almoços durante a semana), refeições de convívio ou negócios, aniversários, batizados e comunhões.

Este espaço funcionou sempre no setor da restauração, tendo tido diversos proprietários. Desde 2010 que pertence unicamente ao atual proprietário que, devido ao longo período a trabalhar na área, pode considerar-se um veterano que está em constante procura de um espaço apelativo, onde a satisfação do cliente é sempre uma máxima a seguir. Com esta procura constante, ao longo do tempo, o Ponte de Pedra foi sofrendo pequenas alterações, procurando sempre a adaptação à sociedade.

Neste seguimento, é neste momento, que se avizinha a maior alteração e adaptação do espaço, visto que o meio envolvente está, atualmente, a sofrer grandes mudanças, desde a construção de dois grandes condomínios de luxo, mesmo em frente ao restaurante, e também a possibilidade da construção da passagem do metro na mesma rua. É com isto que, o proprietário, sente necessidade de alterar o espaço e, consecutivamente, o conceito atualmente utilizado, já que o público-alvo mudará também.

Ponte de Pedra, Vila Nova de Gaia

23



Imagem 23- Vista Satélite sobre restaurante Ponte de Pedra

ANÁLISE DO ESPAÇO EXISTENTE

Para dar início à elaboração do projeto foi necessário fazer o levantamento do espaço. Como o espaço existente já era antigo e não pertenceu sempre ao mesmo proprietário, não conseguimos que nos fornecessem desenhos técnicos já existentes. Assim, após autorização do proprietário, foi necessário a deslocação ao espaço para efetuarmos o levantamento métrico.

Visto que é pretendido que a experiência vivida pelo cliente seja mais que fazer uma refeição, mas também que este crie uma ligação de cariz pessoal e emocional com o espaço, de modo a querer regressar para reviver a experiência, avançamos para a análise do espaço pré-existente, com base nos temas defendidos por Peter Zumthor, explicados no capítulo anterior.

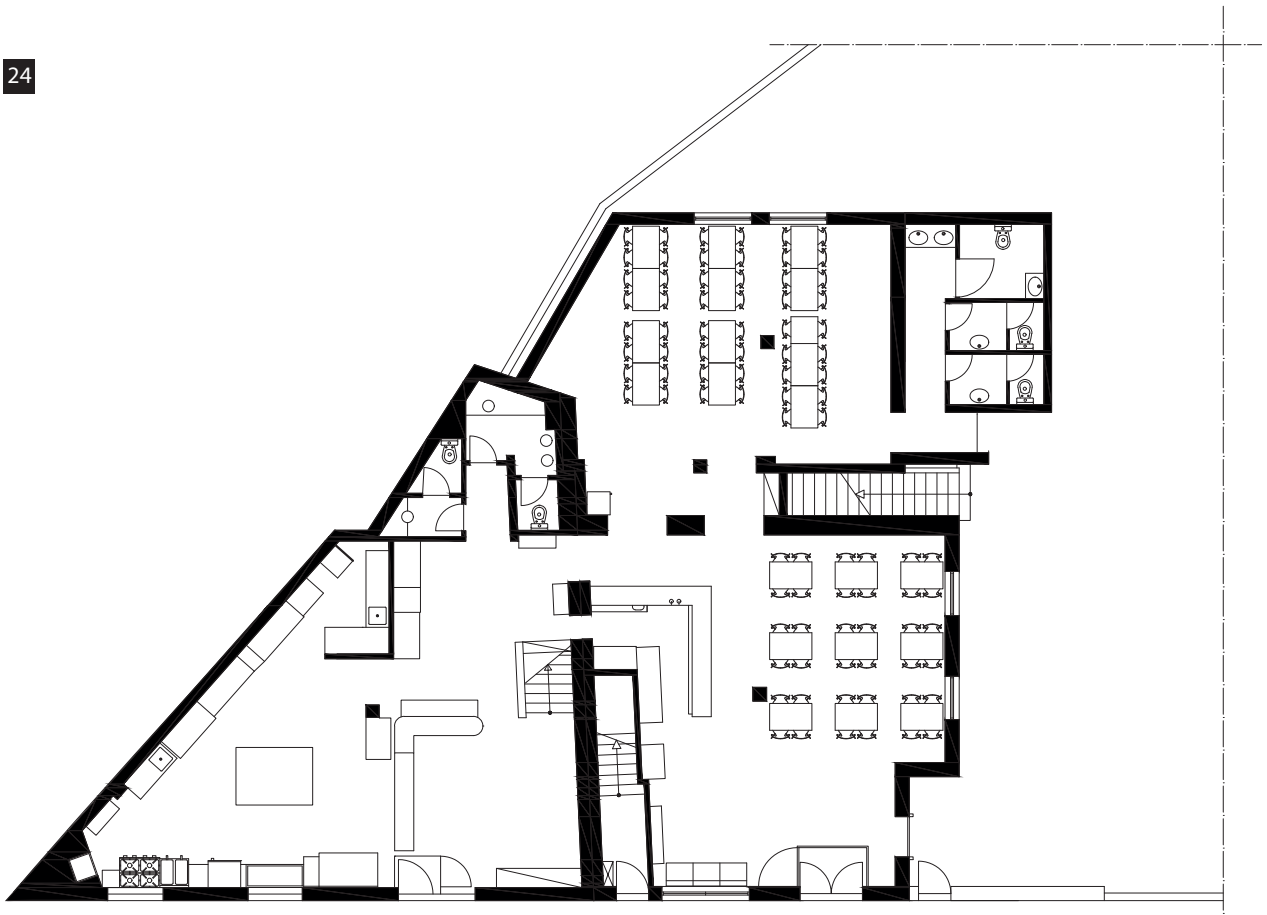
O edíficio de estudo é resultado de três construções distintas, executadas em fases diferentes, logo aí detetamos problemas construtivos com os quais teremos que lidar na nossa intervenção, como por exemplo, os pilares existentes desalinhados entre si.

O edifício está organizado em dois andares e um jardim privado envolvente. Atualmente, o piso inferior é composto por duas salas de refeições, cozinha e take-away, casas de banho para funcionários e casas de banho para clientes, ambas com distinção de sexo. O piso superior é constituído por uma sala de refeições, um armazém e uma casa de banho, esta sem distinção de sexo.

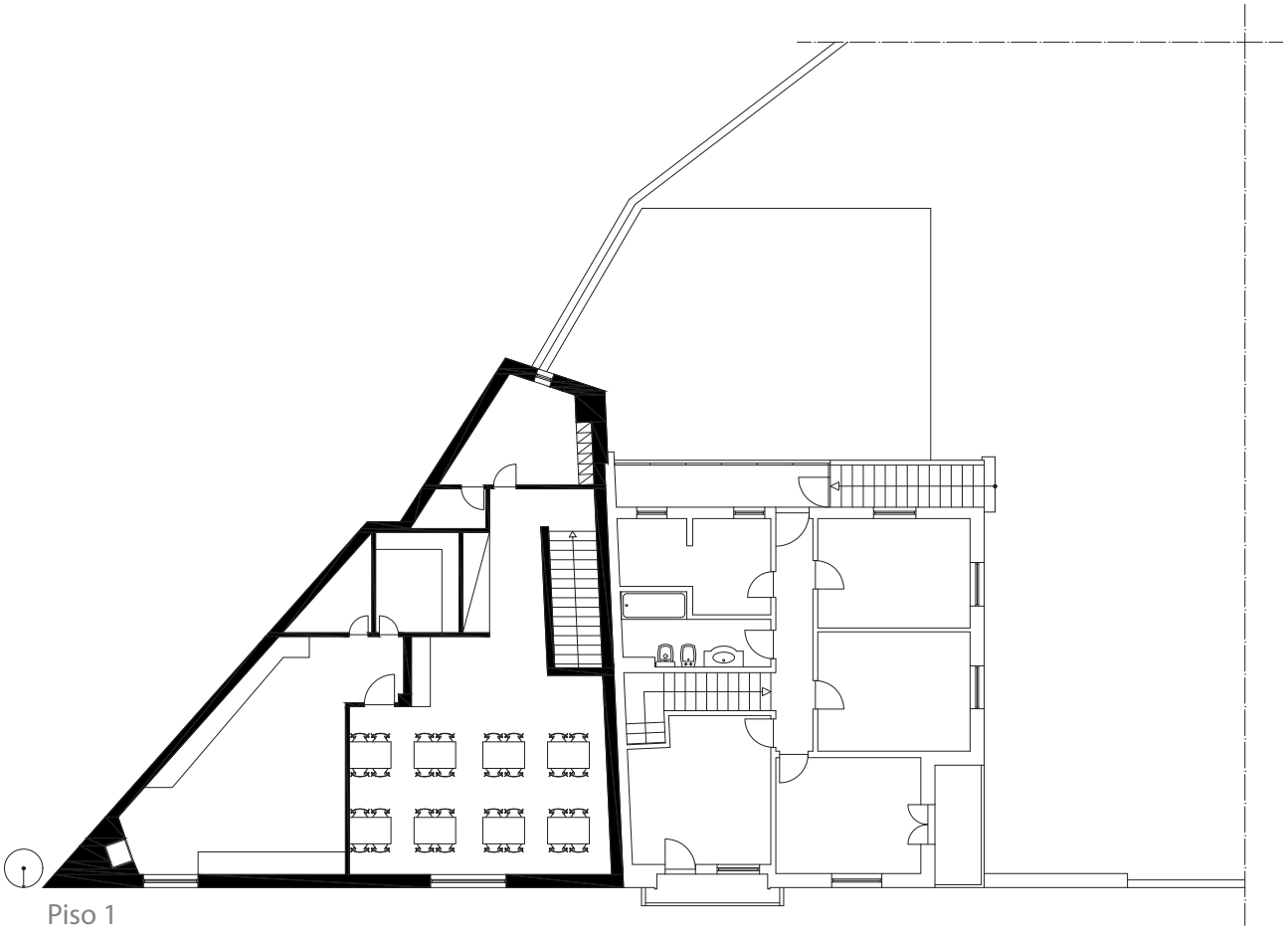
Na relação entre o piso inferior e o piso superior, detetamos algumas adversidades, começando pelo facto do acesso à sala superior ter que ser feito pelas escadas que se encontram na cozinha, ou pelas escadas do exterior do edifício, sujeitas ao clima. A própria sala é pouco requisitada, não só pelo acesso inconveniente, como também, por ser um espaço pouco atrativo e que não transmite conforto.

De modo a rentabilizar este espaço, será pretendido criar um motivo de interesse, que cause uma experiência única, para que este seja utilizado com mais frequência e sem que os clientes se sintam prejudicados por o frequentar.

24



Piso 0



Piso 1

Imagem 24- Plantas pré-existente, piso 0 e piso 1, escala 1:200

Regressando ao piso inferior, analisamos que a zona da cozinha se encontra bem organizada e funcional, apenas com a lacuna de estar visualmente ligada com a zona de take-away, criando desconforto aos funcionários, visto estarem sob o olhar atento e crítico dos clientes que se encontram nesta área. Aqui, tocamos num dos temas abordados por Zumthor, o duelo entre o domínio público e o domínio privado, tão importante de preservar num espaço de restauração.

Passando para a análise do ambiente ou atmosfera existente atualmente, deparamo-nos com vários lapsos no âmbito da disciplina do design de interiores. Desde a pouca privacidade entre as diferentes zonas, a deficiente ligação entre o interior e o exterior, até ao ambiente frio, pouco acolhedor e visualmente pouco confortável.

Tornando aos temas abordados por Peter Zumthor, apercebemo-nos que a escolha dos materiais utilizados não nos toca emocionalmente, ou seja, não comunicam connosco na experiência vivida neste local. A própria temperatura do espaço não é agradável, nem nos convida a permanecer nele, disto resulta, não só a escolha dos materiais, como também, os tons e texturas aplicadas.

A luz tem um papel crucial na caracterização de um ambiente e, neste caso, denota-se falta de sensibilidade e cuidado no tratamento deste aspeto, visto ser utilizada uma iluminação uniforme, de tom frio, sem demarcação de zonas.

Após a realização do levantamento métrico, seguiu-se a reunião com o proprietário do espaço para percebermos quais os problemas detetados pelo mesmo e quais os objetivos pretendidos.

O meio envolvente do restaurantes está a atravessar uma grande mudança, com a construção de dois condomínios de luxo. Isto, traz ao proprietário a necessidade de acompanhar esta mudança, tendo como objetivo definir, com maior precisão, o seu público-alvo, que passará a ser a classe média-alta. Tornando-se, assim, inevitável a reabilitação do espaço, com o intuito de conseguir um ambiente mais apelativo, acolhedor, sofisticado e requintado.

A discussão com o proprietário é um ponto fundamental para se conseguir perceber as suas intenções e objetivos para o projeto futuro, desde qual o ambiente pretendido, até aos principais problemas encontrados, pelo mesmo, no espaço existente.

Segue-se o estudo das intenções do proprietário, começando pela alteração do público-alvo (já explicado a cima), a criação de um novo conceito, a manutenção da comida tradicional portuguesa como base, o desenvolvimento de um ambiente sofisticado, acolhedor e requintado, uma maior ligação entre o espaço interior e o espaço exterior, e a sua maior pretensão é que se crie zonas de arrumação e exposição de vinhos, com um intituito de criar um ambiente que nos remeta para uma adega. Outra grande necessidade imposta, passa por conseguir fazer uma adptação do espaço, com a menor alteração a nível de layout existente, evitando a maior destruição e construção possível.

A disciplina de Design de Interiores é uma mais valia para a melhoria dos espaços, não só pela capacidade de organização espacial, como também, pela capacidade de criar ambientes capazes de transmitir a identidade e o conceito pretendidos para o espaço.

25



26



Imagem 25 e 26- Fotografia Ponte de Pedra, Sala 1, Mariana Sousa, 2022

27



28



Imagem 27 e 28- Fotografia Ponte de Pedra, Sala 2, Mariana Sousa, 2022

29



30



31



Imagem 29, 30 e 31- Fotografia Ponte de Pedra, Sala 3, Mariana Sousa, 2022

Apesar do facto do público-alvo vir a sofrer uma ligeira alteração, direcionando-se apenas para clientes de classe média-alta, deixando os trabalhadores diários; com a intenção de recolher a maior quantidade de informação acerca do espaço existente, foi realizado um breve questionário aos clientes que frequentam, atualmente, o restaurante. Já com o questionário encerrado, segue-se o relatório do mesmo.

O questionário é composto por 6 perguntas e estruturado em 2 grupos de resposta. O primeiro grupo, trata perguntas de cariz qualificativo, onde o cliente classifica as suas respostas numa escala definida de 1 a 5, sendo que 1 corresponde a mau e 5 a muito bom. O segundo grupo, tem como objetivo conseguir respostas mais pessoais, sobre a opinião do cliente. O questionário foi respondido presencialmente, entre os dias 11 e 12 de Abril de 2022, tendo sido recolhidas 50 respostas.

Começando por analisar o primeiro grupo de respostas, composto por 4 perguntas, fazemos uma média numérica da classificação para cada pergunta.

À questão relativa, "ao conforto visual", os clientes classificam o espaço como pouco satisfatório, com uma percentagem de 35%. Quanto á pergunta sobre, "a acústica do espaço é adquada", as respostas representam o grau de satisfatório, com 60%. Seguindo a questão referente às cores e tons utilizados, a classificação é disputada obtendo o resultado de bom, com a percentagem de 30%. Por fim, coloca-se a questão quanto ao conforto do mobiliário, que é classificada como satisfatório, com 35%.

Prosseguimos, então, para a análise do segundo grupo de respostas, onde as perguntas são de resposta aberta, como foi explicado a cima. A primeira questão direciona-se para a sala preferida dos clientes e porquê, onde a maioria escolhe a Sala 1, com 40%, seguindo-se a Sala 2, com 35%, e, por fim, a Sala 3, com 30%. Quanto à justificação dada para a escolha da Sala 1 como mais a votada, o argumento mais utilizado é o facto de nesta sala existir menor número de mesas e, consecutivamente, maior privacidade entre elas. A questão número dois, refere-se à opinião pessoal dos clientes, quanto ao que deveria de ser melhorado no espaço. São encontradas diversas propostas, sendo que as mais comuns passam melhorar o distânciamento entre as mesas (45%), o mobiliário ser mais confortável e apelativo (35%) e, também, alterar o acesso á sala superior (30%), que como já foi explicado, é possível apenas pelo jardim ou pela cozinha, o que se torna desconfortável para os clientes.

A restauração é um mercado muito competitivo e por essa razão, estando nós a desenvolver um projeto de reabilitação de um restaurante, é importante fazer um estudo sobre a concorrência direta.

A partir da localização do Ponte de Pedra, efetuou-se uma pesquisa sobre espaços próximos que se destaquem, tendo como base a conciliação dos temas considerados adequados para o caso, apresentados nos capítulos anteriores.

Como é caso do Dona Maria Restaurante que se situa a 1 km do Restaurante Ponte de Pedra. Situa-se no The Logde Hotel, e pretende fazer uma homenagem às "Marias de Portugal", desde as excelentes cozinheiras, até às princesas e rainhas que fazem parte da nossa história. Toda a ementa se desenrola através de inspirações deixadas no "Livro de Cozinha da Infanta D. Maria de Portugal", referente a receitas tradicionais do Porto e Norte de Portugal. Todos os seus pratos são acompanhados pela vasta garrafeira disponível, com a intenção de criar uma harmonização e assim grandes experiências á mesa.

Inspirando-se no nosso Douro Vinhateiro, o Dona Maria veste tons de outono e formas orgânicas como, as folhas de videira que "rasgam" o teto, ou a grandiosa garrafeira que envolve todo o espaço. As mármores, os veludos e as madeiras são dominantes nos espaços de refeições, a sala estende-se para o exterior, onde se encontra uma esplanada com uma vista para o Porto.

O Dona Maria é, também, constituído por duas salas privadas, a Sala dos Trinta considerada o "ouro líquido" visto ser onde estão guardados os melhores vinhos, mas, também, por ostentar elementos de design que nos transportam para o universo do vinho, aqui o principal elemento é a sinuosa mesa, capaz de acolher até 30 pessoas. A segunda sala, conhecida como a Sala dos Vinte e considerada um dos espaços mais acolhedores do restaurante, devido á sua lareira e ao uso de tons âmbar e de madeira, tem capacidade de receber até 20 pessoas, aqui encontramos, também, elementos de design que nos remetem ao conceito do restaurante, como o grandioso candeeiro em forma de pipa.

32



33



Imagem 32 e 33- Dona Maria Restaurante

O Vinum Restaurant, situado a 700 m do restaurante Ponte de Pedra. Localiza-se nas Caves Graham's, e é o resultado da união de duas famílias com a mesma paixão que pretenderam criar um espaço único. Os Symington, uma família de origem britânica, mas de coração Português, são produtores de vinho do Porto e do Douro. Já os Sagardi, um grupo de restauração Basco, criado por IñakiLz. de Viñaspre e a sua família, estão á mais de 20 ligados ao setor da restauração e gastronomia.

O Vinum é uma extensão das caves do Séc. XIX onde habitam os vinhos do Porto da Graham's. A sala principal inspira-se esse mesmo mundo, com as icónicas e marcadas vigas de madeira suportadas por pilares de ferro e um grande painel em vidro que permite uma vista única sobre as pipas de vinho em envelhecimento nas caves. É uma sala pensada para criar uma atmosfera única e apetecível onde somos convidados a sentir e degustar o vinho aliado à comida e ao ambiente envolvente. Como prolongamento deste espaço, surge um jardim de inverno debruçado sobre a cidade do Porto.

Neste projeto, os materiais escolhidos são, maioritariamente, as madeiras, o ferro e o vidro, remetendo-nos a uma inspiração na era da revolução industrial do séc.XIX, criando assim um ambiente clássico, informal, mas, igualmente, sofisticado, confortável e acolhedor.

34



35



Imagem 34 e 35- Vinum Restaurant

03

PROJETO DE INTERVENÇÃO

MÉTODO DE TRABALHO

Como, até aos dias de hoje, este espaço não teve nenhuma intervenção significativa, será proposto um projeto de remodelação integral na área pública do restaurante. A proposta terá como base os temas apresentados nos capítulos anteriores, de modo a apresentar uma solução concisa e adequada. Os tópicos abordados são, fundamentalmente, as sensações como veículo para melhorar a experiência da frequência neste restaurante.

No projeto será proposta uma intervenção com intenção de tornar o restaurante mais apelativo, atrativo e competitivo. É pretendido fortalecer o espaço visualmente, mas também do ponto de vista ergonómico, de forma a contribuir para o aumento do seu conforto.

Todas as melhorias resultantes deste projeto, são tidas com o objetivo de demonstrar a impotância do designer de interiores enquanto um meio para chegar à requalificação de um negócio, através da sua intervenção no espaço.

Procura-se, então, não só recriar e reformular todo o espaço físico do restaurante de forma a rejuvenescê-lo, como também dar-lhe uma identidade forte e apelativa.

O espaço projetado, com um caráter moderno e sofisticado, tem como objetivo tornar o ambiente do restaurante mais agradável para se desfrutar de uma refeição, e apreciar um momento sensorialmente marcante, através da organização espacial, da escolha de materiais naturais, texturas quentes, iluminação visualmente acolhedora e mobiliário marcante ao nível do design e do conforto .

36





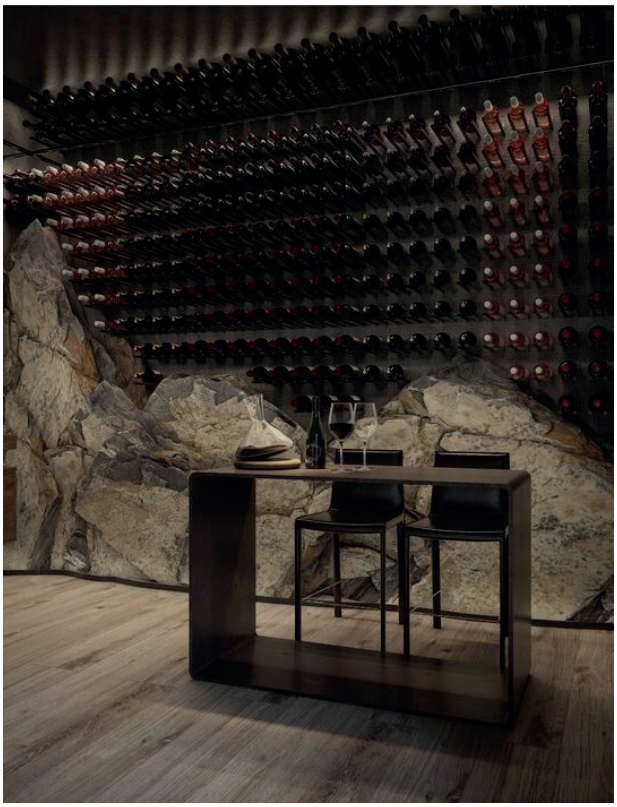




Imagem 36 - Mapa de imagens de inspiração, 2022

NOVO PROGRAMA
Mapa de Zonas

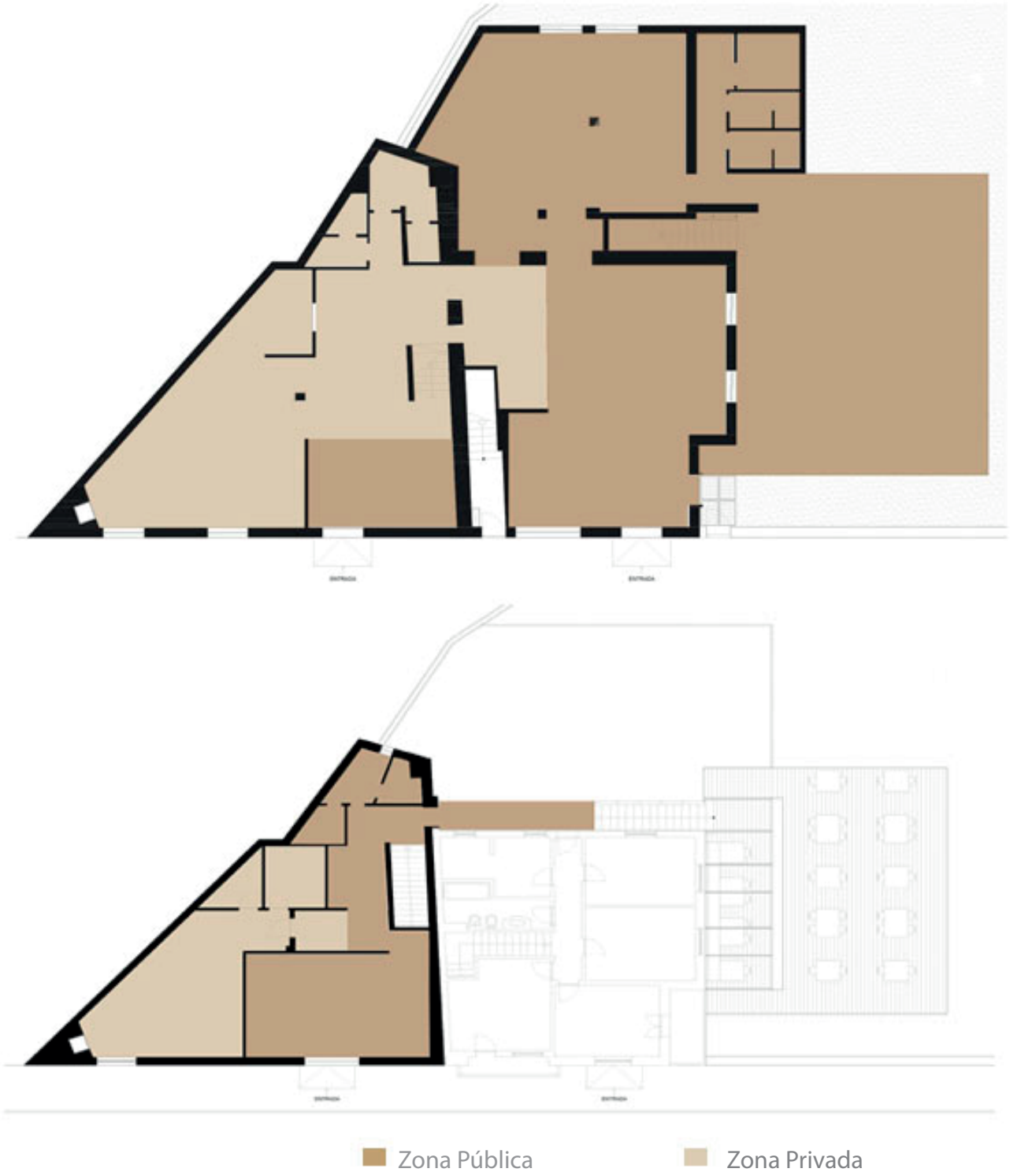




Imagem 37 - Mapa de materiais, 2022

38



Imagem 38 - Mapa de mobiliário, 2022

Como já foi defendido anteriormente, criar uma "atmosfera" é um dos fatores que influencia a formulação da noção de ambiente num determinado espaço, esta procura passa, não só mas também, pela escolha dos materiais e do mobiliário. Em todo o projeto são definidas fundamentalmente três materiais predominantes: o microcimento, a madeira e a cortiça.

O microcimento é proposto como solução para o revestimento das paredes, consideramos um material com mais valias, pois é capaz de dar uniformidade ao espaço, visto que na sua aplicação não são necessárias juntas ou emendas. Este tipo de revestimento é totalmente impermeável, de elevada resistência ao fogo e de manutenção fácil.

Para obtermos um espaço visualmente confortável optamos por definir o flutuante em madeira de carvalho como escolha para todo o piso do restaurante, permitindo uma ligação entre todos os espaços. Escolhemos o material, da marca Forest Paneles, mais conhecido como Wood&Stone que combina madeira de carvalho com SPC (pavimento vinílico). Este oferece grande resistência à humidade devido à sua base de IXPE (isolamento de poliestireno), uma grande absorção do ruído na sua utilização e, também, possuí alta resistência a riscos.

A cortiça, surge neste ambiente, como revestimento dos balcões e em apontamentos de mobiliário. Este material funciona como isolamento térmico e acústico e trás consigo um aspeto altamente decorativo, permitindo criar um ambiente atemporal, sustentável e inovador.

Estes três materiais dominantes são utilizadas pelo seu caráter natural, proporcionando um ambiente confortável e harmonioso.

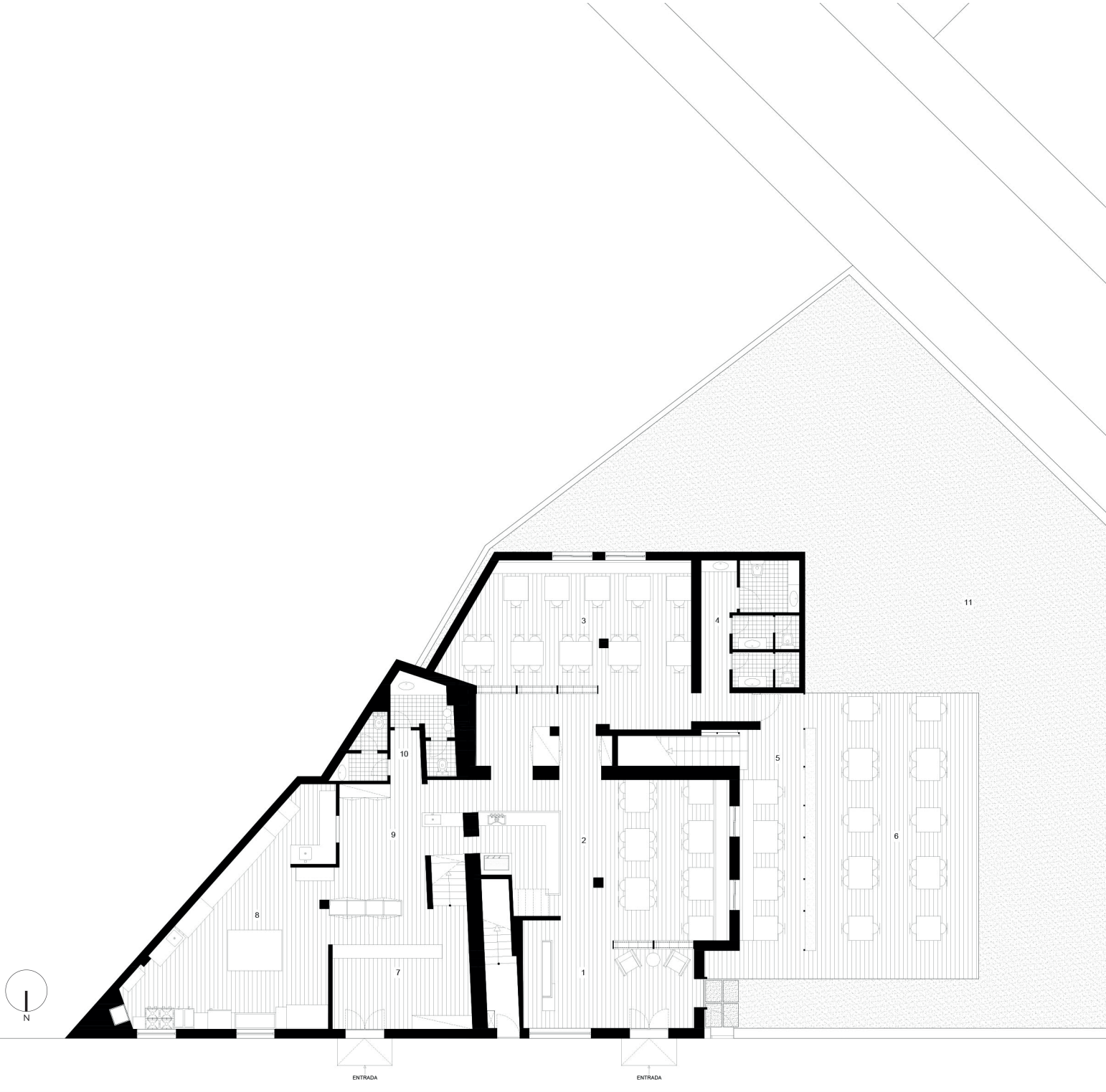
A escolha dos materiais, por si só, não resolve um dos problemas detetados no espaço, como o facto de ser frio e pouco acolhedor. Optamos por trazer conforto através do mobiliário, selecionamos peças, da marca Black Cork da autoria do designer Toni Grilo, com um design inovador e que explora um material com características únicas já referidas em cima- a cortiça. Este mobiliário é escolhido para destacar a zona de receção, criando grande impacto para quem entra no restaurante.

Relativamente ao restante mobiliário, selecionamos as mesas Bloom Central 271, da marca TON, com design de Arik Levy, o pedestal é feito de quatro pedaços de madeira de faia com o acabamento em tom café, que se ramificam para fora como uma árvore, suportando vários tamanhos de tampos, dos quais escolhemos as medidas de 90cm x 90cm e 120cm x 90cm.

As cadeiras escolhidas foram as Roots Chair da marca Around the Tree, com design de Alexandre Caldas. Estas cadeiras de design português existem desde 1953 com acabamento em metal e, desde 2013, nasceram com o acabamento em madeira. Atualmente, existem diversas versões trabalhadas pelo designer. Para este projeto escolhemos a Root Chair com estofo nas costas e no acento, tornando-a numa versão mais elegante confortável. A acompanhar este produto, desenharam-se dois sofás para uso partilhado, com acabamento em tecido veludo, ajudando a tornar o ambiente mais acolhedor.

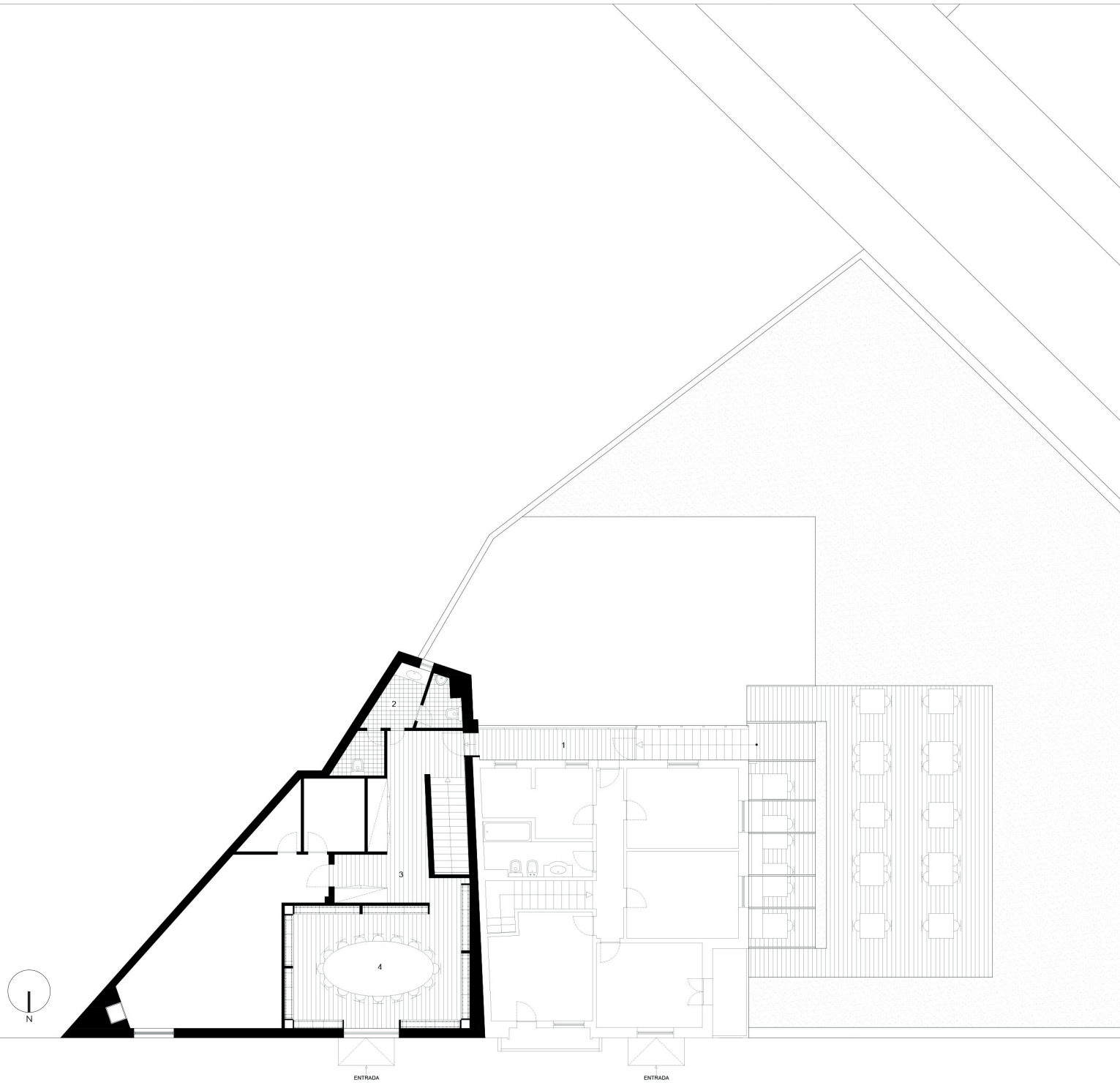
A iluminação é feita através de candeeiros de teto de vidro, com fonte de luz LED, num tom amarelado, conquistando assim uma temperatura cromática mais quente, oferecendo aconchego ao ambiente.

NOVO PROGRAMA
Proposta de Intervenção



Rua José Falcão

LEGENDA PLANTA PISO 0:
1- Zona de Receção; 2- Sala 1; 3- Sala 2; 4- WC; 5- Esplanada Abrigada; 6- Esplanada;
7- Zona de Take-Away; 8- Cozinha; 9- Zona de Serviços; 10- WC



Rua José Falcão

LEGENDA PLANTA PISO 1 :
1- Zona de corredor; 2- WC; 3- Zona de Serviços; 4- Sala 3

Começando pelo espaço da cozinha e zona de take-away, detetamos a necessidade de criar forma de separar visualmente as duas zonas, visto que se torna desconfortável para os funcionários o olhar atento e, por vezes, crítico por parte dos clientes, enquanto estes preparam as refeições. Para tal, projetou-se uma parede com seguimento ao balcão de take-away, conseguindo maior privacidade para os funcionário efetuarem o seu trabalho e uma zona, visualmente, mais agradável para os clientes que aguardam.

O espaço da cozinha encontrava-se organizado e funcional, assim não foi necessário fazer grandes intervenções no layout existencial. Apenas se criou uma abertura para loiça na zona da copa suja, permitindo melhor circulação por partes dos funcionários, evitando o mesmo percurso entre a loiça suja e os pratos que ainda serão servidos. Além disso, apercebemo-nos da necessidade em obter um balcão exclusivo para colocar os pratos já confecionados, localizado de maneira a que os funcionários de mesa não tenham que percorrer a cozinha para chegarem até eles.

Quanto á zona de take-away, esta possuí uma entrada direta da rua, com o intuito de se evitar o cruzamento entre os clientes que utilizam este serviço e os clientes que usufruem da refeição no próprio restaurante. Este espaço encontra-se projetado para funcionar como uma zona de transição entre diferentes serviços. Para tal, desenhou-se um balcão que delimita o espaço para uso dos clientes, enquanto esperam pelas suas encomendas. Atrás desse balcão, pensou-se num armário de vidro, com duas frentes de acesso e refrigerado para armazenar garrafas de vinho, permitindo que o cliente veja os produtos e, ao mesmo tempo, sem interferir com o mesmo, que os funcionários o consigam utilizar sem ter que se deslocar à zona de atendimento de take-away. Com esta estratégia, conseguimos evitar o cruzamento de serviços.

Ainda referente a este local de trabalho, limitou-se o uso das escadas apenas aos funcionários do restaurante.

39



Imagem 39- Ilustração Take-Away

Perante os problema detetados, sentimos que seria importante criar uma área de receção, demarcando-a de forma apelativa do restante espaço, através da escolha sofisticada do mobiliário e da cor verde da parede que se diferencia de todas as outras.

Projetou-se um balcão de atendimento, com acabamento em cortiça e madeira, que servirá para o funcionário competente por este serviço, encaminhar cada cliente à sala pretendida. Um dos problemas com que nos deparamos logo na entrada do restaurante é a volumetria de umas escadas existentes, com o intuito de camuflar esse pormenor, construíu-se uma parede que dá seguimento à zona do balcão.

Para melhorar a privacidade desta zona, desenvolveu-se uma estrutura de garrafeira em madeira e ferro, que permite criar uma barreira visual com o restante espaço, sem ser necessário fechá-lo por completo, protegendo visualmente quem já se encontra na área de refeições.



Imagem 40- Ilustração Receção

41



Imagem 41- Renders Receção

41

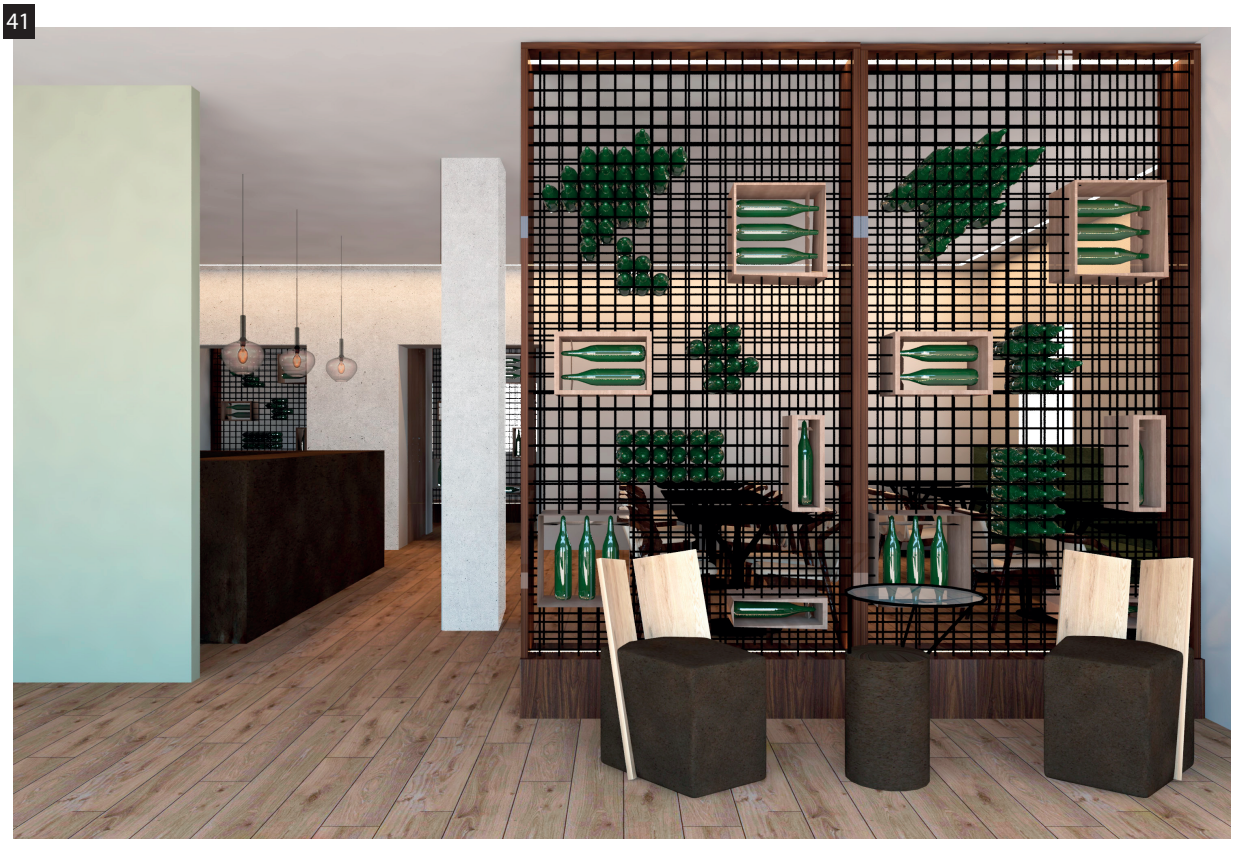


Imagem 41- Renders Receção

Na sala 1 e na sala 2, detetamos o problema de falta de privacidade entre as mesas, devido ao elevado número das mesmas, obrigando-nos à sua redução. Passando de 10 mesas para 7, com capacidade para 24 pessoas, na sala 1; e de 12 mesas para 10, com capacidade para 28 pessoas, na sala 2.

Na sala 1, é mais reduzida na área a utilizar para mesas, visto que, também é composta pelo o balcão de apoio para a funcionários. Pensou-se esta zona de forma a que o trajeto feito pelos clientes, para os restantes espaços, fosse algo fluído e intuitivo, sem ter que se deambular entre as mesas, evitando assim interferir na privacidade de quem lá se encontra.

É nesta sala que encontramos maior ligação entre o interior e o exterior, através das janelas existentes conseguimos um prolongamento visual para a zona de esplanada que é projetada de forma espelhada em relação à sala, conseguindo-se criar uma sensação de continuidade do espaço interior para o exterior.

A transição da sala 1 para a sala 2, é feita por um pequeno corredor criado através de um armário de arrumação, pensado para funcionar como área de apoio aos funcionários.

42



Imagem 42- Ilustração Sala 1



Imagem 43- Render Sala 1

É neste espaço que encontramos o acesso às casas de banho, à esplanada e também, às escadas que nos levam até ao piso 1, onde se encontra a sala 3. Visto isto, pode considerar-se esta, uma zona, muito transitada.

Para conseguir gerar privacidade e aconchego aos clientes que frequentam este espaço, criou-se um corredor com recurso às garrafeiras já utilizadas na zona de receção, funcionando como barreira visual e delineando um percurso.

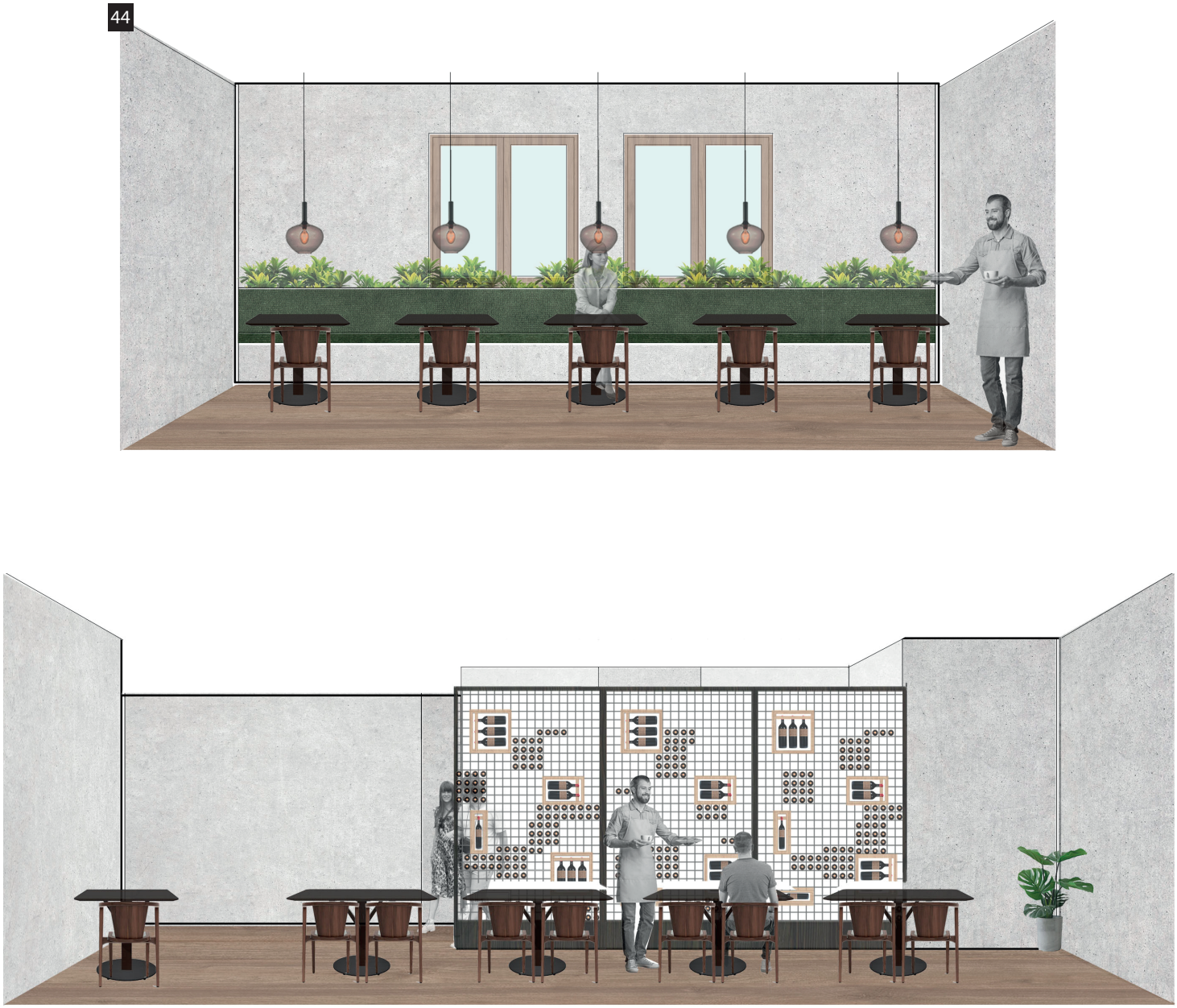


Imagem 44- Ilustração Sala 2



Imagem 45- Render Sala 2

Sala 3

Como já foi referido, a sala 3 situa-se no piso superior. Aqui, também se localiza o armazém do restaurante. O acesso a este espaço, por parte dos funcionários, é feito pelas escadas que ligam diretamente à cozinha; enquanto que para os clientes é feito pelas escadas que se encontram na esplanada.

Neste espaço, existia apenas uma casa de banho mista que, alteramos e convertemos em duas para o uso de sexos diferentes (masculino e feminino).

A sala 3, é projetada para ser a zona soberana do restaurante, funcionando como área de exposição dos vinhos adquiridos pelo proprietário, quase como se funcionasse como a adega do restaurante. É constituída por uma grande mesa com capacidade até 16 pessoas, e envolvida pelas garrafeiras, tornando este espaço único, sofisticado e com uma identidade bem marcada.

Destina-se apenas a refeições com marcação prévia e antecipada, dando exclusividade de uso para uma reserva de cada vez, tornando-se num espaço mais privado e recatado.

46



Imagem 46- Ilustração Sala 3

47



Imagem 47- Render Sala 3

Por último, a zona de esplanda e jardim foi pensada para funcionar como continuidade do espaço interior, sendo desenhada em espelho da sala 1.

Neste espaço, sentiu-se necessidade de criar uma zona abrigada e outra totalmente ao ar livre. Organizada em sequência de "degradâ", onde passamos da zona interior, para a zona abrigada e, por fim, para a zona ao ar livre.

A zona abrigada serve também de percurso para os clientes que se dirigem à sala 3, pelas escadas exteriores, sem que estes sejam sujeitos às condições atmosféricas. Com essa finalidade, projetou-se uma estrutura em ferro com cobertura em vidro.

A zona abrigada é composta por 4 mesas, com capacidade para 12 pessoas; enquanto que a zona ao ar livre é composta por 10 mesas que albergam 28 pessoas. A restante área é utilizada zona de jardim, criando uma simbiose com o espaço envolvente.



Imagem 48- Ilustração Esplanada

CONCLUSÃO

A disciplina de design de interiores tem um papel fundamental na sociedade atual, tendo como principal objetivo servir quem habita e utiliza um determinado espaço. Tal como as outras artes, a pintura ou a música, por exemplo, o design de interiores existe em duas dimensões: uma puramente prática e material e uma outra artística e sensorial, que é o resultado da capacidade interpretativa e emocional de cada um.

O design pensado nas sensações permite criar ambientes, cujo foco principal é a qualidade da experiência do utilizador. Neste contexto, surge o designer de interiores como interveniente para criar ou reformular um espaço de forma a torná-lo mais agradável.

Através da organização espacial, da combinação de diversos elementos de um ambiente, estabelecendo relações estéticas e funcionais, consegue-se harmonizar um determinado espaço conciliando temas como conforto, praticidade e beleza.

Como visitante do restaurante Ponte de Pedra, foi fácil detetar as maiores problemáticas apresentadas neste espaços, a boa relação entre proprietário, funcionários e clientes foram uma mais valia para este trabalho, visto que facilitou a comunicação entre todos e sempre se mostraram disponíveis para ajudar.

O principal objetivo deste projeto passa por conseguir solucionar os problemas encontrados, tornando o espaço agradável. A maior dificuldade foi conseguir uma abstração total do que estou habituada a ver naquele espaço, e pensá-lo como vazio.

Neste projeto, através das indicações dadas, procurou-se criar um espaço agradável e funcional, capaz de cumprir com todas as necessidades encontradas.

BIBLIOGRAFIA

Arilla, José. Binan, Jordi. Otegui, Juan. Fons, Maria, (s.d). Introducción a la historia de bares y restaurantes. Cofradia Vasca de Gastronomia.

Blessa, Regina, (2009). Merchandising no Ponto de Venda. Atlas.

Franco, Ariosvaldo, (2001). De caçador a gourmet: uma história da gastronomia. São Paulo: Senac São Paulo.

Guerreiro, Fábio José Banza, (2018). Uma cozinha portuguesa, com certeza: A culinária portuguesa de António Maria de Oliveira Bello. Mestrado de História Medieval. Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.

Ito, Ren, (2014). Álvaro Siza Design Process: Quinta do Bom Sucesso housing project. Ist Press

Milano Maria, (2005). Do Habitar. Matosinhos: Escola Superior de Artes e Design.

Milano, Maria, (2009). Paolo Deganello: as razões do meu projeto radical. Porto: QuidNovi.

Negrão, Joana, (2014). Hotel Figueira: restaurante, bar e lounge. Mestrado Design de Interiores. Matosinhos: Escola Superior de Artes e Design.

Norman, D. (2000). O design do dia-a-dia. Rio de Janeiro: Rocco.

Norman, D. (2004). Emotional Design: why we love (or hate) everyday things. New York: Basic Books

Shore, Elliott. Rawson, Katie, (2019). Dining Out: A Global History of Restaurants. Reaktion Books.

Zumthor, Peter (2005). Pensar a arquitetura. Editorial Gustavo Gili.

Zumthor, Peter, (2006). Atmosferas: entornos arquitetónicos: as coisas que me rodeiam. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

A Dieta Mediterrânica. Retirado em Setembro 2022 de,
https://www.apn.org.pt/documentos/ebooks/Ebook_Dieta_Mediterranica.pdf

A Psicologia do Design de Interiores do Restaurante, Parte 2: Olfacto. Retirado em Julho 2022 de,
https://www.fohlio.com/blog/the-psychology-of-restaurant-interior-design-part-2-scent

A Psicologia do Design de Interiores do Restaurante, Parte 3: Iluminação. Retirado em Julho 2022 de,
https://www.fohlio.com/blog/the-psychology-of-restaurant-interior-design-part-3-lighting

A Psicologia do Design de Interiores do Restaurante, Parte 4: Acústica. Retirado em Julho 2022 de,
https://www.fohlio.com/blog/psychology-restaurant-interior-design-part-4-restaurant-acoustics

A Psicologia do Design de Interiores de Restaurante, Parte 5: Arquitetura. Retirado em Julho 2022 de,
https://www.fohlio.com/blog/psychology-restaurant-interior-design-part-5-architecture

Design de Interiores: Espaços Comerciais. Retirado em Julho 2022 de,
https://pt.slideshare.net/lucianateixeira18/unid-iii-espaos-comerciais

Gastronomia de Portugal, Retirado em Agosto 2022 de,
https://pt.wikipedia.org/wiki/Gastronomia_de_Portugal

Guia prático para o início e exercício da atividade de Restauração ou de Bebidas. Retirado em Setembro 2022 de,
https://www.dgae.gov.pt/guia-pratico-para-o-inicio-e-exercicio-da-atividade-de-restauracao-ou-de-bebidas.aspx

Projetar Sentidos: A arquitetura e a manifestação sensorial. Retirado em Agosto 2022 de,
https://www.fag.edu.br/upload/contemporaneidade/anais/594c063e6c40e.pdf

1- Zumthor, Peter, (2006). Atmosferas: entornos arquitetónicos: as coisas que me rodeiam. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, pág. 85

2- Franco, Ariosvaldo, (2001). De caçador a gourmet: uma história da gastronomia. São Paulo: Senac São Paulo, pág. 23

3- Norman, D. (2000). O design do dia-a-dia. Rio de Janeiro: Rocco, sp.

4- Zumthor, Peter, (2006). Atmosferas: entornos arquitetónicos: as coisas que me rodeiam. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, pág. 61

5- Zumthor, Peter, (2006). Atmosferas: entornos arquitetónicos: as coisas que me rodeiam. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, pág.29

6- Zumthor, Peter, (2006). Atmosferas: entornos arquitetónicos: as coisas que me rodeiam. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, pág.35

7- Zumthor, Peter, (2006). Atmosferas: entornos arquitetónicos: as coisas que me rodeiam. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, pág.25

8- Zumthor, Peter, (2006). Atmosferas: entornos arquitetónicos: as coisas que me rodeiam. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, pág.47

9- Zumthor, Peter, (2006). Atmosferas: entornos arquitetónicos: as coisas que me rodeiam. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, pág.11

LISTA DE IMAGENS:

1. Termas de Vals, Peter Zumthor, 1996
a.d, sem título, retirado- https://www.archdaily.com/13358/the-therme-vals/5fc140a763c017dd63000ea7-the-therme-vals-photo

2. Capa do livro L'art du Cuisiner, 1814
a.d, sem título, retirado- https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Beauvilliers,_L%27art_du_Cuisinier,_1814.png

3. A pirâmide da Dieta Mediterrânica, 2016
a.d, sem título, Fundación Dieta Mediterranea, retirado- http://metis.med.up.pt/index.php/Ficheiro:DiMed_piramide_pt.png

4. Livro Cozinha Tradicional Portugues, Maria de Lourdes Modesto, 1982
a.d, sem título, retirado- https://www.bertrand.pt/livro/cozinha-tradicional-portuguesa-maria-de-lourdes-modesto/14304137

5. Jantar às Cegas, 2015
a.d, sem título, retirado: https://lucianabarbo.com.br/restaurante-faz-jantar-as-cegas-e-promove-inclusao/

6. Restaurante La Nonna, 2022
a.d, sem título, Laís Napoli para a Revista da Anicer, retirado- https://revista.anicer.com.br/cobogo-ganha-destaque-em-restaurante/

7. Restaurante 71Above, 2018
a.d, sem título, Paul Vu, retirado- https://www.contemporist.com/hexagonally-shaped-ceiling-coffers-help-dampen-sound-in-this-restaurant/

8. Restaurante Nómada, 2017
a.d, sem título, Spacegram, Francisco Nogueira, retirado- https://spacegram.com/portfolio-item/nomadachiado/

9. Restaurante Barril, 2019
a.d, sem título, Ivo Tavares Studio, retirado- https://www.archdaily.com.br/br/950739/restaurante-barril-paulo-merlini-arquitetos

10. Restaurante Exo-Interior, 2021
a.d, sem título, Parham Taghioff, retirado- https://www.archdaily.com/980380/the-exo-interior-restaurant-paad-architects?ad_source=search&ad_medium=projects_tab

11. Restaurante Fama, 2019
a.d, sem título, Ivo Tavares Studio, retirado- https://espacodearquitetura.com/projetos/fama-restaurante/

12, 13, 14. Restaurante Marco, 2020
a.d, sem título, Ivo Tavares Studio, retirado https://www.fmjpc.com/projetos#/restaurantemarco/

15. Desenhos Técnicos, Restaurante Marco, 2020
a.d, sem título, Fmjpc Arquitetura e Design, retirado https://www.fmjpc.com/projetos#/restaurantemarco/

16, 17, 18. Restaurante Barril, 2019
a.d, sem título, Ivo Tavares Studio, retirado- https://www.archdaily.com.br/br/950739/restaurante-barril-paulo-merlini-arquitetos

19. Desenhos Técnicos, Restaurante Barril, 2019
a.d, sem título, Paulo Merlini Architects, retirado https://www.archdaily.com.br/br/950739/restaurante-barril-paulo-merlini-arquitetos

20, 21, 22. Restaurante kOi, 2019
a.d, sem título, Ivo Tavares Studio, retirado- https://www.archdaily.com.br/br/950047/restaurante-koi-box-arquitectos

23. Vista Satélite sobre restaurante Ponte de Pedra, 2022

24. Plantas pré-existente, piso 0 e piso 1, 2022
Levantamento métrico, Mariana Sousa, 2022

25, 26, 27, 28, 29, 30, 31. Fotografias Ponte de Pedra, 2022
Levantamento fotográfico, Mariana Sousa, 2022

32, 33. Dona Maria Restaurante
a.d, sem título, retirado- https://www.facebook.com/DonaMaria.TheLodge/

34, 35. Vinum Restaurant
a.d, sem título, retirado- https://www.facebook.com/vinumporto/

36. Mapa de Imagens de Inspiração, 2022

37. Mapa de Materiais, 2022

38. Mapa de Mobiliário, 2022

39. Ilustração Take-Away
Projeto Final, Mariana Sousa, 2022

40. Ilustração Receção
Projeto Final, Mariana Sousa, 2022

41. Renders Receção
Projeto Final, Mariana Sousa, 2022

42. Ilustração Sala 1
Projeto Final, Mariana Sousa, 2022
43. Render Sala 1

Projeto Final, Mariana Sousa, 2022

44. Ilustração Sala 2
Projeto Final, Mariana Sousa, 2022

45. Render Sala 2
Projeto Final, Mariana Sousa, 2022

46. Ilustração Sala 2
Projeto Final, Mariana Sousa, 2022

47. Render Sala 3
Projeto Final, Mariana Sousa, 2022

48. Ilustração Esplanada
Projeto Final, Mariana Sousa, 2022