

A produção do conhecimento nas Ciências Exatas e da Terra

6,0 Gt CO₂

1,5 Gt CO₂

Ingrid Aparecida Gomes
(Organizadora)



 **Atena**
Editora

Ano 2019

Ingrid Aparecida Gomes

(Organizadora)

A produção do conhecimento nas Ciências Exatas e da Terra

**Atena Editora
2019**

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Lorena Prestes e Geraldo Alves

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

P964 A produção do conhecimento nas ciências exatas e da terra [recurso eletrônico] / Organizadora Ingrid Aparecida Gomes. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019. – (A produção do Conhecimento nas Ciências Exatas e da Terra; v. 1)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-238-8

DOI 10.22533/at.ed.388190304

1. Ciências exatas e da terra – Pesquisa – Brasil. I. Gomes, Ingrid Aparecida. II. Série.

CDD 507

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra “*A produção do conhecimento nas Ciências Exatas e da Terra*” aborda uma série de livros de publicação da Atena Editora, em seu I volume, apresenta, em seus 21 capítulos, discussões de diversas abordagens acerca do ensino e educação.

As Ciências Exatas e da Terra englobam, atualmente, alguns dos campos mais promissores em termos de pesquisas atuais. Estas ciências estudam as diversas relações existentes da Astronomia/Física; Biodiversidade; Ciências Biológicas; Ciência da Computação; Engenharias; Geociências; Matemática/ Probabilidade e Estatística e Química.

O conhecimento das mais diversas áreas possibilita o desenvolvimento das habilidades capazes de induzir mudanças de atitudes, resultando na construção de uma nova visão das relações do ser humano com o seu meio, e, portanto, gerando uma crescente demanda por profissionais atuantes nessas áreas.

A ideia moderna das Ciências Exatas e da Terra refere-se a um processo de avanço tecnológico, formulada no sentido positivo e natural, temporalmente progressivo e acumulativo, segue certas regras, etapas específicas e contínuas, de suposto caráter universal. Como se tem visto, a ideia não é só o termo descritivo de um processo e sim um artefato mensurador e normalizador de pesquisas.

Neste sentido, este volume é dedicado aos trabalhos relacionados a ensino e aprendizagem. A importância dos estudos dessa vertente, é notada no cerne da produção do conhecimento, tendo em vista o volume de artigos publicados. Nota-se também uma preocupação dos profissionais de áreas afins em contribuir para o desenvolvimento e disseminação do conhecimento.

Os organizadores da Atena Editora, agradecem especialmente os autores dos diversos capítulos apresentados, parabenizam a dedicação e esforço de cada um, os quais viabilizaram a construção dessa obra no viés da temática apresentada.

Por fim, desejamos que esta obra, fruto do esforço de muitos, seja seminal para todos que vierem a utilizá-la.

Ingrid Aparecida Gomes

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A CONTEXTUALIZAÇÃO DA CONSTRUÇÃO DE UM CURSO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA VOLTADO PARA O ENSINO DE ASTRONOMIA NA EDUCAÇÃO BÁSICA	
Rachel Zuchi Faria Daniel Rutkowski Soler Evonir Albrecht Marcos Rogerio Calil Marcos Pedroso Marília Rios	
DOI 10.22533/at.ed.3881903041	
CAPÍTULO 2	11
DETECÇÃO AUTOMÁTICA E DINÂMICA DE ESTILOS DE APRENDIZAGEM DE ESTUDANTES EM SISTEMAS DE GESTÃO DE APRENDIZAGEM UTILIZANDO MODELOS OCULTOS DE MARKOV E APRENDIZAGEM POR REFORÇO	
Arthur Machado França de Almeida Luciana Pereira de Assis Alessandro Vivas Andrade Cristiano Grijó Pitangui	
DOI 10.22533/at.ed.3881903042	
CAPÍTULO 3	29
USO DE SOFTWARE COMO FERRAMENTA DE ENSINO-APRENDIZAGEM	
Francisco de Assis Martins Ponce Maria Jorgiana Ferreira Dantas Irla Gonçalves Barbosa	
DOI 10.22533/at.ed.3881903043	
CAPÍTULO 4	36
ESPAÇO E MEMÓRIA NA CONSTITUIÇÃO DA CRIANÇA: APROXIMAÇÕES COM A CARTOGRAFIA ESCOLAR	
Thiago Luiz Calandro João Pedro Pezzato	
DOI 10.22533/at.ed.3881903044	
CAPÍTULO 5	58
FORMAÇÃO DE PROFESSORES DE CIÊNCIAS: UMA LEITURA PEIRCEANA DE NÍVEIS DE SIGNIFICADO DAS ESTAÇÕES DO ANO	
Daniel Trevisan Sanzovo Carlos Eduardo Laburú	
DOI 10.22533/at.ed.3881903045	
CAPÍTULO 6	72
MAPAS CONCEITUAIS E SEU USO COMO FERRAMENTA DE AVALIAÇÃO DE APRENDIZAGEM E ENSINO DE CONCEITOS DE ASTRONOMIA: UM ESTUDO DE CASO	
Marconi Frank Barros Sérgio Mascarello Bisch	

DOI 10.22533/at.ed.3881903046

CAPÍTULO 7 81

VERIFICAÇÃO DA LEI DE TITIUS-BODE EM SISTEMAS EXOPLANETÁRIOS E DETERMINAÇÃO DE FÓRMULAS QUE DESCREVEM AS DISTÂNCIAS PLANETAS-ESTRELA

Vinícius Lima dos Santos
Marcos Rogerio Calil
Manoel de Aquino Resende Neto

DOI 10.22533/at.ed.3881903047

CAPÍTULO 8 97

A RELEVÂNCIA DO APOIO DIDÁTICO NA GRADUAÇÃO DE METEOROLOGIA: ATIVIDADE DO PROGRAMA DE EDUCAÇÃO TUTORIAL

Leticia Prechesniuki Alves
Laíz Cristina Rodrigues Mello
André Becker Nunes

DOI 10.22533/at.ed.3881903048

CAPÍTULO 9 102

UM ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DAS DISTINTAS DEFINIÇÕES DE ANEL

Elisandra Cristina Souto
Marlon Soares

DOI 10.22533/at.ed.3881903049

CAPÍTULO 10 109

UMA INTRODUÇÃO AO ENSINO DA DINÂMICA DOS FLUIDOS COMPUTACIONAL (DFC) UTILIZANDO SCILAB®

Nicolly Coelho
Eduardo Vieira Vilas Boas
Paulo Vataavuk

DOI 10.22533/at.ed.38819030410

CAPÍTULO 11 125

METODOLOGIA PARA O ENSINO DE FÍSICA: ENTRE DEUSES MITOLÓGICOS E ASTROS

Bárbara de Almeida Silvério
Ricardo Yoshimitsu Miyahara

DOI 10.22533/at.ed.38819030411

CAPÍTULO 12 134

AVALIAÇÃO DAS METODOLOGIAS ATIVAS APLICADAS DURANTE O SEMESTRE 2018.1 - DISCIPLINA ECOLOGIA GERAL

Matheus Cordeiro Façanha
Márcia Thelma Rios Donato Marino
Leonardo Holanda Lima
Vanessa Oliveira Liberato
Suellen Galvão Moraes
Diego Oliveira Ferreira

DOI 10.22533/at.ed.38819030412

CAPÍTULO 13	140
OS CAMINHOS QUE LEVAM ÀS CIDADES ACESSÍVEIS: O PANORAMA BRASILEIRO E O PREMIO ACCESS. CITY PARA AS CIDADES DA EU	
Kaíto Loui Sousa do Amaral Vlândia Barbosa Sobreira Angélica de Castro Abreu	
DOI 10.22533/at.ed.38819030413	
CAPÍTULO 14	148
A UTILIZAÇÃO DO DESENHO A MÃO LIVRE NO AUXÍLIO DO ENSINO DO DESENHO TÉCNICO	
Giulia Queiroz Primo Beatriz Maria Moreira Aires Sarah Bastos de Macedo Carneiro	
DOI 10.22533/at.ed.38819030414	
CAPÍTULO 15	154
PROJETO GAMA: UM EXEMPLO BEM-SUCEDIDO DO ENSINO COOPERATIVO NA UFPEL	
João Inácio Moreira Bezerra Rejane Pergher Cícero Nachtigall	
DOI 10.22533/at.ed.38819030415	
CAPÍTULO 16	161
CURSOS DE AGRONOMIA E ENGENHARIA FLORESTAL DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS (UEG) SOB OLHAR DOS EGRESSOS	
Camila Lariane Amaro Adalberto Antunes de Medeiros Neto Fábio Santos Matos	
DOI 10.22533/at.ed.38819030416	
CAPÍTULO 17	169
A EXPECTATIVA DOS ALUNOS PARA COM A DISCIPLINA PLANEJAMENTO DA PAISAGEM NO CURSO DE ARQUITETURA E URBANISMO DA UNIVERSIDADE DE FORTALEZA - UNIFOR	
Ravena Alcântara Holanda Rocha Newton Célio Becker de Moura	
DOI 10.22533/at.ed.38819030417	
CAPÍTULO 18	175
A INFLUÊNCIA DO PROJETO DE ARQUITETURA DE INTERIORES COMERCIAL NO FORTALECIMENTO DA IDENTIDADE VISUAL	
Raíssa Gomes Bastos Capibaribe Maria das Graças do Carmo Dias Ana Caroline de Carvalho Lopes Dantas Dias	
DOI 10.22533/at.ed.38819030418	

CAPÍTULO 19	185
ARQUITETURA DE INTERIORES COMO SINALIZADOR DA APRENDIZAGEM	
Thaiany Veríssimo Andrade Batista de Moraes	
Ana Caroline de Carvalho Lopes Dantas Dias	
DOI 10.22533/at.ed.38819030419	
CAPÍTULO 20	192
IMPACTO CONSTRUTIVO NO ENTORNO DE BENS HISTÓRICOS. CASO DO CENTRO DE FORTALEZA-CE	
Naiana Madeira Barros Pontes Camilo	
Anderson Yago Sampaio Brito	
André Soares Lopes	
DOI 10.22533/at.ed.38819030420	
CAPÍTULO 21	205
O CONTRASTE DAS ABORDAGENS DE PLANEJAMENTO URBANO NO PROCESSO DE ENSIO-APRENDIZAGEM	
Mariana Saraiva de Melo Pinheiro	
Paulo Estênio da Silva Jales	
André Araújo Almeida	
DOI 10.22533/at.ed.38819030421	
SOBRE A ORGANIZADORA.....	220

A INFLUÊNCIA DO PROJETO DE ARQUITETURA DE INTERIORES COMERCIAL NO FORTALECIMENTO DA IDENTIDADE VISUAL

Raíssa Gomes Bastos Capibaribe

Universidade de Fortaleza – Arquitetura e urbanismo
Fortaleza – Ceará.

Maria das Graças do Carmo Dias

Universidade de Fortaleza – Arquitetura e urbanismo
Fortaleza – Ceará

Ana Caroline de Carvalho Lopes Dantas Dias

Universidade de Fortaleza – Arquitetura e urbanismo
Fortaleza – Ceará

RESUMO: Este artigo é resultado da experiência de duas monitoras da disciplina de Arquitetura de interiores ofertada pelo curso de Arquitetura e urbanismo da Universidade de Fortaleza, durante o primeiro semestre de 2017. Pretende-se a partir do método de análise comparativa de fotos de três estabelecimentos comerciais escolhidos juntamente à professora orientadora, apontar os elementos do projeto de arquitetura de interiores comercial usados para fortalecer a identidade visual de cada marca e entender como esses elementos influenciam na dinâmica da loja. Durante a análise de iluminação, revestimentos, disposição de mobiliário, cores e fluxos das lojas Centauro, Riachuelo e Farm,

localizadas no shopping Iguatemi Fortaleza, foram diagnosticadas as diferenças entre os usos dos elementos citados acima, a fim de alcançar objetivos pré-determinados por cada estabelecimento. Consideramos ao fim, a importância do projeto de arquitetura de interiores comercial e seus benefícios para a reafirmação da identidade visual de uma marca.

PALAVRAS-CHAVE: Arquitetura. Interiores. Comercial. Identidade Visual. Projeto.

ABSTRACT: This article is the result of the experience of two monitors of the discipline of Interior Architecture offered by the course of Architecture and urbanism of the University of Fortaleza during the first semester of 2017. It is intended from the method of comparative analysis of photos of three commercial establishments chosen together with the teacher, point out the elements of the commercial interior architecture project used to strengthen the visual identity of each brand and to understand how these elements influence the dynamics of the store. During the analysis of lighting, coatings, furnishings, colors and flows of the Centauro, Riachuelo and Farm stores, located in the Iguatemi Fortaleza mall, the differences between the uses of the elements mentioned above were diagnosed in order to reach predetermined objectives by each establishment. Finally, we

consider the importance of the commercial interior design project and its benefits to the reaffirmation of the visual identity of a brand.

KEYWORDS: Architecture. Interiors. Commercial. Visual identity. Project.

1 | INTRODUÇÃO

O projeto de arquitetura de interiores comercial está diretamente vinculado à imagem da empresa, influenciando inconscientemente os usuários desta, selecionando e atraindo o público-alvo de forma indireta, auxiliando no possível sucesso do estabelecimento. Envolve um profundo estudo sobre o perfil da empresa e da imagem que ela transmite – ou pretende transmitir –, além de ter como uma de suas prioridades a viabilização da praticidade, da funcionalidade e do conforto na execução das tarefas em cada um de seus departamentos (GURGEL, 2005). Isso é obtido por meio de elementos essenciais no projeto como a iluminação, as cores, a circulação, os revestimentos e a disposição de mobiliários. Esses elementos são analisados a seguir em três lojas de propostas diferentes com o objetivo de ressaltarmos a influência do projeto de arquitetura de interiores comercial no fortalecimento da identidade visual da marca.

2 | METODOLOGIA

Em se tratando de um módulo de uma disciplina optativa da grade curricular do curso de Arquitetura e urbanismo da Universidade de Fortaleza, observou-se a necessidade de compreender e analisar melhor o projeto de arquitetura de interiores comercial. Para tanto, decidiu-se comparar as observações dos elementos de projeto feitas a partir de visitas às lojas Centauro, Riachuelo e Farm no shopping Iguatemi Fortaleza. Os estabelecimentos foram fotografados com autorização de funcionários e as fotos foram levadas à discussão em grupo juntamente com a professora orientadora. Também se procurou compreender melhor as diretrizes e os elementos de projetos de interiores comercial, assim como os diferentes usos destes, para analisarmos as relações com o público-alvo e identidade visual de cada empresa.

3 | RESULTADOS E DISCUSSÕES

A análise da influência do projeto de interiores comercial na identidade visual da empresa se deu através da observação dos seguintes elementos construtivos nos estabelecimentos: iluminação, circulação, revestimentos, mobiliários e cores. Abaixo seguem as análises feitas através das fotografias feitas pelas monitoras.



Figura 1: Vitrine da loja Centauro no shopping Iguatemi Fortaleza.

Fonte: Autores.

A fachada contém a marca e suas cores bem destacadas e iluminadas, sendo dividida em duas partes: Vitrine e entrada. A vitrine é um pano de vidro com iluminação de destaque para os manequins que por sua vez expõem os produtos da loja em cenas separadamente. Ao fundo, um painel branco isola quase toda a vitrine da loja interna. A área de entrada é demarcada com totens de segurança que direcionam a entrada do público. Outro elemento usado para direcionar o público dentro da Centauro é a faixa adesivada no piso simulando as demarcações de uma pista de atletismo. Na figura 2, podemos perceber claramente esse direcionamento de fluxo indireto feito pelo elemento descrito acima



Figura 2: Foto interna da loja Centauro no shopping Iguatemi Fortaleza.

Fonte: Autores.

O mobiliário leve, predominantemente araras e expositores de ferro, também

foi disposto de forma destacada para quem caminhasse pela faixa adesivada. Um exemplo são produtos em promoção localizados em pontos estratégicos como a divisão em duas direções da faixa. Não existe mobiliário para os usuários sentarem, além dos poucos bancos próximos ao setor de calçados. Na imagem acima também chamamos atenção para as diferenças de pé-direito criando espaços diferenciados por setores.

Esses setores podem ser distinguidos tanto pela sinalização feita por placas aéreas quanto por painéis adesivados em paredes altas (Na foto, setor de futebol à esquerda e setor de esportes coletivos à direita). Como podemos analisar na imagem abaixo, a faixa adesiva do piso circula toda a loja e o caixa tem destaque situando-se ao centro desta. A iluminação geral branca, fria e bem exagerada afirma o propósito da marca, onde o cliente deve entrar, escolher, efetuar a compra e sair, havendo uma rotatividade maior de consumidores. Há ainda a iluminação de destaque em alguns produtos.

Na figura 3, vemos pendententes de luz branca ao centro destacando os manequins e ao fundo destacando as bicicletas próximas ao caixa. A cor branca é predominante, reforçando a ideia de um ambiente frio, não convidativo para estar. As cores da marca: verde, vermelho e laranja aparecem apenas em placas e painéis informativos e na faixa adesivada no piso. Este por sua vez, um piso vinílico na cor cimento queimado.

As características, citadas acima, do projeto de arquitetura de interiores comercial da loja Centauro, foram pensadas com o objetivo de reforçar a identidade visual e atender ao propósito de vendas da loja: atendimento rápido e rotativo.



Figura 3: Foto interna da loja Centauro no shopping Iguatemi Fortaleza.

Fonte: Autores.

O próximo ponto comercial a ser analisado pela equipe foi a Farm, também localizada no shopping Iguatemi Fortaleza. Inicialmente já observamos a divergência da proposta da marca com a anterior. Na figura 4, a fachada da loja também é dividida em duas partes: a vitrine marcada pelo pano de vidro e alumínio e a entrada com os

totens de segurança. A diferença é que além de a fachada ser menor e mais intimista, a vitrine não possui painel ao fundo, viabilizando a permeabilidade que o vidro possui.



Figura 4: Vitrine da loja Farm no shopping Iguatemi Fortaleza.

Fonte: Autores.

A iluminação geral é branca, entretanto, suave criando um ambiente mais natural e confortável de estar. Assim a iluminação de destaque branca e amarela é mais efetiva sendo usada nos expositores e a iluminação de decoração prevaiente amarela direcionada principalmente para o mobiliário. Na Farm, o mobiliário é um forte indicador da identidade visual proposta: vasos de coqueiros, assentos revestidos de palhinha e mesas de madeira compõem o ambiente. A mobília decorativa e expositores são dispostos de forma que a circulação de clientes é feita de forma intuitiva, eles podem caminhar livremente sem direções predeterminadas.

Robustos pilares redondos revestidos de madeira igualmente aos provadores e ao caixa reforçam o ambiente tropical proposto pela Farm. Um grande painel de ACM branco remetendo à renda contorna todo o interno da loja formando painéis de passagem à pequenos ambientes como os provadores e o caixa. Estes, localizados à direita ao fundo são revestidos, iluminados e decorados com prancha de surf, cortinas de linho brancas, vasos de plantas tropicais e madeira, fortalecendo o ar tropical e intimista da marca.



Figura 5: Foto interna da loja Farm no shopping Iguatemi Fortaleza.

Fonte: Autores.

A paginação do piso é feita para destacar o centro com uma geometria em formato de folha revestida de madeira. O restante é revestido de porcelanato bege que se une em alguns pontos à areia usada na decoração (Figura 5). As cores neutras em tons pastéis como o bege, branco e madeira referenciam a praia, assim como todas as outras características citadas anteriormente.



Figura 6: Foto interna da loja Farm no shopping Iguatemi Fortaleza.

Fonte: Autores.

Os elementos analisados do projeto de arquitetura de interiores comercial da loja Farm no shopping Iguatemi Fortaleza além de validar a identidade visual da marca, selecionam o público-alvo: clientes que entram para comprar sentem-se mais a vontade e acolhidos, enquanto pessoas que passam pela loja podem não se sentirem convidadas a entrar pelo ar intimidador que muitas vezes, a iluminação suave amarela, os portais de ACM branco, os poucos expositores e a localização intuitiva destes,

podem causar. Esses sentimentos são propositais da marca e alcançados através da arquitetura de interiores comercial.

A próxima loja a ser analisada foi a Riachuelo no shopping Iguatemi Fortaleza. Recentemente a identidade visual passou por mudanças consideráveis, tornando-se mais rebuscada em termos de loja de departamento. A mudança da marca trouxe mudanças de cores, revestimentos e mobiliário, mas o conceito continua o mesmo: atendimento rápido e alta rotatividade. Na figura 7, percebemos a fachada grande com quatro divisões: a marca bem destacada, duas vitrines laterais com iluminação de destaque para os manequins e os produtos expostos e painel de fundo preto, isolando o interno da loja. A entrada central é destacada por um pórtico e direcionada pelos totens de segurança.



Figura 7: Vitrine da loja Riachuelo no shopping Iguatemi Fortaleza.

Fonte: Autores.

Na figura 8 abaixo, um exemplo do setor masculino da loja. As muitas araras leves de ferro expõem as roupas espalhadas por todo o espaço criando pequenos corredores que levam à manequins em destaque. Além da linha reta que leva a estes, os manequins estão destacados por um painel de vidro e iluminação de destaque rebaixada (lado direito da figura 8). A circulação é determinada pelos expositores que indiretamente fazem com que o público-alvo caminhe por todos eles de maneira guiada. Os pilares são revestidos de espelhos e a cor branca prevalece sobre o preto, cores da nova marca que afirma a sofisticação desejada na mudança da identidade visual. A iluminação geral é branca e fria, localizada em filamentos pretos paralelos ao longo do teto, onde spots direcionam a iluminação de destaque para expositores desejados



Figura 8: Foto interna da loja Riachuelo no shopping Iguatemi Fortaleza.

Fonte: Autores.



Figura 9: Foto interna da loja Riachuelo no shopping Iguatemi Fortaleza.

Fonte: Autores.

Na figura 9, a paginação de piso muda quando o intuito foi destacar uma área da loja para a marca Pool, onde o piso de madeira sobressai ao porcelanato bege de todo o restante do grande galpão. O mobiliário onde estão expostas as roupas da marca Pool também é diferenciado. Araras e mesas em madeira divergem com o ferro predominante na loja. Ao lado direito da figura 9, o caixa ganha destaque pelo rebaixo no teto de painel laqueado preto com iluminação geral branca. Painéis laterais de vidro usados para resguardar o caixa deixando acesso de clientes apenas pela frente ganham desenho geométrico em mdf. O mobiliário é realçado em alguns setores.



Figura 10: Foto interna da loja Riachuelo no shopping Iguatemi Fortaleza.

Fonte: Autores.

Na figura 10, acima vemos exemplos do mobiliário do setor infantil, feitos em madeira e pintados de cores vibrantes para chamar atenção das crianças. Abaixo vemos o mobiliário do setor de roupas de dormir: armários brancos no estilo clássico, peças decorativas além de produtos expostos para venda e parede de fundo azul claro. Essa troca de mobiliários pontuais é mais uma mudança imposta pela nova proposta da marca: uma loja de departamento menos impessoal em que os clientes escolham os produtos de forma mais interativa, efetuam a compra e saiam, mantendo a rotatividade do conceito.

4 | CONCLUSÃO

Foi possível, através das análises das fotografias de três lojas diferentes, com propostas comerciais distintas, concluir que o projeto de arquitetura de interiores comercial tem forte influência sobre a identidade visual da marca. Conforme Gurgel

(2005), um projeto de interiores comercial incompatível com a proposta da marca pode acarretar o fracasso desta, assim como a relação do projeto com a empresa pode levar esta ao sucesso.

REFERÊNCIAS

GURGEL, Miriam. **Projetando Espaços: guia de arquitetura de interiores para áreas comerciais**. 4ª ed. São Paulo: Senac, 2005.

MALHOTRA, Naresh. **Design de Loja e Merchandising Visual - Criando Um Ambiente Que Convida A Comprar**. 1º ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

MORGAN, Tony. **Visual Merchandising - Vitrinas e Interiores Comerciais**. 2ª Ed. São Paulo: GG, 2017.

