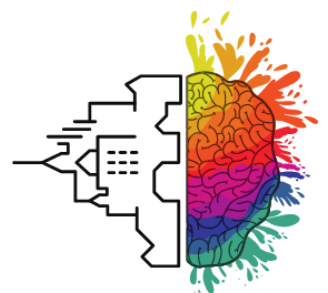


ISABELLE SANTOS SOARES | 2023



A RELAÇÃO ENTRE O AMBIENTE E AS CORES EM  
RESTAURANTES DE MACEIÓ: DO COMPORTAMENTO  
HUMANO E SEUS ASPECTOS CULTURAIS E  
SIMBÓLICOS

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS - UFAL**  
**FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO – FAU**  
**CURSO DE ARQUITETURA E URBANISMO**

**Isabelle Santos Soares**

**A RELAÇÃO ENTRE O AMBIENTE E AS CORES EM RESTAURANTES DE  
MACEIÓ: DO COMPORTAMENTO HUMANO E SEUS ASPECTOS CULTURAIS E  
SIMBÓLICOS**

**Maceió**

**2023**

**ISABELLE SANTOS SOARES**

**A RELAÇÃO ENTRE O AMBIENTE E AS CORES EM RESTAURANTES DE  
MACEIÓ: DO COMPORTAMENTO HUMANO E SEUS ASPECTOS CULTURAIS E  
SIMBÓLICOS**

Produto Final de Graduação, apresentado no semestre 2022.2, no curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Alagoas, como requisito para obtenção de título de bacharel em Arquitetura e Urbanismo.

**Orientadora:** Profª Drª Adriana Guimarães Duarte.

**Maceió**

**2023**

**Catlogação na fonte**  
**Universidade Federal de Alagoas**  
**Biblioteca Central**  
**Divisão de Tratamento Técnico**  
Bibliotecária: Taciana Sousa dos Santos – CRB-4 – 2062

S676r    Soares, Isabelle Santos.

A relação entre o ambiente e as cores em restaurantes de Maceió: do comportamento humano e seus aspectos culturais e simbólicos / Isabelle Santos Soares. – 2023.

66 f. : il. color.

Orientadora: Adriana Guimarães Duarte.

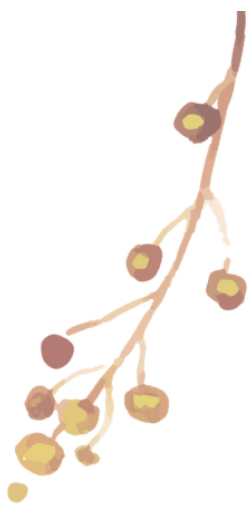
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade Federal de Alagoas. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Maceió, 2023.

Bibliografia: f. 63-66.

1. Psicologia ambiental. 2. Cores. 3. Restaurantes (Projetos). 4. Design de interiores. I. Título.

CDU: 725.71





Que o presente trabalho  
possa despertar a  
sensibilidade e reflexão  
da Arquitetura como  
forma de expressão e  
valores.

## **AGRADECIMENTOS**

Ao Deus Triúno, que cuida de mim nos mínimos detalhes e faz infinitamente mais do que penso ou mereço.

Aos meus pais, Elenice e André, por essa caminhada nem sempre tão simples e por não medirem esforços para ver minha felicidade; foram cinco anos de dedicação e compromisso que não foi só meu. Obrigada por nunca me amarem pouco e nunca acreditarem menos.

Aos meus familiares, obrigada pelo abrigo, pelo riso, pelo teto e pelo lar. Pelo amor e apoio que sempre encontro. Em especial a Maria das Neves, minha avó paterna que sempre foi muito mais que uma avó, fonte inesgotável de amor e bondade. Minhas tias, Eliane e Eliene, dupla que cuida de mim desde sempre, obrigada por tudo e por tanto.

À minha orientadora Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Adriana Guimarães, que admiro imensamente. Quem topou “correr o risco” junto comigo e me passou total confiança durante todo desenvolvimento desse processo; que corrigiu meus textos inúmeras vezes, mesmo com tanta demanda e que sempre se mostrou muito acessível e cuidadosa. Deixo aqui o meu muito obrigada por todo carinho e paciência.

Aos membros da banca Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Caroline Gonçalves e Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Thaísa Sampaio, pessoas incríveis que desfrutaram da profissão de forma leve e prazerosa. Obrigada pelas sugestões, correções, dicas, disponibilidade e o olhar sensível com o meu texto.

Aos professores que fizeram diferença durante esses cinco anos e que faço questão de mencionar: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Adriana Guimarães, Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Caroline Gonçalves, Prof. Dr. Eduardo Toledo, Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Gianna Barbirato, Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Juliana Oliveira, Prof.<sup>a</sup> Laís Albuquerque, Prof.<sup>a</sup> Leticia Brayner, Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Manuella Andrade, Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Mônica Viana, Prof.<sup>a</sup> Poliana Lopes e Prof.<sup>a</sup> Sammea Ribeiro. É nítido ver o amor que vocês têm pela profissão; professores como vocês, que mesmo sem saber, encorajam os alunos a continuar no curso e seguir a tão sonhada carreira de se tornar um Arquiteto e Urbanista.

Aos amigos que compartilharam dessa mesma jornada. À Anna Lourenci, quem foi minha dupla em boa parte dos trabalhos e se tornou muito mais que isso. À Danielle Fonseca, com quem eu dividi boas e muitas fases neste período de universitária. À Marthina Albuquerque, quem sempre se preocupou e fez questão de chegar junto. Ao Rafael Levy, amigo que sempre se mostrou disponível a ajudar e ouvir; obrigada pela cumplicidade. E ao Klyfferson Saturnino, quem tornava os dias mais leves e tem um humor singular.

Aos amigos, que sempre me motivaram e me deram suporte, sou muito feliz por ter vocês. Os nomes não citados não são menos importantes, eu sempre serei grata e lembrarei de cada um com muito amor. E por fim, agradeço especialmente ao Victor Accete, que foi meu maior incentivador, quem sempre torceu pelo meu sucesso e vibrou com minhas conquistas. Obrigada por sempre se mostrar pronto a ajudar de toda e qualquer forma possível, não só nessa etapa, mas na vida.

## RESUMO

A utilização das cores em projetos de restaurantes deve estar diretamente relacionada à maneira como as mesmas influenciam psicologicamente o ser humano, tanto na esfera física quanto emocional. Sabe-se ainda que em projetos arquitetônicos, de interiores e design de restaurantes, as cores são escolhidas visando o objetivo que a empresa em questão tem como foco. Dessa forma, a finalidade do presente trabalho foi abordar como as cores, em suas tonalidades mais fortes e vibrantes, influenciam psicologicamente o ser humano. A partir disso, discorre-se sobre a influência psicológica das cores e os sentimentos que elas exercem no ser humano, tendo como recorte de análise a sua aplicação nos restaurantes em Maceió, visto o grande universo das cores e da sua atuação na arquitetura. Embora cientes do desafio em pauta, do qual sabemos não se pretende aqui esgotar, propõe-se identificar como se dá o uso das cores segundo os estudos empreendidos na área da psicologia, analisando como o arquiteto define a paleta de cores para projetos de restaurantes e ainda aprofundar a importância das cores na ambientação de um projeto de interiores, considerando seus aspectos culturais e simbólicos. Visto que temos uma cultura com cores vibrantes, vale o questionamento do porquê isso não é representado em nossas edificações.(?)

**Palavras-chave:** Psicologia das Cores; Cores; Projetos de Restaurantes; Cultura.

## **ABSTRACT**

The usage of colors in restaurant projects must be directly related to the way the colors psychologically influence human beings, in the physical sphere as well as in the emotional sphere. It is known that in architectural, interior and design projects of restaurants, colors are chosen based on the objective the company has as focus. Thus, the goal of this work was to address how the colors, in their stronger and more vibrant tones, psychologically influence humans. From this, it is discussed about the psychological influence of colors and the sentiments they exert over humans, having as scope of analysis its application on restaurants in Maceió, Brazil, given the wide array of colors and their impact on architecture. Although aware of this challenge, which we do not intend to exhaust the subject, it is intended to identify how is the usage of colors according to the psychology of colors, analyzing how the architect defines the color palette for architectural projects and deepen the importance of colors in ambiance in an interior project, considering its cultural and symbolic aspects. Given that we have a culture of vibrant colors, it is worth questioning why it is not represented on our buildings.(?)

**Keywords:** Psychology of colors; colors; restaurants projects; culture.

## **SUMÁRIO**

|                                                          |           |
|----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. INTRODUÇÃO</b>                                     | <b>09</b> |
| <b>2. PSICOLOGIA AMBIENTAL: RELAÇÃO PESSOA-AMBIENTE.</b> | <b>13</b> |
| <b>3. PERCEPÇÃO DAS CORES E SUAS INFLUÊNCIAS</b>         | <b>24</b> |
| <b>4. ASPECTOS CULTURAIS E SIMBÓLICOS</b>                | <b>34</b> |
| <b>5. RESULTADO DA PESQUISA E ANÁLISE</b>                | <b>41</b> |
| <b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>                           | <b>62</b> |
| <b>REFERÊNCIAS</b>                                       | <b>63</b> |

## 1. INTRODUÇÃO

O interesse pelo tema aqui abordado, inicialmente, se deu pelo gosto e identificação com o uso das cores na confecção de quadros e a customização de produtos com forte característica nordestina (sapatos<sup>1</sup>). Assim como a apreciação da cultura popular, sua profusão de cores, a diversidade de materiais utilizados e como tudo isso deve ser levado em consideração no âmbito da arquitetura, para que possamos ter uma arquitetura correspondente ao local que está inserida

Também foi observado como as cores é um elemento indissociável do nosso cotidiano e a importância que as mesmas têm em promover o “equilíbrio” para os ambientes e, conseqüentemente, para aqueles que o habitam, assim como um gerador de bem estar e de outros fatores que favorecem o dia a dia.

De início buscou-se uma revisão bibliográfica, por meio de pesquisa em livros, teses, artigos e documentos, visando o melhor entendimento conceitual do estudo em questão. Nesse processo, deu-se destaque para Eva Heller<sup>2</sup>, pela profundidade com que a mesma trata do tema e o livro *Iconografia Alagoana*<sup>3</sup>, por ser um livro que trata a cultura Alagoana pelo olhar de uma equipe multidisciplinar.

A utilização das cores em restaurantes especificamente se deu pela curiosidade em saber se as mesmas vêm sendo utilizadas de acordo com o que revelam os estudos e pesquisas empreendidas sobre o tema, ou seja, de como cada cor pode favorecer, ou não, no que se refere à intenção da proposta arquitetônica do estabelecimento.

Como metodologia de investigação, optou-se pela pesquisa qualitativa com entrevistas semiestruturadas. Inicialmente a intenção era realizar entrevistas com 10 arquitetos, mas, ao final do prazo estabelecido para esta etapa, apenas 9 dos 14 arquitetos procurados responderam às perguntas (posteriormente esclareceremos a alteração quanto ao número de participantes). As entrevistas foram feitas com arquitetos que já projetaram algum tipo de restaurante em Maceió, respeitando e

---

<sup>1</sup> O apreço pela pintura e desenho vem desde 2016. Em 2018 se tornou algo profissional com a confecção de quadros personalizados, que passaram a ser vendidos através do instagram: @aquareloo. Assim como a customização de sapatos nordestinos, juntamente com Marthina Albuquerque, que teve início em 2020, através do instagram: @fulaninhaesicraninha.

<sup>2</sup> Eva Heller é socióloga, psicóloga e professora de comunicação e psicologia das cores. Autora do livro **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. Que serviu como grande referencial teórico para compreensão do tema.

<sup>3</sup> Resultado de uma parceria entre SEBRAE e a SEDEC é lançado em Maceió o **Livro Iconografia Alagoana**, que reúne ícones diversos existentes no estado e que fazem parte da nossa cultura.

mantendo a confidencialidade dos mesmos. Analisando as perguntas foi possível compreender os conhecimentos específicos sobre o tema, se utilizam e como utilizam cores vibrantes em suas composições, visto que grande parte dos empreendimentos da cidade é composta de cores mais neutras<sup>4</sup>, como cinza, branco e bege. Contudo, veremos a seguir que a cultura alagoana é muito colorida e indagamos por que a mesma diversidade de cores não se vê refletida nos ambientes dos restaurantes? Como isso afeta na experiência, sentimento e comportamento dos usuários? As entrevistas<sup>5</sup> foram feitas através do programa Google Meet e foram gravadas com o consentimento dos entrevistados. Destaca-se que para a realização dessa etapa do trabalho, foram atendidas todas as recomendações do Comitê de Ética da Universidade Federal de Alagoas (UFAL)<sup>6</sup>.

Sendo assim o presente trabalho tem o objetivo de relacionar a psicologia ambiental<sup>7</sup> e a arquitetura, compreendendo a capacidade de um ambiente promover diferentes sensações em seus indivíduos, refletindo sobre a influência sensorial das cores e como esta, se relaciona também com os aspectos culturais.

Indiferente de qual seja o perfil psicológico do usuário, é a percepção que o mesmo terá do ambiente em que ele se encontra que definirá quais serão as sensações, conscientes ou inconscientes, que o indivíduo irá captar do ambiente natural ou construído que estará fazendo parte.

O bem-estar de um usuário em relação ao seu ambiente de convívio está intimamente ligado à identificação que o mesmo tem do espaço ao seu redor. As escalas de ambientes são infinitas, a diversidade de pessoas também, levando-se em consideração valores, culturas, etnias, entre outros. Percebe-se assim, a pluralidade de personalidades possíveis que devem ser levadas em consideração ao desenvolver a criação de um espaço plural (FERNANDO; MARIA, 2018).

---

<sup>4</sup> Entende-se por cores neutras aquelas caracterizadas por apresentar pouco reflexo, energia e baixa intensidade como o branco, preto e diferentes tons de cinza. São assim chamadas por aceitarem combinação com qualquer outra cor. De acordo com a temperatura de cor, não se enquadram nas cores quentes e frias, pois não transmitem a sensação de calor e frio.

<sup>5</sup> As perguntas em questão são: **Você utiliza cores vibrantes em seus projetos? De que forma? Você já projetou algum restaurante? Você fez uso de cores vibrantes em seu projeto? Como você definiu a paleta de cor do seu projeto?**

<sup>6</sup> As entrevistas foram realizadas após a submissão e aprovação do comitê de ética CAAE: 45608621.4.0000.5013. Submetido em: 30/04/2021.

<sup>7</sup> A Psicologia Ambiental estuda a pessoa em seu contexto, tendo como tema central as inter-relações - e não somente as relações - entre a pessoa e o meio ambiente físico e social. As dimensões sociais e culturais estão sempre presentes na definição dos ambientes, mediando a percepção, a avaliação e as atitudes do indivíduo frente ao ambiente (MOSER, 1998).



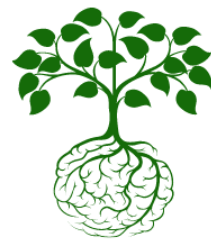
Como descreve Furtado (2005, apud FALAVIGNA; BARAVESCO, 2018, p.2): “Devido ao seu objeto, a Psicologia Ambiental foi, e é, antes de tudo uma Psicologia do espaço, na medida em que ela analisa as percepções, as atitudes, e os comportamentos do indivíduo em sua relação explícita com o contexto físico e social no que ele evolui.”

Não só no primeiro capítulo, mas o referencial teórico que embasou toda a pesquisa foi o livro “A psicologia das cores” de Eva Heller, que mostra que todas as cores têm um significado e sentimento relacionado. Diante da busca de compreensão do comportamento humano através da psicologia ambiental, Jessica Silva escreve um artigo que fala sobre as inter-relações entre as pessoas e os seus entornos sociais e físicos. Para o melhor entendimento do assunto, contamos com o artigo de Rosane Gabriele, que trata da psicologia ambiental em níveis.

No segundo capítulo, contamos com as pesquisas de Alberto Manguel com seu livro “Lendo imagens” através do partido de que toda imagem pode ser lida e traduzida em palavras. Com o auxílio também do artigo “A Psicologia do espaço construído” escrito por Rafael Fernando Falavigna e Angela Maria Bavaresco, que tem como objetivo relacionar a psicologia ambiental e a arquitetura, de forma que seja possível compreender a capacidade de um ambiente promover diferentes sensações em seus indivíduos.

O principal referencial teórico do terceiro capítulo, foi o livro “Iconografia Alagoana” que cataloga símbolos do Estado de Alagoas, obra elaborada pelo Governo de Alagoas, por meio da Secretaria de Estado do Planejamento e do Desenvolvimento Econômico, e o Sebrae Alagoas.

A partir do próximo capítulo trataremos sobre a relação pessoa-ambiente, o quanto o ambiente é um influenciador em nossa experiência e como o estudo da Psicologia Ambiental vem contribuindo com essa relação, seja consciente ou inconscientemente.



# PSICOLOGIA AMBIENTAL: RELAÇÃO PESSOA-AMBIENTE.

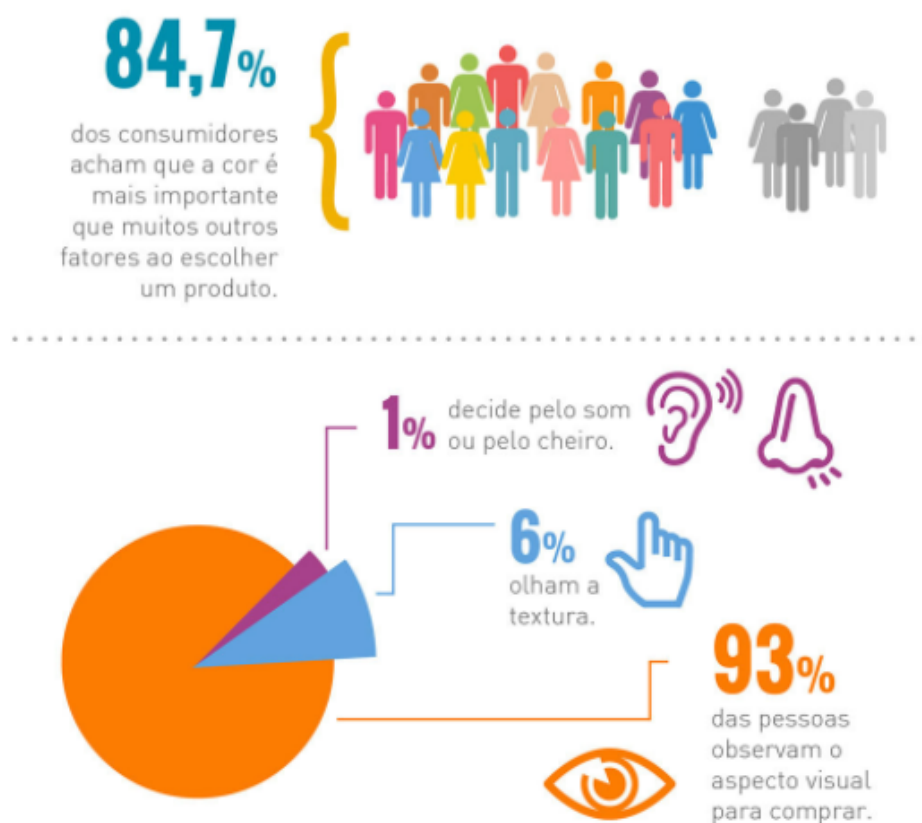
## CAPÍTULO 1



## 2. PSICOLOGIA AMBIENTAL: RELAÇÃO PESSOA-AMBIENTE.

Sabe-se que as cores estimulam nosso cérebro de diferentes formas, seja consciente ou inconscientemente, influenciando a experiência do usuário no espaço, por isso são parte fundamental na composição de qualquer ambiente. Nisso, se dá a relevância do estudo tanto para a arquitetura como para os seres humanos em geral. A preservação das experiências vividas nos lugares impactam diretamente no modo de comportamento das pessoas e esse dado deve ser de extrema relevância quando pensado no âmbito do projeto para os usuários, o que, por via de consequência, também denota a responsabilidade dos arquitetos e designers.

**Imagem 01:** Infográfico sobre a influência das cores no marketing e no dia a dia.





**Fonte:** Marketing Moderno. Disponível em:

<<http://www.marketingmoderno.com.br/a-influencia-das-cores-na-publicidade-e-propaganda/>>.

Acesso em: 19 abril. 2021.

O ser humano é muito visual, na pesquisa acima podemos perceber o impacto que as cores têm sob os produtos comerciais e os ambientes. Sendo uma característica primordial, as cores têm o poder de atrair ou afastar, de aumentar o

interesse no produto e chamar mais atenção do que um mesmo produto sendo em preto e branco. Não servindo somente para produtos comerciais, mas sim, comidas, ambientes ou simplesmente a compreensão. A cor faz parte do nosso dia a dia e utilizar dela de forma positiva, melhora o nosso cotidiano.

As cores se tratam de instrumentos técnicos, responsáveis por proporcionar ao ser humano uma sensação visual, dependendo da sua aplicação e dos tons escolhidos, não se trata apenas de um elemento decorativo ou estético e sim de uma expressão de valores e sentimentos (HELLER, 2013).

Outrossim, pretende-se investigar tais condicionantes, de forma que seja possível compreender a capacidade de um ambiente promover diferentes sensações em seus indivíduos, podendo ainda evidenciar determinado volume ou mimetizar visualmente determinados aspectos do espaço.

Segundo Silva (2014) foi na procura de estabelecer a construção de um ambiente melhor que surgiu a ideia de uma Psicologia Ambiental (PA). Após a Segunda Guerra mundial, surgiu a necessidade e procura por ambientes mais agradáveis, favorecendo não só a construção do espaço, mas levantando a discussão sobre como os espaços deveriam também influenciar o comportamento dos indivíduos de maneira positiva. Essa nova preocupação na construção dos espaços surgiu com o nome de Psicologia Ambiental e até então era uma área distinta da Psicologia.

**Imagem 02:** Ilustração Psicologia Ambiental.



**Fonte:** Cenat. Disponível em:

<https://blog.cenatcursos.com.br/psicologia-ambiental-a-influencia-do-ambiente-na-saude-mental-das-pessoas/>. Acesso em: 26 abril. 2021.

Nos EUA, o psicólogo Kurt Lewin (1890-1947) foi um dos primeiros a dar importância à relação entre o ser humano e o ambiente. Seu objetivo principal era determinar a influência que o meio ambiente exercia sobre as pessoas, as relações que com ele estabelecem, o modo como as pessoas agem, reagem e se organizam conforme o meio ambiente (SILVA, 2014).

No Brasil, a pioneira do gênero foi a Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria do Carmo Guedes, que não possui formação em psicologia, mas trouxe grandes avanços para a Psicologia comportamental e ambiental. Os primeiros estudos datam na década de 70 e surge entrelaçada à arquitetura, principalmente em temas como habitação e moradia. Depois disso foram surgindo na década de 80 publicações não interdisciplinares da PA. Só após 1990 surgiram mais nomes brasileiros no âmbito da pesquisa ambiental e foram sendo criados centros de estudos e laboratórios de pesquisa. Mas, ainda assim a Psicologia Ambiental é uma área de atuação nova na Psicologia e como toda abordagem nova, possui dificuldades de se estabelecer (SILVA, 2014).

Essa psicologia está preocupada em caracterizar as incidências específicas de certos micro e macros ambientes sobre o indivíduo. Como, por exemplo, o estresse, pois para nós o estresse é uma palavra-chave na relação que o indivíduo tem com essa entidade ambiental, a grande cidade. “Se estamos num espaço restringido, pequeno, atuamos de maneira diferente de nosso modo de agir em um espaço amplo” então, o espaço físico é um dos conceitos fundamentais. Outro ponto é a dimensão atemporal “que se entende ao mesmo tempo como projeção no futuro e referência ao passado, à história” nota-se que o indivíduo tem uma noção de tempo que está relacionada com a duração da sua vida. Outro conceito é o comportamento pró-ambiental, fazendo com que o indivíduo ajude o meio ambiente e tenha atitudes favoráveis. Mas essa mudança é temporal, e por isso essa psicologia conta com esse problema em seus estudos (MOSER, 1998).

Para o melhor entendimento sobre o assunto, Roseane de Melo (1991) classificou as áreas de aplicação da Psicologia Ambiental em níveis, sendo eles pessoal, arquitetônico e nível urbano-regional. O primeiro, respectivamente, diz respeito ao espaço pessoal, territorialidade, privacidade e superlotação. A grande contribuição dos estudos referentes ao espaço pessoal é atribuída à descoberta de que o espaço tem um significado, ou seja, o espaço pessoal é visto como uma forma de comportamento não-verbal (MELO, 1991).

**Imagem 03:** Exemplo de nível pessoal. Onde o indivíduo mantém o controle sobre o espaço. Seja uma mesa de trabalho, quarto, banheiro de uso próprio... Onde toda e qualquer ação que envolva entrar no território sem permissão é “sentida como uma invasão à sua intimidade”



**Fonte:** A arquiteta. Disponível em: <https://www.aarquitectura.com.br/blog/5-ideias-escritorio-em-casa/>. Acesso em: 26 abril. 2021.

A territorialidade é uma necessidade do indivíduo de ter o seu espaço e de manter o controle sobre ele. São determinadas por fatores culturais, situacionais, sociais, psicológicos e ambientais. Na verdade, o espaço pessoal é um processo dinâmico onde as interrelações entre os sujeitos variam de acordo com seus papéis, regras sociais, status, etc (MELO, 1991).

Um exemplo de territorialidade bem marcante que podemos levar em consideração são aparatos físicos, tais como: um simples jarro ou um quadro colocado no hall de entrada do apartamento, ou mediante a presença de um vaso de planta, ou até mesmo a porta de entrada. Essa comunicação é uma forma encontrada pelos moradores de mostrar à comunidade e aos demais que, a partir daquele limite, se está entrando em território privado e essa necessidade de diferenciar sua casa, de alguma forma, das outras é uma maneira de destacar o seu território dos demais (MELO, 1991).

Pode-se dizer que o estudo do nível pessoal é a descoberta de que o espaço tem um significado, visto como uma forma de comportamento não-verbal. “Na verdade, o espaço pessoal é um processo dinâmico onde as interrelações entre os



sujeitos variam de acordo com seus papéis, regras sociais, status, etc” (MELO, 1991).

Já no nível arquitetônico, que engloba os princípios de nível pessoal, como por exemplo o de superlotação, privacidade, espaço pessoal, territorialidade, percepção do ambiente como também os efeitos de ruídos, temperatura, circulação do ar e do comportamento são observados e analisados em relação à estrutura ambiental interna dos projetos habitacionais ou de várias outras instituições. De início as pesquisas tinham o objetivo de analisar a maior produtividade dos funcionários de uma indústria, de uma empresa ou de um escritório. Em seguida, os interesses voltaram-se para a coleta de informações sobre o conforto ambiental dos ocupantes, como também no sentido de investigar se a configuração do espaço resultava numa relação social desejável (MELO, 1991).

**Imagem 04:** Exemplo de nível arquitetônico. Utilização de cores para chamar atenção das crianças e layout contribuindo com a participação dos alunos.



**Fonte:** Hélio Teixeira. Disponível em:

<http://www.helioteixeira.org/ciencias-da-aprendizagem/a-pedagogia-e-o-espaco-fisico/>. Acesso em: 26 abril. 2021.

Em estudos relacionados com a avaliação de ambientes, relativos à satisfação pessoal de seus usuários, constatou-se que é preciso ter um entendimento do papel que o ambiente desempenha na vida dos indivíduos, se



quisermos descobrir quais os aspectos do ambiente que deverão ser medidos. Usando o exemplo de escolas, como salas de aulas de ensino infantil, o layout, tal como as cores utilizadas e os elementos que compõem o ambiente físico podem atrair e prender a atenção das crianças, ajudando na colaboração entre os alunos (MELO, 1991).

No estudo voltado para casas e edifícios residenciais foi observado o porquê as pessoas mudaram-se de casas, a forma de uso dos espaços internos, qual o ponto central da casa, entre outros. Esse tipo de pesquisa nos faz compreender a forma como o ambiente é utilizado pelos seus moradores e quais suas possíveis expectativas daquele ambiente. Baseado nos resultados desses dados, pode-se criar uma ficha para auxiliar o arquiteto ou decorador de interiores a compreender melhor seus clientes e satisfazê-los mais inteiramente (MELO, 1991).

Com relação aos edifícios comerciais, os estudos, posteriormente, adotaram um caráter mais humanista, onde passaram a analisar o papel social de grupos e indivíduos nos escritórios. Foi observado que enquanto os escritórios mais tradicionais proporcionam maior nível de privacidade, os escritórios mais modernos conhecidos como “open-plan”, além de proporcionar mais socialização, deixava na mão dos dirigentes o controle, não só da força de trabalho, como também do ambiente físico, através do controle da calefação, ventilação, etc. “Isso gerou alguns desconfortos entre os funcionários e despertou o interesse de alguns psicólogos ambientais para o assunto” (MELO, 1991).

No âmbito dos hospitais, visando a melhora no processo terapêutico dos pacientes, é necessário pensar no funcionamento como um todo, bem como na complexidade de toda a estrutura administrativa do local. Pois a alteração de apenas um ambiente pode acabar acarretando o mau funcionamento de outro. É importante que cada hospital seja estudado dentro do seu particular contexto e que contemple “a avaliação de todos aqueles envolvidos no processo terapêutico, desde o médico passando pelas enfermeiras, terapeuta ocupacional, pacientes, parentes, visitantes, etc” (MELO, 1991).

Um dos estudos que se tem sobre presídios, tinha o intuito de revelar a idealização dos funcionários e presidiários através de suas avaliações sobre um determinado presídio. Ao contrário do que se esperava, não houve diferença na conceptualização dos dois grupos. Porém, diferenças foram encontradas referente

aos tipos de prisões, onde se constatou que eles categorizam as prisões de acordo com seu nível de segurança (MELLO, 1991).

Por fim, no nível urbano-regional incluem-se apenas os estudos dos aspectos psicológicos dos transportes (terrestres, aéreos e aquáticos). Os estudos mais comuns, envolvendo transportes, são sobre a relação entre os efeitos da poluição sonora e atmosférica sobre o comportamento. Muitos desses estudos, em particular aqueles sobre automóveis ou aviões, estão interessados nos efeitos do seu barulho no sono ou no "stress" (MELO, 1991).

Pode ser dividido em três áreas: O estudo do transporte como um elemento destruidor ou perturbador do ambiente, as consequências psicológicas do uso de um particular tipo de transporte e os problemas associados com os usos de uma forma particular de transporte ou sistema de transporte. Outros vários estudos já foram levantados a respeito do assunto, no que envolve a avaliação estética dos ambientes naturais, com o objetivo de alcançar informações sobre o que é considerado belo e apreciável e o que é considerado desprezível, esteticamente. Com esses resultados é possível contribuir para a formulação de políticas públicas, com o intuito de melhorar a qualidade dos ambientes naturais (MELO, 1991).

**Imagem 05:** Exemplo no nível urbano-regional. O ambiente tem o poder de mudar hábitos, incentivando escolhas mais sustentáveis.



**Fonte:** Cenat. Disponível em: <<https://blog.cenatcursos.com.br/psicologia-ambiental-a-influencia-do-ambiente-na-saude-mental-das-pessoas/>>. Acesso em: 30 ago. 2021.

Este estudo diz respeito ao transporte como elemento de mudança urbana, da disposição das cidades, da ambientação de cada região e dos impactos de cada uma dessas realidades na vida das pessoas, dentre outros tantos exemplos. São estudos que levam em conta a necessidade de que se preserve o ambiente como forma de auxílio à saúde mental das populações, entendida a relação micro e macro estabelecida entre homem e espaço como algo fundamental para sua vida, dia-a-dia, bem como para o futuro (MELO, 1991).

A Psicologia Ambiental além de alterar espaços e lidar com o comportamento dos indivíduos nele, gera mudanças cognitivas e perceptivas no ser humano. Seus estudos são elucidativos e fundamentais pelas contribuições que propiciam. Mesmo sendo uma área nova, vem buscando cada vez mais sedimentar seu corpo analítico. Apesar disso, além dos estudos referentes aos fenômenos isolados no comportamento humano, vem somando o estudo das reações humanas a catástrofes. Levando sempre em consideração o ambiente natural em que o fenômeno está sendo estudado (MELO, 1991).

Quando paramos para pensar, vemos que, a todo momento estamos interagindo com o ambiente, onde quer que seja, estamos inseridos num ambiente, seja ele ambiente natural e/ou construído. Isso requer de nós uma forma de analisar e entender qual o melhor modo de se apropriar e utilizar do espaço. “E caso essa forma de utilização estabelecida não nos convenha tentaremos modificá-la para que se adeque aos nossos objetivos e necessidades imediatas” (MELO, 1991).

Percebemos a importância de entender como o espaço foi planejado, construído e como é utilizado por todos. Se atende as necessidades, se a proposta de projeto foi concebida e se houve a apropriação das pessoas com o lugar que habitam, trabalham, passeiam, etc.

Parte-se do pressuposto que em qualquer estudo em que o ambiente físico seja modificado, haverá interferência no ambiente social e, por essa razão, qualquer estudo que envolva a relação "homem-meio ambiente" deve ser analisada de forma global e não dicotomizada (MELO, 1991).

Mesmo a Psicologia Ambiental tendo um vasto escopo, ainda é uma área muito nova, que vem buscando sedimentar seu corpo analítico. Várias disciplinas continuam contribuindo com estudos que se referem a transação do homem com o meio ambiente (MELO, 1991).

Percebemos que uma das principais proposições da Psicologia Ambiental é como o ambiente afeta o nosso comportamento. Sabendo disto, é considerável que o planejamento dos ambientes devem estar diretamente ligados a prática de hábitos melhores e um dos maiores desafios do arquiteto é como trazer isso a partir do projeto.

No próximo capítulo abordaremos a percepção das cores, assim como as suas influências, emoções e sentimentos. Trataremos como cada cor tem uma simbologia e significado e como as mesmas podem trazer um sentimento positivo ou negativo dependendo do seu uso.



# PERCEPÇÃO DAS CORES E SUA INFLUÊNCIA.

## CAPÍTULO 2



### 3. PERCEPÇÃO DAS CORES E SUAS INFLUÊNCIAS

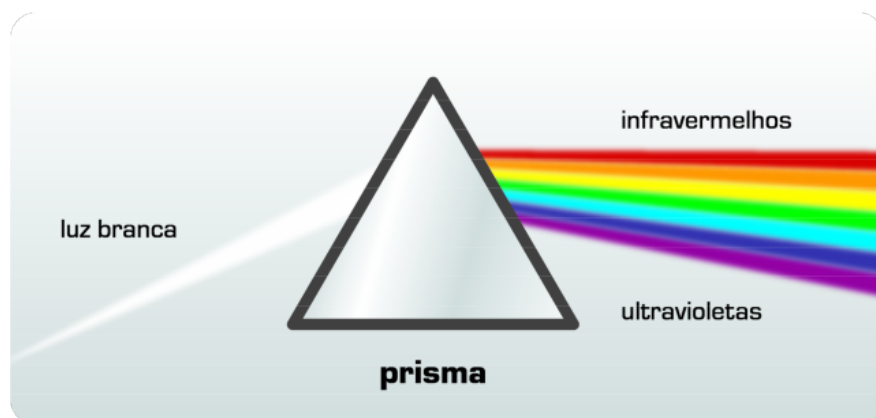
Projetos de arquitetura de interiores comerciais, como lojas, restaurantes, supermercados, hotéis, entre outros, atualmente são elaborados com o intuito de desenvolver uma vivência notável nos seus usuários, fazendo com que os mesmos se sintam atraídos por aquele ambiente, permaneçam por um longo espaço de tempo e retorne futuramente. Para que isso aconteça é necessário que o ambiente promova diversas experiências sensoriais marcantes aos seus usuários, obtidas através do conforto visual, odores, músicas, que ativem facilmente a memória de quem desfrutou daquele espaço (FALAVIGNA; BARAVESCO, 2018).

Um muro colorido ou um instrumento colorido transmite uma mensagem de segurança ou um alerta, uma sensação de calma ou agitação. Ao contrário de uma superfície colorida, um espaço em branco parece exigir um preenchimento, desperta em nós uma vontade de intrusão. O vazio criado por uma moldura se apresenta a nós conjugado no passado sugerindo que está prestes a tornar-se outra coisa, que ele vai adquirir uma identidade mediante uma pincelada de tinta ou um borrifo de cor, que não permanecerá em branco para sempre (MANGUEL, 2001, p. 51).

De acordo com Heller (2013) as cores podem ser usadas em exclusividade para realçar algo marcante, ou compor um ambiente com diversas informações. Ainda segundo o autor, conhecemos muito mais sentimentos do que cores. Dessa forma, cada cor pode produzir muitos efeitos, frequentemente contraditórios, pois cada cor atua de modo diferente, dependendo da ocasião. O mesmo vermelho pode ter efeito erótico ou brutal, nobre ou vulgar. O mesmo verde pode atuar de modo salutar ou venenoso, ou ainda calmante. O amarelo pode ter um efeito caloroso ou irritante. “Em que consiste o efeito especial? Nenhuma cor está ali sozinha, está sempre cercada de outras cores. A cada efeito intervém várias cores, um acorde cromático” (HELLER, 2013, p. 17).

Há registros que no século IV a.C. o filósofo Aristóteles falava sobre o azul e o amarelo como cores primárias, relacionando as cores com as polaridades do cotidiano: sol e lua, masculino e feminino. Mas foi entre os séculos XVII e XVIII, que Newton criou uma teoria para as cores, quando descobriu que a luz branca, ao passar por um prisma, separava-se em diversas cores. Mais tarde descobriu-se que a mistura e suas combinações resultavam em outros tons (ALEY, 2013).

**Imagem 06:** Dispersão da luz branca.



**Fonte:** Uma química irresistível. Disponível em:

<http://umaquimicairresistivel.blogspot.com/2011/03/cor.html>. Acesso em: 26 abril. 2021.

Porém, foi o artista alemão Johann Wolfgang von Goethe que passou a explorar o impacto psicológico das cores no humor e nas emoções. Segundo ele, “a cor não depende somente da luz e do ambiente, mas também da percepção que temos do objeto.” A identificação dos tons é subjetiva, porém os efeitos das cores são universais. As cores quentes, como vermelho, amarelo e laranja são dinâmicas e estimulantes; já as cores frias, como azul, roxo e verde, possuem propriedade calmante, são suaves e estáticas (ALEY, 2013).

Os psicólogos das cores exploram essas associações ancestrais, e suas descobertas são usadas, repetidamente, não só por publicitários mas também por arquitetos, cozinheiros, decoradores e autoridades dos transportes para escolher as cores de escolas e hospitais, combinações de alimentos, áreas residenciais, carros e aviões (MANGUEL, 2001, p. 51).

Durante o estudo foram encontradas diversas relações referentes a tabela abaixo. Por ter uma pesquisa mais aprofundada e ter um nível de detalhe maior no estudo, foi utilizada a tabela de Heller do livro “A psicologia das cores”, onde descreve uma pesquisa feita com duas mil pessoas, de diversas profissões, por toda a Alemanha (HELLER, 2013).

Os resultados das pesquisas demonstram que cores e sentimentos não se combinam ao acaso nem são uma questão de gosto individual – são vivências comuns que, desde a infância, foram

ficando profundamente enraizadas em nossa linguagem e em nosso pensamento (HELLER, 2013, p. 21).

A cor não está destituída de significado, a impressão que a cor causa está associada ao seu contexto, pela entrelaçamento de significados em que a percebemos. Em seu livro, Heller apresenta cada cor contextualizada em todas as formas possíveis, seja no ambiente, em uma vestimenta ou na arte (HELLER, 2013).

**Tabela 01:** Tabela de cores e sentimentos relacionados.

|                 |                                                                                                                                                            |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>VERMELHO</b> | Do amor ao ódio. Perigo, Felicidade, Luxo. A cor do sangue e da vida. Dos anúncios publicitários, se converteu em símbolo de bem-estar.                    |
| <b>AZUL</b>     | Efeito distante e infinito, Harmonia, Simpatia, Fidelidade, Amizade, Confiança. É a cor predileta entre as pessoas, apesar de ser uma cor fria e distante. |
| <b>VERDE</b>    | A cor da fertilidade, da esperança, da natureza. A cor da vida e da saúde, do sagrado, da liberdade.                                                       |
| <b>AMARELO</b>  | A cor mais contraditória. Otimismo e ciúme. A cor da recreação, do entendimento e da traição. Da jovialidade e do otimismo, da inteligência, maturidade.   |
| <b>PRETO</b>    | A cor do poder, da violência e da morte, da dor, do fim. Cor da negação e da elegância. Azar, sujeira e mau.                                               |
| <b>ROSA</b>     | Doce e delicado, chocante. A cor do charme e da gentileza, do carinho erótico, do sentimentalismo e dos milagres.                                          |
| <b>LARANJA</b>  | A cor da recreação, da sociabilidade, cor do perigo, representa a energia. Exótica, penetrante.                                                            |
| <b>BRANCO</b>   | A cor da inocência. Simboliza o bem, a perfeição, o status. Limpeza, pureza, leveza e vazio.                                                               |
| <b>VIOLETA</b>  | Do púrpura do poder à cor da teologia, da magia, do feminismo e da homossexualidade. A mais singular e extravagante das cores. Vaidade e violência.        |

**Fonte:** EVA HELLER, 2013; adaptado pelo autor.

Cada cor pode produzir diferentes efeitos, dependendo do seu tom e de cada ocasião (HELLER, 2013). De acordo com as pesquisas feitas durante o desenvolvimento deste trabalho, percebemos que o significado das cores varia a depender de cada cultura. Em todo o mundo, a simbologia das cores é enraizada socialmente, podendo variar de cultura para cultura.



Shutterstock (2020) relata que existe uma gama de influências culturais que afetam a visão de uma cor específica, como por exemplo: associações políticas e históricas (cores de bandeiras, partidos políticos), associações mitológicas e religiosas (referências à cor em textos espirituais) e associações linguísticas (expressões).

Enquanto muitos associam o negro à morte, os antigos egípcios associaram positivamente o preto à vida, devido ao solo negro rico que inundou o Nilo (SHUTTERSTOCK, 2020). Percebe-se que o significado das cores não é um conceito compreendido universalmente, com associações culturais tão diferentes para as cores em todo o mundo, é importante ter uma compreensão básica desses significados ao projetar qualquer edificação.

As cores influenciam o ser humano e seus efeitos, tanto de caráter fisiológico como psicológico, intervêm em nossa vida, criando alegria ou tristeza, exaltação ou depressão, atividade ou passividade, calor ou frio, equilíbrio ou desequilíbrio, ordem ou desordem, etc. As cores podem produzir impressões, sensações e reflexos sensoriais de grande importância, porque cada uma delas tem uma vibração determinada em nossos sentidos e pode atuar como estimulante ou perturbador na emoção, na consciência e em nossos impulsos e desejos (FARINA; PEREZ; BASTOS, 2011).

Ninguém explica para uma criança que a cor azul lhe traz o sentimento de harmonia e confiança. Esse sentimento se dá através de sua vivência e experiências através de objetos e coisas em sua volta.

Heller (2013) explica que quando associamos sentimentos a cores, pensamos em contextos muito mais amplos. O azul é o céu – portanto azul é também a cor do divino, a cor eterna. A experiência constantemente vivida fez com que o azul fosse a cor que pertence a todos, a cor que queremos que permaneça sempre imutável para todos, algo que deve durar para sempre. Assim como o verde traz a ideia de natureza, de esperança.

Quando lembramos dos episódios vividos ao longo da nossa vida. Mesmo que a gente não se lembre do local exato onde eles aconteceram, as lembranças vêm sempre cercadas de estímulos

sensoriais do ambiente. Uma viagem com amigos, um piquenique com a família, uma visita a um cliente, todos esses episódios aconteceram em lugares específicos cercados de estímulos sensoriais como cores, texturas, iluminação, cheiros e sons. Essa riqueza sensorial dos diferentes ambientes por onde passamos é um dos elementos que contribui para a formação de novas memórias assim como para a recuperação de memórias armazenadas (PAIVA, 2020 apud HOPKIN, 2004, n.p.).

Ou seja, a memorização é influenciada, não só pelo fato memorizado em si, mas também pelo lugar onde a situação aconteceu, atribuindo às lembranças cores, texturas, sons... Como já citado.

É inquestionável que os ambientes influenciam diretamente no comportamento e nas emoções de seus usuários. Estima-se que os seres humanos passem cerca de 90% de seu tempo de vida em espaços internos, por isso é tão importante que eles favoreçam positivamente nossa capacidade cerebral. Sendo assim, diante de tamanha importância, nos últimos anos, uma nova área do conhecimento que busca conectar a neurociência à arquitetura vem se desenvolvendo, com vistas a um termo específico para relacionar os estímulos que o cérebro recebe dependendo do ambiente em que está, conhecida popularmente como neuroarquitetura (MIGLIANE, 2020).

As diferentes características de cada ambiente – como sua iluminação, seu layout e organização, suas cores, texturas, cheiros, sons e as oportunidades e sensações que ele oferece – afetam a fisiologia do corpo e do cérebro. Tais alterações, por sua vez, resultam não apenas em diferenças na percepção de um mesmo lugar ou de uma mesma situação, mas também em mudanças nos níveis de emoção, na tomada de decisão, no comportamento e até mesmo na saúde e no bem-estar. Ou seja, determinados espaços podem estimular estados mentais de maior criatividade ou autocrítica, estimular a concentração ou a dispersão, aumentar a colaboração ou a competição, facilitar ou prejudicar o aprendizado e a memorização, ou até mesmo contribuir para a recuperação da saúde e para a diminuição da percepção de dor (PAIVA, 2020, n.p.).

Projetar espaços que possam agradar grande parte dos usuários é um dos grandes desafios dos arquitetos. Pensar em um projeto pelo viés da neuroarquitetura nos obriga a colocar em primeiro plano a figura humana; para depois complementá-la com as demais etapas que envolvem atender aos requisitos de forma, função e estética. Quando aplicado no dia-a-dia, a neuroarquitetura pode

melhorar a qualidade de vida, estimulando a produtividade, concentração ou criando um ambiente mais confortável e relaxante, a depender da proposta do projeto.

Os edifícios que são construídos não somente devem ter razão e cálculo no seu desenho e construção, mas também, emoção e sentimento em um grau sublime e desde cedo, ter impacto sobre o funcionamento específico de um cérebro que aprende e memoriza. A nova neuroarquitetura estuda perspectivas inéditas com as quais se pode romper tempos e espaços "secos" para convertê-los em tempos e espaços "humanos", em espaços de uma nova ordem e complexidade que obedeçam e potencializem a expressão e o funcionamento dos códigos que o cérebro traz ao nascer (MORA, 2014).

Contudo, a novidade do tema ainda não nos permite estudar os efeitos da cor na arquitetura, como pretendido inicialmente, pois durante a revisão bibliográfica observou-se que ainda há carência de referências publicadas, inclusive, em língua portuguesa. Buscou-se, portanto, como método de análise, as pesquisas empreendidas sobre o assunto, no âmbito da psicologia ambiental. Área que já possui vasta literatura sobre a temática.

Destarte, será observado também como a cor pode influenciar sensações quando associados aos ambientes de uso exclusivo como restaurante, e ainda quanto às intenções e entendimento de arquitetos atuantes em Maceió, sobre a questão, buscando assim aprofundar não só a relação dos usuários com a cor, mas também dos profissionais, já que a escolha da paleta de cor utilizada em um espaço planejado é de sua responsabilidade.

Podemos perceber que os *fast foods* e outros estabelecimentos de alimentação mais rápidos e diretos (como executivos), utilizam algumas cores predominantes: vermelho, amarelo e laranja, e isso se deve aos estudos realizados a partir da psicologia ambiental, pois essas cores despertam no consciente do consumidor ações que não são perceptíveis sem um estudo aprofundado. O vermelho por exemplo é uma cor que inconscientemente desperta a fome, assim como as demais cores consideradas quentes, como laranja e amarelo, sendo essa uma das principais mensagens que as redes de *fast food* oferecem. Além de

também transmitir para o consumidor, agilidade e rapidez nas refeições através das cores.

**Imagem 07:** Análise da marca de um *fast food* cujas cores despertam sentimentos provocados nos consumidores.



**Fonte:** Marketing Moderno. Disponível em:

<<http://www.marketingmoderno.com.br/a-influencia-das-cores-na-publicidade-e-propaganda/>>.

Acesso em: 19 abril. 2021.

Já as cores frias como verde e azul trazem a ideia de tranquilidade e calma, quando combinadas entre si ou com outros tons claros e suaves. Sentimentos que costumam ser evocados quando a opção do restaurante é investir na permanência do cliente, onde eles devam se sentar e aproveitar mais o tempo, ao invés de simplesmente comer e ir embora. Ao perceber a importância que as cores exercem sobre as marcas *The Logo Company* elaborou um infográfico com marcas famosas e a cor predominante em cada uma delas, mostrando como algumas marcas são mais “silenciosas” e outras chamam mais a atenção.

**Imagem 08:** Guia emocional das cores no marketing das empresas.



**Fonte:** Klick Pages. Disponível em: <https://klickpages.com.br/blog/psicologia-das-cores/>. Acesso em: 26 abril. 2021.

Para Fraser e Banks (2011, apud GRILO, 2016, n.p.) “uma cor, ou uma composição colorida, pode significar algo diferente para cada pessoa que olha para ela. Poderíamos dizer que a cor não se forma apenas no olho, mas também no “eu”. Percebemos que a cultura e as experiências vividas ao longo do tempo estão intimamente ligadas com a forma de cada indivíduo sentir. Como ressalta Grilo (2016, n.p.) “Na singularidade das experiências contidas nas trajetórias de cada indivíduo, as cores cumprem papel fundamental na forma de perceber o mundo e de nele se fazer presente”. Farina (2006) complementa o que diz Grilo (2016, n.p.) ao afirmar que “na realidade, a cor é uma linguagem individual. O homem reage a ela subordinado às suas condições físicas e às suas influências culturais” (FARINA, 2006, p.29).

Sendo assim, a cor não deve ser vista como um elemento a ser inserido de qualquer forma no projeto, para que o torne menos opaco e dê um ponto de destaque. A cor deve ser pensada junto com a intenção, o conceito do projeto, o público alvo e, sobretudo, as diferentes sensações que se quer promover, seja

permanência ou evasão, alegria ou tristeza... Sabendo que esse sentimento se expressa por meio da experiência de cada indivíduo.

No próximo capítulo iremos tratar de como as cores deveriam estar ligadas aos aspectos culturais e simbólicos de cada região. Veremos que nossa cultura faz o uso de cores vibrantes e será que isso também é repercutido em nossa arquitetura?



# ASPECTOS CULTURAIS E SIMBÓLICOS.

## CAPÍTULO 3



#### 4. ASPECTOS CULTURAIS E SIMBÓLICOS

Em 1871, Tylor (apud LARAIA, 2011) definiu cultura como sendo todo o comportamento aprendido, tudo aquilo que independe de uma transmissão genética, como diríamos hoje. Podemos perceber que nesse sentido, pode-se dizer que se transportarmos para o Brasil, logo após o seu nascimento, uma criança sueca e a colocarmos sob os cuidados de uma família sertaneja, ela crescerá como tal e não se diferenciará mentalmente em nada de seus irmãos de criação.

O mesmo autor procurou, além disso, demonstrar que a cultura pode ser objeto de um estudo sistemático, pois se trata de um fenômeno natural que possui causas e regularidades, permitindo um estudo objetivo e uma análise capazes de proporcionar a formulação de leis sobre o processo cultural e a evolução (LARAIA, 2001).

Podemos perceber que a arquitetura está relacionada ao contexto onde está inserida, com a cultura do local (ou deveria sempre estar, sabendo-se que uma boa arquitetura é aquela que faz essa relação). Cada sociedade tem seus hábitos e costumes próprios, que podem acabar inspirando uma arquitetura própria. Pois, arquitetura deve ser muito mais do que edificações que cumprem com a forma, função e estética. Ela deve criar ambientes dos quais as pessoas se identifiquem e possam se beneficiar de diferentes maneiras.

O psicólogo americano William James, escrevendo em 1890, sugeriu que as cores só podem ser percebidas em contraste com outras cores; se não podemos identificar o contraste, não podemos ter uma sensação autêntica do seu oposto ou do seu complemento (MANGUEL, 2001).

Atribuímos às cores tanto uma realidade física como uma realidade simbólica, ou (como diriam os mestres medievais) uma representação de si mesmas e uma manifestação da divindade. Em outras palavras, as cores são fisicamente agradáveis em si mesmas (vale dizer, na nossa percepção), mas são também emblemas do nosso relacionamento emocional com o mundo, por meio dos quais intuímos o insondável. Segundo um comentador medieval do Talmude<sup>8</sup>, as quatro cores principais eram o vermelho, o preto, o branco e o verde, as cores do pó do

---

<sup>8</sup> Coletânea de ensinamentos judaicos antigos.



qual o homem foi criado: vermelho do sangue, preto das entranhas, branco dos ossos e verde da pele pálida (MANGUEL, 2001).

Com o passar do tempo essas cartela de cores foi aumentando. No século VI, foram definidas oito cores, que constam terem sido usadas em antigos trajes sacerdotais, conforme a sua significação mística. Já no século XX, o código das cores passou a ser determinado por características físicas como nuança e saturação, que dependem do comprimento de onda, do brilho e da pureza, conforme classificados nos sistemas do físico americano Albert Munsell (1913) e do químico russo-alemão Friedrich Wilhelm Ostwald (1915) (MANGUEL, 2001).

Nesse sentido, entende-se que cada cor possui uma vibração sensorial no indivíduo e suas preferências de escolha se baseiam nas associações de sua vivência, bem como da cultura na qual está inserida. Com estímulos psicológicos atingindo a sensibilidade humana e influenciando nos seres humanos, as cores acabam determinando reações como tristeza, alegria, despertar do apetite ou até mesmo fazer a pessoa se sentir mais confortável ou irritada (HELLER, 2013).

Ao observar a cultura de Alagoas, por exemplo, percebemos de pronto suas cores saturadas, vibrantes e quentes, seja através dos bordados e rendas: reunindo a tradição do feito à mão, originado através da trama de pesca, como a técnica do filé<sup>9</sup>. Vale ainda ressaltar que os referidos bordados e rendas chegaram originalmente à Alagoas (e talvez em todo o Brasil) na cor branca - devido à limitação de tipos de linhas no passado - e aqui ganharam o colorido que desperta o interesse de moradores e turistas.

---

<sup>9</sup> Os maiores núcleos de produção do filé em Alagoas estão localizados nas cidades de Maceió – nos bairros do Pontal da Barra e Riacho Doce – e de Marechal Deodoro). Filé é uma corruptela do francês, *filet*, rede, numa clara alusão ao ofício da pesca com redes. Ou ainda, nos trajes e adereços multicoloridos dos folguedos populares como o Guerreiro e Reisado (GRAFMARQUES, 2011) com fitas, espelhos, contas, coroas, entre outros indumentos que enfeitam os personagens, imitando as vestes dos antigos nobres da colônia (BRANDÃO, 2003).

**Imagem 09:** Bordado filé. Patrimônio alagoano desde 2011, é uma das marcas do artesanato de Alagoas e tipicamente uma manifestação do complexo estuarino Mundaú-Manguaba.



**Fonte:** GRAFMARQUES, do livro Iconografia Alagoana, 2011.

Alagoas é também apontada como lugar de origem do Guerreiro e onde surgiram performances singulares de manifestações culturais existentes noutros territórios, como o coco de roda, originando o chamado Coco Alagoano (GRAFMARQUES, 2011).

**Imagem 10:** Guerreiro, auto popular genuinamente alagoano, é resultante da fusão de Reisados alagoanos, do antigo auto dos Caboclinhos, Chegança e Pastoris.



**Fonte:** Disponível em:

<https://www.alagoasnet.com.br/v3/wp-content/uploads/2018/05/GUERREIRO-LEO-VILANOVA.jpg>.

Acesso em: 21 fev. 2022.

A profusão de cores é ainda vista nas cestarias, cerâmicas e no artesanato em madeira, que possibilitam através de materiais abundantes no meio como o barro, a palha e diversos tipos diferentes de madeira a prática da arte popular e também à confecção do artesanato utilitário, manifestações das riquezas culturais alagoanas (GRAFMARQUES, 2011).

**Imagem 11:** Cestaria de fibra de ouricuri, de Pontal do Coruripe-AL.



**Fonte:** GRAFMARQUES, do livro Iconografia Alagoana, 2011.

Ainda objetos lúdicos e de trabalho, que reúnem soluções populares para o comércio de produtos os mais variados, feito geralmente por intermédio de pequenos veículos elaborados de forma artesanal. Na maioria das vezes confeccionados em madeira, mas que conjugam a ela outros materiais como: alumínio, borracha, cortiça, cerâmica e retalhos de tecidos coloridos (GRAFMARQUES, 2011). Podemos perceber a diversidade de materiais utilizados e como, na maioria deles, a materialização da cor está inserida em nossas manifestações populares.

**Imagem 12:** Brinquedos populares.



**Fonte:** GRAFMARQUES, do livro Iconografia Alagoana, 2011.

O livro “Iconografia Alagoana” apresenta uma ampla pesquisa sobre representações sociais e culturais que referenciam o Estado, incluindo, inclusive, uma sugestão de paleta de cores para Alagoas (Imagem 13).

**Imagem 13:** Paleta de cores Alagoas.



**Fonte:** GRAFMARQUES, do livro Iconografia Alagoana, 2011.

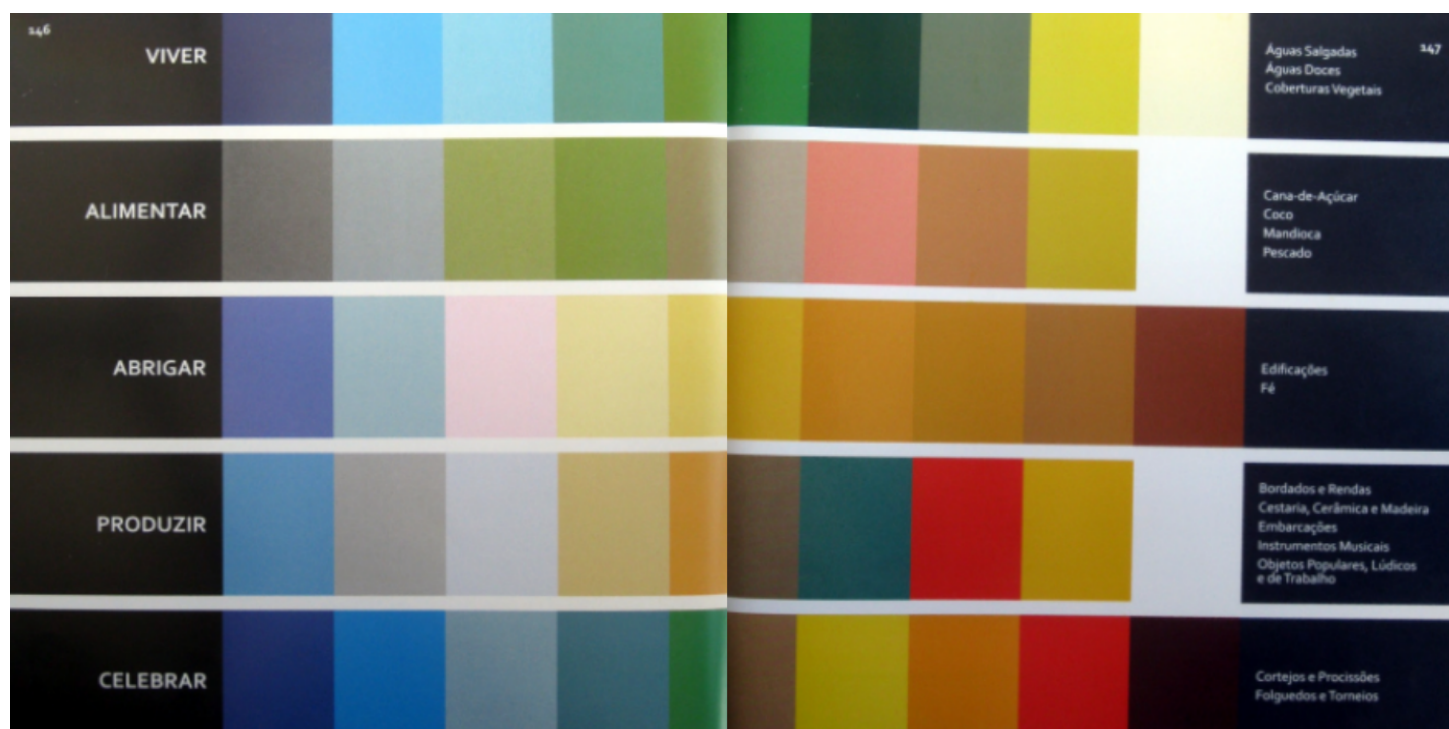
Podemos observar um equilíbrio de cores quentes e frias, assim como cores saturadas e cores mais suaves. Como uma síntese dos muitos elementos levantados que podem ser entendidos como ícones identitários da cultura alagoana e que se fazem presentes em seus artesanatos, rendas, cestarias, entre outros. Através do livro Iconografia Alagoana percebemos que as cores foram associadas aos temas Viver, Alimentar, Abrigar, Produzir e Celebrar, associando ao cotidiano, historiografia, memória do território e modos de vida local, que se desenvolvem, são criados e recriados nos:

...cenários naturais, paisagens, logradouros, artefatos, eventos históricos, iguarias, técnicas, monumentos, obras artísticas e outras expressões de sentimentos, de saberes, de práticas humanas alusivas às Alagoas que, ao longo do tempo e através de inúmeros processos de registro, lograram suplantar o movimento pendular entre a lembrança e o esquecimento e, deste modo, passaram a ocupar um lugar destacado como



símbolos que traduzem a “**cor local**” da cultura (GRAFMARQUES, 2011, p. 14, grifo nosso).

**Imagem 14:** Representação das cores aplicadas aos ícones identitários da cultura alagoana.



**Fonte:** GRAFMARQUES, do livro *Iconografia Alagoana*, 2011.

Nesse sentido, questiona-se, porque temos presente em nossa cultura uma paleta de cores tão variadas e marcantes e as mesmas não são representadas em nossas edificações? Sabe-se também, que as cores trazem consigo expressão de valores e sentimentos. Ainda, se a arquitetura deve relacionar-se ao contexto onde é produzida, podemos comprovar tais características identitárias no contexto urbano de Maceió?

Buscando refletir sobre tais questionamentos, foram realizadas entrevistas com arquitetos que já projetaram restaurantes ou lanchonetes em Maceió, analisando seus conhecimentos sobre o tema e como eles definem a escolha da paleta de cores para seu projeto.



# RESULTADO DA PESQUISA E ANÁLISE.

## CAPÍTULO 4



## 5. RESULTADO DA PESQUISA E ANÁLISE

Foram procurados 9 arquitetos que já projetaram algum tipo de restaurante, com os seguintes questionamentos: 1. Você utiliza cores vibrantes em seus projetos? De que forma? 2. Você já projetou algum restaurante? Se sim, você fez uso de cores vibrantes em seu projeto? 3. Como você definiu a paleta de cor do seu projeto?

Quanto ao resultado da pesquisa realizada com os profissionais, dos 14 arquitetos selecionados, devido aos projetos desenvolvidos para restaurantes e/ou espaços relacionados à gastronomia (cafés, lanchonetes, etc.) em Maceió, apenas 9 concordaram com a entrevista. Os 5 demais aceitaram o convite, mas não retornaram as mensagens, mesmo após inúmeras tentativas por parte do pesquisador. As entrevistas foram feitas com o objetivo de analisar seus conhecimentos sobre a influência psicológica das cores, se utilizam e como utilizam as cores (se vibrantes e saturadas) em suas composições e como os mesmos definem a paleta de cores dos seus projetos. Buscando auxiliar a compreensão, as respostas foram sintetizadas em forma de tabela, abaixo apresentada:

| 1. Você utiliza cores vibrantes em seus projetos? De que forma?                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>RESPOSTA ARQUITETO A</b><br><br>Sexo: Feminino<br>Idade: 42<br>Tempo de atuação: 18 anos<br>Ramo de atuação: Interiores (tanto comercial quanto residencial). | Costuma utilizar cores vibrantes, mas ressalta que depende muito do perfil de cada cliente, do contexto que a cor estará inserida, da sensação que irá causar nas pessoas que entrarão nos ambientes e cita: “na minha casa tenho todas as paredes da sala cinza e quis chamar atenção para um determinado ponto da sala, então coloquei um azul bem forte” e ressalta que tudo depende muito da sensação que se quer causar nas pessoas. |
| <b>RESPOSTA ARQUITETO B</b><br><br>Sexo: Femino<br>Idade: 41<br>Tempo de atuação: 6 anos<br>Ramo de atuação: Especialização em                                   | Constatou que raramente utiliza cores vibrantes em seus projetos. Geralmente escolhe uma paleta mais neutra, porque considera que é atemporal, principalmente no que se refere a grandes volumes, pois eles permanecerão por muito tempo no ambiente, terão uma difícil manutenção e possuem                                                                                                                                              |

|                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| arquitetura hospitalar.                                                                                                                                      | valor agregado considerável (piso, paredes, sofá, armários...). Prefere utilizar as cores nos adornos (vasos, quadros, almofadas, tapetes...), pois são fáceis de retirar do ambiente, tem o custo mais baixo e o cliente tem a liberdade de ir trocando de acordo com o momento e até mesmo com a rotina de sua vida.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>RESPOSTA ARQUITETO C</b><br><br>Sexo: Masculino<br>Idade: 73<br>Tempo de atuação: 45 anos<br>Ramo de atuação: Geral                                       | Ressalta que a cor faz parte da vida de cada um e que ele utiliza cores vibrantes em seus projetos de acordo com a intenção da proposta, e dá o exemplo de uma lousa em uma escola, que para chamar atenção é necessário que a borda se destaque, podendo ser utilizada a cor amarela. E continua falando que as cores não devem ser colocadas aleatoriamente e nem porque estão “na moda”. E conclui a primeira resposta dizendo que não acredita em “tendência de cor”, mas em atender à necessidade das pessoas, do ambiente ou daquilo que o arquiteto quer reproduzir no ambiente, se o objetivo é atrair pessoas para permanecer mais tempo ou expulsar do ambiente. |
| <b>RESPOSTA ARQUITETO D</b><br><br>Sexo: Femino<br>Idade: 32<br>Tempo de atuação: 9 anos<br>Ramo de atuação: Projetos residenciais, comerciais e interiores. | Normalmente utiliza uma cartela neutra para a base do projeto e as cores vibrantes ficam por conta de objetos decorativos ou móveis que não sejam fixos, para serem trocados com facilidade, caso o cliente canse da cor. E relata que só utiliza cores vibrantes se for o caso de fazer referência a logo ou algo mais específico do serviço.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>RESPOSTA ARQUITETO E</b><br><br>Sexo: Femino<br>Idade: 30<br>Tempo de atuação: 5 anos<br>Ramo de atuação: Projetos comerciais.                            | Diz que depende muito da proposta de cada cliente e de cada restaurante. E conta que em um dos projetos utilizou a cor laranja por conta do desejo da rotatividade de clientes, e explica que faz o uso dessas cores vibrantes quando o objetivo é que o cliente não permaneça por muito tempo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>RESPOSTA ARQUITETO F</b><br><br>Sexo: Feminino<br>Idade: 26                                                                                               | Utiliza cores vibrantes. E relata que dependendo do ambiente essas cores são utilizadas no próprio projeto como em paredes, texturas e revestimentos, ou utilizadas em peças e decorações, de forma mais                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |



|                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Tempo de atuação: 5 anos<br/>Ramo de atuação: Projetos de interiores, arquitetônicos residenciais e comerciais (foco maior em projeto de interiores).</p>                                                                                                  | <p>pontuais, como em luminárias, mobiliário e peças decorativas.</p> <p>Descreve que de acordo com a proposta do projeto, essas cores são bem colocadas para produzir espaços com mais personalidade e modernidade, buscando sempre o equilíbrio entre esses tons e os restante do projeto.</p> <p>Também as utiliza para separar os ambientes, como por exemplo em restaurante/bar, separar o salão principal do espaço lounge.</p>     |
| <p><b>RESPOSTA ARQUITETO G</b></p> <p>Sexo: Feminino<br/>Idade: 31<br/>Tempo de atuação: 8 anos<br/>Ramo de atuação: Projetos residenciais, comerciais e interiores.</p>                                                                                      | <p>Utiliza cores vibrantes. Geralmente de forma mais pontual. Na maioria das vezes estão presentes em objetos decorativos ou em algum elemento que se pretende destacar (ex: piso, parede, teto ou mobiliário).</p>                                                                                                                                                                                                                      |
| <p><b>RESPOSTA ARQUITETO H</b></p> <p>Sexo: Feminino<br/>Idade: 28<br/>Tempo de atuação: 5 anos<br/>Ramo de atuação: Projetos arquitetônicos de residências, reforma e ambientação, loteamento, projetos comerciais e projetos luminotécnico específicos.</p> | <p>Não costuma utilizar cores vibrantes em paredes ou marcenaria, prefere utilizar toques pontuais nos adornos, como em um quadro, almofadas, uma mesinha de apoio.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <p><b>RESPOSTA ARQUITETO I</b></p> <p>Sexo: Feminino<br/>Idade: 31<br/>Tempo de atuação: 8 anos<br/>Ramo de atuação: Geral</p>                                                                                                                                | <p>Utiliza cores vibrantes, mas sempre equilibradas com cores neutras e/ou materiais atemporais e naturais como pedra, concreto, madeira, entre outros. Ressalta que depende do conceito do projeto, quando o cliente solicita e está aberto a propostas mais inovadoras, o uso das cores vibrantes podem ser utilizadas sem harmonizar com materiais mais sóbrios, mas sempre tentando balancear e complementar os tons escolhidos.</p> |

| Conclusão                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Embora o Arquiteto C tenha conhecimento quanto à interferência das cores nos ambientes e dos sentimentos que podem despertar no usuário, pois entende que tais sentimentos podem ser muito pessoais, tendo relação com o passado, experiências e crenças.</p> <p>Assim como os demais, também faz uso das cores vibrantes, sendo em pequenas áreas do ambiente, buscando criar um ponto de interesse, geralmente em apenas alguns objetos que podem ser retirados ou modificados com facilidade. Confirmamos o receio dos arquitetos em investir em cores vibrantes em superfícies maiores, na maioria das vezes optam pela utilização da cor em escalas pequenas quando comparadas à edificação/ambiente em si.</p> |                                                                                                                                          |
| 2. Você já projetou algum restaurante? Se sim, você fez uso de cores vibrantes em seu projeto?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                          |
| <b>RESPOSTA ARQUITETO A</b><br><br>Sexo: Feminino<br>Idade: 42<br>Tempo de atuação: 18 anos<br>Ramo de atuação: Interiores (tanto comercial quanto residencial).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Já projetou restaurantes, lanchonete, cafeteria e em todos utilizou pelo menos uma cor vibrante em algum ponto do ambiente.              |
| <b>RESPOSTA ARQUITETO B</b><br><br>Sexo: Femino<br>Idade: 41<br>Tempo de atuação: 6 anos<br>Ramo de atuação: Especialização em arquitetura hospitalar.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Já projetou restaurante e diz que inclusive tem uma reforma em andamento e umas das solicitações do cliente foi inserir cor nas paredes. |
| <b>RESPOSTA ARQUITETO C</b><br><br>Sexo: Masculino<br>Idade: 73<br>Tempo de atuação: 45 anos<br>Ramo de atuação: Geral                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Já projetou restaurante e fala que utilizou cores vibrantes em alguns deles com o objetivo de atrair o público.                          |
| <b>RESPOSTA ARQUITETO D</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Já projetou lanchonetes e em uma delas utilizou                                                                                          |

|                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Sexo: Fêmino<br/>Idade: 32<br/>Tempo de atuação: 9 anos<br/>Ramo de atuação: Projetos residenciais, comerciais e interiores.</p>                                                                                       | <p>detalhes vermelhos fazendo referência a logo.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p>RESPOSTA ARQUITETO E</p> <p>Sexo: Fêmino<br/>Idade: 30<br/>Tempo de atuação: 5 anos<br/>Ramo de atuação: Projetos comerciais.</p>                                                                                      | <p>Já projetou lanchonetes e em uma delas utilizou a cor laranja com o objetivo de ter uma grande rotatividade de clientes.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <p>RESPOSTA ARQUITETO F</p> <p>Sexo: Feminino<br/>Idade: 26<br/>Tempo de atuação: 5 anos<br/>Ramo de atuação: Projetos de interiores, arquitetônicos residenciais e comerciais (foco maior em projeto de interiores).</p> | <p>Sim, já projetou um restaurante/bar que tinha uma pegada mais descontraída e mais moderna, e explica que as cores vibrantes foram indispensáveis nesse projeto. E faz a observação que as cores foram equilibradas com o uso do cimento queimado.</p> <p>O local que ganhou destaque com o uso da cor foi o lounge, que além de dar esse destaque para uma área mais exclusiva, também foi utilizada para dar a sensação de ambientes diferentes.</p> |
| <p>RESPOSTA ARQUITETO G</p> <p>Sexo: Fêmino<br/>Idade: 31<br/>Tempo de atuação: 8 anos<br/>Ramo de atuação: Projetos residenciais, comerciais e interiores.</p>                                                           | <p>Já projetou uma cafeteria. Onde a paleta de cores foi escolhida pela própria cliente e era composta por cores predominantemente vibrantes.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <p>RESPOSTA ARQUITETO H</p> <p>Sexo: Fêmino<br/>Idade: 28<br/>Tempo de atuação: 5 anos<br/>Ramo de atuação: Projetos arquitetônicos de residências, reforma e ambientação, loteamento,</p>                                | <p>Já projetou restaurantes. Em um, foram tons neutros que faziam referência com a marca, então todo o projeto foi pensado considerando essa paleta. Foi utilizado o tijolo travertino, a madeira, e tons de marcenaria claros, tornando o ambiente bem sofisticado.</p>                                                                                                                                                                                 |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| projetos comerciais e projetos luminotécnico específicos.                                                                                                                                                                                                                                              | Já em uma lanchonete a marca trazia a referência do laranja, e como foi no Centro da cidade teria que chamar mais atenção das pessoas, dessa forma, a marcenaria foi utilizada no tom amadeirado, mas a bancada onde os alimentos ficam expostos foi executada no tom laranja, que era o tom da marca. Ademais, todo o restante da mobília e revestimentos foram pensados nos tons neutros e com o toque pontual apenas para a bancada com os alimentos.                                                                   |
| <b>RESPOSTA ARQUITETO I</b><br><br>Sexo: Feminino<br>Idade: 31<br>Tempo de atuação: 8 anos<br>Ramo de atuação: Geral                                                                                                                                                                                   | Já projetou cafeteria e utilizou cores vibrantes.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Conclusão</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| É possível admitir, diante da fala dos entrevistados, que em se tratando de ambientes como restaurantes, por ser um espaço de transição das pessoas e pouca permanência, os arquitetos consideram “arriscar” mais na utilização das cores vibrantes, mas ainda assim a utilização é em áreas pequenas. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>3. Como você definiu a paleta de cor do seu projeto?</b>                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>RESPOSTA ARQUITETO A</b><br><br>Sexo: Feminino<br>Idade: 42<br>Tempo de atuação: 18 anos<br>Ramo de atuação: Interiores (tanto comercial quanto residencial).                                                                                                                                       | O Arquiteto A informou que costuma considerar um conjunto de fatores como partido para escolha da paleta de cores. Citou um projeto específico em que de início a escolha se deu através da marca do restaurante (que tem em sua composição 3 tons de azul), em seguida o fator da localização (a beira mar), com o objetivo de criar uma atmosfera bem náutica. Outro fator também foi o entorno, 2 restaurantes vizinhos, tanto do lado esquerdo como do lado direito, tem as logomarcas e os ombrelones na cor amarela, |

|                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                              | então a escolha do azul tanto nos ombrelones como nos pontos de cores dentro do restaurante projetado, traria um destaque em cor diferente (já que os outros 2 eram muito parecidos) para quem estivesse passando do lado de fora. Finalizou dizendo que acredita que conseguiu o destaque desejado usando a cor azul nessa localização.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>RESPOSTA ARQUITETO B</b><br><br>Sexo: Femino<br>Idade: 41<br>Tempo de atuação: 6 anos<br>Ramo de atuação:<br>Especialização em<br>arquitetura hospitalar. | Para atender à resposta usa como exemplo um projeto em andamento, que é a reforma de um restaurante que utilizou o círculo cromático para fazer uma triangulação de cores e usou o verde e o laranja, em uma tonalidade mais fria, como conceito de projeto. O ambiente foi projetado com o corpo (grandes volumes) de piso cimentício, coberta e mobiliário, ambos em madeira, configurando a base neutra. Então, quis que as paredes fossem as protagonistas do restaurante e colocou cores nesses volumes. E ressalta que “diferentemente do projeto residencial, o comercial por ser mais apelativo e também dependendo do conceito projetual, nos oferece uma liberdade maior em ousar nas cores.” |
| <b>RESPOSTA ARQUITETO C</b><br><br>Sexo: Masculino<br>Idade: 73<br>Tempo de atuação: 45 anos<br>Ramo de atuação: Geral                                       | Descreveu que não utiliza muito paleta de cor para o projeto, mas que faz uso de uma “anamnese”, e da sensibilidade em entender o desejo do cliente. A paleta vai ser definida, considerando as cores que o cliente gosta e o arquiteto vai opinando e ponderando sobre a escolha de cada cor. O Arquiteto C relatou a experiência de um cliente que era do interior, que vivia diariamente em contato com a natureza e disse que gostaria de pintar a casa toda de verde. Através da anamnese, o arquiteto percebeu que na verdade o                                                                                                                                                                   |

|                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                           | <p>cliente gostaria de manter sua relação com o campo, e em substituição à pintura verde foi proposto um jardim dentro de casa, onde ele poderia conviver com a área vegetada.</p> <p>Concluindo o pensamento, o Arquiteto C chama a atenção para a questão dos presidiários, quando o objetivo é castigar, leva-se o ser humano para um lugar frio, com pouca luz e úmido.</p> |
| <p>RESPOSTA ARQUITETO D</p> <p>Sexo: Feminino<br/>Idade: 32<br/>Tempo de atuação: 9 anos<br/>Ramo de atuação: Projetos residenciais, comerciais e interiores.</p>                                                         | <p>O arquiteto D informa que sempre utiliza a base neutra e utiliza cores vibrantes apenas em pontos específicos, que na maioria das vezes segue a logomarca ou o estilo arquitetônico que o cliente deseja.</p>                                                                                                                                                                |
| <p>RESPOSTA ARQUITETO E</p> <p>Sexo: Feminino<br/>Idade: 30<br/>Tempo de atuação: 5 anos<br/>Ramo de atuação: Projetos comerciais.</p>                                                                                    | <p>Fala que geralmente define a partir da logo do cliente e quando não tem, faz o briefing e vai muito da personalidade de cada um. Através de conversa analisa as cores que o cliente mais gosta, se vai querer um ambiente mais intimista e calmo ou com maior rotatividade.</p>                                                                                              |
| <p>RESPOSTA ARQUITETO F</p> <p>Sexo: Feminino<br/>Idade: 26<br/>Tempo de atuação: 5 anos<br/>Ramo de atuação: Projetos de interiores, arquitetônicos residenciais e comerciais (foco maior em projeto de interiores).</p> | <p>A paleta de cor para esse projeto em específico foi definida principalmente com base na logomarca do estabelecimento, cujo cliente já tinha uma ideia predefinida para o local.</p>                                                                                                                                                                                          |
| <p>RESPOSTA ARQUITETO G</p> <p>Sexo: Feminino<br/>Idade: 31</p>                                                                                                                                                           | <p>Conta que raramente o cliente já vem com uma paleta de cores pré definida, mas quase sempre escolhe a</p>                                                                                                                                                                                                                                                                    |

|                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Tempo de atuação: 8 anos<br/>Ramo de atuação: Projetos residenciais, comerciais e interiores.</p>                                                                                                                                                          | <p>paleta depois de conversar com o cliente e entender melhor seu perfil, desejos e necessidades.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p><b>RESPOSTA ARQUITETO H</b></p> <p>Sexo: Feminino<br/>Idade: 28<br/>Tempo de atuação: 5 anos<br/>Ramo de atuação: Projetos arquitetônicos de residências, reforma e ambientação, loteamento, projetos comerciais e projetos luminotécnico específicos.</p> | <p>Define de acordo com o que a marca propõe, com base na sua identidade visual e o que o cliente almeja. Citou dois exemplos, mesmo que a marca do restaurante tenha um tom mais forte, vai depender bastante da proposta que deve ser passado ao público. Mas conta que sempre usa a base dos tons neutros e pode escolher entre uma ou duas cores para torná-las toques pontuais do projeto.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <p><b>RESPOSTA ARQUITETO I</b></p> <p>Sexo: Feminino<br/>Idade: 31<br/>Tempo de atuação: 8 anos<br/>Ramo de atuação: Geral</p>                                                                                                                                | <p>Nesse projeto específico a cliente já apresentou alguns tons que ela gostava, fizeram uma seleção dos tons com um moodboard e uma pesquisa de referências e durante a concepção do projeto foram definindo onde usar cada tom. A cafeteria tem uma área de empório/loja, então acharam interessante utilizar o tom mais forte e mais vibrante para destacar os produtos e nas áreas de maior permanência de pessoas, utilizaram detalhes coloridos e a base mais neutra para incitar o aconchego e o conforto dos clientes.</p> <p>E ressalta que é muito importante o arquiteto ter bem definido o conceito do espaço, pois as cores ultrapassam os artifícios meramente estéticos e estão diretamente relacionadas com as sensações sentidas pelos experienciadores dos ambientes.</p> |

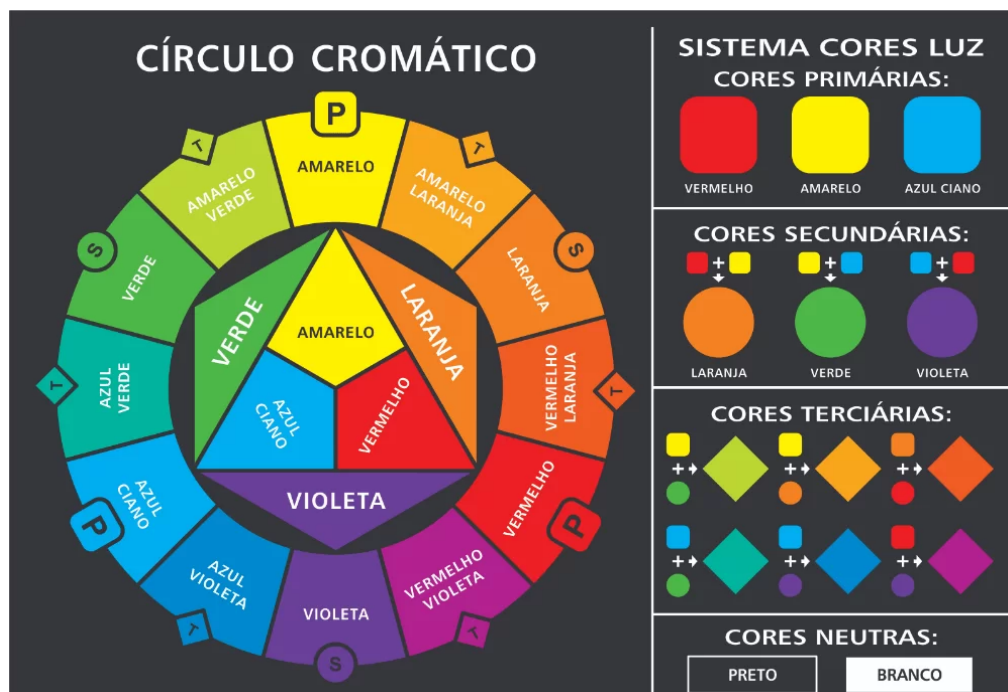
## Conclusão

Observamos que é muito mais comum o uso de sobretons, talvez por ser mais assertivo no resultado e se manter em uma espécie de “zona de conforto”. Nesse caso, a paleta de cor segue uma combinação mais usual, pois se trata de uma variação de tom da mesma cor.

Quatro dos arquitetos consideram a logo do estabelecimento ao pensar na paleta de cores do restaurante. Mas a maioria leva em consideração o perfil do cliente e quase todos utilizam cores vibrantes apenas como ponto de destaque, equilibrando com tons neutros.

Como citado em uma das respostas, ao longo da história foram criados vários círculos cromáticos diferentes, os quais foram desenvolvidos por teóricos que criaram estudos sobre o uso das cores. O idealizado por Isaac Newton foi o mais conhecido, que funciona como uma representação gráfica simplificada das cores que são enxergadas pelo olho humano (TAGLIANI, 2021).

**Imagem 15:** Círculo cromático.



**Fonte:** Disponível em:

<https://www.pregoemartelo.com.br/blog/circulo-cromatico-sem-medo-de-errar-na-escolha-das-cores>.

Acesso em: 21 fev. 2022.



Como resultado das entrevistas percebe-se ainda que a variedade de cores presentes em nossa cultura são "esquecidas" quando o assunto é inseri-las em nossas edificações e/ou ambientes. Pois, o que é levado em consideração na maioria das vezes são as cores "neutras", assim como os sobretons de uma única cor. Nota-se ainda, que existe um receio dos arquitetos na utilização das cores mais vivas, pelo resultado que elas podem causar, de não agradar o público, de "cansar" do resultado, ou da famosa "não combinação".

Hoje em dia tem-se levado em consideração o ambiente mais "clean", minimalista, moderno. A ideia do "menos é mais", *slogan* criado pelo arquiteto Ludwig Mies Van Der Rohe (1886 -1969), tido como a essência do minimalismo, vem ganhando mais espaço na arquitetura e a paleta de cores é a mais neutra possível.

Não há um acordo acerca da época certa em que o movimento começou. Alguns dizem que ele teve início na década de 1960, tendo como palco os Estados Unidos. Outros afirmam que foi precursor do pós-modernismo na Europa. Hoje, o minimalismo, para além do design e da arquitetura, também é um estilo de vida menos consumista (ARCHTRENDS PORTOBELLO, 2017, n.p.).

Heller (2013) também fala da cor como uma expressão de valores e sentimentos, nesse sentido, diante da não ocorrência de cores vibrantes em nossas edificações, perdemos, portanto, a oportunidade de expressar os valores culturais que temos. Durante as entrevistas nenhum dos arquitetos fez essa relação de cores vivas com a representatividade que a nossa cultura tem. O que mostra pouca ou nenhuma consciência com relação à interferência da cultura alagoana na produção da arquitetura e da ambientação de seu interior, no que se refere ao uso como restaurantes. De acordo com a citação de Archtrends Portobello (2020, n.p.):

... a arquitetura e o design sempre são símbolos da diversidade cultural. Eles funcionam como pontes que levam, por meio de paredes, cores, formatos, inovações e materiais, a conhecer a humanidade em suas diferentes expressões.

Na tentativa de observar outras culturas e como são projetados os restaurantes localizados fora do Brasil, citaremos três estabelecimentos que fazem o uso de cores mais ousadas, seja para trazer um contraste com o local onde está inserido ou para dar um toque mais divertido.

A designer polonesa Anna Kobyłka da Kolorama em colaboração com Olga Sietnicka da Bloogarden inauguraram o café-bistrô mais colorido de Szczecin, na Polônia. O objetivo, que era fazer do local um lugar facilmente reconhecível para as pessoas, foi devidamente cumprido. Suas cores bem tropicais se destacam, pois o mais comum na Polônia é encontrar ambientes com paletas de cores neutras, em sua maioria neutras. (KINDLE, 2014).

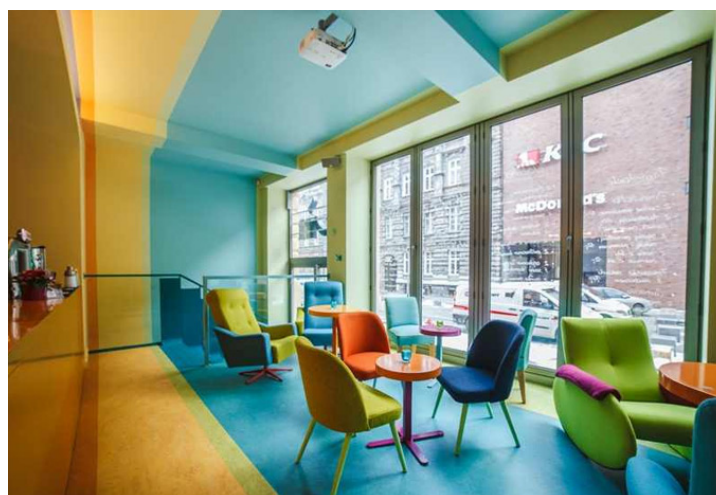
**Imagem 23:** Cafein Bistro, na Polônia.



**Fonte:** Disponível em:

<https://www.hypeness.com.br/2014/08/cinco-restaurantes-coloridos-e-cheios-de-design-para-voce-visitar-nas-suas-proximas-viagens/>. Acesso em: 03 jul. 2022.

**Imagem 24:** Cafein Bistro, na Polônia.



**Fonte:** Disponível em:

<https://www.hypeness.com.br/2014/08/cinco-restaurantes-coloridos-e-cheios-de-design-para-voce-visitar-nas-suas-proximas-viagens/>. Acesso em: 03 jul. 2022.

A criativa Ana Milena Hernández Palacios e a equipe do Masquespacio, projetaram o restaurante de comida mediterrânea Kessalao, com o uso de cores claras e móveis de madeira, foi feito um ambiente divertido de apenas 40m<sup>2</sup>. Seu nome combina a palavra alemã “Kess” e a palavra espanhola “salao”, que aparentemente se referem a um garoto legal e divertido, assim como haveria de ser o lugar (NUNES, 2014).

**Imagem 25:** Kessalao, em Bonn, Alemanha



**Fonte:** Disponível em:

<https://www.hypeness.com.br/2014/08/cinco-restaurantes-coloridos-e-cheios-de-design-para-voce-visitare-nas-suas-proximas-viagens/>. Acesso em: 03 jul. 2022.

**Imagem 26:** Kessalao, em Bonn, Alemanha



**Fonte:** Disponível em:

<https://www.hypeness.com.br/2014/08/cinco-restaurantes-coloridos-e-cheios-de-design-para-voce-visitare-nas-suas-proximas-viagens/>. Acesso em: 03 jul. 2022.

A arquiteta iraniana India Mahdavi, foi a responsável pelo projeto do restaurante Le Germain, localizado em Paris. Badalado e descolado, o restaurante parisiense fica em um espaço revitalizado e é marcado pelo visual *cool* e por uma enorme escultura amarela, que divide suas metades pelos três andares, elaborada pela artista multidisciplinar, Xavier Veilhan.

**Imagem 27:** Le Germain, em Paris.



**Fonte:** Disponível em:

<https://www.hypeness.com.br/2014/08/cinco-restaurantes-coloridos-e-cheios-de-design-para-voce-visitar-nas-suas-proximas-viagens/>. Acesso em: 03 jul. 2022.

**Imagem 27:** Le Germain, em Paris.



**Fonte:** Disponível em:

<https://www.hypeness.com.br/2014/08/cinco-restaurantes-coloridos-e-cheios-de-design-para-voce-visitar-nas-suas-proximas-viagens/>. Acesso em: 03 jul. 2022.



Também buscamos refletir sobre os restaurantes que estão inseridos em nossa cidade. Alisando as cores e materiais que utilizam e se os mesmos trazem características identitárias do local que estão inseridos.

**Imagem 16:** Restaurante Maria Antonieta, situado em Maceió. Cores em destaque: Branco, marrom e bege. Luminária em forma de árvore com cúpulas coloridas.



**Fonte:** Disponível

em:<https://www.macedicas.com.br/5-otimos-restaurantes-na-jatiuca-em-maceio/>. Acesso em: 21 fev. 2022.

**Imagem 17:** Restaurante Janga, situado em Maceió. Cores em destaque: Cinza, marrom, e bege.



**Fonte:** Disponível

em:[https://www.tripadvisor.com.br/LocationPhotoDirectLink-g303216-d12616876-i278553409-Restaurante\\_Janga\\_Praia-Maceio\\_State\\_of\\_Alagoas.html](https://www.tripadvisor.com.br/LocationPhotoDirectLink-g303216-d12616876-i278553409-Restaurante_Janga_Praia-Maceio_State_of_Alagoas.html). Acesso em: 21 fev. 2022.

**Imagem 18:** Restaurante *Don Capri*, situado em Maceió. Cores em destaque: Preto, cinza, e branco.



**Fonte:** Disponível

em: [https://www.tripadvisor.com.br/LocationPhotoDirectLink-g303216-d15836076-i374221145-Don\\_Capri-Maceio\\_State\\_of\\_Alagoas.html](https://www.tripadvisor.com.br/LocationPhotoDirectLink-g303216-d15836076-i374221145-Don_Capri-Maceio_State_of_Alagoas.html). Acesso em: 21 fev. 2022.

Nas imagens acima percebemos o uso de cores sóbrias e neutras empregadas tanto na arquitetura externa, quanto no interior, e que poderiam estar situadas em qualquer cidade do Brasil ou do mundo. Não se percebe referências identitárias que poderiam estar representadas, por exemplo, pelo uso das cores que bem caracterizam os aspectos simbólicos de uma cultura. Estamos acostumados a nos depararmos com restaurantes que fazem muito uso do cinza, branco, marrom, preto e bege em seus volumes ou áreas de maior proporção e que poderiam acarretar em um "peso" visual como piso, parede e teto.

Podemos ainda citar a reprodução de projetos que resultam em edificações que seguem o estilo arquitetônico conhecido como Minimalista, que embora tenha sido originado no início do século XX continuam exercendo forte influência. Vale ressaltar que cada estilo arquitetônico foi idealizado dentro de um contexto sociocultural, histórico e econômico. E ainda, nos questionamos o porquê reproduzimos estilos que não estão inseridos nos aspectos simbólicos e culturais do nosso estado?

O estilo minimalista, foi influenciado pelos estilos de arte vanguardista e ganhou força no final da Segunda Guerra Mundial. O movimento foi a junção da cultura japonesa, aspectos da cultura escandinava, traços do construtivismo russo e movimentos artísticos europeus (ARCHTRENDS PORTOBELLO, 2017)

A ideia de mínimo vai de encontro aos estilos clássico e romântico, valorizando um espaço projetado apenas com o essencial, em que não se prioriza só a estética, mas também a funcionalidade. Talvez, esse último aspecto, a funcionalidade, ainda hoje tenha se fixado como modelo de pensamento, visto as várias propostas arquitetônicas que continuam sendo reproduzidas devido à estrutura que se consolidou no pensamento racionalista.

A arquitetura desde então, vem privilegiando os aspectos formais, visuais e funcionais, distanciando-se das demais dimensões como as sensoriais e simbólicas. Nesse sentido, pode-se considerar que as cores vêm sendo utilizadas atualmente como resultado deste modelo, sobretudo, no mundo ocidental (RIBEIRO, 2003).

A arquitetura minimalista é vista como a grande tendência das últimas décadas. O uso de pouco itens de decoração, artigos geométricos, móveis com design simples e anguloso, cores neutras, valorização da modernidade e da tecnologia são alguns atributos que caracterizam facilmente o estilo minimalista (ARCHTRENDS PORTOBELLO, 2017, n.p.).

**Imagem 19:** *Moodboard* estilo minimalista.



**Fonte:** Reprodução Autoral.

Destacam-se, portanto, as cores opacas, evidenciando-se o creme e o branco. Fazendo combinação com outros revestimentos e acabamentos, como concreto, madeira e metais. Buscando ainda uma relação com a natureza como um complemento ao projeto (ARCHTRENDS PORTOBELLO, 2017).

Também observamos traços do estilo industrial, trazendo destaque para os elementos em ferro, iluminação âmbar e cores em destaque como preto e marrom. Utilizando revestimentos tradicionais e rústicos, como tijolos, concreto e

acabamentos naturais. Fazendo combinação com o piso em concreto, madeira ou cimento queimado (ARCHTRENDS PORTOBELLO, 2017).

A decoração fica por conta da promoção de um ar vintage, com móveis em madeira e metal, além de elementos utilizados nas fábricas, como luminárias pendentes, luzes em trilhos, estantes de aço, baús, barris, cordas e caixotes ou *pallets* (ARCHTRENDS PORTOBELLO, 2017, n.p.).

**Imagem 20:** Moodboard estilo industrial.



**Fonte:** Reprodução Autoral.

Percebe-se que o uso de cores vibrantes, na maioria das vezes, aparecem apenas em restaurantes que tem como objetivo uma grande rotatividade de clientes, por exemplo os *fast foods*, como já citado anteriormente. Porém, ao longo do tempo, até o McDonald's vem mudando sua arquitetura e utilizando cada vez mais preto e marrom e menos vermelho e amarelo.

**Imagem 21:** Restaurante *McDonald's*, situado em Maceió. Cores em destaque: Preto, marrom e branco.



**Fonte:** Disponível

em: <https://www.arcosdorados.com/brasil-mcdonalds-inaugura-seu-7o-restaurantem-alagoas/>. Acesso em: 21 fev. 2022.

Isto posto, conclui-se que a harmonia das cores em nosso cotidiano é uma comunicação autêntica, sendo assim, uma forma de comunicação não verbal. É dever do arquiteto perceber a importância em interpretar os desejos do cliente,



aprofundando dados que possam revelar o sentido que se pretende atribuir ao espaço. O projeto não deve apenas ser habitado, mas sim vivenciado por cada usuário presente.

Ainda que os estudos sobre a cor existam desde 1666 e as pesquisas do alemão Johann Wolfgang Von Goethe - “Teoria da Cor” - posteriormente tenham sido publicadas (ALEY, 2013), percebemos, diante das entrevistas aqui apresentadas, que quando se trata de cores com o objetivo de despertar valores e sentimentos, ainda não há, consciência sobre o uso da cor como referência à identidade cultural alagoana, embora reconheçam o impacto psicológico no usuário.

Percebe-se também, de uma forma mais ampliada, por meio da observação dos restaurantes na cidade que a arquitetura vem sendo definida pelo estilo arquitetônico em voga, como um padrão a ser seguido, e não pelas origens ou pela identidade cultural que o local geográfico tem como base.

Claudia Ribeiro, em seu livro “A Dimensão Simbólica da Arquitetura” (2003), trata da importância do arquiteto criar conexões simbólicas dos habitantes e dos lugares geográficos, para que isso facilite a habitação do homem, que lhe permita sentir-se em casa no mundo. “Isso implica a responsabilidade de o arquiteto, além de se dispor a conhecer outras formas de conceber o espaço diversas das suas, se tornar ‘legível’ ao habitante, ou seja, que este também tenha acesso aos seus modos de pensar e de conceber os espaços” (RIBEIRO, 2003, p. 89).

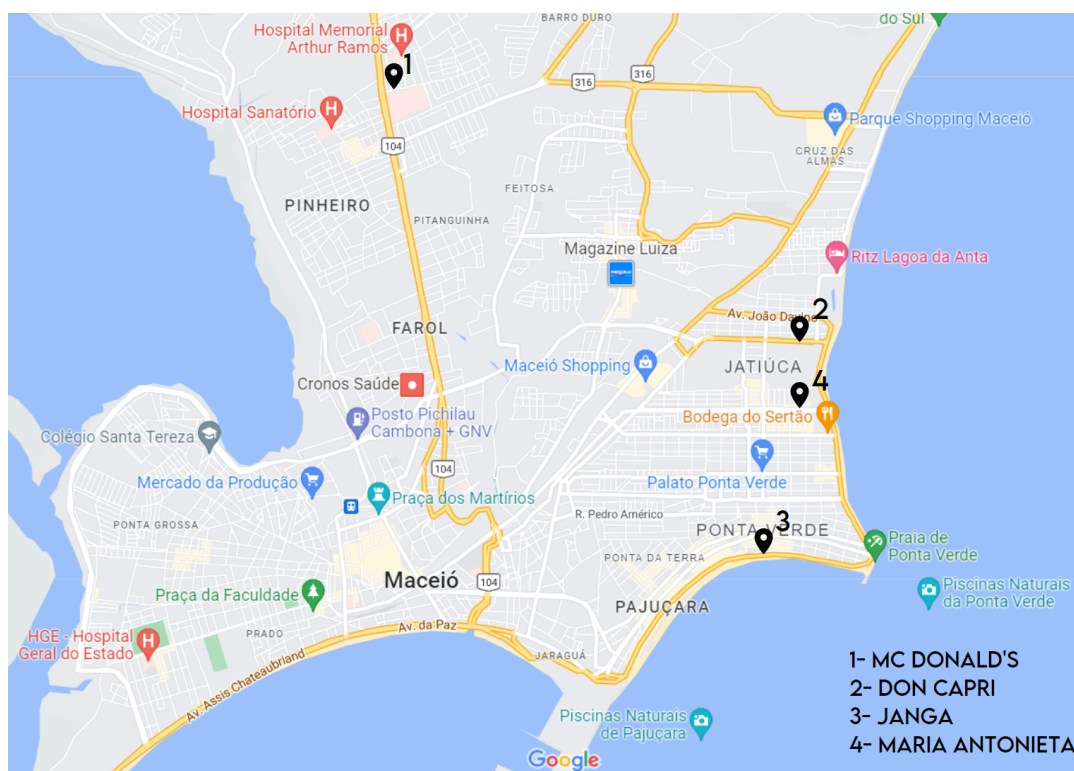
Essa visão congelada ou pontual de o arquiteto conceber o espaço, tomando como referência apenas o seu ponto de vista, é também reforçada pelos modos de pensar da sociedade de consumo, que impõe padrões de “bem viver”. O arquiteto, ao admitir como “únicos” e “verdadeiros” apenas esses modelos, **limita as suas possibilidades de perceber, compreender e ampliar outras conexões conceituais sugeridas pela dimensão simbólica**, restringindo com isso o seu entendimento sobre as diversas maneiras de habitar (RIBEIRO, 2003, p. 89, grifo nosso).

Ao reproduzir apenas os modos de pensar da sociedade em consumo, imprimindo um só sentido ou interpretá-lo de um único modo, faz com que o simbólico passe a ser apenas um sinal ou palavra de ordem. As experiências e

memórias afetivas das pessoas/locais são desconsideradas como importantes e constitutivas, deixando de lado espaços que correspondam a modos mais humanos e vitais de habitar (RIBEIRO, 2003).

Vale ressaltar, que com o declínio da popularidade da arquitetura moderna, surge a arquitetura contemporânea, que teve início no final da década de 1980 e vem sendo vigente até os dias atuais, evidenciando ainda traços minimalistas. Entende-se ainda que a convivência com a tecnologia de hoje em dia, traz a busca por soluções inovadoras que conversem com o mundo globalizado e não necessariamente resgate os padrões da cultura local (AGÊNCIA PAPOCA, 2019), comprometendo, assim, uma “identidade arquitetônica”.

**Imagem 22:** Localização dos restaurantes citados.



**Fonte:** Google Maps. Adaptação Autoral.

É possível que a ausência das cores fortes e vibrantes esteja associada à localização dos restaurantes citados acima. Percebemos que dos 4 restaurantes citados, 3 estão localizados na região litorânea da cidade, visto que é a área mais nobre de Maceió e onde estão situados a maior parte dos restaurantes que são projetados por arquitetos. Não só a localização, mas consequentemente está relacionado também ao público que frequenta esse tipo de restaurante, cujo preço é voltado para classes sociais mais favorecidas economicamente. Pessoas que,

mesmo que inconscientemente, acabam negando as origens populares, visto que é um público mais “viajado”, que cria relações com a cultura estrangeira.

Mesmo depois de muito tempo podemos observar o quanto a nossa condição de povo colonizado influencia até os dias atuais, essa submissão que nos foi imposta e que está arraigada histórica e culturalmente, construindo uma ideia de que tudo que é bom é o que vem de fora. Devido ao não fortalecimento das nossas origens, continuamos alimentando uma população de alto padrão que desconhecem suas origens e por muitas vezes até a desqualificam.

Entrementes, compreende-se que essa aproximação da cultura com o local em que está inserida, por meio da apropriação dos aspectos simbólicos dos quais a cultura tão bem referencia, é capaz de promover o senso de pertencimento da população, garantindo assim características identitárias nas edificações. Podendo, ainda, se revelar, por meio do uso das cores, tão presentes nas manifestações tradicionais alagoanas.

Contudo, é relevante mencionar, conforme foi mostrado no atual trabalho, que isso tem se perdido na arquitetura contemporânea, o que gera construções sem identidade que de fato não refletem a cultura local.

A discussão aqui levantada acerca da arquitetura como forma de expressão e valores, pretendeu também fazer refletir sobre como a arquitetura tem sido pensada, no que se refere a importância da cor no espaço e como o ambiente pode promover diferentes sensações através do uso da cor.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de construção do atual trabalho, se iniciou através de pesquisas em referenciais teóricos. Por se tratar de um tema situado em uma outra área de conhecimento (Ciências Humanas)<sup>10</sup>, algumas dificuldades foram encontradas, como identificar referencial bibliográfico, autores e metodologia para embasar a pesquisa. Em seguida, foi feito uma relação do estudo das cores, suas influências e os aspectos culturais e simbólicos. Com o objetivo de entender a importância da cor na cultura, como ela se manifesta e qual sua relação com a arquitetura. Objetivo este que foi alcançado de forma positiva, visto que a cultura pode ser uma grande aliada da arquitetura, ainda mais se tratando de Alagoas, que tem uma cultura tão viva e atual.

A pesquisa foi finalizada com as entrevistas de 9 arquitetos, que foram feitas de forma *online*, pelo impedimento de ser presencial devido a COVID-19, questão que facilitou no acesso aos arquitetos mas dificultou a realização das visitas aos restaurantes escolhidos, que se deu pelo critério de restaurantes conhecidos em Maceió, bem frequentados e sem referências identitárias da cidade que está inserido.

A partir do que foi levantado por meio do referencial teórico e das entrevistas realizadas, percebemos que muitos dos arquitetos entrevistados, entendem a importância da cor como elemento importante na concepção espacial, sabem da íntima relação com a psicologia, mas não demonstraram de forma consciente a associação com os aspectos simbólicos da cultura popular alagoana. Em sua maioria, fazem uso da cor de forma moderada, privilegiando a combinação com tons claros.

Por ser uma amante de arte e cores na cidade, concluo meu trabalho convidando todos os arquitetos, estudantes/futuros arquitetos a fazerem essa reflexão da cidade como forma de expressão e valores, trazendo mais pertencimento local e sendo vista de forma mais particular.

---

<sup>10</sup> Segundo a CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), a Arquitetura e Urbanismo está situada nas Ciências Sociais Aplicadas.

## REFERÊNCIAS

ALANO, Luíza; TEMPELAARS, Paula. **Neuroarquitetura na prática: um manual prático sobre arquitetura e a ciência da tomada de decisão.**

ALEY. **Psicologia das cores: você sabia que cada cor pode alterar sua percepção?** Printi, 2013. Disponível em: <https://www.printi.com.br/blog/psicologia-das-cores-voce-sabia-que-cada-cor-pode-alterar-sua-percepcao>. Acesso em: 26 mar. 2021.

BRANDÃO, Théo. **Folgedos Natalinos.** Maceió: Museu Théo Brandão, 2003.

AGENCIA PAPOCA, 2019. **Arquitetura contemporânea no Brasil: características e principais arquitetos.** Disponível em: <https://laart.art.br/blog/arquitetura-contemporanea-no-brasil/>. Acesso em: 22 mar. 2022.

ARCHTRENDS PORTOBELLO, 2017. **Arquitetura minimalista: saiba o que é e como aplicar.** Disponível em: [https://archtrends.com/blog/arquitetura-minimalista-saiba-o-que-e-e-como-aplicar/?gclid=CjwKCAiAsNKQBhAPEiwAB-l5zdukebGSLodfIOptttOKjFyB3MkixomBPDB1w8V6f4eZwugi7w3hDRoCgflQAvD\\_BwE](https://archtrends.com/blog/arquitetura-minimalista-saiba-o-que-e-e-como-aplicar/?gclid=CjwKCAiAsNKQBhAPEiwAB-l5zdukebGSLodfIOptttOKjFyB3MkixomBPDB1w8V6f4eZwugi7w3hDRoCgflQAvD_BwE). Acesso em: 22 fev. 2022.

ARCHTRENDS PORTOBELLO, 2017. **Decoração estilo industrial: quando o rústico e o contemporâneo se encontram.** Disponível em: <https://archtrends.com/blog/como-aplicar-o-estilo-industrial/>. Acesso em: 22 fev. 2022.

ARCHTRENDS PORTOBELLO, 2020. **Diversidade cultural: como isso se manifesta na arquitetura?** Disponível em: <https://archtrends.com/blog/diversidade-cultural/>. Acesso em: 28 jan. 2022.

E-book, Neurons Inc. Disponível em: <<https://app-vlc.hotmart.com>>. Acesso em: 28 nov. 2020.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dourinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação.** 5. ed. São Paulo: Editora Edgard Blücher Ltda, 2006.

FRASER, Tom; BANKS, Adam. **O essencial da cor no design**. São Paulo: Editora Senac, 2011.

FRASER, Tom; BANKS, Adam. **O guia completo da cor**. 2. ed. São Paulo: Editora Senac, 2007.

FIGUEIREDO, Eduardo. Marketing Moderno. **A influência das cores na Publicidade e Propaganda**. Disponível em: <<http://www.marketingmoderno.com.br/a-influencia-das-cores-na-publicidade-e-propaganda/>>. Acesso em: 19 abril. 2021.

GRAFMARQUES. **Iconografia Alagoana**. SEDEC/SEBRAE-AL. Maceió: GRAFMARQUES, 2011.

GRILO, André. **A cor como expressão social do ser e estar**. André Grilo, 2016. Disponível em: <https://andregrilo.medium.com/a-cor-como-express%C3%A3o-e-realiza%C3%A7%C3%A3o-social-214eb8bcc0#:~:text=A%20cor%2C%20ou%20uma%20composi%C3%A7%C3%A3o,suas%20imagens%2C%20ambientes%20e%20crian%C3%A7%C3%B5es>. Acesso em 28 nov. 2020.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores: Como as cores afetam a emoção e a razão**. Tradução Maria Lúcia Lopes da Silva. 1. ed. São Paulo : Editor Gustavo Gili, 2013.

KINDLE, Mariana. **Todas as cores em um só café**. Disponível em: <https://casavogue.globo.com/LazerCultura/Restaurantes/noticia/2014/01/todas-cores-em-um-so-cafe.html>. Acesso em 03 jul. 2022.

LOUISE, Marie. **O poder das cores no equilíbrio dos ambientes**. 4. ed. São Paulo: Editora Pensamento, 2007.

MANGUEL, Alberto. **Lendo imagens: uma história de amor e ódio**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

MELO, Rosane Gabriele C. de. **Psicologia ambiental: uma nova abordagem da psicologia**. Psicol. USP, São Paulo, v. 2, n. 1-2, p. 85-103, 1991. Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1678-51771991000100008](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-51771991000100008). Acesso em: 19 nov. 2020.

MIGLIANI, Audrey. **Neuroarquitetura aplicada a projetos para crianças**. 05 Jul 2020. ArchDaily Brasil. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/941959/neuroarquitetura-aplicada-a-arquiteturas-para-criancas>. Acesso em: 19 nov. 2020.

MORA, Pola. **NeuroArquitetura e Educação: Aprendendo com muita luz**. 23 Mar 2014. ArchDaily Brasil. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/01-184224/neuroarquitetura-e-educacao-aprendendo-com-muita-luz>. Acesso em: 19 nov. 2020.

MOSER, Gabriel. **Psicologia Ambiental**. Estud. psicol. (Natal) vol.3 no.1 Natal Jan./June 1998. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-294X1998000100008>. Acesso em: 29 mar. 2021.

NEUROAU. NeuroArquitetura, Emoção e Comportamento. [S. l.: s. n.], 2020. 1 video (10min33s). Publicado pelo canal NeuroAU. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mzUmg3MDhd0>. Acesso em: 15 nov. 2020.

PAIVA, Andréa de. **Como a Neuroarquitetura transforma a forma de projetar**. S. d. Athie Wohnrath. Disponível em: [https://www.athiewohnrath.com.br/aw-e-trends/como-a-neuroarquitetura-transforma-a-forma-de-projetar/?gclid=CjwKCAjw\\_sn8BRBrEiwAnUGJDtld3-leL2tn-lf0GfzA4hbX1VuSMAg1k89AgOoAHlkP1fWiB0i3fRoCknUQAvD\\_BwE](https://www.athiewohnrath.com.br/aw-e-trends/como-a-neuroarquitetura-transforma-a-forma-de-projetar/?gclid=CjwKCAjw_sn8BRBrEiwAnUGJDtld3-leL2tn-lf0GfzA4hbX1VuSMAg1k89AgOoAHlkP1fWiB0i3fRoCknUQAvD_BwE). Acesso em: 19 nov. 2020.

PAIVA, Andréa de. **Territorialidade na Era Digital: insights da neuroarquitetura para ambientes corporativos**. S. d. Athie Wohnrath. Disponível em: <https://www.athiewohnrath.com.br/aw-e-trends/territorialidade-na-era-digital-insights-da-neuroarquitetura-para-ambientes-corporativos/>. Acesso em: 19 nov. 2020.

QUALI-A. A ERA DA NEUROARQUITETURA: arquitetura e psicologia, uma interação necessária para a qualidade dos a. [S. l.: s. n.], 2020. 1 video (1hr47min25s). Publicado pelo canal Quali-A. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JAYc8Z1fVKc>. Acesso em: 15 nov. 2020.

RIED, Lilian. **A cor no processo criativo : Um estudo sobre a Bauhaus e a teoria de Goethe**. 4. ed. São Paulo: Editora Senac, 2011.

RIBEIRO, Cláudia. **A dimensão simbólica da arquitetura: parâmetros intangíveis do espaço concreto**. C/Arte, 2003.

SILVA, Jéssica. **Psicologia Ambiental**. Portal da Educação, 2014. Disponível em: <https://siteantigo.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/psicologia/psicologia-ambiental/58438>. Acesso em: 26 abril. 2021.

STARMER, Anna. **Cores na decoração**. 1. ed. São Paulo: Editor Quarto Publishing, 2016.

SHUTTERSTOCK. **O Significado das Cores nas Culturas ao Redor do Mundo**. 2020. Disponível em: <https://www.shutterstock.com/pt/blog/o-significado-das-cores-nas-culturas-ao-redor-do-mundo>. Acesso em: 22 jun. 2022.

TAGLIANI, Simone. **Círculo Cromático: entenda o que é e como isto se aplica aos projetos de Arquitetura e Design de Interiores**, 2021. Disponível em: <https://engenharia360.com/circulo-cromatico-na-arquitetura-e-design/>. Acesso em: 24 jan. 2022.