



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO
CURSO DE DESIGN**

YANA RAMOS DE ARAÚJO

**O DESIGN DE EXPERIÊNCIA E A VIVÊNCIA DOS USUÁRIOS NA PRAÇA DE
ALIMENTAÇÃO DE UM SHOPPING CENTER EM MACEIÓ – AL: UMA ANÁLISE
DO AMBIENTE**

**MACEIÓ – AL
2022**

YANA RAMOS DE ARAÚJO

**O DESIGN DE EXPERIÊNCIA E A VIVÊNCIA DOS USUÁRIOS NA PRAÇA DE
ALIMENTAÇÃO DE UM SHOPPING CENTER EM MACEIÓ – AL: UMA ANÁLISE
DO AMBIENTE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Alagoas como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Design.

Orientadora: Prof^a. Dra. Morgana Duarte

MACEIÓ – AL

2022

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

A663d Araújo, Yana Ramos de.

O design de experiência e a vivência dos usuários na praça de alimentação de um shopping center em Maceió - AL: uma análise do ambiente / Yana Ramos de Araújo. – 2022.

122 f. : il. color.

Orientadora: Morgana Duarte.

Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Design) –
Universidade Federal de Alagoas. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo.
Maceió, 2022.

Bibliografia: f. 107-111.

Apêndice: f. 112-120.

Anexos: f. 121-122.

1. Praça de alimentação. 2. Psicologia ambiental. 3. Design de experiência. I. Título.

CDU: 7.05

DEDICATÓRIA

Dedico esse Trabalho de Conclusão de Curso a todos que me incentivaram e me apoiaram no decorrer desses longos anos. À tudo que não me fez desistir, eu poderia citar cada coisa. À minha família, porque a minha formação é parte da nossa história, pois sou a primeira de nós a ter uma e eles merecem isso.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha companheira de vida, Camila, por toda a sua metamorfose e força que irradia em mim.

Agradeço a Vanda, por toda a fé e sabedoria que também foram um impulso nesse meu caminhar.

Agradeço a todos os acadêmicos que deixaram em mim pedaços de seus conhecimentos e quiseram que eu chegasse até aqui.

Agradeço aos amigos, poucos que tenho, mas que também fazem parte disso.

Agradeço a cada verso recitado pelo Lucas Silveira, que de alguma forma conseguiu transformar lágrimas em motivação.

Agradeço a minha mãe que é quem eu conheço que mais tem crença de que tudo que tem que ser será.

Agradeço também ao meu pai que nunca deixou de acreditar em mim.

Por fim, agradeço a mim mesma pela resiliência que ecoa por todo o meu ser, que me fez chegar até aqui mesmo com tantas dificuldades.

RESUMO

O estudo em tela tem como principal objetivo desenvolver uma análise do ambiente das praças de alimentação do Maceió Shopping; localizado na cidade de Maceió – AL, com base nas premissas da psicologia ambiental e do *Design* de Experiência, além da própria percepção e visão da pesquisadora. Para tanto, foi utilizada como metodologia a Metodologia Ergonômica para o Ambiente Construído – MEAC, que tem como principal foco o humano, usuário de determinado espaço, com vistas a buscar pressupor os aspectos envolvidos na adequação do ambiente e como este deve resultar do sentimento que o usuário experimenta na interação com o ambiente. Além da MEAC, foi utilizada a pesquisa bibliográfica; a aplicação de questionários estruturados, enviados aos usuários por meio do *Google Forms*; a pesquisa exploratória *in loco*; e, por fim, a análise dos dados obtidos durante o processo de construção deste estudo. Como resultado das análises, percebeu-se que a praça 1, que é centralizada ao *shopping* e que tem maior número de *fast-foods* e restaurantes, sendo, conseqüentemente, a mais utilizada, foi possível identificar mais problemas em todas as demandas analisadas. Sugere-se, para tanto, que futuramente seja realizada uma reforma, assim como na praça de alimentação 2, que fica próximo ao cinema do referido shopping. Assim, diante do exposto, foi possível ter uma percepção mais nivelada sobre o quanto é importante projetar um ambiente que seja acessível, seguro, confortável e funcional para todas as pessoas com diferentes corpos e possibilidades de locomoção.

Palavras-chave: *Design* de Experiência. Psicologia Ambiental. Praça de Alimentação. MEAC.

ABSTRACT

The study aims to develop an analysis of the environment of the food courts of Maceió Shopping, located in the city of Maceió - AL, based on the premises of environmental psychology and the Experience Design, in addition to the researcher's own perception and vision. To this end, the methodology used was the Ergonomic Methodology for the Built Environment - MEAC, which has as its main focus the human, user of a particular space, in order to seek to presuppose the aspects involved in the adequacy of the environment and how this should result from the feeling that the user experiences in interaction with the environment. In addition to the MEAC, it was used the bibliographic research; the application of structured questionnaires, sent to users through Google Forms; the exploratory research in loco; and, finally, the analysis of the data obtained during the process of construction of this study. As a result of the analysis, it was noticed that the square 1, which is centralized to the mall and has the largest number of fast-food and restaurants, being, consequently, the most used, it was possible to identify more problems in all analyzed demands. Therefore, it is suggested that, in the future, a renovation be performed, as well as in food court 2, which is located near the cinema in the mall. Thus, in view of the above, it was possible to have a more leveled perception about how important it is to design an environment that is accessible, safe, comfortable and functional for all people with different bodies and possibilities of locomotion.

Keywords: Experience Design. Environmental Psychology. Food Court. MEAC.

LISTA DE FIGURAS E ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Praça de Alimentação 1 no Maceió Shopping, Maceió - Alagoas.	13
Figura 2: Etapas da MEAC.	17
Figura 3: Etapas metodológicas.	18
Figura 4: Triangulação do referencial teórico.	19
Figura 5: Temas relacionados ao Design de Experiência.	20
Figura 6: Exemplo de prototipação de wireframe.	22
Figura 7: Objetivos da Psicologia Ambiental.	24
Figura 8: Interfaces da Ergonomia.	26
Figura 9: Localização do Maceió Shopping, via Google Maps.	30
Figura 10: Frente do Maceió Shopping.	31
Figura 11: Planta baixa do Maceió Shopping, evidenciando as duas praças de alimentação no segundo piso do mesmo.	33
Figura 12: Fundamento das observações nas praças de alimentação do Maceió Shopping.	34
Figura 13: Praça de Alimentação 01, Maceió Shopping.	38
Figura 14: Mobiliário da Praça de Alimentação 1.	39
Figura 15: Dimensões básicas para o espaço entre as mesas em um restaurante.	40
Figura 16: Mobiliário da praça 1, evidenciando a questão espacial entre as mesas e cadeiras.	41
Figura 17: Antropometria de usuários de cadeiras de rodas em um restaurante; dimensões básicas.	42
Figura 18: Dimensões básicas para o acesso da cadeira de rodas à mesa.	43
Figura 19: Mobiliário da praça 1.	44
Figura 20: Elevador na P1 para cadeirante, pessoas com bebês de colo ou em carrinhos, etc., aparentemente única estrutura acessível do shopping.	45
Figura 21: Elevador e escada próximos à praça de alimentação 1.	46
Figura 22: Escada rolante (a direita) e elevador (a esquerda) da praça de alimentação 2.	47
Figura 23: Dimensões básicas dos elevadores adequados para pessoas com deficiência (saguão).	48
Figura 24: Dimensões básicas dos elevadores adequados para pessoas com deficiência (interior da cabina).	49

Figura 25: Medidas básicas para elevadores acessíveis para pessoas com deficiência física e uso de cadeira de rodas referentes às figuras 23 e 24.	49
Figura 26: Claraboia P1 - para permitir a entrada de luz ou a passagem de ventilação.	50
Figura 27: Praça de Alimentação 02, Maceió Shopping.....	51
Figura 28: Teto com o uso da claraboia P2.....	52
Figura 29: Piso neutro da Praça de alimentação 2.....	53
Figura 30: Piso da praça de alimentação 1.	54
Figura 31: Piso da praça de alimentação 01 (direita); Piso da praça de alimentação 02 (esquerda).	55
Figura 32: Dimensionamento básico para rampas.	56
Figura 33: Detalhes do teto e acústica da praça 1.	57
Figura 34: Fluxo da praça de alimentação 1.	58
Figura 35: Detalhes da iluminação e acústica da praça de alimentação 02, Maceió Shopping.	59
Figura 36: Restaurante ao lado de uma loja de bolsas e outra loja de roupas na praça de alimentação 2.	60
Figura 37: Distanciamento entre as mesas da praça de alimentação 2.	61
Figura 38: Mobiliário P2 - cadeiras e cadeira infantil.....	62
Figura 39: Mobiliário P2 – mesas e cadeiras.....	63
Figura 40: Diferentes tipos de uso da P2.	64
Figura 41: Cadeiras estilo "namoradeira" e mesas em formato de bancada na praça de alimentação 2.	65
Figura 42: Extintor da praça de alimentação 01 (direita); Extintor da praça de alimentação 02 (esquerda).....	66
Figura 43: Caixa de alarme da praça de alimentação 01 (direita); Caixa de alarme da praça de alimentação 02 (esquerda).....	67
Figura 44: Sistema sprinkler na praça de alimentação 1.....	68
Figura 45: Saída de emergência da praça de alimentação 2.	69
Figura 46: Guarda-corpos da praça de alimentação 01 (direita); Guarda-corpos da praça de alimentação 02 (esquerda).	70
Figura 47: Banheiro social (a direita) e banheiro social para pessoas com deficiência (a esquerda) da praça de alimentação 1.	71
Figura 48: Dimensões básicas para mictórios acessíveis para usuários de cadeira	

de rodas.	72
Figura 49: Dimensões básicas para um banheiro acessível - vaso sanitário/aproximação frontal.	73
Figura 50: Cabine individual (acima e a direita); banheiro infantil (abaixo e a direita); banheiro acessível (a esquerda) da praça de alimentação 2.	74
Figura 51: Letreiro informativo na praça de alimentação 1.	75
Figura 52: Parte do questionário estruturado elaborado no Google Formulários.	78
Figura 53: Planta baixa Shopping - Maceió Shopping, Pavimento 01 (2009).	117
Figura 54: Planta baixa Shopping - Maceió Shopping Pavimento 02 (2009).	117
Figura 55: Planta baixa Praça de Alimentação Maceió Shopping 02 reformulada, 2021.	118

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1: Levantamento de observação em horário de almoço/jantar na Praça 01 (fluxo alto) em dias de semana.....	34
Quadro 2: Levantamento de observação em horário de almoço/jantar na Praça 02 (fluxo alto) em dias de semana.....	35
Quadro 3: Levantamento de observação em horário de almoço/jantar na Praça 01 (fluxo alto) em dias de feriado.....	37
Quadro 4: Levantamento de observação em horário de almoço/jantar na Praça 02 (fluxo alto) em dias de feriado.....	37
Quadro 5: Estrutura das praças de alimentação do Maceió Shopping.....	76
Tabela 1: Informações sobre gênero dos usuários das praças de alimentação.....	78

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Resultado percentual da 1º pergunta da etapa de triagem.....	79
Gráfico 2: Resultado percentual da 2º pergunta da etapa de triagem.....	80
Gráfico 3: Faz uso contínuo da praça de alimentação 1 por quanto tempo?.....	81
Gráfico 4: Faz uso contínuo da praça de alimentação 2 por quanto tempo?.....	81
Gráfico 5: Costuma usar a praça 1 com qual finalidade?.....	82
Gráfico 6: Costuma usar a praça 2 com qual finalidade?.....	83
Gráfico 7: Costuma frequentar a praça de alimentação 1 em qual horário?.....	84
Gráfico 8: Costuma frequentar a praça de alimentação 2 em qual horário?.....	84
Gráfico 9: A praça de alimentação 1 é quente?.....	85
Gráfico 10: A praça de alimentação 2 é quente?.....	86
Gráfico 11: A praça de alimentação 1 é bem ventilada?.....	87
Gráfico 12: A praça de alimentação 2 é bem ventilada?.....	87
Gráfico 13: A praça de alimentação 1 é bem iluminada?.....	88
Gráfico 14: A praça de alimentação 2 é bem iluminada?.....	89
Gráfico 15: A praça de alimentação 1 é barulhenta?.....	90
Gráfico 16: A praça de alimentação 2 é barulhenta?.....	90
Gráfico 17: Consegue se locomover bem na praça de alimentação 1?.....	91
Gráfico 18: Consegue se locomover bem na praça de alimentação 2?.....	92
Gráfico 19: Consegue se guiar a partir das sinalizações da praça de alimentação 1?.....	93
Gráfico 20: Consegue se guiar a partir das sinalizações da praça de alimentação 2?.....	93
Gráfico 21: Há acessibilidade para pessoas portadoras de necessidades específicas na praça 1? Cegos/as, Obesos/as, Gestantes, Idosos/as, cadeirantes, pessoas com criança de colo.....	94

Gráfico 22: Há acessibilidade para pessoas portadoras de necessidades específicas na praça 1? Cegos/as, Obesos/as, Gestantes, Idosos/as, cadeirantes, pessoas com criança de colo.....	95
Gráfico 23: Acha o mobiliário da praça de alimentação 1 confortável?.....	96
Gráfico 24: Acha o mobiliário da praça de alimentação 1 confortável?.....	96

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.2.	Justificativa e Problematização.....	11
1.3.	Objetivo Geral	14
1.3.1.	Objetivos Específicos	15
2.	METODOLOGIA	16
3.	REFERENCIAL TEÓRICO.....	18
3.1.	<i>Design</i> de Experiência	19
3.2.	Psicologia Ambiental.....	23
3.3.	Ergonomia.....	25
3.4.	Acessibilidade	27
4.	ANÁLISE DO AMBIENTE: PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO DO MACEIÓ SHOPPING	29
4.1.	Análise Global do ambiente: O <i>shopping</i>	29
4.1.1.	Identificação do Shopping	29
4.2.	Identificação da Configuração Ambiental.....	32
4.2.1.	As praças de alimentação do Maceió Shopping.....	32
4.3.	Avaliação do ambiente em uso	34
4.4.	Percepção ambiental: o que dizem os usuários.....	77
5.	CONCLUSÃO	98
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	103
	APÊNDICE A.....	108
	ANEXO I.....	117
	ANEXO II.....	118

1 INTRODUÇÃO

É da natureza do *Designer* a preocupação em resolver, através de um planejamento, as necessidades e desejos dos usuários/clientes, possibilitando assim, o uso dinâmico de um projeto. Nesse sentido, o primeiro passo para promover uma experiência é identificar os aspectos comportamentais e opiniões do público-alvo, levando em consideração os contextos sócio-históricos, econômicos e psicológicos a que estão inseridos estes sujeitos, estando ciente que cada pessoa possui sua particularidade e carrega diferentes repertórios e experiências de vida.

Com base nessa premissa, a Psicologia Ambiental surge a partir das inquietações e necessidades de se pensar como os indivíduos interagem com o ambiente e como os indivíduos interagem entre si nesse determinado ambiente. Em outras palavras, a Psicologia Ambiental preocupa-se com os fatores psicológicos relacionados a um determinado ambiente (ORNSTEIN, 2005) e busca estudar o comportamento dos seres humanos a partir da sua relação com o ambiente, ou seja, os processos psicológicos envolvidos entre a relação do ambiente físico e comportamento humano.

Ressalta-se ainda que os primeiros estudos acerca da psicologia ambiental surgiram entre as décadas de 1950 e 1960 em ambientes institucionais, como hospitais psiquiátricos, com o objetivo de compreender como os fatores dos ambientes – clima, superlotação, organização, poluição, cores, excesso de informação e etc. – podem gerar um estresse ambiental e afetar a saúde física e psicológica dos usuários (MELO, 1991).

Diante da relação entre arquitetura, *design* e psicologia, o *Designer* é colocado como mediador dessa relação pessoa-ambiente, usando do conceito e das características teóricas e comportamentais da psicologia ambiental para oferecer um ambiente confortável em que o usuário tenha o mínimo de esforços físicos ou cognitivos. Nessa perspectiva, para que a necessidade do usuário em determinado espaço seja atendida, é preciso estar atento ao fato de que não só ambientes internos (como as residências, por exemplo) influenciam no comportamento cognitivo do indivíduo, mas também outras áreas internas com concentração de uma ou mais pessoas.

Salienta-se ainda que as necessidades desses sujeitos são percebidas a partir do levantamento de dados das demandas do ambiente e do usuário, que

consistem em entrevistas diretas ou por meio de percepção do profissional ou estudante. Sobre essa questão, Siqueira e Costa Filho (2015, p. 37) evidenciam que o “[...] plano comunicacional, deve traduzir as necessidades e as preferências espaciais dos futuros usuários em sua configuração, para que eles possam se identificar com os espaços onde irão viver [...]” e/ou conviver.

Nesse sentido, esse profissional precisa se colocar no lugar do usuário naquele momento e vivenciar a própria situação ou rotina de muitos com um olhar e os sentidos mais aguçados e atentos, mesmo que distante de muitas realidades. É a partir desse momento que o *Designer* precisa perceber o que pode gerar estímulo, atratividade, desconforto, prazer, inquietação e várias outras formas de sentir e se comportar, fazendo a interligação com a psicologia ambiental. Somente com base nessa situação é que é possível atender as necessidades dos usuários, levando em consideração a inclusão espacial de diferentes pessoas e corpos.

Como consequência desse processo, os usuários passam a apresentar vivências e experiências com/no seu espaço, a partir do que o próprio profissional, ao se colocar no lugar do sujeito, expressou. É com base nessas situações que é importante perceber os motivos pelos quais o conhecimento sobre a pessoa e sobre o ambiente é necessário diante de determinadas situações e sobre o ambiente já projetado ou que ainda não foi.

A leitura sobre a dificuldade de mobilidade; acessibilidade; sinalização; conforto lumínico; térmico e acústico; área de descanso da visão, diante de tanta poluição visual; fluxo de passagem; fatores ergonômicos, não só nos ambientes mas também no mobiliário; o distanciamento, que veio a ser essencial com a pandemia em 2020 até a atualidade, junto com a higiene para a prevenção de contaminação, algo tão primordial que é a segurança e o conforto, para que este usuário esteja sempre inserido nos lugares sociais com dignidade e bem-estar.

É preciso compreender que as necessidades são peculiares e, na maioria das vezes, não são levadas em consideração. Exemplo disso é o padrão do tamanho das cadeiras ou a altura das guarnições das portas e outros padrões que são assegurados como “normais” e acabam por excluir uma gama de pessoas da possibilidade de vivenciar uma experiência positiva em determinados ambientes.

1.2. Justificativa e Problematização

O *Designer*, enquanto profissional, buscar lidar com o espaço de forma particular, não somente em termos de escalas, arquitetura, projetos e planejamentos, mas precisa ter foco em categorias diversas de usuários, corpos, sensações, usabilidade e afins. É preciso fazer com que o usuário esteja contemplado com aquele ambiente, oferecendo experiências e vivências positivas e agradáveis.

Nesse sentido, “[...] a maneira como uma pessoa se sente sobre o uso de um produto, sistema ou serviço resulta em percepções do usuário sobre os aspectos práticos, tais como utilidade, facilidade de uso e eficiência do sistema [...]” (PINHEIRO, 2016, p. 18). O *Designer* de experiência precisa, portanto, focar na experiência do usuário.

Faz-se necessário evidenciar que a experiência é algo único para cada indivíduo, sendo capaz de absorver influências positivas ou negativas de lugares, pessoas ou situações. A utilização de novos métodos projetuais, como o pensar na experiência do sujeito, mostra que a visão dos *Designers* está para além do produto final, pois leva em consideração as características particulares de cada situação que norteia e vivência esse indivíduo.

Diante disto, a Psicologia Ambiental em conjunto com o *Design* de Experiência reverberam acerca de um ambiente que possa ser útil, utilizável, desejável, encontrável, acessível, valioso e que tenha credibilidade (Ibid.), colocando sempre o usuário como centro do ambiente (ORNSTEIN, 2005).

Sendo assim, após observar a dinâmica da praça de alimentação do Maceió Shopping, na cidade de Maceió-AL, foi possível inferir que a dinâmica com a qual aqueles indivíduos convivem está relacionado, historicamente, ao novo estilo de vida dos grandes centros urbanos que, como consequência, adotam novos hábitos. Essa modificação histórica ocorre devido ao processo de globalização, o que também afeta diretamente na alimentação dos sujeitos, que viram nos espaços das praças de alimentação uma solução relevante para alimentar-se de forma rápida e prática (SALAZAR, 2017).

Figura 1: Praça de Alimentação 1 no Maceió Shopping, Maceió - Alagoas.



Fonte: A autora, 2022.

Nessa perspectiva, Collaço (2003, p. 173), evidencia que:

[...] as mudanças nos padrões alimentares impostas pelo ritmo de vida moderno e urbano condicionam parte o comer ao determinar horários, distâncias etc, mas não deixam de estar vinculadas às representações do comer pré-existentes e que podem flexibilizar-se em contato com distintas variáveis [...].

Ainda nessa perspectiva, Salazar (Op. Cit., p. 22) explica que as praças de alimentação representam “[...] uma mudança contemporânea que faz parte do novo estilo de vida das pessoas e traz consigo uma nova forma de se alimentar [...]”.

Collaço (2004, p. 119), com base na história, explica que:

[...] A partir da década de 1980, ocorreu um aumento na presença de shopping centers, que trouxe consigo a semente do que, mais tarde, se tornaria um elemento distintivo e importante para esses centros comerciais: as praças de alimentação. Oferecendo uma concentração de restaurantes de comida rápida, as praças de alimentação ganharam extrema relevância, especialmente na década de 1990, pois passaram a ser tratadas como espaços capazes de atrair consumidores não só pela variedade de estabelecimentos ou pela comodidade e rapidez que oferecem, mas por

permitirem conjugar, em um único shopping center, uma série de atividades, como compras, cinema e serviços, a uma atividade fundamental, o comer [...].

As praças de alimentação representam ainda uma forma de otimização de tempo, uma vez que passaram a atender trabalhadores que, cujo o tempo de alimentação era curto, não tinham condições de voltar para a casa, alimentar-se e voltarem para o trabalho. Sendo assim, esses ambientes foram construídos com vistas “[...] a oferecer refeições rápidas de preços acessíveis que atendessem a essa nova perspectiva [...]” (Ibid.).

À vista disso, as praças de alimentação também passaram a ser vistas como um ambiente de lazer, refúgio para descanso, conversas, reuniões, encontros, diversão, entre outros, que caracteriza uma dinâmica pendular desse espaço (COLLAÇO, 2003).

A autora afirma que:

[...] a associação desses espaços com divertimento ou lazer é imediata e lá efetuam uma refeição devido ao fato de ser uma alternativamenos dispendiosa que restaurantes tradicionais, possibilitando atender os diversos gostos da família ou demembros de um grupo de amigos [...]. (Ibid., p. 174).

Diante da dualidade existente na utilização das praças de alimentação, bem como a associação com o *design* de experiência e a psicologia ambiental, percebeu-se a necessidade de analisar esse espaço com vistas a buscar propor aos usuários, uma experiência positiva na utilização desses espaços.

Assim, o estudo em tela foi realizado no Maceió Shopping, antigo Shopping Iguatemi, localizado na Avenida Comendador Gustavo Paiva, no bairro de Mangabeiras, na cidade de Maceió – Alagoas, a fim de compreender como as praças de alimentação deste *shopping* estão ou não adequadas aos seus usuários, com base na análise do ambiente.

1.3. Objetivo Geral

Desenvolver uma análise do ambiente das praças de alimentação de um *shopping center* de Maceió – AL, com base nas premissas da Psicologia Ambiental e do *Design* de Experiência.

1.3.1. Objetivos Específicos

- Observar, a fim de identificar, problemas relacionados a usabilidade, ergonomia, aparência, funcionabilidade, conforto, bem-estar, acessibilidade, com a finalidade de fazer um levantamento geral dos dados;
- Identificar os problemas mais significativos do ambiente da praça de alimentação e estabelecer os principais requisitos e parâmetros para a melhoria do local;
- Analisar o ambiente na qual a praça de alimentação está inserida, a fim de indicar possíveis problemas e melhorias no funcionamento/organização da mesma, bem como na usabilidade dos funcionários e sujeitos que a utiliza.

2. METODOLOGIA

Para compor a metodologia, foi utilizada a Metodologia Ergonômica para o Ambiente Construído – MEAC, que tem como principal foco o humano, usuário de determinado espaço. Desta maneira, busca pressupor os aspectos envolvidos na adequação do ambiente e como este deve resultar do sentimento que o usuário experimenta na interação com o ambiente (VILLAROUCO, 2008).

A MEAC é baseada na Análise Ergonômica do Trabalho – AET e trata-se, portanto, de um “[...] instrumento que foi pensado essencialmente para ser utilizado em pesquisas de Ergonomia do Ambiente Construído, o qual dispõe de duas etapas, uma investigação de ordem física e outra de ordem cognitiva [...]” (OLIVEIRA; MONT’ALVÃO, 2015, p. 153).

Os autores evidenciam ainda que essa metodologia surge a partir da necessidade de

[...] verificar adequação ergonômica de espaços construídos através da contemplação de duas fases, sendo uma de ordem física do ambiente e outra da identificação da percepção do usuário em relação a este espaço. As análises e recomendações são geradas da confrontação dos dados obtidos nas duas fases [...]. (Ibid., p. 159).

Villarouco e Costa (2020, p. 04) salientam que “[...] na aplicação da metodologia, verificam-se possíveis interações prejudiciais ao indivíduo, ao sistema, à produtividade, ou, ainda, no sentido contrário, elementos que possam proporcionar a melhoria das condições de utilização do espaço [...]”.

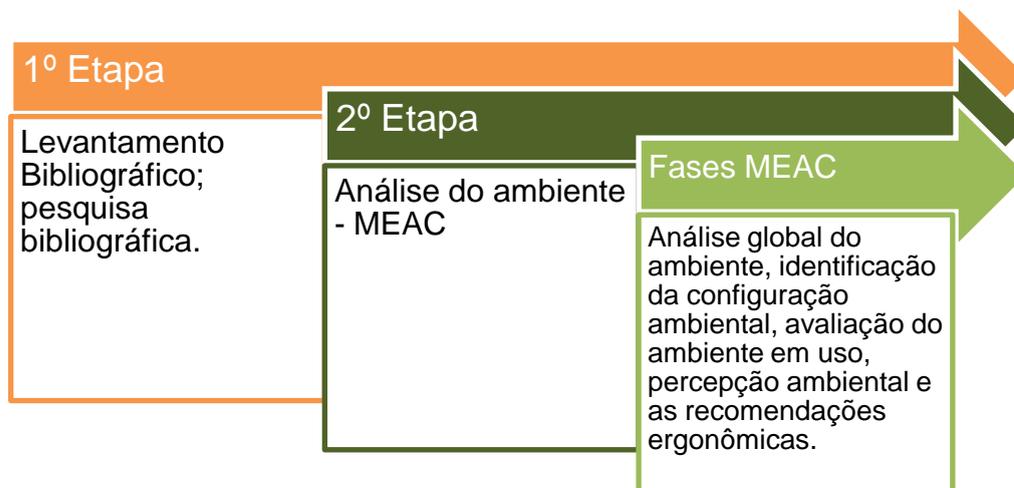
A MEAC é dividida em cinco etapas de dois blocos (Op. Cit.), como demonstra a figura abaixo:

Figura 2: Etapas da MEAC.

MEAC - Metodologia Ergonômica para o Ambiente Construído	
ETAPA	OBJETIVO
	ANÁLISE GLOBAL DO AMBIENTE Observar informações sobre a estrutura organizacional, a dinâmica da instituição e os processos de trabalho.
FASE I	IDENTIFICAÇÃO DA CONFIGURAÇÃO AMBIENTAL Identificar a existência de condicionantes físico-ambientais. Obter informações de ordem física, organizacionais, assim como descrição de tarefas prescritas.
	AVALIAÇÃO DO AMBIENTE EM USO Identificar a adequabilidade do ambiente, (o quanto ele é facilitador ou dificultador no desenvolvimento das atividades) analisando os fluxos para a execução das tarefas.
FASE II	PERCEPÇÃO AMBIENTAL Identificar os desejos dos usuários em relação ao ambiente pesquisado, por meio de utilização de técnica da Psicologia Ambiental.
DIAGNÓSTICO RECOMENDAÇÕES ERGONÔMICAS	

Fonte: ErgoAmbiente, disponível em: <https://ergoambiente.com/meac/>. Acesso em 10 de junho de 2022.

Nesse sentido, o trabalho em tela passou por duas etapas metodológicas: 1. o levantamento de dados bibliográficos, que nada mais é do que a coleta pelo material bibliográfico que fundamentará a pesquisa; e 2. a fase de análise do ambiente à luz da MEAC, perpassando pelas fases de análise global do ambiente, identificação da configuração ambiental, avaliação do ambiente em uso, percepção ambiental e as recomendações ergonômicas.

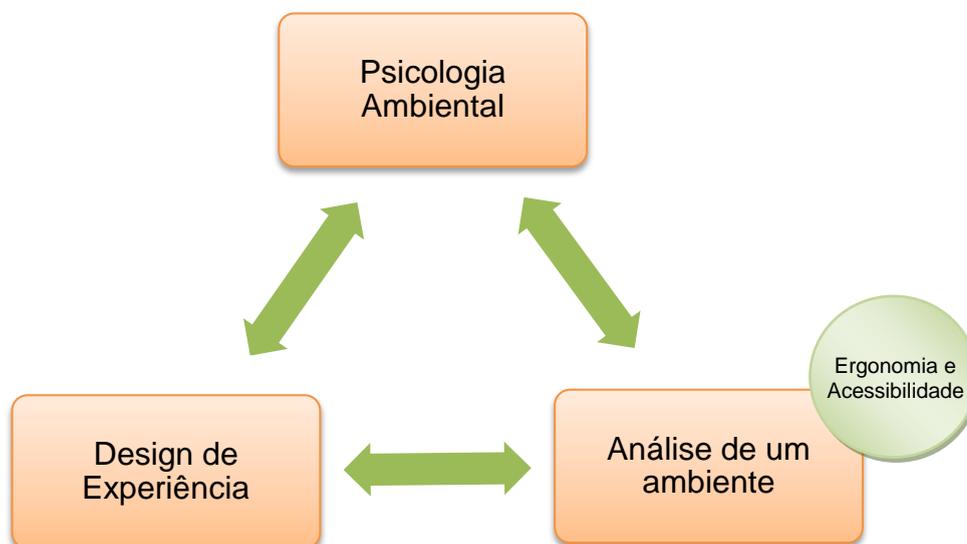
Figura 3: Etapas metodológicas.

Fonte: a autora, 2022.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

O referido capítulo abordará discussões já realizadas por outros autores acerca dos assuntos relacionados ao tema em questão e servirá como fundamento teórico para o desenvolvimento da análise aqui proposta, abordando conceitos e características da Psicologia Ambiental, do *Design* de Experiência e da análise de um ambiente, evidenciando a ergonomia e a acessibilidade das praças de alimentação do Maceió Shopping.

Figura 4: Triangulação do referencial teórico.



Fonte: a autora, 2022.

3.1. *Design de Experiência*

Projetar seja qual for o espaço e/ou material, requer estudos anteriores para que o projeto saia de acordo com a necessidade ou desejo do usuário. Na atividade do *Designer*, devem ser considerados os aspectos formais, técnicos e materiais do objeto (NOJIMOTO, 2009).

Historicamente o *Design* sempre esteve relacionado com o sistema de produção industrial, e assim como houveram transformações nesse sistema, o *design* também evoluiu. Freire (2009), salienta que tanto empresas, quanto a ciência, perceberam que a prática do *Design* tinha potencial para novas abordagens. Diante disso, a autora disserta que a:

[...] prática do design [...] vai além do projeto de artefatos. Nessa perspectiva o design estende sua atuação para as experiências que os consumidores têm com os produtos, com os serviços, com os espaços ou com um conjunto destes. (Ibid., p. 37).

Essa atuação recebe o nome de *Design de Experiência* ou *Ux Design* (do inglês, *User Experience*). Esses termos foram popularizados recentemente, na década de 2010, e são utilizados para denominar atividades que buscam inserir o

ser humano no processo de projeção (SOUZA et. al., 2019).

Borba (2017) e Souza et. al. (2019) evidenciam ainda que o conceito ou termo de *Design* de Experiência não é o mesmo em todas as áreas, uma vez que há diferentes nomenclaturas que se relacionam com várias áreas do conhecimento, como exemplifica a imagem abaixo:

Figura 5: Temas relacionados ao *Design* de Experiência.



Fonte: A autora, 2022, adaptado de Borba (2017).

No entanto, é possível observar que, embora possua várias nomenclaturas e até conceitos diferentes, não se pode negar que é consenso nas mais diversas áreas do conhecimento que o objetivo do *Design* de Experiência é inserir/incluir o usuário no processo de elaboração do projeto. Desta forma, a maneira com a qual “[...] as pessoas se relacionam com os produtos torna-se de crescente importância e

interesse para os *Designers* [...]” (FREIRE, 2019, p. 39).

Nesse sentido, a experiência do usuário em relação a determinado produto ou ambiente, deve considerar como esses indivíduos sentem, veem, interpretam, convivem, sentem prazer e à satisfação que os mesmos obtém ao usar, apreciar e/ou experienciar determinado local ou objeto (CHAVES; BITTENCOURT; TARALLI, 2013; PREECE; ROGERS; SHARP, 2013, *apud* BORGES, 2017).

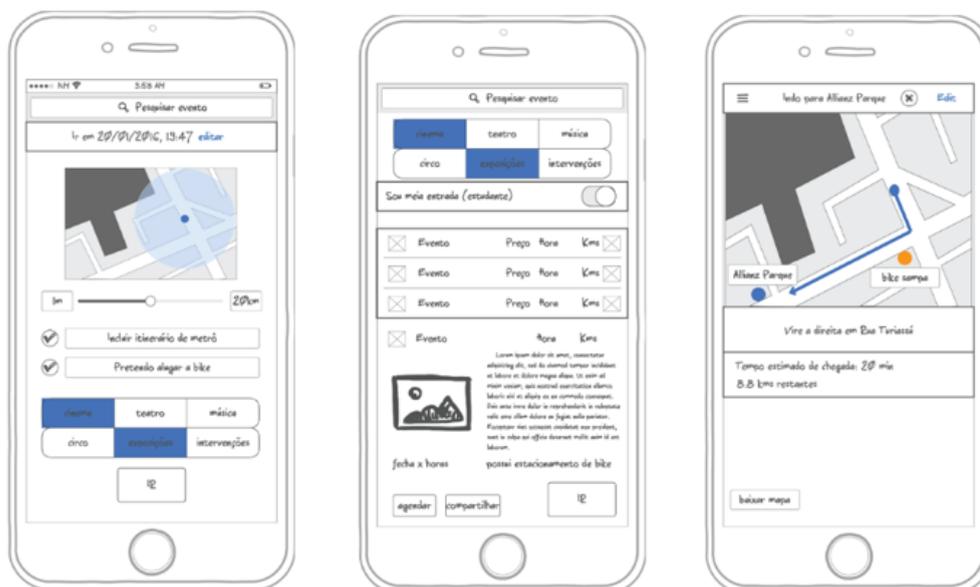
Considerando os aspectos mencionados, o projeto é um processo compositivo complexo que tem como cerne a promoção da materialização de um desejo. O desenvolvimento do processo do projeto engloba o entendimento das circunstâncias e das possibilidades em que esse desejo se explicita (GUIMARAENS; MAGALHÃES, 2013). Desta forma, toda a coleta de dados, sua análise e a avaliação dos problemas e resultados são procedimentos básicos na prática do projeto.

É essencial evidenciar que as etapas do *Design* de Experiência quase nunca são lineares, porém é possível listar quatro etapas básicas deste processo (BORBA, 2017):

1. Em primeiro lugar, é necessário identificar os **requisitos**, ou seja, apurar as necessidades e entender os pontos de conflitos dos usuários com o ambiente através de pesquisas, observações e questionário¹;
2. Em segundo, criar soluções alternativas possíveis ao ambiente e ao usuário. Essa seria a fase de **ideação**, onde são levantadas hipóteses de soluções para as demandas observadas. Nesta etapa “[...] é onde estarão todas as informações sobre como o sistema vai funcionar e quais são as características que este produto vai suportar [...]” (Ibid., p. 21);
3. Em terceiro lugar, faz-se necessário a construção de **protótipos testáveis**, que “[...] define como o produto irá funcionar [...]” (Ibid.). Em outras palavras, essa é a parte onde as ideias são retiradas do papel, onde serão criados modelos testáveis do que pode vir a ser o projeto final;

¹ Questionário estruturado no Apêndice A.

Figura 6: Exemplo de prototipação de wireframe.



Fonte: Disponível em: <http://designr.com.br/como-e-o-processo-da-prototipacao-rapida/>. Acesso em 10 de junho 2022.

4. O quarto e mais importante passo, trata-se da **avaliação** junto com o usuário. Esta etapa é determinante no que tange ao rumo em que o projeto se encaminhará e se ele irá realmente cumprir com o dever de melhorar a qualidade de vida desse usuário. Nessa fase é necessário levar os protótipos para testes com os usuários, colhendo os *feedbacks* sobre o que funciona e o que pode melhorar.

As etapas mencionadas anteriormente são essenciais para que o usuário esteja, realmente, no centro do projeto de ambiente construído, uma vez que permitem “[...] gerar requisitos e parâmetros para planejamento, projeto e avaliação do ambiente e das tarefas que são executadas em seu interior, garantindo melhorias em seu desempenho [...]” (TAVARES et. al., 2016, p. 03).

Os autores salientam ainda que a busca por “[...] compreender as características, necessidades e potencialidades dos humanos como parte integrante do sistema Humano x Tarefa x Ambiente, torna indispensável o estudo de como os humanos interagem com os ambientes [...]” (Ibid.).

É nessa perspectiva que é preciso evidenciar que um bom *Design* deve ser

planejado do primeiro ao último detalhe, com vistas à planejá-lo minuciosamente, com cuidado e destreza em respeito ao consumidor. Isso não significa que algo deve ser deixado de lado de forma arbitrária, mas deve-se pensar, principalmente, na experiência do usuário.

Portanto, em resumo, o *Design* de Experiência é um conjunto de métodos que tem como objetivo inserir o usuário no processo de criação e elaboração do projeto de determinado objeto ou espaço, com o intuito de fazer com que o mesmo possa experimentar sensações/consumo inesquecíveis, prazerosas e completas.

3.2. Psicologia Ambiental

A Psicologia Ambiental é o ramo da psicologia que estuda as inter-relações do ser humano com seu contexto social e físico, bem como os “[...] efeitos desse ambiente físico particular sobre as condutas humanas [...]” (MOSER, 1998, p. 121).

Questões culturais, sociais e emocionais estão intimamente relacionadas com as definições dos ambientes planejados para determinado público. Nesse sentido, a psicologia ambiental busca justamente perceber e avaliar como as pessoas agem diante de determinados ambientes (Ibid.).

Wiesenfeld (2005, p. 54) salienta que a Psicologia Ambiental busca ainda “[...] promover uma relação harmônica [...]” entre pessoas e seus entornos com vistas à explorar, reconhecer e proporcionar o bem-estar humano e a sustentabilidade ambiental.

De acordo com a autora, a Psicologia Ambiental dispõe de seis pilares essenciais, como demonstra a figura abaixo:

Figura 7: Objetivos da Psicologia Ambiental.



Fonte: Adaptação de Wiesenfeld, 2005.

Como salientado, a Psicologia Ambiental tem estreitas relações com a arquitetura, urbanismo e o *Design* de Experiência. Frente à isso, Ornstein (2005, p. 159) explica que a Psicologia Ambiental busca reconhecer o “[...] processo de produção do ambiente construído voltadas ao planejamento, à programação de necessidades e à formulação de alternativas de estudos preliminares e de anteprojetos [...]”. Em outras palavras, o indivíduo deve interagir diretamente no processo de planejamento de um ambiente construído, compreendendo suas necessidades e relacionando o *layout*, as cores e o mobiliário, de forma que as sensações desse ambiente causem bem-estar no sujeito.

Diante do exposto, é necessário fazer a diferenciação entre sensação e percepção. Ries (2004) explica que há distinções entre sensação e percepção. De acordo com o autor, sensação é “[...] o processo envolvido na recepção do estímulo, de origem interna ou externa [...], compreende basicamente a atividade dos sentidos [...]” e dá início ao processo de percepção. Já a percepção compreende ao processo de “[...] interpretação pessoal dada aos estímulos que nos chegam através de algum ou do conjunto de canais sensoriais [...]” (Ibid., p. 50).

Desta maneira, a percepção, sensação e interpretação são movidas pelos sentidos e percebidas pela memória, cultura e outros fatores. A Psicologia Ambiental, por sua vez, deve buscar compreender como ocorre as sensações do indivíduo para com determinado ambiente, buscando considerar a ação de estímulos externos sobre os órgãos dos sentidos, que podem ser perceptíveis em ambientes.

É nesse sentido que a psicologia ambiental, relacionada ao *Design* de Experiência, busca influenciar a elaboração de projetos e execução dos mesmos evidenciando não apenas a estética, mas procurando estabelecer relações entre o belo, o humano e as emoções dos usuários.

3.3. Ergonomia

A origem do conceito Ergonomia é oriunda de duas palavras gregas, *Ergos*, que significa trabalho e *Nomos*, que significa normas. Assim, Ergonomia significa a ciência que estuda as condições de trabalho.

Entretanto, de acordo com Vidal (2012, p. 03), a ergonomia é, antes de tudo, uma atitude profissional, uma vez que “[...] se agrega à prática de uma profissão definida [...]”. Isso porque essa atitude profissional objetiva modificar os sistemas de trabalho para que estes estejam adequados às características, habilidades e limitações das pessoas para que estes sujeitos possam trabalhar de forma mais eficiente, confortável e segura. Em outras palavras, a ergonomia busca harmonizar e integrar o humano ao seu ambiente de trabalho, proporcionando conforto físico e mental, prevenindo doenças ocupacionais e promovendo o crescimento da produtividade.

Panero e Zelnik (2002, p. 18) enfatizam que:

[...] A ergonomia já foi definida como a “tecnologia do projeto” que “é

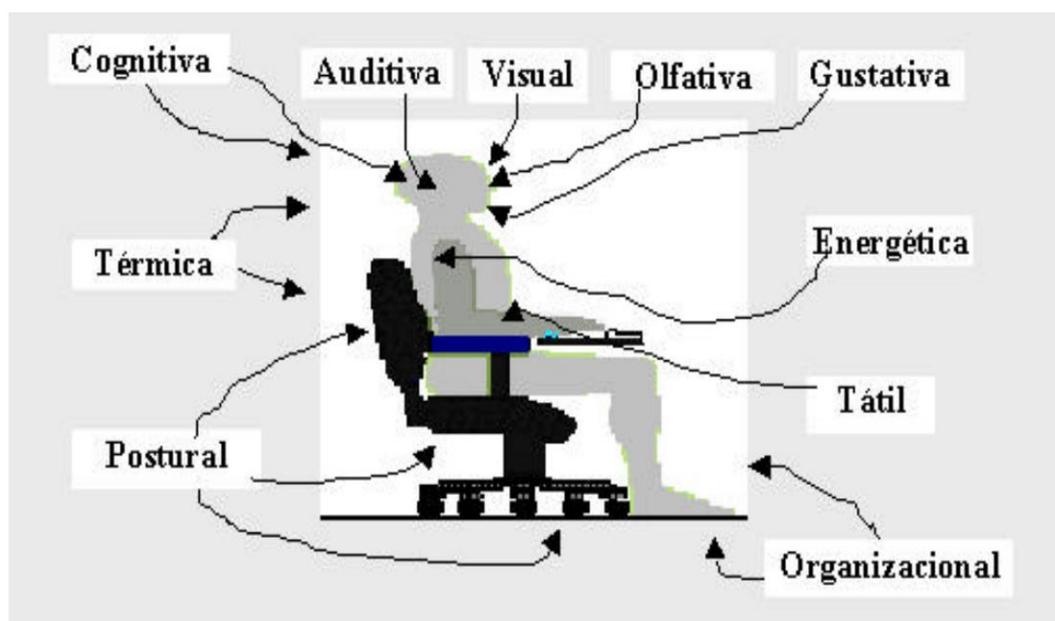
baseada nas ciências biológicas humanas: anatomia, fisiologia e psicologia”. Em outras circunstâncias foi definida simplesmente como “uma ciência interdisciplinar que estuda as relações entre as pessoas e seus ambientes” [...].

Corroborando com essa afirmativa, Vidal (Ibid., p. 03-04) evidencia que

[...] Esta tecnologia é a tecnologia de realização de interfaces entre as pessoas e os sistemas [...] estabelecendo uma relação de adequação entre os aspectos humanos presentes na atividade de trabalho e os demais componentes dos sistemas de produção: tecnologia física, meio-ambiente, softwares, conteúdo do trabalho e organização [...].

Nesse sentido, as interfaces da ergonomia são “[...] qualquer forma de interação entre o componente humano e os demais componentes do sistema de trabalho [...]” (VIDAL, 2012, p. 04), como demonstra a imagem abaixo:

Figura 8: Interfaces da Ergonomia.



Fonte: Vidal (2012, p. 04).

Do ponto de vista dos tipos de ergonomia, a ergonomia ambiental busca estudar os aspectos relacionados ao espaço físico de determinados ambientes e de como estes influenciam o comportamento humano. Nesse sentido, a ergonomia ambiental, juntamente com o *Design* de Experiência e a Psicologia Ambiental, buscam compreender a configuração mais adequada de um recinto, bem como sua segurança, conforto e agradabilidade.

A ergonomia ambiental ou ergonomia do ambiente construído é a vertente da ergonomia, que se dedica ao estudo do ambiente físico da tarefa, visto que ele pode contribuir positiva ou negativamente, no desempenho dos usuários que dele se utilizam, na consecução de suas tarefas e atividades. (FONSECA, 2004, p. 76).

Assim, Fonseca (2004) aponta ainda que a ergonomia ambiental busca uma melhor adaptação do ambiente construído às necessidades e limitações humanas, além de dedicar-se a adaptabilidade do espaço às tarefas e atividades nele realizadas (VILLAROUCO, 2002). Nesse sentido, a ergonomia do ambiente busca atender os aspectos relacionados à percepção ambiental, adequabilidade dos revestimentos propostos, aspectos cognitivos, ao trabalho a ser desenvolvido no ambiente, conforto ambiental.

3.4. Acessibilidade

Para que um espaço físico seja inclusivo, é preciso pensar em uma ergonomia ambiental que seja acessível para todos, de forma que haja alternativas ergonômicas voltadas aos sujeitos com limitações e com necessidades específicas.

Apesar da Constituição Federal de 1988 evidenciar a necessidade de acessibilidade para todos os sujeitos, observa-se que essas pessoas ainda sofrem com falta de estrutura ou com a falta de qualificação estrutural dos/nos ambientes nos quais frequentam (PASSOS; GUSMÃO, 2019), inclusive nos *shoppings centers*.

Passos e Gusmão (Ibid., p. 118) evidenciam que:

A acessibilidade é um direito garantido por lei, que assegura à pessoa com deficiência a possibilidade e condição de alcance, percepção e entendimento para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias.

É nesse sentido que a ergonomia é essencial para que haja acessibilidade, uma vez que o principal objetivo da ergonomia é adaptar os espaços às características de toda e qualquer pessoa para que haja a inclusão social de pessoas com deficiências.

De acordo com a NBR 9050/2020 o termo acessibilidade é definido como a

[...] possibilidade e condição de alcance, percepção e entendimento para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias, bem como outros serviços e instalações abertos ao público, de uso público ou privado, de uso coletivo, tanto na zona urbana como na rural, por pessoa com deficiência ou mobilidade reduzida [...]. (ABNT/ NBR 9050, 2020, p. 02).

Além da Constituição Federal de 1988, a Lei nº 10.098 de 19 de dezembro de 2000, também visa garantir as normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, além de dar outras providências.

De acordo com a referida lei, a acessibilidade se refere à:

[...] possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias, bem como de outros serviços e instalações abertos ao público, de uso público ou privados de uso coletivo, tanto na zona urbana como na rural, por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida [...]. (BRASIL, 2000).

O que se sabe é que o termo acessibilidade pode ter diversas definições, mas que todas elas se referem à possibilidade de que todas as pessoas possam usar, integralmente, um ambiente físico em termos de Arquitetura, Urbanismo e *Design*.

Carlin (2004, p. 37-38) ao apropriar-se do conceito de Dischinger (2000), salienta que:

[...] a acessibilidade não está apenas ligada a fatores físicos (como distância, localização, conforto, etc.), mas também a aspectos políticos, sociais e culturais (como preço de transporte, regras não escritas sobre quem pode entrar em determinados territórios ou prédios, etc.) [...].

Diante dos conceitos expostos até o presente momento, percebe-se que a acessibilidade trata-se de um processo que gera independência, mobilidade, participação individual e autonomia dos sujeitos com necessidades específicas em determinados ambientes.

4. ANÁLISE DO AMBIENTE: PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO DO MACEIÓ SHOPPING

De acordo com as etapas metodológicas, após a pesquisa bibliográfica, o próximo passo é a análise do ambiente com base na MEAC, tendo como objetivo a organização do campo de trabalho, considerando as informações relevantes para o estudo.

4.1. Análise Global do ambiente: O *shopping*

Inicialmente é preciso destacar que a Análise Global tem como objetivo explorar o ambiente do local, nesse caso, do Maceió Shopping, através de técnicas de observação e levantamento de dados. Sendo assim, buscou-se ampliar as informações já conhecidas e observadas e as demais, cedidas por funcionários e trabalhadores da empresa.

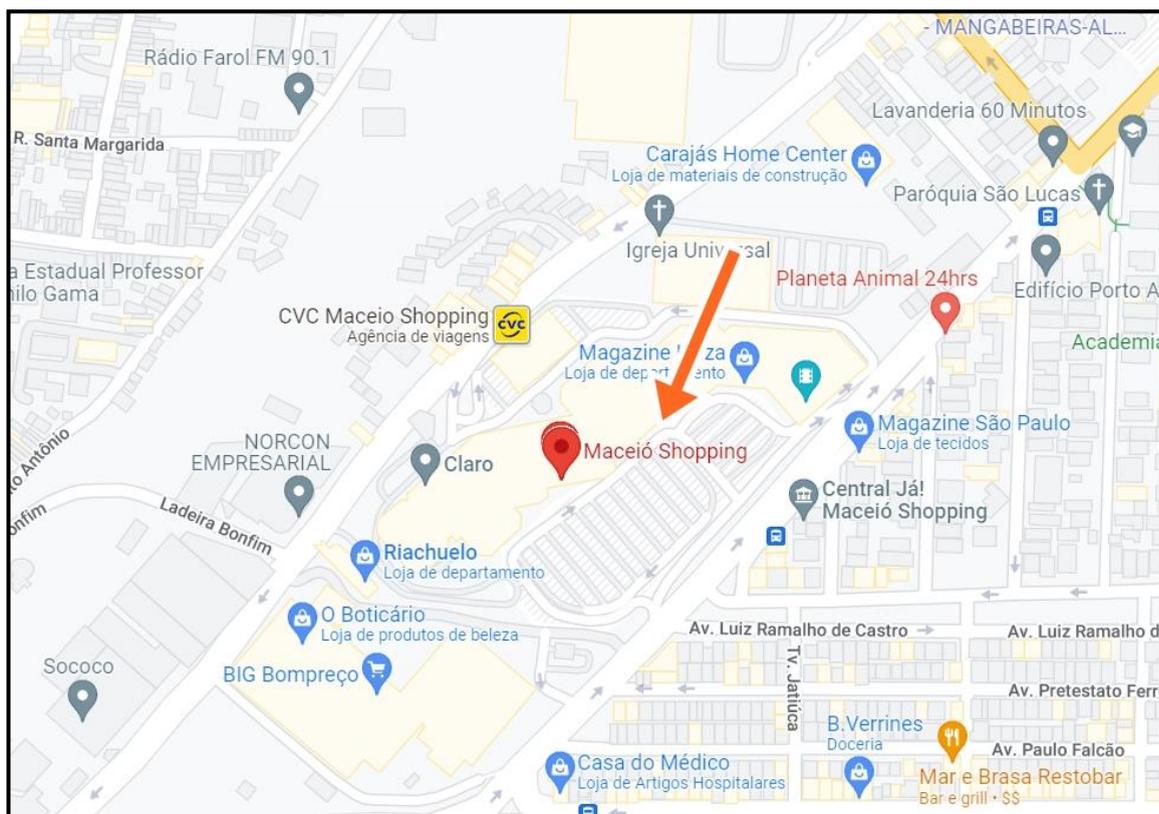
Vasconcelos et. al. (2020, p. 02), salientam que este primeiro momento corresponde a uma

[...] fase de reconhecimento, com abordagem macro, através da qual se busca uma visão sistêmica do ambiente a partir de levantamentos referentes a materiais, pessoal, equipamentos, fluxos, entre outros itens. Envolve o uso de observação assistemática, Walkthrough, registro fotográfico, entrevista e outras técnicas para o início da identificação das principais atividades realizadas na instituição [...].

4.1.1. Identificação do Shopping

O Maceió Shopping, antigo Shopping Iguatemi, fica localizado em um dos pontos mais visitados e importantes da cidade de Maceió, a Avenida Comendador Gustavo Paiva, no bairro de Mangabeiras. Este foi o primeiro *shopping center* de Alagoas, tem cerca de 33 anos de atividade e faz parte da evolução e transformação do varejo regional. Além das lojas âncoras reconhecidas nacionalmente, o *shopping* dispõe de lojas satélites e alimentação (SOUZA, 2010).

Figura 9: Localização do Maceió Shopping, via *Google Maps*.



Fonte: Site do Maceió Shopping, Disponível em: <https://www.google.com/maps/place/Macei%C3%B3+Shopping/@-9.6484229,-35.7171556,17z/data=!4m5!3m4!1s0x70145d396b547a5:0x795c9053875c0a96!8m2!3d-9.6487402!4d-35.7155838>. Acesso em 09/07/2022.

De acordo com dados coletados com a administração do shopping², o Maceió Shopping, antigo Shopping Iguatemi, foi projetado pelos arquitetos baianos André Sá e Francisco Mota, em meados dos anos de 1980, e inaugurado em 11 de abril de 1989. A construtora que executou o projeto na época foi a OAS³, atualmente um grupo empresarial que corresponde ao nome de Metha⁴. (SOUZA, 2010).

² Entrevista informal realizada no dia 24 de abril de 2022, com o engenheiro, responsável por reformar a Praça de alimentação 02. Saliencia-se ainda que o funcionário desejou não ser identificado nessa pesquisa.

³ Sigla dos sobrenomes de seus fundadores: Durval Olivieri (O), César Araújo Mata Pires (A) e Carlos Suarez (S).

⁴ Página do Grupo Metha na internet: <https://methasa.com.br/quem-somos/>.

Figura 10: Frente do Maceió Shopping.



Fonte: site do Maceió Shopping, disponível em: <https://www.maceioshopping.com/>. Acesso em 10/05/2022.

De acordo com dados obtidos no próprio site do *shopping*⁵, o objetivo da construção do Maceió Shopping na época, foi desenvolver o comércio naquela localização, fazendo com que houvesse uma movimentação comercial em áreas distantes dos centros comerciais mais antigos da capital Alagoana. Essa construção foi alocada em um lugar estratégico da cidade, que estava em fase de valorização.

Naquela época, o *shopping* buscava atender às necessidades comerciais naquela área, fazendo com que as pessoas não precisassem se deslocar para lugares distantes, como o centro da cidade, para fazer compras. Além disto, a construção do *shopping* marcou a entrada de empreendimentos deste porte no estado.

Comparando-o aos outros *shoppings* presentes na cidade, o Maceió Shopping tem uma estrutura, aparentemente, mais antiquada, o que é de se entender, pois é o *shopping* mais antigo da cidade. Embora o prédio tendo passado por algumas reformas, ainda aparenta ser o mais arcaico. No entanto, possui uma arquitetura muito agradável interna e externamente, sendo uma edificação apolínica e

⁵ <https://www.maceioshopping.com/>. Acesso em 24/06/2022.

aconchegante, porém sem ares muito futuristas, dando uma impressão de edificação mais simples.

Confome aponta Souza (2010, p. 58):

[...] tem-se que este empreendimento possui atualmente uma área construída de 48.121m², sendo 23.355m² desta classificada como área bruta locável (ABL). Toda essa estrutura garante um fluxo médio mensal de 900.000 pessoas, o que classifica como shopping super regional [...].

O prédio possui uma boa iluminação artificial, no entanto a iluminação natural poderia ser melhor aproveitada; possui 11 lojas âncoras; 202 lojas satélites; 260 operações; 2 megalojas; 6 salas de cinema; 2 pisos; 1600 vagas de estacionamento; centro médico; e cerca de 13.000.000 pessoas de público anual.

4.2. Identificação da Configuração Ambiental

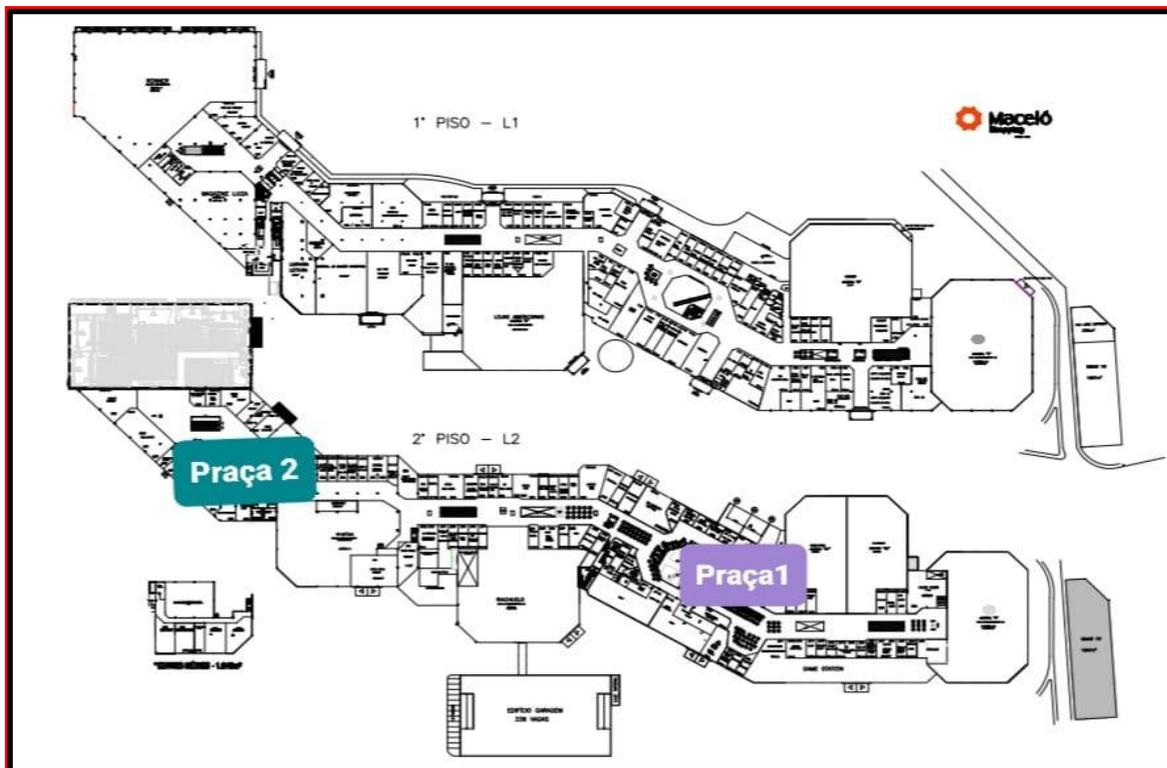
Nesse segundo momento, chamado de Identificação da Configuração Ambiental, busca-se conhecer o trabalho realizado, as tarefas que foram desempenhadas no local de pesquisa, se foram utilizados equipamentos e/ou tecnologias, etc. Envolve ainda o levantamento de dados do local, tais como: “[...] dados de dimensionamento, iluminação, ventilação, ruído, fluxos, layout, deslocamentos, postos de trabalho, materiais de revestimento e condições de acessibilidade e de segurança [...]” (VASCONCELOS et. al., 2020, p. 03).

Esse momento da pesquisa é essencial para o levantamento das primeiras hipóteses e inferências acerca de como o ambiente influencia os usuários e a realização de suas tarefas.

4.2.1. As praças de alimentação do Maceió Shopping

No Maceió Shopping, encontram-se duas praças de alimentação: a número 01, que é a maior e localiza-se no centro do *shopping*, no andar superior; e a número 02, também no primeiro andar, no entanto, um pouco mais recuada para perto do cinema e outras lojas que não tem fins alimentícios, como ilustrado na figura abaixo:

Figura 11: Planta baixa do Maceió Shopping, evidenciando as duas praças de alimentação no segundo piso do mesmo.



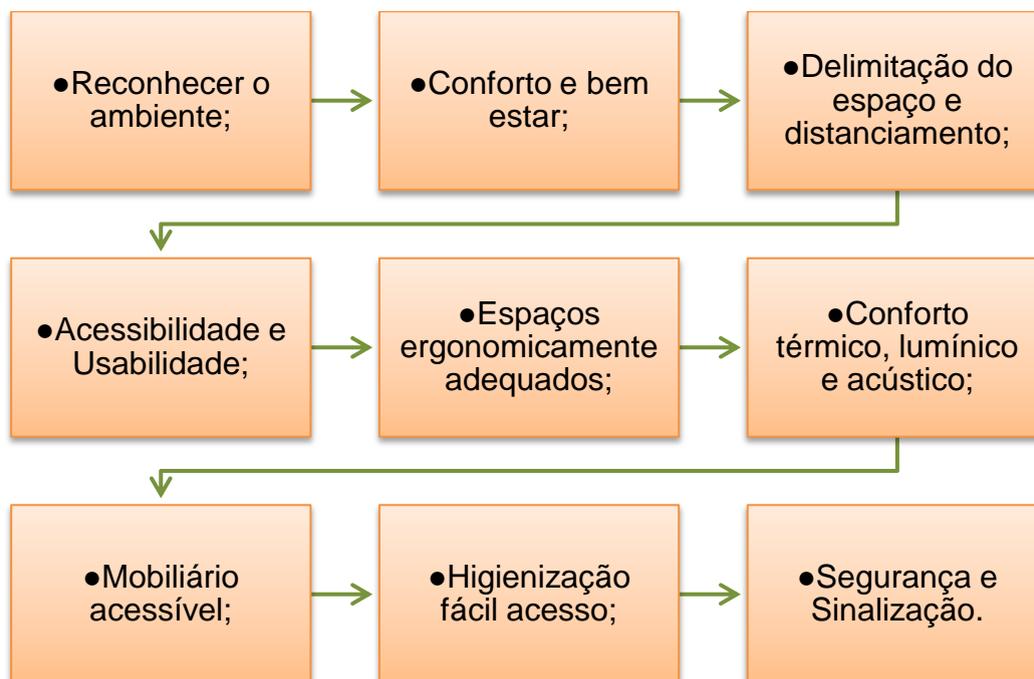
Fonte: site do Maceió Shopping, disponível em: <https://www.maceioshopping.com/>. Acesso em 10/05/2022.

Como já exposto, o levantamento de dados acerca do espaço das praças de alimentação, foi realizado no Maceió Shopping, um dos lugares mais procurados da cidade de Maceió – Alagoas. O *shopping* apresenta grande fluxo de pessoas locais e turistas, a fim de comercializarem e obterem diversos tipos de produtos, sendo um deles a comida (SOUZA, 2010).

Foi observado que, no que se refere ao quesito comida, a mesma pode ser vista e obtida nas praças de alimentação através de grandes empresas, entre elas internacionais e nacionais, os famosos e conhecidos *fast-foods*, mas também restaurantes com serviços de *self service*.

Cabe ressaltar que as observações foram realizadas com base nos seguintes princípios:

Figura 12: Fundamento das observações nas praças de alimentação do Maceió Shopping



Fonte: a Autora, 2022.

4.3. Avaliação do ambiente em uso

Nesse terceiro momento faz-se a análise efetiva do ambiente por meio da realização de tarefas dos usuários, buscando compreender como e se o ambiente influencia na realização dessas atividades, facilitando-as ou dificultando-as. Frente a isso, Vasconcelos et. al. (2020, p. 03) destaca que essa fase: “[...] envolve observações cuidadosas da execução das tarefas com uso de fotografias, filmagens, entrevistas, questionários e outros [...]”.

Desta forma, as observações foram feitas em vários dias da semana e horários, sendo levantados os seguintes dados:

Quadro 1: Levantamento de observação em horário de almoço/jantar na Praça 01 (fluxo alto) em dias de semana.

PONTOS POSITIVOS P1	PONTOS NEGATIVOS P1
Guarda-corpo;	Falta de sinalização no piso para pessoas com deficiência visual;

Fácil acesso à escadas e elevador;	Temperatura térmica desagradável (muita gente, gerando mais calor);
Escada rolante de fácil acesso;	Poucas tomadas;
Telas e letreiros atrativos e informativos;	Iluminação artificial que provoca sensação de perda de noção tempo (dia/noite);
Serviço de limpeza rápido e constante;	Falta de respiro visual;
Diversidade de comidas;	Iluminação que causa cansaço visual;
Cores seguem padrão em mesas e cadeiras;	Pouco distanciamento entre mesas, mistura de cheiros e risco de contaminação;
Espelhos;	Apenas 1 elevador para toda a demanda da praça;
Lixeira de fácil acesso;	<i>Layout</i> de mesas atrapalham a acessibilidade;
Sinalização de banheiros e saídas;	Muitas pessoas que ultrapassam o espaço do outro usuário nas refeições;
Cadeira para criança;	Não possui cadeira para obesos;
Fácil acesso à banheiros e saída de emergência;	Fluxo alto de pessoas e pouco espaço de passagem;
Acesso à higienização;	
Bombeiros Civis disponíveis no ambiente.	Muitos sons altos misturados em pouco espaço, causando estresse sonoro;
	Mesas dispostas perto uma das outras, sem distanciamento correto.

Fonte: A autora, 2021.

O quadro 2, tal como o quadro 1, é oriundo de observações realizadas entre os horários de almoço e jantar, desta vez na praça de alimentação 02, em dias úteis de fluxo alto de pessoas.

Quadro 2: Levantamento de observação em horário de almoço/jantar na Praça 02 (fluxo alto) em dias de semana.

PONTOS POSITIVOS P2	PONTOS NEGATIVOS P2
Iluminação agradável (luz branca) uso de <i>spots</i> ;	Não tem elevador por perto, apenas entrando no <i>hall</i> do banheiro;

Descanso visual;	Falta de sinalização para pessoas com deficiência visual;
Mesas mais amplas;	Não dispõe de cadeira para obeso;
Distanciamento maior entre mesas e cadeiras;	Poucas cadeiras para crianças pequenas;
Sensação de ambiente amplo por conta dos espelhos;	Lojas desconexas com a praça de alimentação (outros produtos);
Escada rolante próxima;	Falta de diversidade gastronômica.
Mesas seguem um padrão, tamanho e estética mais limpa e atual;	
Mesa para até 8 pessoas;	
Conforto acústico mais adequado, pé direito mais alto, ampliando o espaço que o som tem para percorrer;	
Fachadas com cores mais harmônicas;	
Música ambiente volume adequado;	
Conforto térmico adequado, pois praça é aparentemente maior;	
Banheiro e higienização de fácil acesso;	
<i>Layout</i> melhor distribuído;	
Extintores;	
Guarda-corpo.	

Fonte: A autora, 2021.

Essa análise do ambiente foi essencial para compreender e evidenciar os pontos positivos e negativos de cada praça de alimentação em seu contexto durante os dias úteis da semana.

Os quadros abaixo demonstram o levantamento de dados acerca desse mesmo método de observação e análise, no entanto em um feriado, onde, geralmente, as praças reúnem mais pessoas, cerca de 90.000 pessoas por dia, conforme Souza (2010). Dados que foram confirmados pela administração do Shopping em conversa informal⁶.

⁶ Realizada em 28 de abril de 2022.

Quadro 3: Levantamento de observação em horário de almoço/jantar na Praça 01 (fluxo alto) em dias de feriado.

PONTOS POSITIVOS P1	PONTOS NEGATIVOS P1
2 tipos de extintores (Pó Bc e Co2);	Barulho maior que nos dias úteis (feriado);
Vários detectores de incêndio (sistema <i>sprinkler</i>);	Fluxo alto de pessoas se alimentando sem ter onde sentar e sem distanciamento entre as mesas que permita locomoção;
Pontos de wifi.	Muitas crianças e poucas cadeiras adequadas para elas;
	Mesas mais cheias e com público mais diversificado;
	Poucos pontos de tomadas;
	Falta de sinalização para pessoas com deficiência visual, inclusive nos cardápios das lojas de alimentação;
	Por volta das 17h20min a iluminação natural da claraboia desaparece.

Fonte: A autora, 2021.

O quadro 4, assim como o quadro 3, é proveniente do levantamento observacional entre o horário de almoço e jantar, na praça de alimentação 02 em dias de feriado.

Quadro 4: Levantamento de observação em horário de almoço/jantar na Praça 02 (fluxo alto) em dias de feriado.

PONTOS POSITIVOS P2	PONTOS NEGATIVOS P2
2 tipos de extintores (Pó Bc e Co2);	Barulho maior que nos dias úteis (feriado);
Apesar da grande quantidade de pessoas, a praça ainda suporta o número maior;	O fluxo alto de pessoas se alimentando diminuiu apenas no fim da tarde, voltando a aumentar pela noite;
Caixa de alarme;	Muitas crianças e poucas cadeiras adequadas para elas;
Cadeiras estilo “namoradeira”;	Mesas mais cheias e com público mais

	diversificado;
Vários detectores de incêndio (sistema <i>sprinkler</i>);	Poucos pontos de tomadas;
O fluxo de pessoas não tumultuou as escadas;	Falta de sinalização para pessoas com deficiência visual, inclusive nos cardápios das lojas de alimentação;
Pontos de wifi;	Cinema mais cheio, mais pessoas na praça, mais cheiros, mais caótica;
Espaçamento de uma mesa para outra adequado para passagem de carrinho de bebê e cadeira de rodas.	Por volta das 17h20min a iluminação natural da claraboia desaparece.

Fonte: A autora, 2021.

Sobre esses pontos observados, foi possível identificar que a estrutura segue o mesmo padrão em todo o *shopping*. No entanto, é preciso atentar-se para o fato de que a praça 01 ainda não foi reformulada/reformada e percebeu-se uma significativa distinção em relação ao mobiliário, acessibilidade, conforto acústico, térmico e lumínico, quando comparado a praça 02.

Figura 13: Praça de Alimentação 01, Maceió Shopping.



Fonte: A autora, 2021.

Como salientado no Quadro 1, a praça de alimentação 01 apresenta pouco distanciamento entre as mesas, o que acaba gerando uma mistura de cheiros e risco de contaminação, principalmente em tempos pandêmicos. Outro fator que é essencial destacar é acerca do fluxo alto de pessoas e pouco espaço de passagem, que também esbarra nos problemas relacionados à acessibilidade. Além disso, por conta do excesso de pessoas na praça 1, falta espaço e muitas pessoas ficam sem mesas para alimentar-se, tendo que esperar outras levantarem para poderem comer, atrapalhando as refeições de outras personas.

Figura 14: Mobiliário da Praça de Alimentação 1.



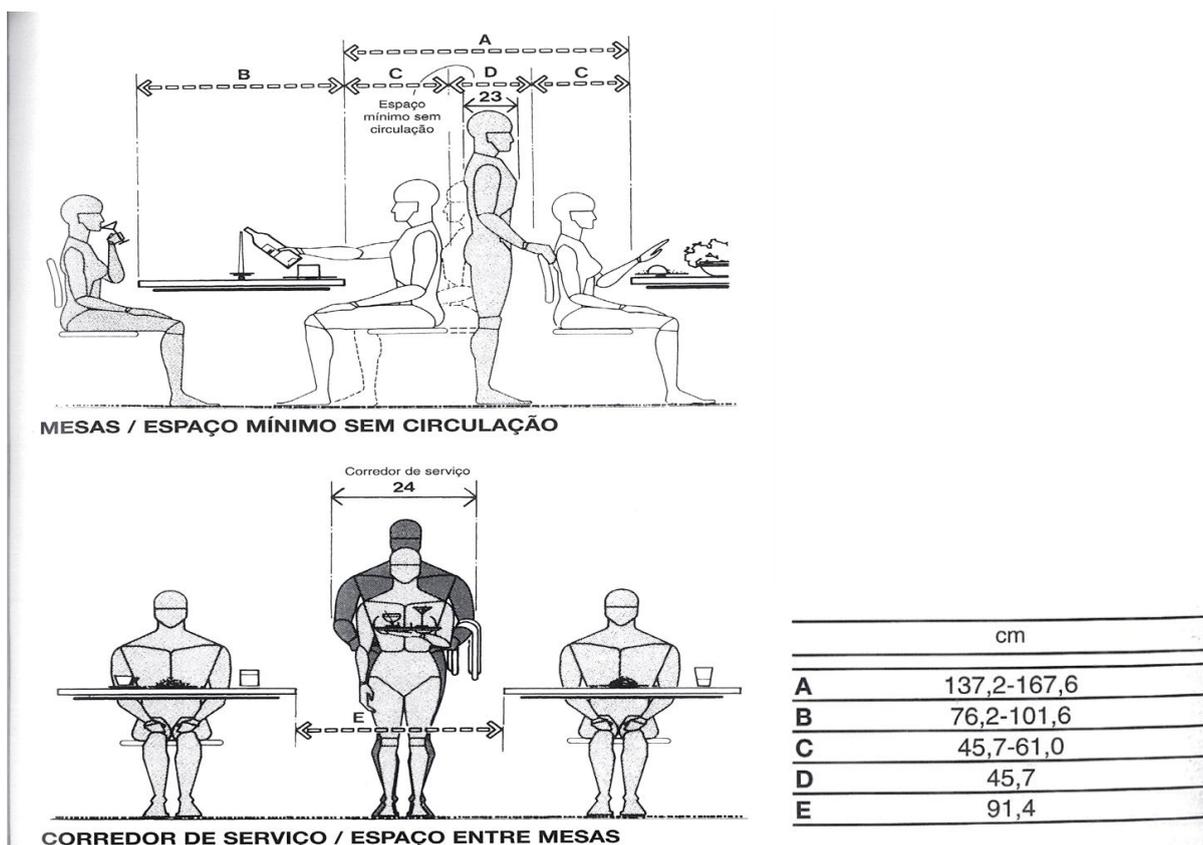
Fonte: Maceió Shopping, disponível em: <https://www.maceioshopping.com/institucional/>. Acesso em 09 jul. 2022.

Araújo (2003, p. 67) salienta que a organização de um espaço está intimamente relacionado “[...] às outras dimensões do viver, como condições para satisfazer o homem na sua complexidade, através dos seus aspectos físicos, mas também psicossociais e cognitivos [...]”.

Sendo assim, Panero e Zelnik (2008, p. 227) abordam as dimensões básicas para o espaço entre mesas e cadeiras em um restaurante. Os autores destacam que “[...] em certas disposições, as cadeiras de duas mesas adjacentes podem ser

colocadas de costas, uma para a outra, o que exigirá um espaço mínimo entre elas [...]”, conforme a imagem abaixo:

Figura 15: Dimensões básicas para o espaço entre as mesas em um restaurante.



Fonte: Panero e Zelnik (2008, p. 227).

Com relação ao mobiliário da praça 01, destaca-se as cores como ponto positivo, pois seguem padrão em mesas e cadeiras. Porém, as mesas são pequenas e as cadeiras não são acessíveis para pessoas com obesidade, por exemplo. Nesse sentido, o *layout* das mesas acaba atrapalhando a acessibilidade. É fundamental salientar ainda que as mesas são muito próximas umas das outras, o que acaba impossibilitando a mobilidade dos usuários deste ambiente, como demonstra a figura 16.

Figura 16: Mobiliário da praça 1, evidenciando a questão espacial entre as mesas e cadeiras.



Fonte: A autora, 2021.

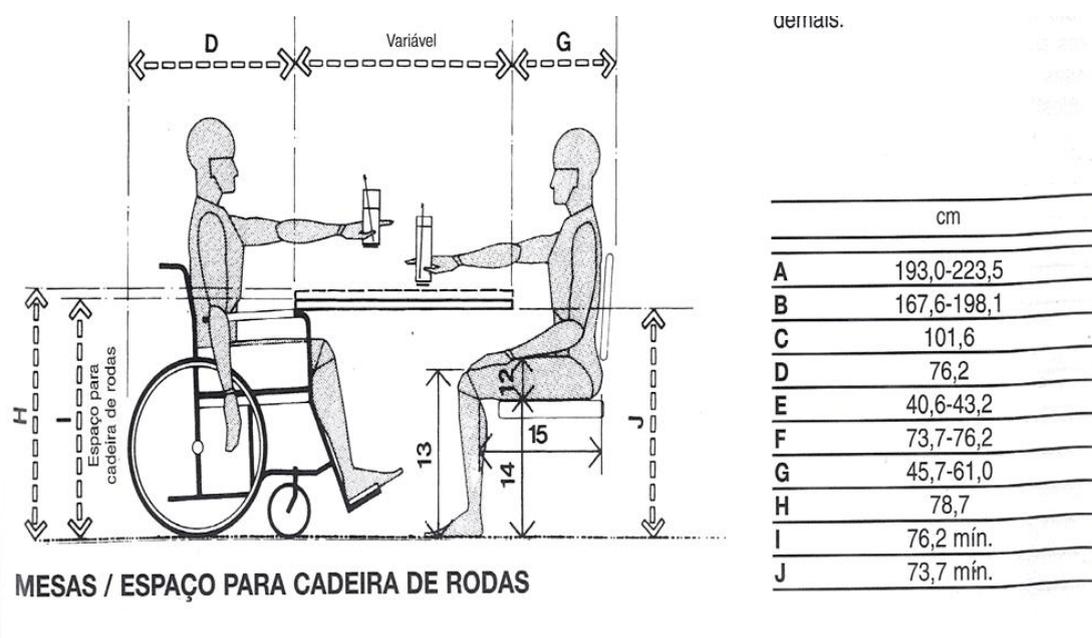
Nesse sentido, com a presença dos principais *fast-foods* na praça 01, o tumulto de pessoas é inevitável. O mobiliário antigo e o distanciamento entre as mesas é insuficiente para a locomoção/circulação das pessoas ou de carrinhos de bebê e cadeiras de roda, por exemplo. É muito mobiliário para pouco espaço e ainda assim não atende as necessidades diversas dos usuários.

Sobre o espaço entre as mesas para circulação de pessoas, Araújo (2003, p. 63) salienta que “[...] uma circulação mal dimensionada (estreita), em locais de grande fluxo e movimento é inadequado e inapropriado [...]”. Nesses casos quando há a ‘invasão’ de área, pode acarretar em acidentes, caso o deslocamento da cadeira coincida com a passagem de pessoas por trás das cadeiras (Ibid.).

Shopping. Desta forma, Panero e Zelnik (2008) ilustraram as dimensões básicas para usuários de cadeiras de rodas em restaurantes, levando em consideração mesas, espaços para cadeiras de rodas e zonas de circulação.

Panero e Zelnik (Ibid.) salientam ainda que o espaço das mesas para usuários de cadeiras de rodas devem ser projetadas de forma a acomodar tanto o usuário, quanto a cadeira, como um só.

Figura 18: Dimensões básicas para o acesso da cadeira de rodas à mesa.



Fonte: Panero e Zelnik, 2008, p. 225.

Diante disto, observou-se que o mobiliário da praça 01 está desatualizado, as mesas são pequenas, não há conforto e, por vezes, não cabem duas pessoas sentadas na mesma mesa, além de não haver espaço para cadeiras de rodas. Ademais, não tem espaço pra bandeja nas mesas e não há diversidade de revestimentos.

Figura 19: Mobiliário da praça 1.



Fonte: A autora, 2021.

Um dos pontos positivos e que merece destaque na praça 01 é a questão do elevador, que fica em um ponto estratégico, bem ao centro da praça, facilitando o acesso. Além do elevador, a escada também fica próxima à praça. Apesar disso, a praça só possui um elevador para suprir toda a demanda desta praça.

Figura 20: elevador na P1 para cadeirantes, pessoas com bebês de colo ou em carrinhos, etc., aparentemente única estrutura acessível do shopping.



Fonte: A autora, 2021.

Figura 21: Elevador e escada próximos à praça de alimentação 1.



Fonte: A autora, 2021.

Já na praça 2 o elevador fica um tanto afastado do movimento de passagem de pessoas. Uma pessoa que não vai ao *shopping* com frequência talvez nem saiba que ali existe um elevador, mas o fato é que o mesmo existe e funciona. Com relação à escada rolante, a mesma é de fácil acesso para a praça 02 e mesmo com grande fluxo de pessoas, comporta o movimento e está cercada de guarda-corpo para segurança dos usuários.

Figura 22: Escada rolante (a direita) e elevador (a esquerda) da praça de alimentação 2.



Fonte: A autora, 2021.

As instruções para a execução de um elevador seguem a NBR 13994, que menciona como deve prosseguir o profissional responsável por projetar elevadores de passageiros e elevadores para locomoção de pessoas com deficiência.

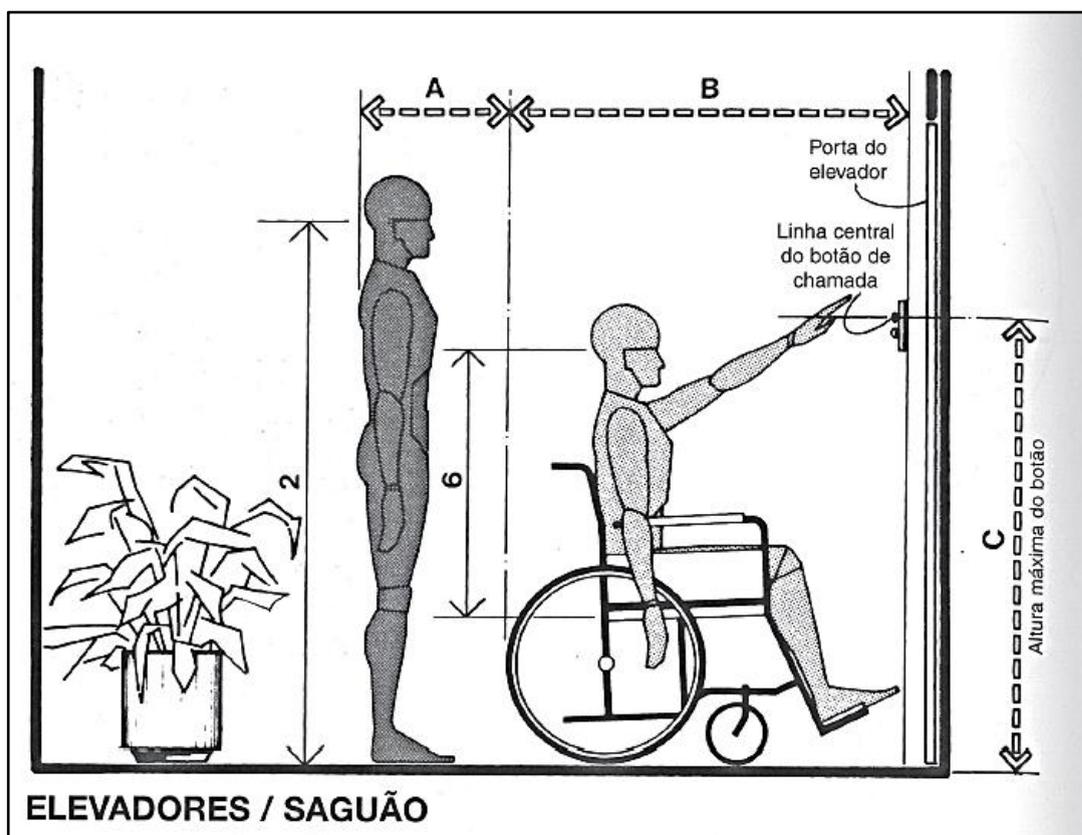
De acordo com a NBR 13994, a acessibilidade de pessoas com deficiências em elevadores tem que ser garantida e destaca que:

[...] que é essencial que o edifício e aquelas partes que conduzem aos elevadores atendam aos requisitos das normas aplicáveis (por exemplo, entrada, rampas, áreas de giro, largura de porta, etc.). Além disso, deve haver uma especificação precisa, clara e apropriada para os elevadores, contendo símbolos, alertas sonoros e pictogramas grandes. As necessidades mencionadas anteriormente devem cobrir a diversidade de deficiências e não devem trazer dificuldade para as pessoas não portadoras de deficiências. [...]. (ABNT/ NBR 13994, 2000, p. 02).

Ainda de acordo com a referida norma, os elevadores para uso de pessoas com deficiência devem ser situados em locais de fácil acesso, além de dispor de espaço adequado para permitir a entrada e saída nos elevadores desses sujeitos.

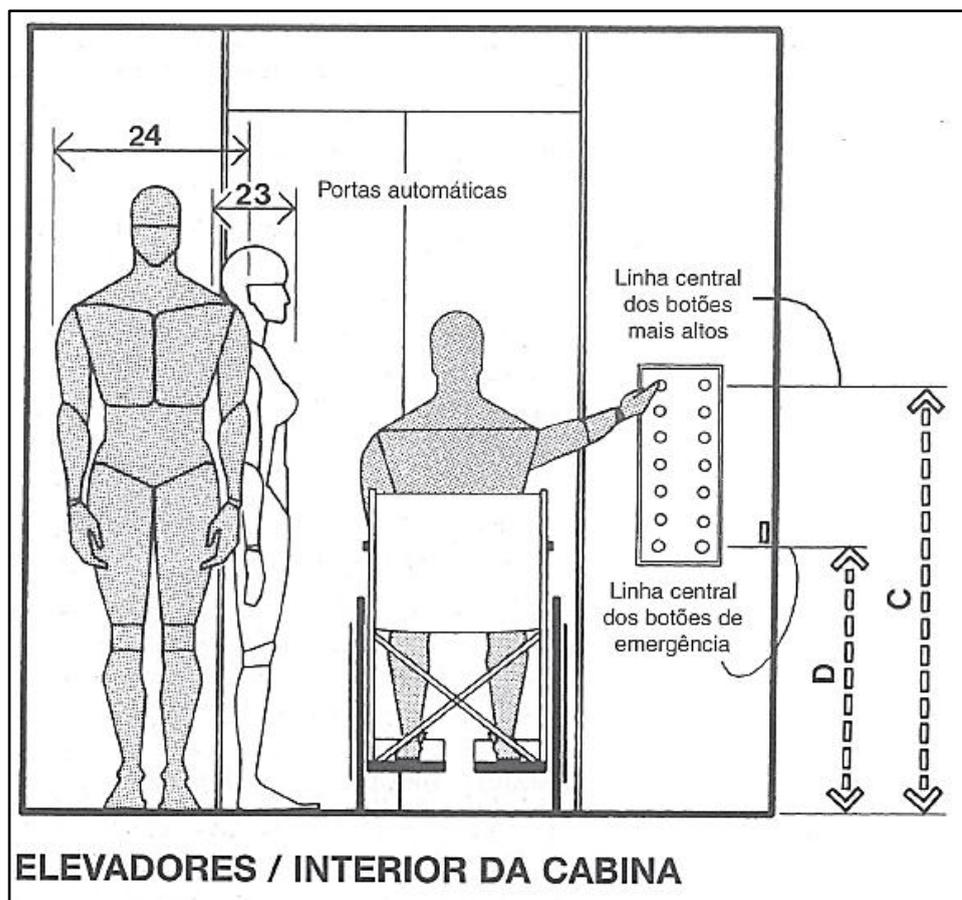
Assim, conforme ilustra Panero e Zelnik (2008), os elevadores também devem atender às necessidades dos usuários de cadeiras de rodas.

Figura 23: Dimensões básicas dos elevadores adequados para pessoas com deficiência (saguão).



Fonte: Panero e Zelnik (2008, p. 274).

Figura 24: Dimensões básicas dos elevadores adequados para pessoas com deficiência (interior da cabina).



Fonte: Panero e Zelnik (2008, p. 274).

Figura 25: Medidas básicas para elevadores acessíveis para pessoas com deficiência física e uso de cadeira de rodas referentes às figuras 23 e 24.

	cm
A	45,7
B	121,9 máx.
C	137,2 máx.
D	76,2

Fonte: Panero e Zelnik (2008, p. 274).

Diante do exposto, salienta-se que o elevador é um instrumento que garante a inclusão de pessoas que possuem algum tipo de limitação física com dignidade e sem transtornos. Exemplo disso são os usuários de cadeira de rodas que precisam ter acesso à determinados andares de prédios comerciais e/ou residenciais e que

podem, com o auxílio de um elevador acessível, ter mais mobilidade e autonomia.

A respeito da iluminação artificial, a praça 01 deixa a desejar, isso porque a mesma provoca sensação de perda de noção tempo (dia/noite), uma vez que causa cansaço visual já que por volta do final da tarde (cerca das 17h) a iluminação natural da claraboia desaparece.

Figura 26: Claraboia P1 - para permitir a entrada de luz ou a passagem de ventilação.



Fonte: A autora, 2021.

Já com relação ao ambiente da praça 02, é possível observar que o mesmo aparenta ser mais amplo, o que se justifica pelo uso dos espelhos nos pilares estruturais e pela abertura no teto com o uso da claraboia.

Figura 27: Praça de Alimentação 02, Maceió Shopping.



Fonte: A autora, 2021.

Os espelhos são uma ótima ferramenta para espaços pequenos, porque ele tem o “poder” de provocar a sensação de que determinados ambientes pareçam ser maiores e mais amplos do que realmente são.

Com relação ao aspecto lumínico, a praça 02 aparenta ser mais agradável, uma vez que faz a utilização de luz branca e uso de *spots*, que favorecem o descanso visual. A claraboia na cor branca favorece a luz natural e deixa o espaço ainda mais claro, contracenando com fachadas em cores mais harmônicas, diferentemente da praça 1 onde a claraboia é mais escura.

Figura 28: teto com o uso da claraboia P2.



Fonte: A autora, 2021.

No que se refere ao quesito iluminação, a praça 02 é melhor iluminada, dispõe de sanca com *spots* de *led*; a claraboia possibilita maior entrada de luz natural do que os domos e claraboias da praça 01. A iluminação da praça 01 é mais vista em fachadas com estampas em cores quentes e no teto, mas falta explorar a iluminação nas sancas.

Outra questão que também pode ser levada em consideração é o piso neutro que se estende por todo o *shopping*, que favorece o reflexo das luzes – naturais ou artificiais – e amplia o ambiente.

Figura 29: Piso neutro da Praça de alimentação 2.



Fonte: A autora, 2021.

É fundamental salientar que em todo o *shopping* o piso é revestido em porcelanato nas placas de granito, o que acaba deixando o mesmo escorregadio, caso molhado ou gasto, sendo um ponto negativo. Além disso, apesar da praça 02 ter sido reformada recentemente, a mesma também não dispõe de sinalização para pessoas com deficiência visual (piso tátil) ou até mesmo antiderrapantes para pessoas com dificuldade de locomoção, com o objetivo de evitar qualquer tipo de acidente.

Observou-se ainda que piso da praça 01 aparenta estar mais desgastado, como atesta a figura abaixo:

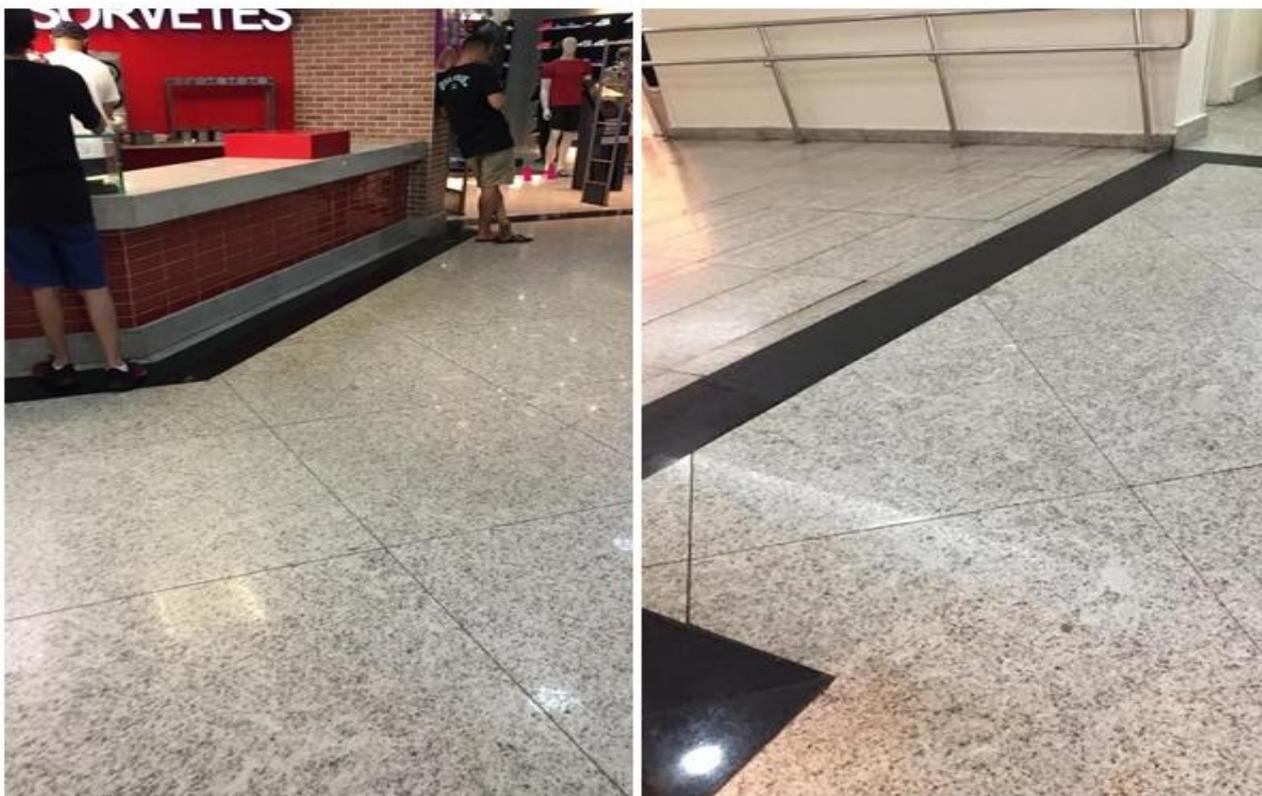
Figura 30: Piso da praça de alimentação 1.



Fonte: A autora, 2021.

Em ambas as praças encontram-se níveis no piso com rampas de ângulos próprios para cadeirantes e soleiras que dividem os ambientes, como a limitação de lojas e término da praça de alimentação para os corredores do restante do shopping, como demonstra a figura abaixo:

Figura 31: Piso da praça de alimentação 01 (direita); Piso da praça de alimentação 02 (esquerda).

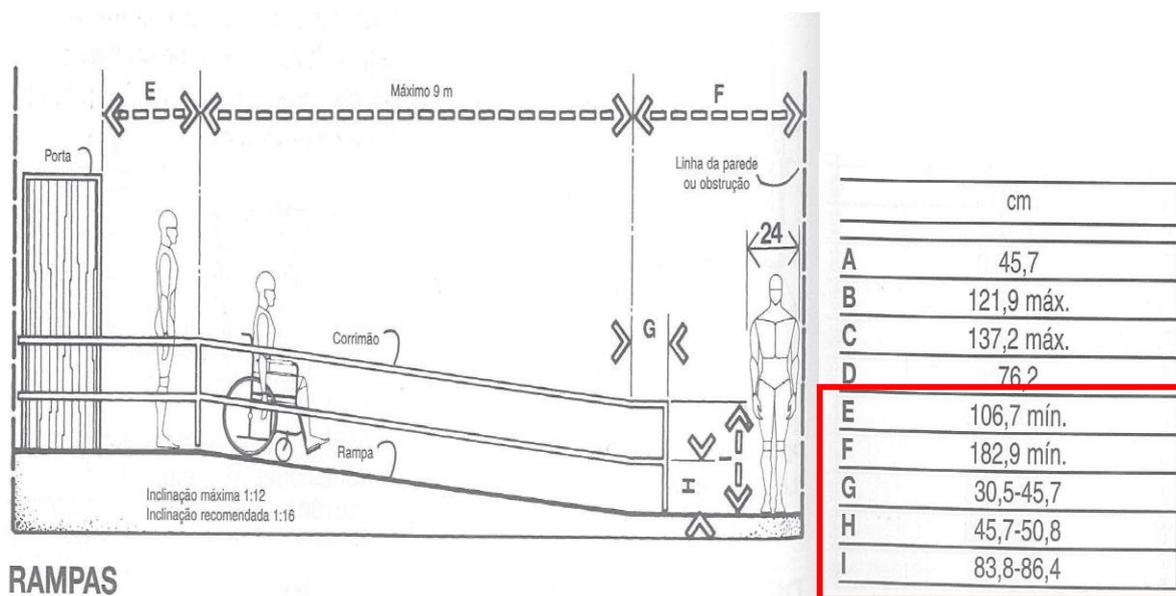


Fonte: a autora, 2021.

Com relação às rampas, conforme as imagens, é possível perceber que as mesmas são componentes importantes no que diz respeito à acessibilidade de pessoas com deficiência, portanto é necessária uma atenção ao dimensionamento correto, considerando medidas e ângulos deste elemento para seu total proveito, do contrário sua presença apenas causaria acidentes ou inacessibilidade do lugar.

As diretrizes de construção deste utensílio vêm da norma regulamentadora NBR 9050. Vale ressaltar ainda que a referida norma leva em consideração vários tipos de limitação física e é utilizada no que tange a acessibilidade, edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos. De acordo com as NBR 9050, rampas são as "[...] superfícies de piso com declividade igual ou superior a 5 % [...]".

Figura 32: Dimensionamento básico para rampas.



Fonte: Panero e Zelnik (2008, p. 274).

Nesse sentido, as rampas são elementos fundamentais para a acessibilidade de pessoas com deficiência ou dificuldades de locomoção nos *shoppings centers*.

Já com relação à acústica, na praça 02 é possível ouvir música ambiente, independente do fluxo de pessoas, e em volume adequado. Aparentemente, a acústica foi melhor elaborada e o pé direito mais alto contribui para que os sons e ruídos não se tornam ensurdecedores, que é justamente o que acontece na praça 01, dado que há fluxo intenso de pessoas, muitos sons altos misturados em pouco espaço, causando estresse sonoro, principalmente aos feriados e finais de semana.

Figura 33: Detalhes do teto e acústica da praça 1.



Fonte: A autora, 2021.

Com relação ao conforto térmico, na praça 01 o calor é persistente. O fluxo de pessoas é sempre alto, mesmo em dias de semana, o que acaba prejudicando a sensação de bem estar causada pelo abafado e pouca ventilação. Salienta-se ainda que a falta do conforto térmico influi diretamente na produtividade e bem estar/qualidade dos profissionais nos ambientes de trabalho e no bem estar dos frequentadores daquele espaço.

Figura 34: Fluxo da praça de alimentação 1.



Fonte: A autora, 2021.

Quanto à praça 02, foi observado que mesmo em feriados e circulação maior de pessoas a questão do calor não acontece de forma tão acentuada como na praça 01, isso ocorre porque, como já salientado, nesta praça o pé direito é mais alto, tem mais espaço pra o ar circular, o calor humano não fica concentrado, além de que a disposição do mobiliário também favorece a essa sensação, devido ao espaçamento entre as mesas que é mais adequado.

É importante evidenciar que não foi utilizado nenhum equipamento de medição, e sim a partir da própria percepção da pesquisadora.

Figura 35: Detalhes da iluminação e acústica da praça de alimentação 02, Maceió Shopping.



Fonte: a autora, 2021.

Outro fator que merece destaque positivo na praça 02 é a disposição das lojas de alimentos, que é mais apropriada. Desta forma, o calor da produção dos alimentos não afeta tanto a praça.

Figura 36: Restaurante ao lado de uma loja de bolsas e outra loja de roupas na praça de alimentação 2.



Fonte: A autora, 2021.

No entanto, tanto nesta praça quanto na praça 01, há a organização, em um mesmo espaço, de restaurantes e lanchonetes com outras lojas que não são de alimentos (figura 36), o que deixa sem sentido o *layout* que propõe que aqueles ambientes sejam especialmente para alimentação. Assim, essas lojas que saem do contexto poderiam estar localizadas em outro setor, para que não fujam do conceito alimentação. Na praça 02 isso também acontece, porém, visualmente, passa mais despercebido.

Além disso, cabe considerar que na praça 02 há também a falta de diversidade gastronômica, o que gera uma homogeneidade alimentar desta praça.

Já com relação ao mobiliário da praça 02 observa-se o contrário do que acontece na praça 01: há distanciamento adequado aos cuidados e indicações de prevenção do novo coronavírus; como também na circulação de pessoas, cadeiras de rodas e carrinhos de bebê; possui um *layout* apropriado de mesas e cadeiras.

Figura 37: Distanciamento entre as mesas da praça de alimentação 2.



Fonte: a autora, 2021.

No espaço em questão, o mobiliário é mais atual, com revestimentos contemporâneos e cores neutras. As cadeiras são mais confortáveis e mais largas, bem como a existência de mesas mais amplas que seguem um padrão, tamanho e estética mais limpa e atual; as mesas comportam até 8 pessoas, o que é interessante para quem vai com a família. No entanto, por serem maiores e comportarem mais pessoas, as mesas ficam mais cheias e com público mais diferenciado.

Figura 38: Mobiliário P2 - cadeiras e cadeira infantil.



Fonte: a autora, 2021.

É interessante salientar que apesar de ter um mobiliário mais atual e padronizado, a praça 02 não dispõe de cadeiras para obesos e há poucas cadeiras para crianças pequenas. Nos feriados e finais de semana esses problemas ficam mais acentuados, tendo em vista que o cinema fica mais cheio, conseqüentemente mais pessoas fazem a utilização da praça.

Figura 39: Mobiliário P2 – mesas e cadeiras.



Fonte: a autora, 2021.

Uma questão importante e interessante é a possibilidade de utilizar o computador ou realizar leituras de livros (ou em outras plataformas) na praça 02, uma vez que as mesas também permitem o uso individual, bem como para um número menor de pessoas.

Com relação à esse aspecto, a praça 02 possui um *layout* mais suave, com cores mais harmoniosas e neutras, cores mais frias, até mesmo o menor fluxo de pessoas influencia no descanso, também com a existência da claraboia central que traz a luz natural mais presente que a praça 01. Estes aspectos, em conjunto, garantem ao ambiente um clima mais calmo e receptivo e propõe a possibilidade de diversos usos desse local.

Tudo isso faz com que o usuário que passa um tempo naquele local, possa, de certa forma, descansar o olhar de todo o movimento contínuo que o *shopping* provoca, no meio de tantas cores, sensações, cheiros e sons. Assim, pode-se notar

que nesse ambiente é possível diminuir o ritmo e se concentrar em outras coisas.

Figura 40: Diferentes tipos de uso da P2.



Fonte: a autora, 2021.

Além disso, nesse espaço encontram-se cadeiras estilo “namoradeira” em uma parte mais privativa, e mesas em formato de bancadas com determinada privacidade para quem for usar.

Figura 41: Cadeiras estilo "namoradeira" e mesas em formato de bancada na praça de alimentação 2.



Fonte: a autora, 2021.

Salienta-se ainda que em ambas as praças de alimentação, assim como no restante do *shopping*, inexistem piso tátil para pessoas com deficiência visual, não há sinalização das mesas para deficientes físicos e também observou-se que não há cadeiras mais largas e seguras para pessoas obesas.

Outro ponto positivo identificado em ambas as praças é a questão da existência de extintores de segurança. Tal como em todo o *shopping*, a presença de extintores nas praças de alimentação é imprescindível, pois são ambientes que lidam diretamente com preparo de alimentos, manuseio de fogo e o serviço de venda,

assim como com o alto fluxo de pessoas que fazem uso do local. O extintor é essencial para evitar acidentes, tendo em vista que é a forma mais adequada de se combater um foco de incêndio.

Figura 42: Extintor da praça de alimentação 01 (direita); Extintor da praça de alimentação 02 (esquerda).



Fonte: a autora, 2021.

Nas praças de alimentação do Maceió Shopping foram encontrados dois tipos de extintores de segurança, que são: 1. o de gás carbônico (Co₂), no qual a substância age por abafamento, reduzindo a concentração de oxigênio do ar, diminuindo também o poder de combustão de chamas. Esse tipo de extintor tem efeito seco e é usado em incêndios tipo B e C; 2. o de pó químico BC, que é composto por bicarbonato de sódio, também tem efeito seco e combate incêndios B e C. No entanto, esse tipo de extintor age por meio de reações químicas do bicarbonato.

Frente a isto, Silva (2010, p. 23) observa que:

[...] os Pós Químicos Secos têm como bases químicas principais o bicarbonato de sódio, bicarbonato de potássio, cloreto de potássio, bicarbonato de potássio-uréia e monofosfato de amônia, misturados com aditivos que dão estabilidade ao pó frente à umidade e à aglutinação [...]

Figura 43: Caixa de alarme da praça de alimentação 01 (direita); Caixa de alarme da praça de alimentação 02 (esquerda).



Fonte: a autora, 2021.

Assim como os extintores de incêndio, ambas as praças contam com caixas de alarme de incêndio, sinalizados na cor vermelha de acordo com a Norma Regulamentadora – NR 26, conforme demonstra a imagem acima. Essa norma é responsável por apresentar informações relativas à sinalização de segurança no ambiente de trabalho.

Dando continuidade às questões de segurança que foram possíveis observar nas praças de alimentação do Maceió Shopping, outro ponto positivo que merece destaque são os detectores de incêndio a partir do sistema *sprinkler*.

Figura 44: sistema sprinkler na praça de alimentação 1.



Fonte: a autora, 2021.

De acordo com Silva (Ibid., p. 30), o sistema *sprinkler* trata-se de

[...] um sistema hidráulico fixo de combate a incêndios, constituído de chuveiros automáticos (sprinklers) distribuídos pela edificação, geralmente fixados no teto, e são ativados pelo calor do fogo, descarregando água sobre a área de incêndio, são alimentados por uma reserva de água e por um sistema de bombas de incêndio [...].

O autor afirma que o sistema *sprinkler* é eficiente e atual, principalmente em *shoppings centers*. Salienta-se ainda que esse tipo de sistema de combate a incêndios foi percebido em todo o *shopping*. Assim, corroborando com Silva (2010), trata-se de um bom instrumento para controlar possíveis incêndios.

Silva (Ibid., p. 25) evidencia ainda que as saídas de emergência são fatores essenciais em uma edificação, uma vez que facilitam a evacuação do pessoal em tempo e espaço quando há boa localização em relação ao posicionamento dos indivíduos. É justamente o que ocorre na praça de alimentação 01, uma vez que nessa praça a saída de emergência é localizada de forma central, o que facilita uma possível evacuação. Já na praça de alimentação 02 ela fica na lateral próximo ao elevador e banheiros, dificultando uma possível fuga em caso de emergência.

Figura 45: Saída de emergência da praça de alimentação 2.



Fonte: a autora, 2021.

Além desses sistemas de segurança, a praça de alimentação 01 conta com bombeiros civis no local. Esses profissionais são de extrema importância em locais de fluxo alto de pessoas, como é o caso dos *shoppings centers*, uma vez que sabem manejar e utilizar corretamente os extintores, pois não adianta apenas ter o instrumento, é preciso saber como utilizá-lo.

Outro caso que é possível citar a importância dos bombeiros nesses locais, é uma situação de engasgamento, por exemplo, tanto em crianças como em adultos na praça de alimentação. Esses profissionais também estão lá prontos para prestarem socorro a qualquer tipo de acidente ou mal estar que algum usuário da praça possa ter. Além disso, os bombeiros civis também podem acionar os serviços

de urgência e emergência, caso seja necessário.

Complementando a questão de segurança/proteção dos usuários das praças de alimentação do Maceió Shopping, os guarda-corpos também são essenciais nesses espaços, uma vez que promovem a sensação de segurança e impede, de fato, que pessoas possam cair de ambientes mais altos.

Figura 46: Guarda-corpos da praça de alimentação 01 (direita); Guarda-corpos da praça de alimentação 02 (esquerda).



Fonte: a autora, 2021.

Tanto na praça de alimentação 01 quanto na 02, existem guarda-corpos em todos os pontos das praças que têm aberturas de um piso para o outro. Dessa forma, é importante destacar que os guarda-corpos são pontos positivos e um fator essencial para a segurança dos usuários.

À respeito dos banheiros, salienta-se a existência de banheiros de fácil acesso em ambas as praças. Porém, é importante destacar que o banheiro da praça 01 fica localizado no centro da praça, o que facilita que o mesmo seja encontrado, tem grande abertura de passagem e um usuário que possui algum tipo de necessidade especial consegue usá-lo facilmente, pois dispõe de uso de aparelho de apoio, espaço para manobras de giro, mobiliário adequado e barras de apoio.

Entretanto, o banheiro acessível fica dentro do banheiro masculino e do feminino, que acaba dificultando moderadamente a acessibilidade desses usuários.

Figura 47: Banheiro social (a direita) e banheiro social para pessoas com deficiência (a esquerda) da praça de alimentação 1.



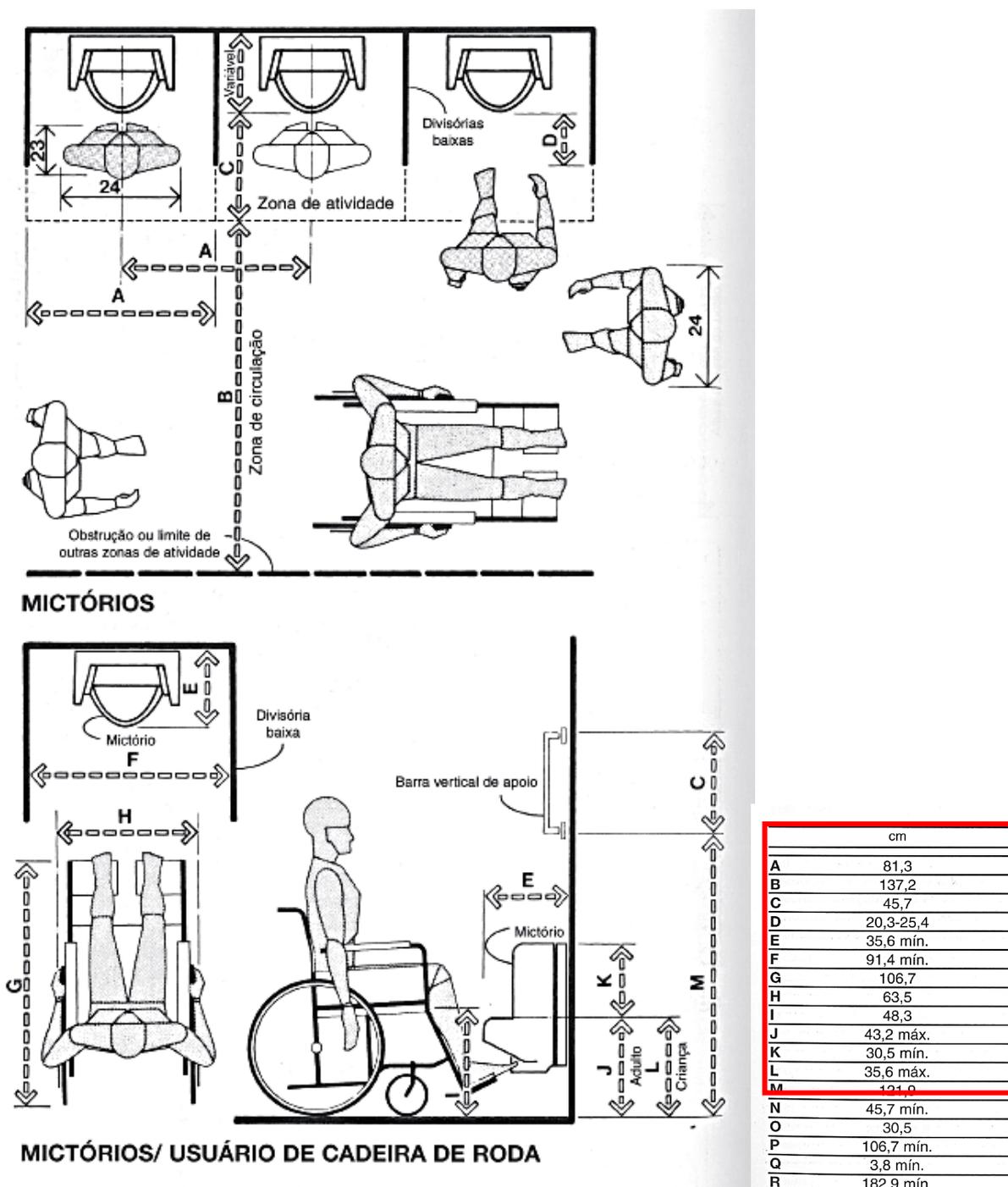
Fonte: a autora, 2021.

Já o banheiro da praça de alimentação 02 fica na lateral da praça e próximo a escada/saída de emergência e do elevador. O banheiro acessível possui mobiliário adequado, barras de apoio, espaço para manobras de giro e um diferencial em relação à praça 01, que é a existência de apenas um único banheiro acessível tanto para homens, quanto para mulheres, o que gera falta de privacidade para seus usuários. Esse banheiro é na parte de fora dos banheiros comuns, ou seja, na praça de alimentação 02 existem três banheiros: o feminino, o masculino e o acessível.

Acerca das dimensões básicas dos banheiros acessíveis, Panero e Zelnik (2008) declaram que o mais comum é que os mictórios estejam dispostos a 53,3 cm de centro a centro, mas que essa dimensão não atende à maioria da população. Os autores afirmam ainda que as dimensões básicas para um banheiro que um usuário

de cadeira possa utilizar é de 137,2 cm.

Figura 48: Dimensões básicas para mictórios acessíveis para usuários de cadeira de rodas.

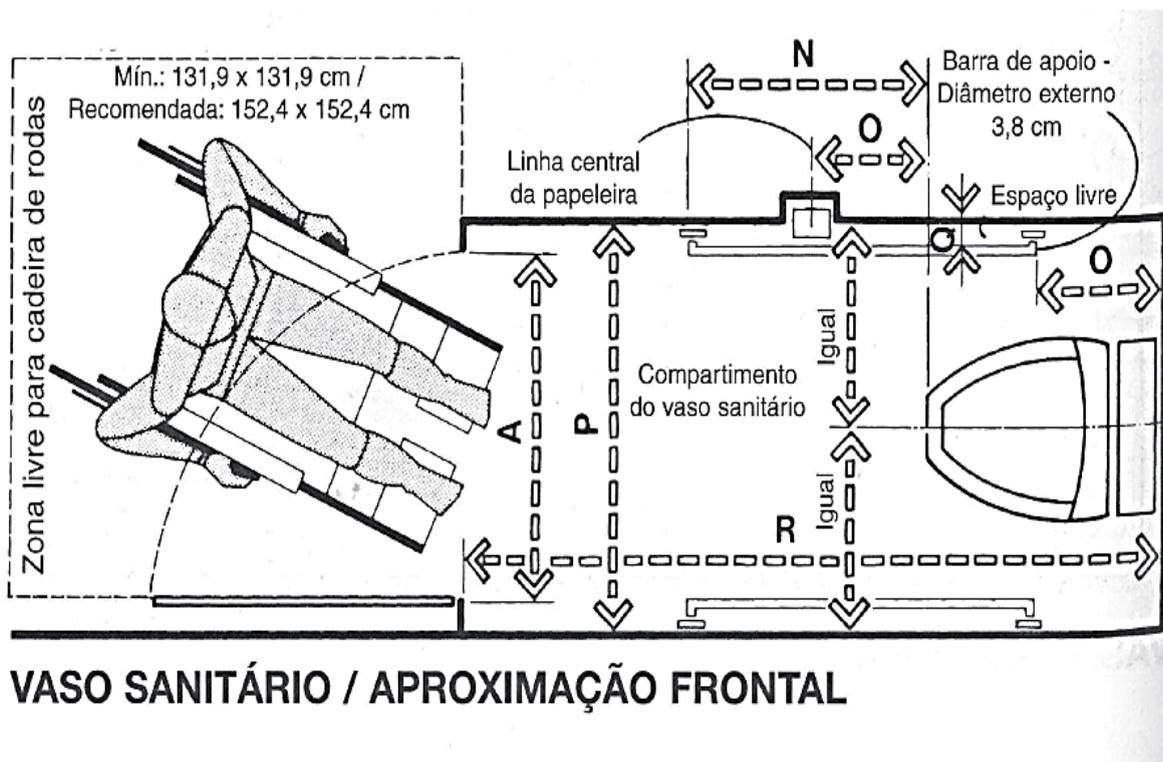


Fonte: Panero e Zelnik (2008, p. 276).

Para os sanitários, as dimensões necessárias para um usuário de cadeira de rodas devem ser de 106,7 cm x 182,9 cm, além de dispor de área livre para a

manobra com a cadeira de rodas em frente ao módulo (PANERO; ZELNIK, 2008). A imagem abaixo exemplifica essa afirmativa:

Figura 49: Dimensões básicas para um banheiro acessível - vaso sanitário/aproximação frontal.



	cm
A	81,3
B	137,2
C	45,7
D	20,3-25,4
E	35,6 mín.
F	91,4 mín.
G	106,7
H	63,5
I	48,3
J	43,2 máx.
K	30,5 mín.
L	35,6 máx.
M	121,9
N	45,7 mín.
O	30,5
P	106,7 mín.
Q	3,8 mín.
R	182,9 mín.

Fonte: Panero e Zelnik (2008, p. 276)

Ambos os banheiros das praças têm em comum banheiro infantil e pias na

altura em que uma criança consegue usar. É importante salientar ainda que as cabines individuais dos banheiros são pequenas, uma pessoa obesa, por exemplo, não consegue se movimentar bem dentro desses espaços. Além disto, ambos os banheiros também possuem letreiros informativos de fácil compreensão.

Figura 50: Cabine individual (acima e a direita); banheiro infantil (abaixo e a direita); banheiro acessível (a esquerda) da praça de alimentação 2.



Fonte: a autora, 2021.

Com relação à sinalização e letreiros de um todo no que se refere às praças 01 e 02, é importante destacar que a praça 01 possui variados tamanhos e tipos de telas e letreiros informativos. Essas informações vão do cardápio dos restaurantes até os eventos/notícias sobre o próprio *shopping*. As cores quentes dos *fast-foods* propõem um ambiente mais caloroso e a sensação de apetite, um ponto positivo para essa praça de alimentação.

Figura 51: Letreiro informativo na praça de alimentação 1.



Fonte: a autora, 2021.

Já a praça 02 é possível perceber que falta sinalização, por exemplo, para as mesas acessíveis. Desta forma, assim que o usuário chega na praça não consegue identificar que determinadas mesas são reservadas para sujeitos com algum tipo de necessidade especial, apesar de que quase todas as mesas têm um *design* acessível para esse público, embora, de acordo com as normas regulamentares, deveriam estar sinalizadas.

Outro ponto positivo que foi possível identificar em ambas as praças é o serviço de limpeza e as lixeiras de fácil acesso. As duas praças possuem serviço de limpeza rápido e eficaz. Até as últimas observações foi possível perceber ainda o uso de álcool em gel e a presença de lixeiras de fácil acesso nas duas praças estando dispostas em vários pontos de localização.

Salienta-se ainda que em todo o *shopping* percebeu-se a existência de pontos de *wifi* que oferecem rede ilimitada para a conexão de internet aos usuários. Porém, avistou-se poucos pontos de tomadas para conectar carregadores de celulares e *notebooks*. Esses estão sempre em pilares ou escondidas entre paredes entre uma loja ou outra e em locais de acesso limitado.

Quadro 5: Estrutura das praças de alimentação do Maceió Shopping

INFORMAÇÃO DA ESTRUTURA	
Parede	Pilares estruturais em granito; espelhos (quase não possui paredes entre as lojas); soleira de granito preto (limitando o ambiente);
Piso	Piso de granito branco ceará 90x90 (liso);
Teto	Gesso acartonado, sanca com <i>spot</i> e <i>led</i> , claraboia e domo;
Aberturas	Exaustão e ventilação (ar);
Mobiliário	Mesas com revestimento em madeira carvalho e na cor cinza, em diferentes tamanhos e acordo com o tipo de alimentação e localização; cadeiras seguem a mesma linha; namoradeiras; mesas que suportam até 8 pessoas;
Iluminação	<i>Spot</i> com <i>led</i> e luz natural pelo dia;
Revestimentos	São encontrados com mais frequência nos mobiliários;
Segurança	Guarda-corpo 1,10; escada de emergência; iluminação de emergência.

Fonte: a autora, 2022.

Sobre esses pontos observados de estrutura, foi possível perceber que a mesma segue um mesmo padrão em todo o *shopping*, ou seja, também nas lojas comerciais. No entanto é importante salientar que a praça 01 ainda não foi reformada, tal qual a praça 02, desta forma, no quesito “atualidades”, a diferença acaba sendo notável também pelo senso comum.

Outra observação que merece destaque é a estrutura arquitetônica em formato de galeria, que permite uma circulação com fluxo contínuo e corredores largos, o que pode ser analisado e visto em toda a estrutura do *shopping* e que favorece as lojas âncoras em suas extremidades.

Nesse sentido, as praças de alimentação são espaços que devem ser

democráticos de forma que os mais diversos sujeitos possam deleitar desses ambientes, tendo em vista a possibilidade de ter novas e boas experiências em um momento de lazer ou de trabalho.

Com base na Metodologia Ergonômica para o Ambiente Construído – MEAC, a primeira fase pôde ser concluída de forma que foi possível observar as informações gerais do ambiente, por meio da análise global do mesmo; posteriormente identificou-se a configuração geral deste ambiente, considerando os condicionantes físicos e ambientais do mesmo, obtendo informações de ordem física e organizacional. O terceiro passo da primeira fase da MEAC, descrita nesse subcapítulo, foi a avaliação do ambiente em uso por meio da observação da adequabilidade do ambiente no desenvolvimento das atividades por meio dos usuários. Desta forma, salienta-se que os primeiros passos da MEAC foram concebidos até o presente momento do texto.

4.4. Percepção ambiental: o que dizem os usuários

Sendo o quarto momento da MEAC, a percepção ambiental consiste em procurar identificar como os usuários sentem e percebem o ambiente. Para tanto, foi realizado um questionário estruturado, que consiste em:

[...] uma técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc. [...]. (GIL, 2008, p. 121).

Foram entrevistadas 20 pessoas através dos questionários que foram voltados para as praças de alimentação do Maceió Shopping e seu ambiente. Foi utilizado a ferramenta do *Google Forms*, com o objetivo de atingir o maior número possível de usuários e facilitar o processo de coleta de dados.

A estrutura da entrevista⁷ foi montada de acordo com as percepções iniciais da autora em relação às praças de alimentação; com linguagem simples, para melhor compreensão dos respondentes; e fracionada em duas partes: a primeira acerca da praça de alimentação 1 e a segunda referente a praça de alimentação 2. Ambas as partes do questionário voltadas para a usabilidade das praças.

⁷ Questionário completo disponível no Apêndice B.

Figura 52: Parte do questionário estruturado elaborado no Google Formulários.

Sobre a usabilidade das praças de alimentação do Maceió Shopping.
Descrição (opcional)

Qual das praças você frequenta mais? *

Praça 1 (Praça central do shopping).

Praça 2 (Praça próxima ao cinema).

Em média, quantas vezes você frequenta a praça de alimentação?

Sempre

Muitas vezes

Algumas vezes

Poucas vezes

Nunca

Fonte: a autora, 2022.

De acordo com Villarouco (2020, p. 8-9), “[...] as respostas dos usuários em relação ao ambiente ideal podem remeter a um ambiente confortável, agradável, espaçoso, com uma boa distribuição interna, com boas condições térmicas e de iluminação, e com mobiliário adequado [...]”. O contrário também pode acontecer e as respostas dos usuários podem revelar que “[...] eles consideram o ambiente inadequado, ruidoso, e mal distribuído internamente [...]” (Ibid.).

Desta forma, os resultados do questionário estão dispostos em forma de gráficos e tabelas. Dentre os usuários que responderam o questionário, a maior parte foi do sexo feminino (55,6%), seguindo do sexo masculino (44,4%), como demonstra a Tabela 1. Não houveram respostas referentes a outros gêneros; com relação à idade dos usuários, esta variou bastante, entre 20 e 64 anos, sendo a maioria com 25 anos (18,5%) e 28 anos (18,5%).

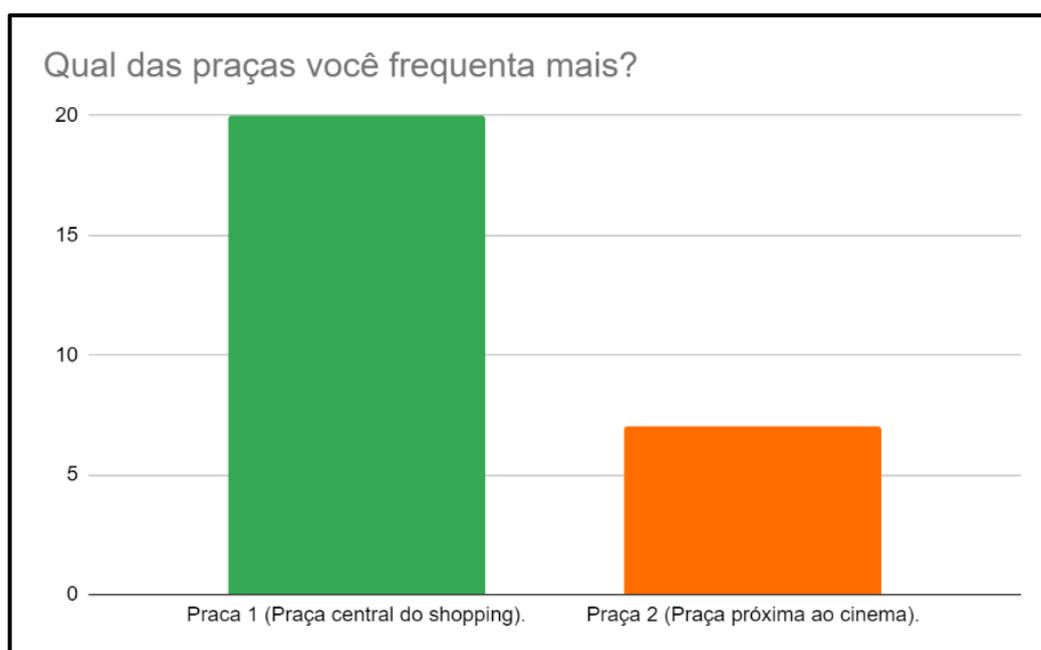
Tabela 1: Informações sobre gênero dos usuários das praças de alimentação

INFORMAÇÕES PESSOAIS DOS USUÁRIOS		
Feminino	Masculino	Outro
55,6%	44,4%	0%

Fonte: a autora, 2022.

Como salientado anteriormente, o questionário foi dividido em duas partes: uma sobre a praça de alimentação 1 e a outra sobre a praça de alimentação 2, levando em consideração aspectos relacionados ao conforto, mobiliário, iluminação, condições térmicas, iluminação, acústica e outros.

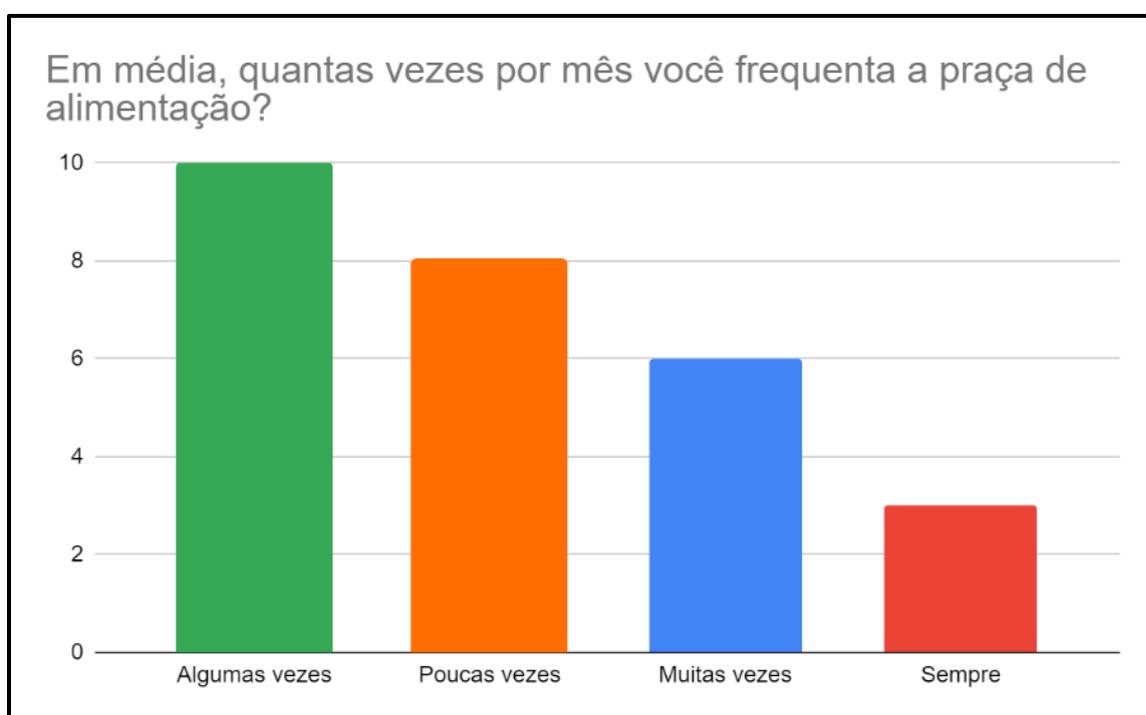
O gráfico abaixo faz referência a primeira pergunta da etapa de triagem (Qual das praças você frequenta mais?). De acordo com o gráfico, a praça mais frequentada pelos usuários é a praça de alimentação 1 (74,1%). Apenas 25,9% dos entrevistados são frequentadores da praça de alimentação 2.

Gráfico 1: Resultado percentual da 1ª pergunta da etapa de triagem.

Fonte: a autora, 2022.

A pergunta 2 está relacionada à frequência com que os entrevistados comparecem às praças (em média, quantas vezes por mês você frequenta a praça de alimentação?). A maior parte dos entrevistados responderam que frequentam a praça de alimentação algumas vezes por mês (37%); outros frequentam poucas vezes (29,6%); 22,2% dos usuários frequentam a praça de alimentação muitas vezes; e apenas 11,1% frequentam a praça sempre.

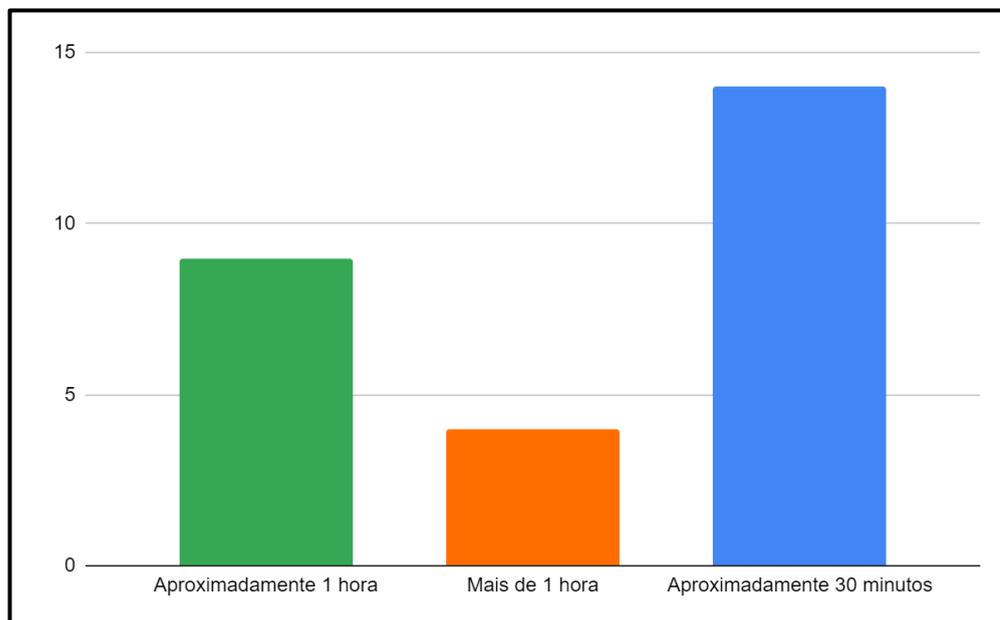
Gráfico 2: Resultado percentual da 2ª pergunta da etapa de triagem.



Fonte: a autora, 2022.

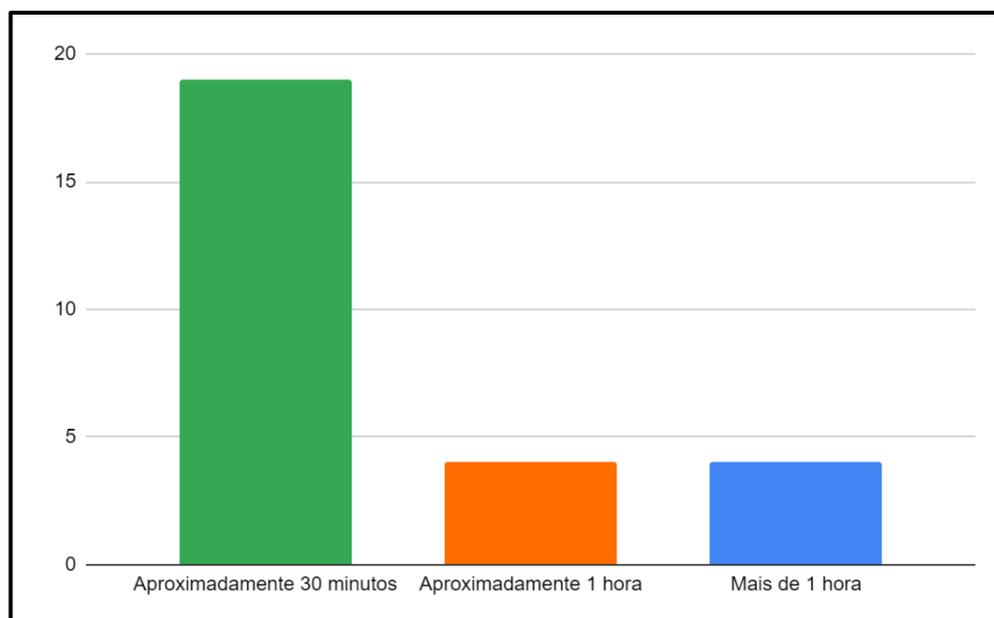
A partir desse momento, as perguntas que se seguem são referentes à praça de alimentação 1 e suas características, conforme apontam os usuários. Nesse sentido, a pergunta 3 quer saber por quanto tempo o indivíduo faz uso desse local (faz uso contínuo da praça de alimentação 1 por quanto tempo?). Diante disto, o gráfico 3 revela que mais da metade dos indivíduos frequentam a praça de alimentação 1 por cerca de 30 minutos (51,9%); 33,3% frequenta o local por aproximadamente 1 hora; e 14,8% dos usuários frequentam a praça por mais de 1 hora.

Gráfico 3: Faz uso contínuo da praça de alimentação 1 por quanto tempo?



Fonte: a autora, 2022.

Gráfico 4: Faz uso contínuo da praça de alimentação 2 por quanto tempo?



Fonte: a autora, 2022.

Salienta-se que as mesmas perguntas foram realizadas aos usuários com relação à praça de alimentação 2. Desta forma, perguntou-se por quanto tempo os

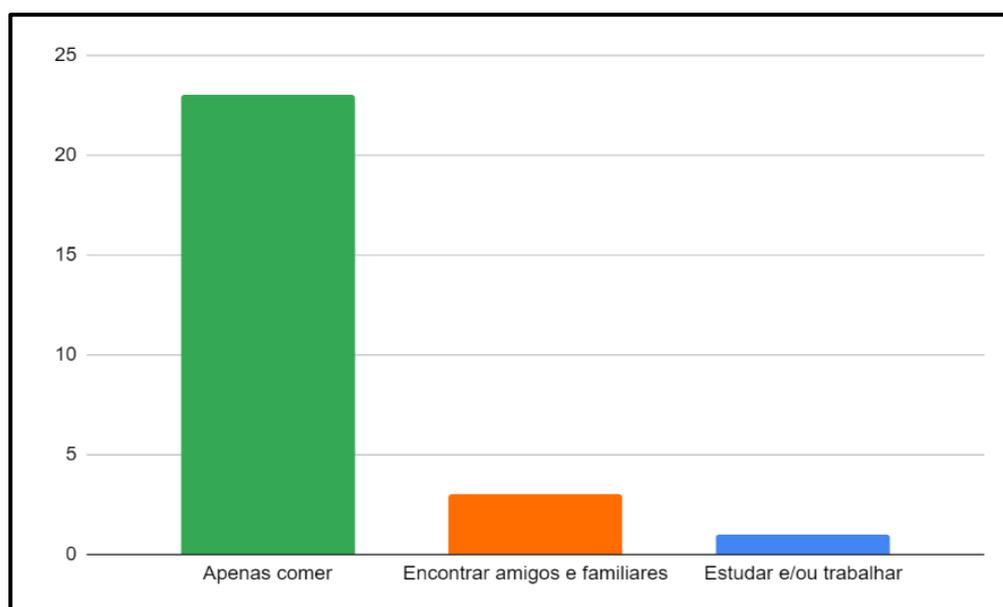
sujeitos frequentavam a praça 2 e mais de 70% dos entrevistados responderam fazer uso do local por aproximadamente 30 minutos, quase 20% a mais que na praça 1, como demonstrado no gráfico 4.

Com esses resultados observa-se que a praça de alimentação 1 é mais frequentada pelos usuários e por mais tempo. A praça de alimentação 2 é menos frequentada e, quando frequentada, é por menos tempo que a praça 1.

Por esta razão, um dos principais pontos percebidos com as observações realizadas foi a questão da usabilidade das praças. Foi perceptível que as praças de alimentação do *shopping* em questão são usadas para várias finalidades para além de comer. Diante disso, foi perguntado aos usuários: costuma usar a praça 1 com qual finalidade?. O gráfico 5 demonstra que, para além dos 85,2% de usuários que utilizam a praça para apenas comer, outros 11,1% a utiliza para encontrar amigos e familiares e uma pequena porcentagem (3,7%) a utiliza também para estudar.

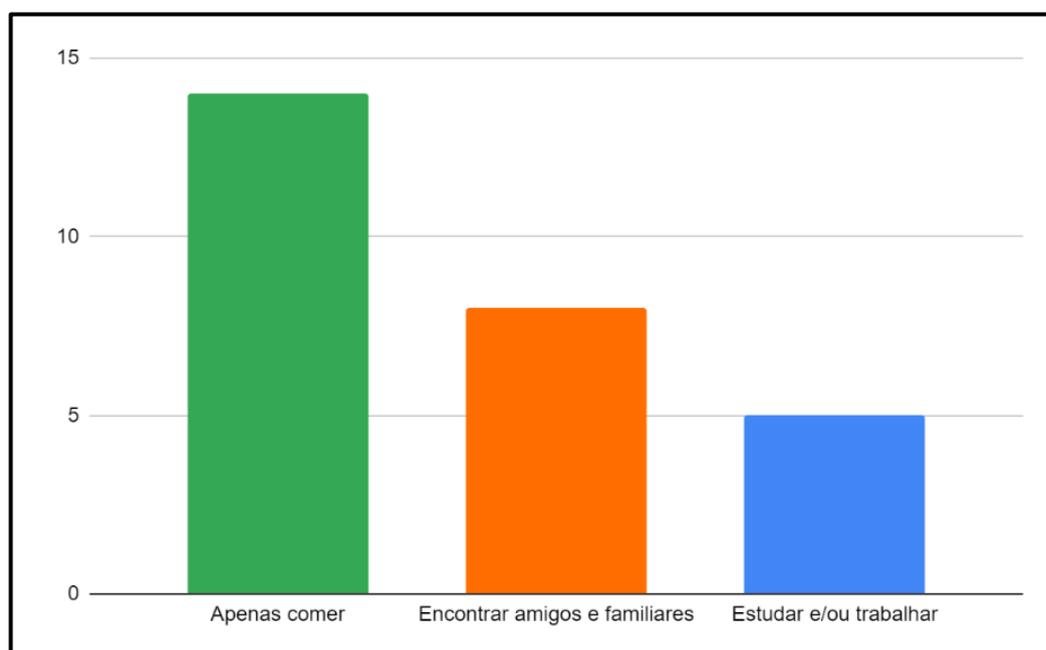
Já a questão da usabilidade da praça de alimentação 2 difere-se da praça 1, uma vez que, de acordo com os resultados obtidos através dos questionários, apesar da praça ter um grande percentual de pessoas que a frequentam apenas para comer (51,9%), a mesma é utilizada também com outras finalidades pelos usuários, como, por exemplo, para estudar e/ou trabalhar (18,5%). Essa praça também é escolhida por 29,6% dos usuários para encontrar amigos e familiares, como demonstra o gráfico 6.

Gráfico 5: Costuma usar a praça 1 com qual finalidade?



Fonte: a autora, 2022.

Gráfico 6: Costuma usar a praça 2 com qual finalidade?

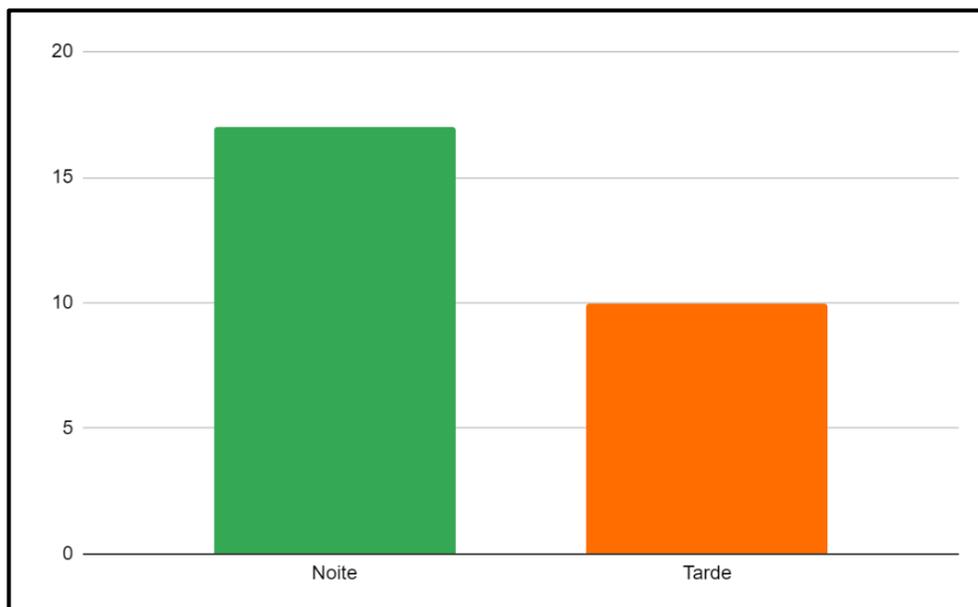


Fonte: a autora, 2022.

A questão de número 5 refere-se ao horário que os usuários costumam frequentar a praça de alimentação 1. Observou-se que mais da metade dos usuários frequentam o local no horário noturno (63%); 37% costumam frequentar no período da tarde; e não foi registrado nenhum usuário que a frequente no horário da manhã.

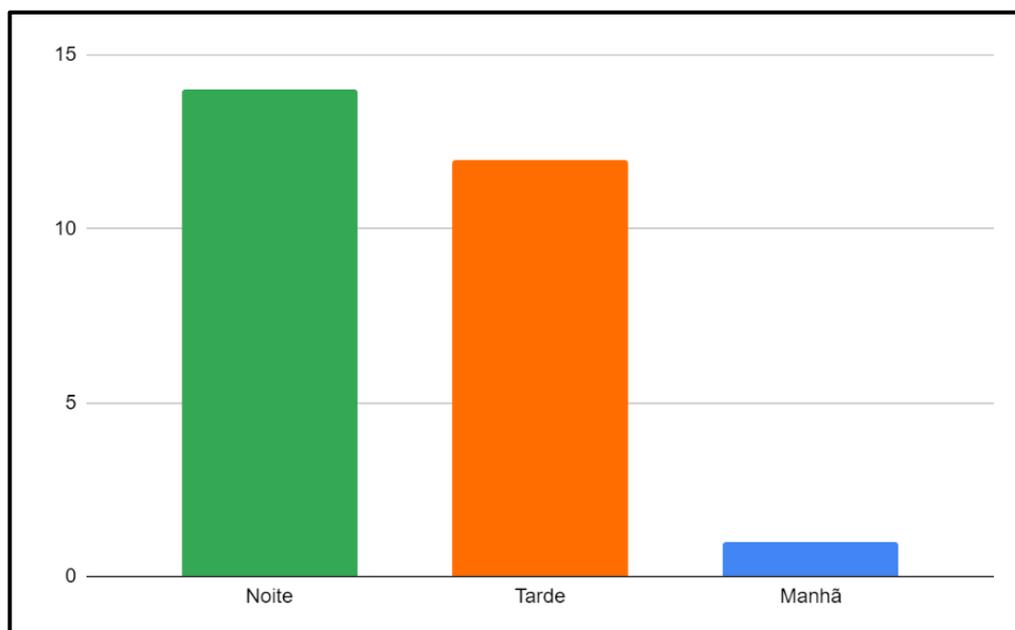
Na praça de alimentação 2 não é muito diferente. A maior parte dos frequentadores vão a praça no horário noturno (51,9%). Obsevou-se ainda que essa praça é mais frequentada na parte no período da tarde quando comparada à praça 1, por 44,4% dos usuários. Além disso, há também um pequeno percentual de pessoas que a frequentam no horário da manhã (3,7%), diferentemente da praça 1 onde não houve nenhum resultado.

Gráfico 7: Costuma frequentar a praça de alimentação 1 em qual horário?



Fonte: a autora, 2022.

Gráfico 8: Costuma frequentar a praça de alimentação 2 em qual horário?



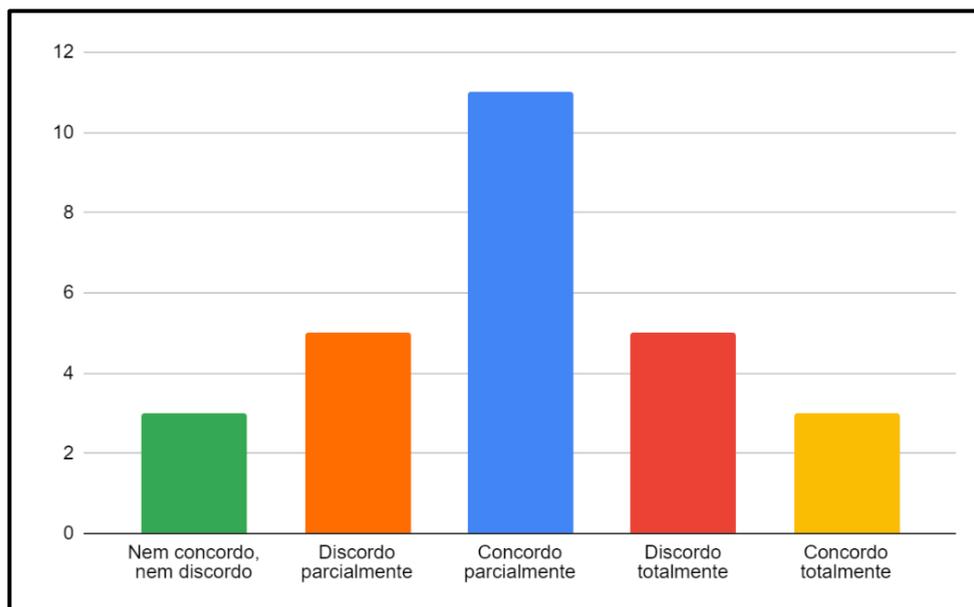
Fonte: a autora, 2022.

A pergunta número 6, representada pelo gráfico abaixo, refere-se ao conforto térmico da praça 1. Através das respostas percebeu-se que 40,7% das pessoas que

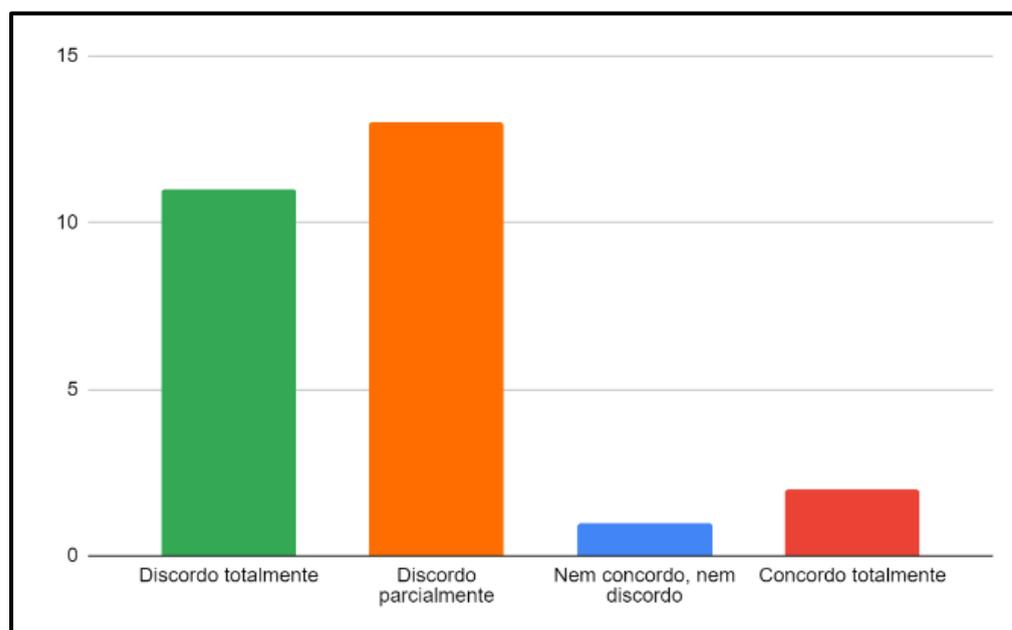
frequentam essa praça concordam parcialmente que a mesma é quente (ver gráfico 9).

Já com relação ao conforto térmico da praça de alimentação 2, percebeu-se uma grande diferença quando comparada à praça de alimentação 1. Isso pode ser observado no gráfico a seguir e no percentual de usuários que discordam com o desconforto térmico da praça. 48,1% dos usuários discordam parcialmente que a praça 2 é quente, enquanto 40,7% dos mesmos discordam totalmente. Sendo assim é possível afirmar, com base nas respostas dos usuários, que a praça de alimentação 1 é mais quente que a praça de alimentação 2 (ver gráfico 10).

Gráfico 9: A praça de alimentação 1 é quente?



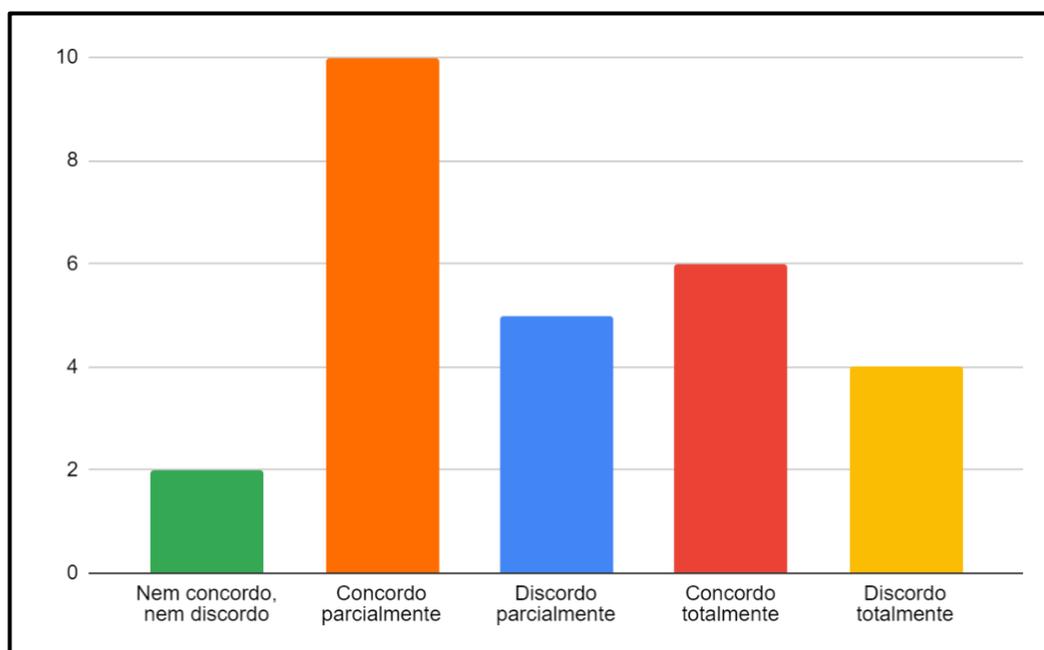
Fonte: a autora, 2022.

Gráfico 10: A praça de alimentação 2 é quente?

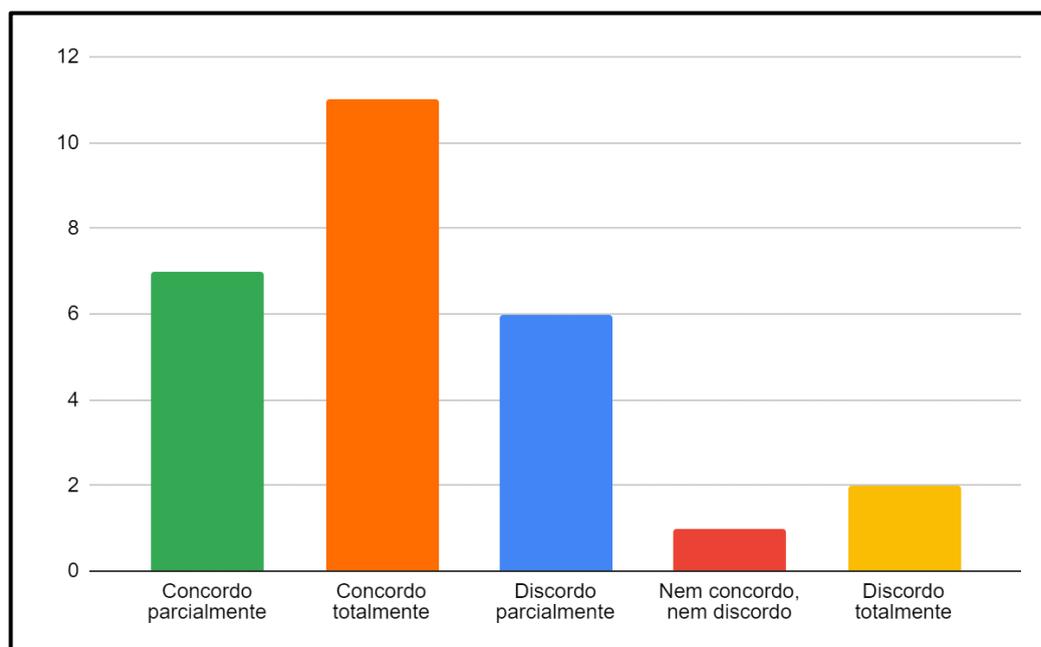
Fonte: a autora, 2022.

Posteriormente foi questionado se a praça de alimentação 1 era bem ventilada, como forma de fazer um contraste com as respostas da pergunta anterior, na qual foi perguntado se a praça em questão era quente. Assim, de acordo com as respostas de 37% dos usuários, a referida praça é sim bem ventilada, enquanto 14,8% acreditam que a praça não oferece conforto térmico. Ou seja, enquanto mais de 40% de pessoas acreditam parcialmente que a praça é quente, 37% dos mesmos não a acham bem ventilada, havendo uma confusão percentual de informações (ver gráfico 11).

Tal qual a pergunta anterior, também foi questionado aos usuários se a praça de alimentação 2 é bem ventilada. 40,7% dos indivíduos responderam concordar totalmente com o conforto térmico da praça 2, diferentemente da praça de alimentação 1, como visto anteriormente. Apenas 7,4% dos usuários discordam totalmente que a praça 2 é bem ventilada, enquanto esse percentual na praça 1 é quase o dobro (ver gráfico 12).

Gráfico 11: A praça de alimentação 1 é bem ventilada?

Fonte: a autora, 2022.

Gráfico 12: A praça de alimentação 2 é bem ventilada?

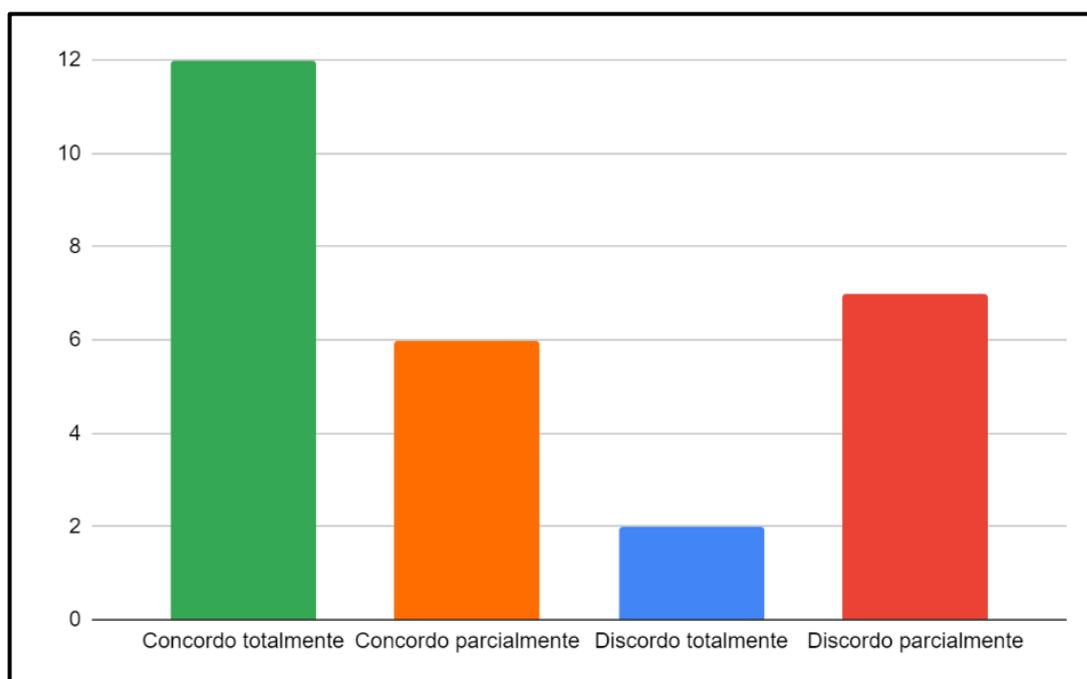
Fonte: a autora, 2022.

A sétima pergunta da etapa de pesquisa da praça de alimentação 1, está

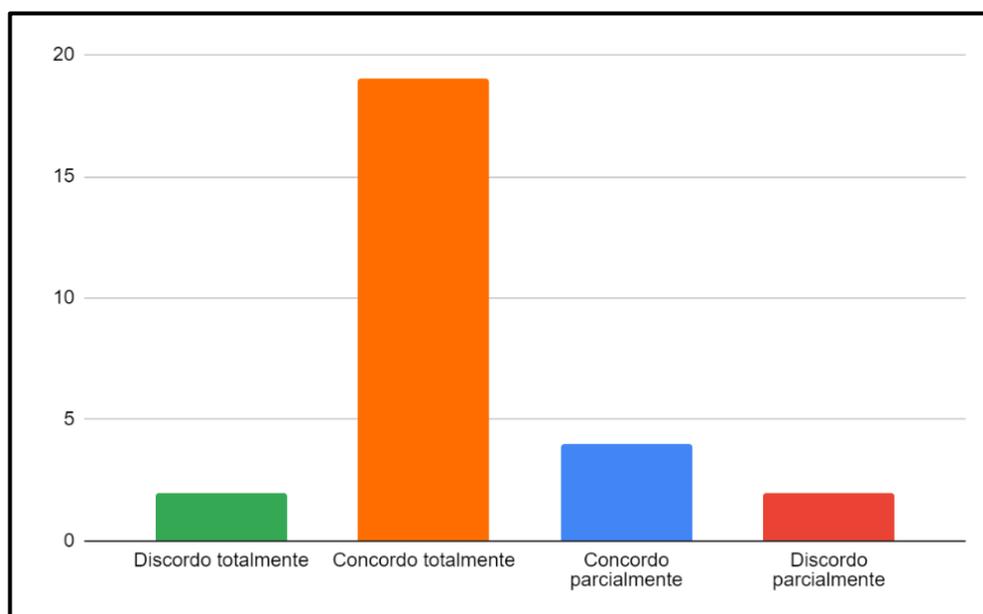
relacionada à questão de iluminação do local. Neste sentido, conforme aponta o gráfico 13, 44,4% dos usuários que responderam o questionário concordam totalmente com a boa iluminação da praça. Entretanto, 25,9% dos mesmos discordam dessa afirmativa (ver gráfico 13).

Com relação aos aspectos lumínicos da praça de alimentação 2, foi possível perceber que 70,4% dos usuários concordam totalmente que a praça é bem iluminada, enquanto apenas 7,4% discordam totalmente. Ou seja, um percentual de 26% a mais de usuários acreditam que a praça 2 é melhor iluminada quando em comparação com a praça 1 (ver gráfico 14).

Gráfico 13: A praça de alimentação 1 é bem iluminada?



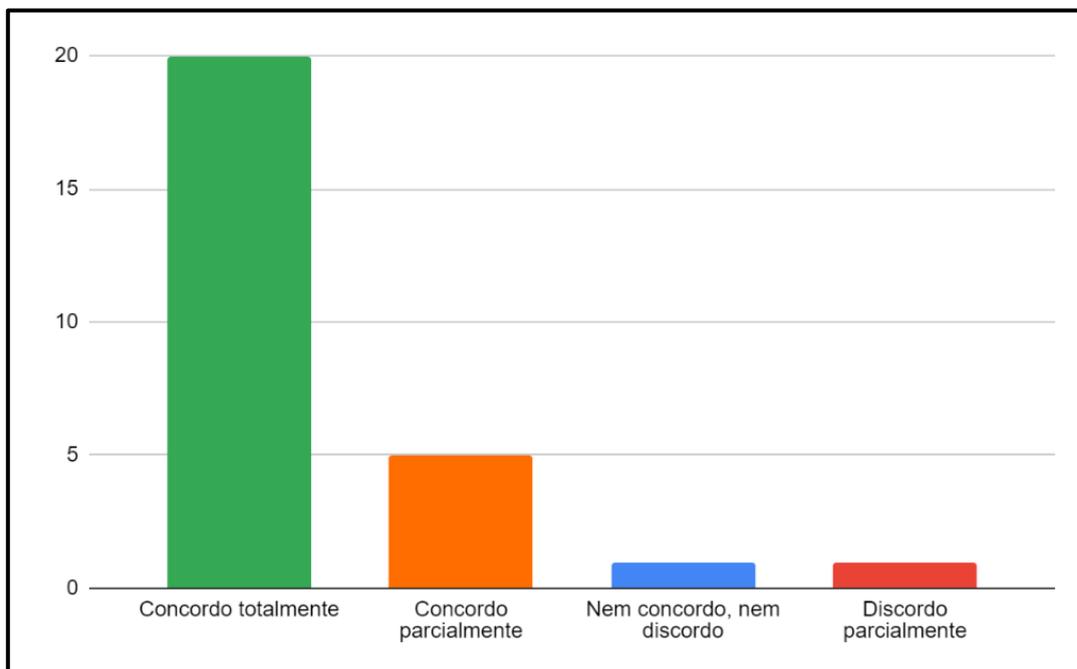
Fonte: a autora, 2022.

Gráfico 14: A praça de alimentação 2 é bem iluminada?

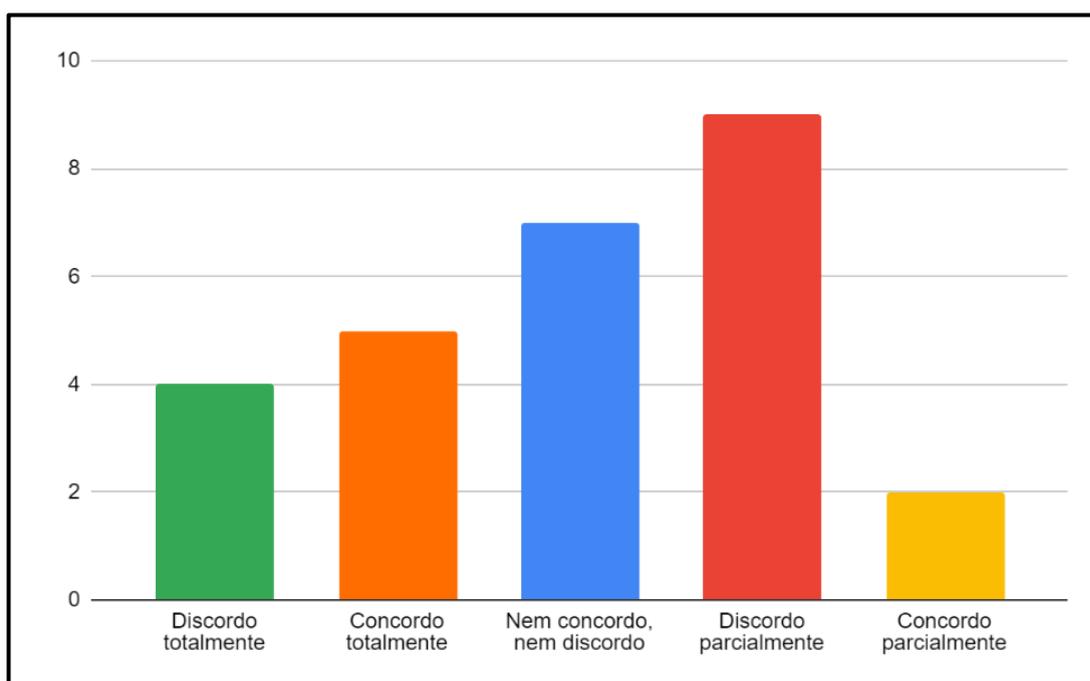
Fonte: a autora, 2022.

A questão número 7 trata-se do conforto acústico da praça 1, ou seja, se refere a capacidade de cessar ou conter sons do ambiente. Para tanto, foi perguntado aos sujeitos que frequentam a praça se a mesma é barulhenta e 74,1% dos usuários concordam totalmente que a praça é barulhenta, causando desconforto acústico (ver gráfico 15).

Sobre a acústica da praça de alimentação 2, foi possível inferir, com base nos resultados obtidos com o questionário realizado com os usuários das praças de alimentação do Maceió Shopping, que a praça 1 é mais barulhenta que a praça 2, como demonstra o gráfico abaixo. 33,3% dos usuários discordaram parcialmente que a praça 2 é barulhenta, quando comparado à praça 1, onde mais de 70% dos usuários concordam que há muito barulho na mesma (ver gráfico 16).

Gráfico 15: A praça de alimentação 1 é barulhenta?

Fonte: a autora, 2022.

Gráfico 16: A praça de alimentação 2 é barulhenta?

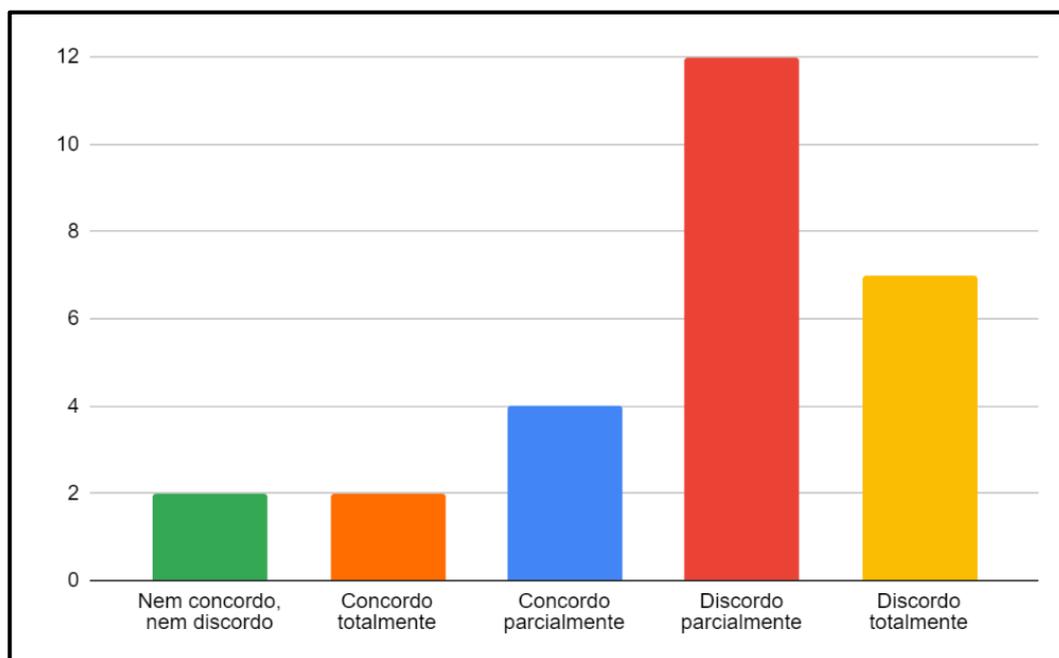
Fonte: a autora, 2022.

O grupo de perguntas a seguir faz referência à acessibilidade da praça 1 para pessoas com deficiências, obesidade, com bebês de colo ou com dificuldade de locomoção. Além disso, procurou-se saber se os usuários conseguem guiar-se pela praça com as informações/sinalizações disponíveis no ambiente.

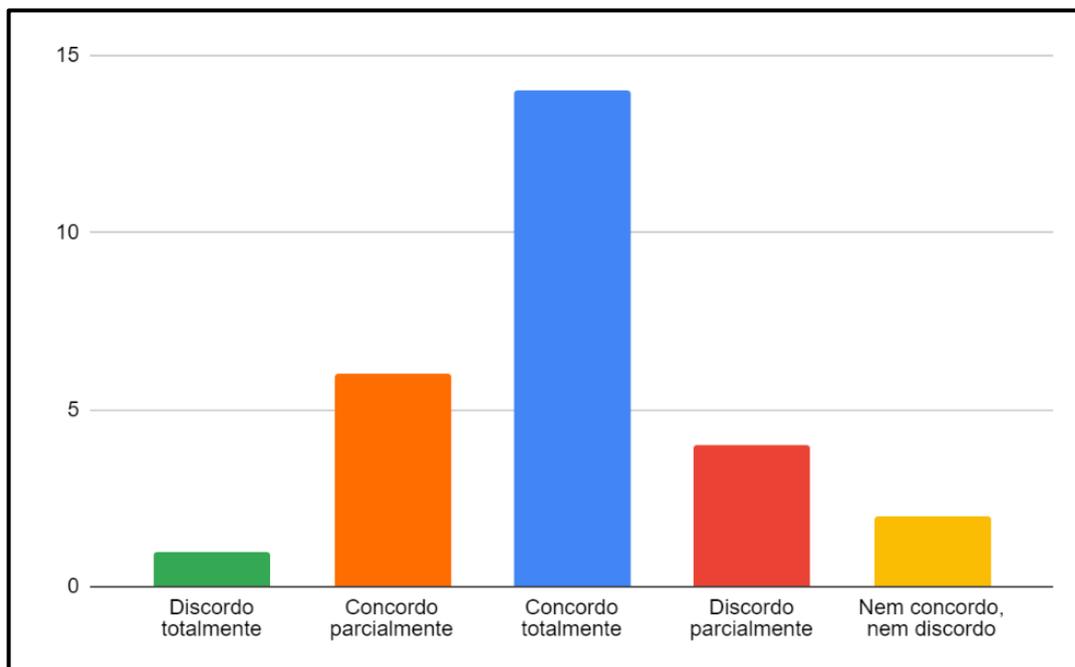
Nesse sentido, a pergunta número 8, representada pelo gráfico 17, trata-se sobre a locomoção na praça 1. Desta forma, perguntou-se aos usuários se eles conseguem se locomover bem nesse local. 44,4% dos usuários afirmam discordar parcialmente com a indicação, enquanto 14,8% declaram concordar que é fácil locomover-se naquele ambiente.

Já com relação à locomoção dos usuários na praça de alimentação 2, percebeu-se uma diferença significativa na respostas dos sujeitos. 51,9% dos usuários afirmaram concordar totalmente com a boa locomoção na praça 2, enquanto na praça 1 esse percentual foi de 7,4%. Nesse sentido, é perceptível, tal como a observação *in loco*, que a praça de alimentação 2 é mais espaçosa e melhor distribuída espacialmente que a praça de alimentação 1 (ver gráfico 18).

Gráfico 17: Consegue se locomover bem na praça de alimentação 1?



Fonte: a autora, 2022.

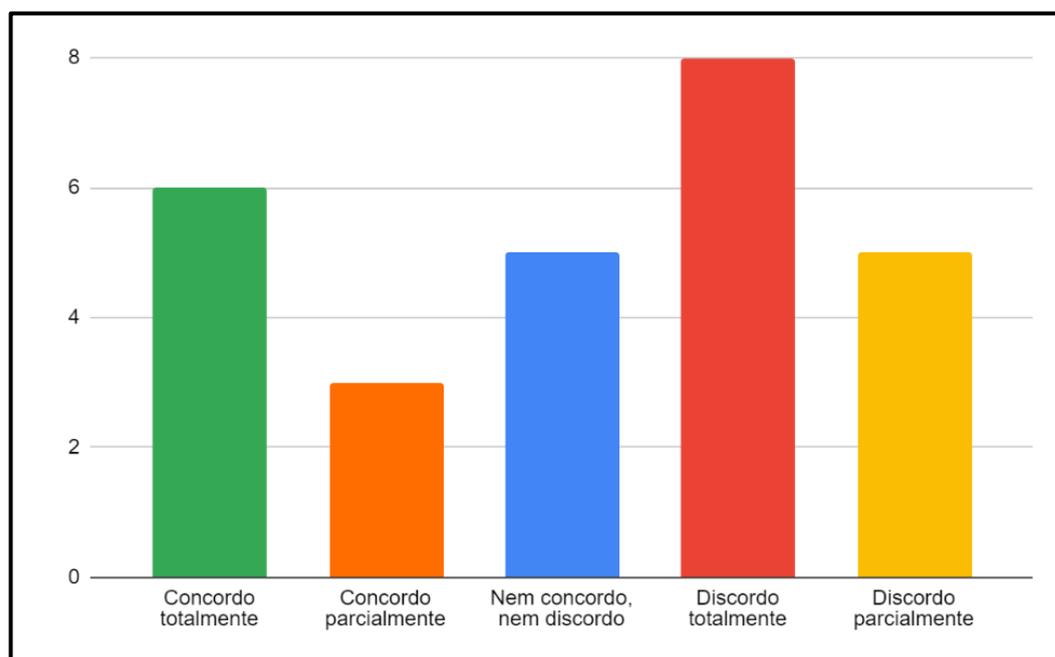
Gráfico 18: Consegue se locomover bem na praça de alimentação 2?

Fonte: a autora, 2022.

O gráfico 19 faz referência às sinalizações da praça 1. Perguntou-se aos usuários se os mesmos conseguem guiar-se bem a partir das sinalizações presentes na praça de alimentação 1. 29,6% dos usuários confirmam não conseguir se orientar pela praça com as sinalizações informativas do local. Apenas 11% dos usuários afirmam conseguir conduzir-se bem na praça.

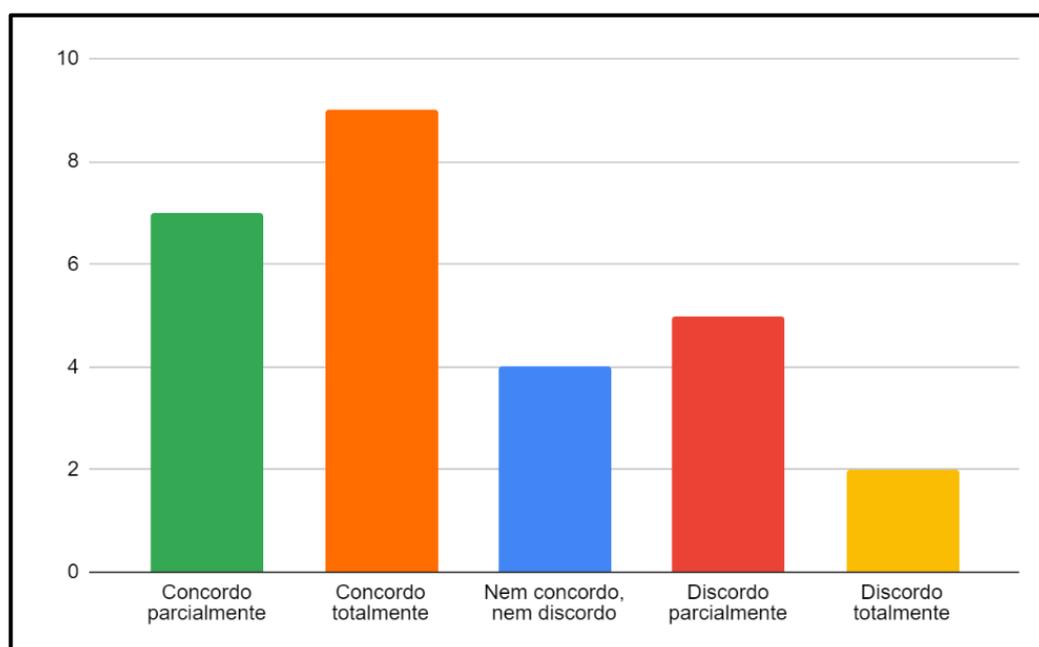
Já em referência às sinalizações da praça de alimentação 2, a maior parte dos usuários (33,3%) responderam que conseguem guiar-se totalmente com as informações presentes na praça 2, evidenciando que nessa praça é melhor para orientar-se espacialmente (ver gráfico 20).

Gráfico 19: Consegue se guiar a partir das sinalizações da praça de alimentação 1?



Fonte: a autora, 2022.

Gráfico 20: Consegue se guiar a partir das sinalizações da praça de alimentação 2?



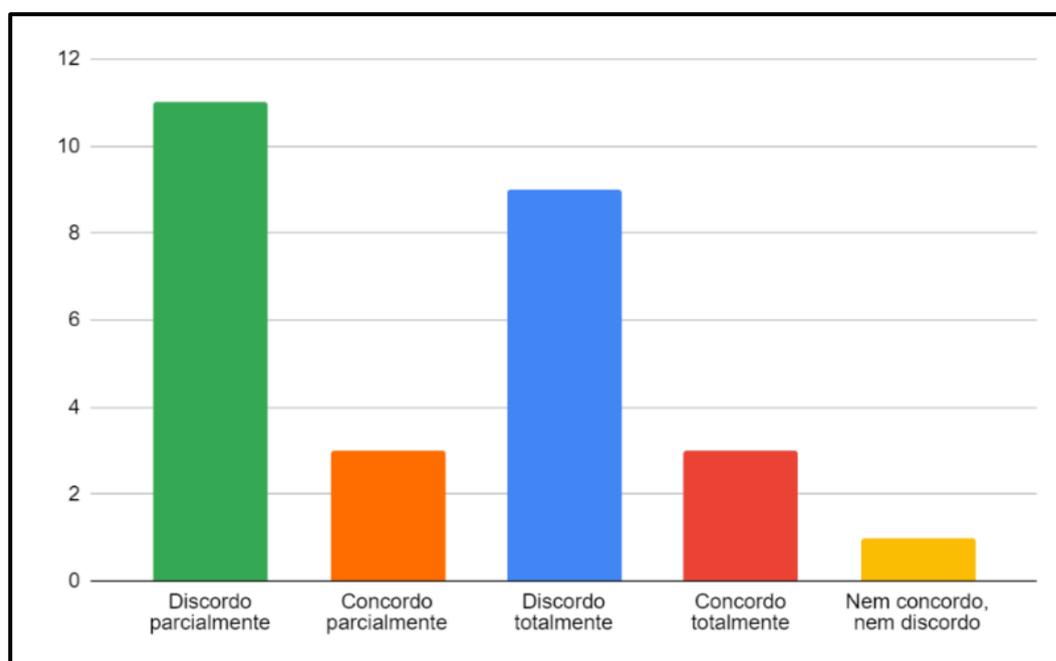
Fonte: a autora, 2022.

A décima pergunta está relacionada especificamente à acessibilidade de

peças com deficiência, obesas, gestantes ou com bebês de colo e idosos. Foi perguntado aos usuários se, na concepção deles, há acessibilidade para essas pessoas na praça de alimentação 1. 40,7% dos entrevistados afirmaram discordar parcialmente de que há acessibilidade na praça. Outros 33,3% declararam discordar totalmente que há acessibilidade para esse público (ver gráfico 21).

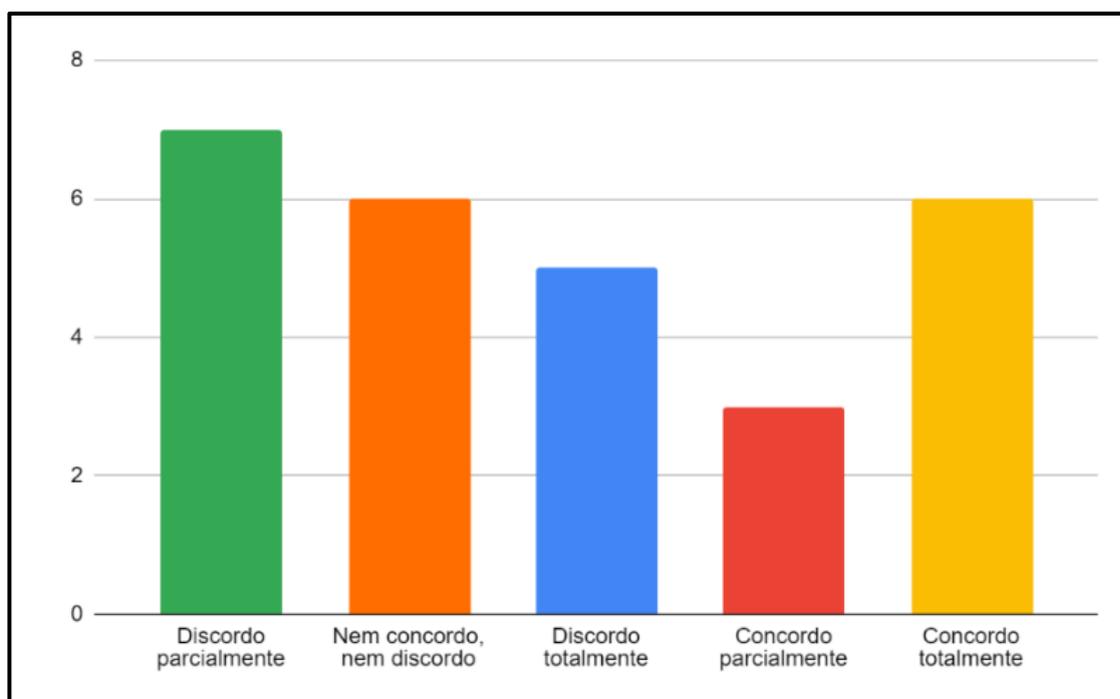
Com relação às questões de acessibilidade da praça de alimentação 2, o percentual diminuiu quando comparado à praça 1. Apenas 25,9% dos usuários afirmam discordar parcialmente de que há acessibilidade na praça 2, quando na praça 1 esse percentual passa dos 40%. 22,2% dos usuários concordam totalmente que a praça 2 é mais acessível que a praça 1, onde o percentual é de 11,1% (ver gráfico 22).

Gráfico 21: Há acessibilidade para pessoas portadoras de necessidades específicas na praça 1? Cegos/as, obesos/as, gestantes, idosos/as, cadeirantes, pessoas com criança de colo.



Fonte: a autora, 2022.

Gráfico 22: Há acessibilidade para pessoas portadoras de necessidades específicas na praça 2? Cegos/as, obesos/as, gestantes, idosos/as, cadeirantes, pessoas com criança de colo.

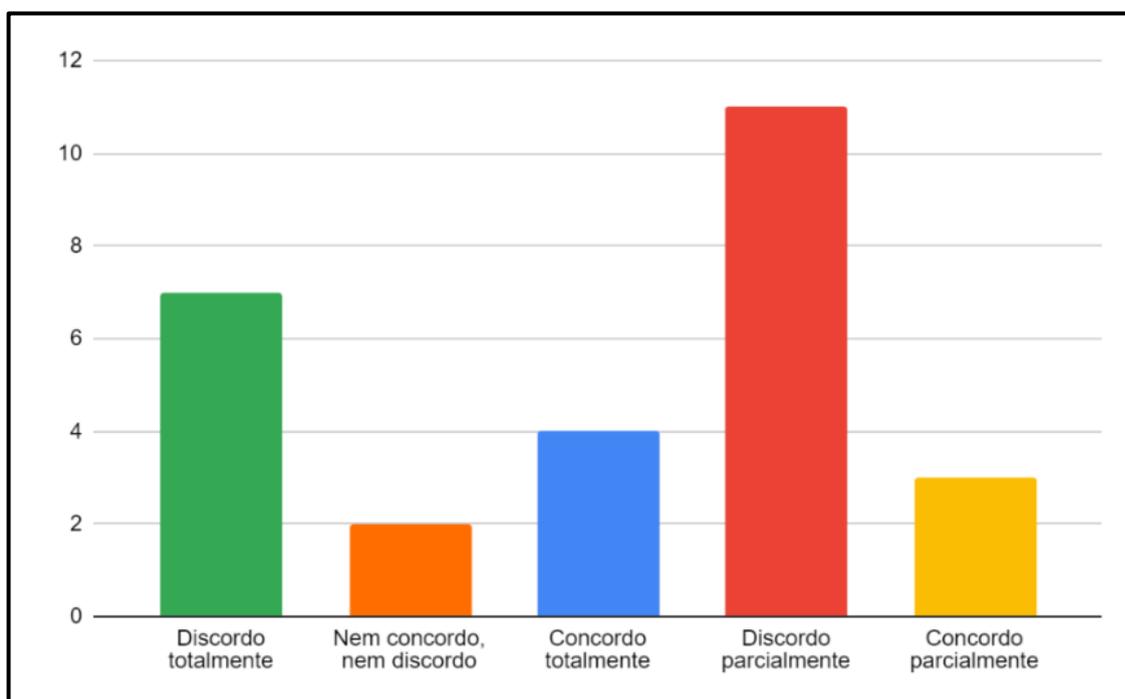


Fonte: a autora, 2022.

A décima primeira e última pergunta desta etapa está relacionada ao conforto do mobiliário da praça de alimentação 1. O maior percentual de respostas dos usuários, 40,7%, afirmam que o mobiliário da praça em questão é parcialmente desconfortável; outros 25,9% acreditam que o mobiliário da praça 1 é totalmente desconfortável, conforme aponta o gráfico 23.

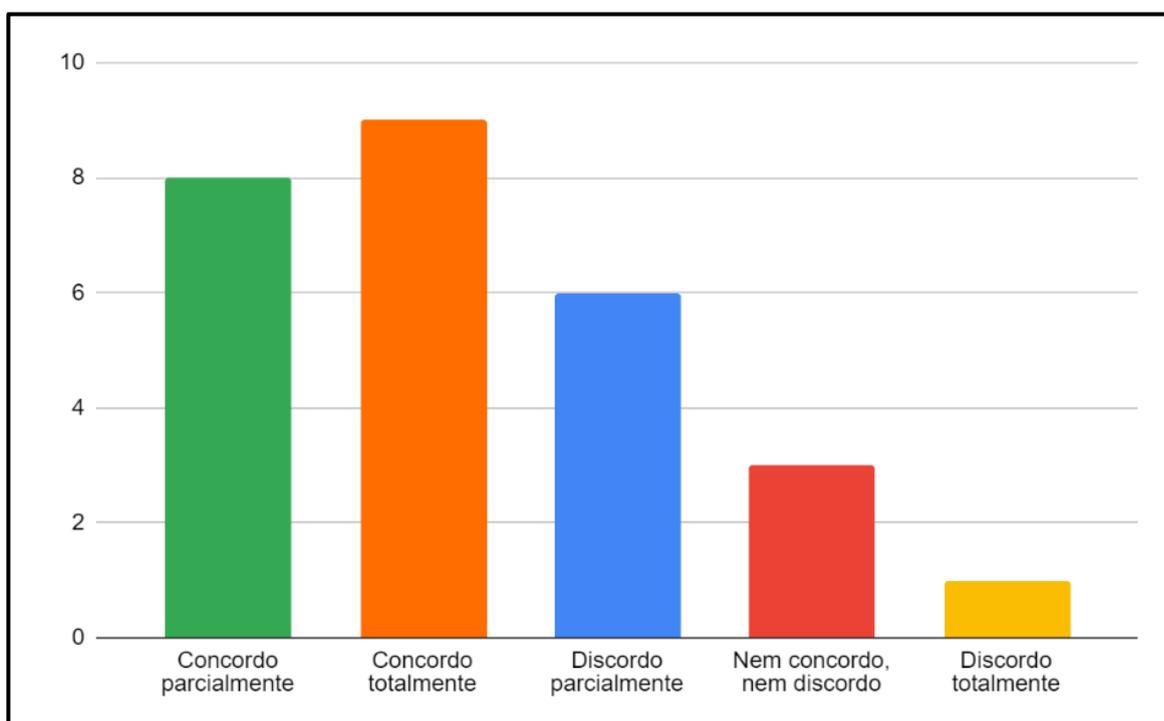
Com relação ao mobiliário da praça de alimentação 2, foi possível perceber com as respostas dos usuários ao questionário disponibilizado, que 33,3% dos sujeitos concordam totalmente que o mobiliário da praça 2 é mais confortável quando comparado à praça 1, onde o percentual é de 14,8%. Além disto, apenas 3,7% dos usuários acreditam que a mobília da praça 2 é desconfortável, quando que na praça 1 esse percentual sobe para 25,9% (ver gráfico 24).

Gráfico 23: Acha o mobiliário da praça de alimentação 1 confortável?



Fonte: a autora, 2022.

Gráfico 24: Acha o mobiliário da praça de alimentação 2 confortável?



Fonte: a autora, 2022.

Os resultados do questionário apenas reforçaram os problemas encontrados a partir da análise observacional *in loco* nas praças de alimentação do Maceió Shopping e a própria experiência da autora com as mesmas, além de conhecer outros fatores associados a partir da experiência dos próprios usuários desses ambientes.

Inferre-se, portanto, que a praça 1 é mais procurada para alimentar-se devido à sua variedade gastronômica, quando que a praça 2 é mais procurada para outros fins, como trabalhar, estudar ou encontrar amigos e familiares, uma vez que na praça em questão também fica o cinema do *shopping*. Além disto, observa-se, de acordo com as respostas dos usuários, que a praça 2 é mais confortável quando se trata de acústica, temperatura e iluminação, como também o seu mobiliário que, além de ser mais aconchegante, é também mais acessível para pessoas com deficiências, obesos, bebês de colo, gestantes e idosos.

5. CONCLUSÃO

O principal objetivo do estudo em tela foi buscar desenvolver uma análise do ambiente das praças de alimentação do Maceió Shopping, com base nas premissas da Psicologia Ambiental e do *Design* de Experiência. A análise aqui proposta, possibilitou a compreensão das sensações que um ambiente pode causar em determinadas pessoas, seja em um âmbito de bem ou de mal estar.

De acordo com pesquisas prévias, as praças de alimentação, nos dias atuais, são locais que servem não só para uma alimentação rápida e prática propriamente dita, mas sim como um ambiente de descanso, estudo, reuniões e diálogos. Além disso, notou-se a falta de estudos dessa natureza em Alagoas nos ambientes comerciais grandes, como é o caso de *shopping centers*.

Nesse sentido, após as análises dos espaços com base na MEAC, surge a importância de propor um novo *layout* das praças de alimentação do Maceió Shopping, com a finalidade de selecionar e separar as lojas de alimentos de outras lojas, restringindo o ambiente apenas para venda e consumo de produtos alimentícios. Além disso é importante que as lojas de produtos alimentícios sigam um padrão em ambas as praças, tendo em vista que, tanto na praça 1, quanto na praça 2, possui lojas que não são de produtos de alimentação.

Salienta-se ainda que nesse novo *layout* proposto, pode haver o acréscimo de tomadas, tanto nas pilastras – como já existem – mas também encaixadas nos mobiliários das praças, considerando que, de acordo com o questionário disponibilizado para os usuários, os mesmos fazem uso das praças para fins de trabalho e estudo, com uso de celulares, *tablets* e *notebooks*.

Através das análises, foi possível identificar que as praças de alimentação desse *shopping* não são inclusivas, isto é, não foram planejadas de forma que diversos corpos e diversas pessoas possam sentir-se à vontade nesse ambiente, seja por conta das cadeiras estreitas, pela ausência de piso tátil, ou pelo enorme barulho, o que impossibilita uma boa experiência nesses locais, ainda que uma das praças tenha sido recentemente reformada.

Diante disto, com relação à acessibilidade, é importante a inserção de piso tátil, não só nas praças de alimentação, como também em todo o shopping, com base na Lei Federal nº 7.853, de 24 de outubro de 1989, que dispõe sobre o apoio às pessoas portadoras de deficiência, sua integração social, em seu art. 1, parágrafo

primeiro, onde afirma que “[...] Na aplicação e interpretação desta Lei, serão considerados os valores básicos da igualdade de tratamento e oportunidade, da justiça social, do respeito à dignidade da pessoa humana, do bem-estar, e outros, indicados na Constituição ou justificados pelos princípios gerais de direito [...]”. Nesse sentido, para que haja igualdade de oportunidades, é essencial que a acessibilidade de pessoas com deficiência seja uma ação e não mera letra morta da lei.

Além do piso tátil, é importante que os banheiros também sejam acessíveis. Para tanto, é de significativa importância que os banheiros acessíveis estejam fora dos banheiros masculino e feminino, com o objetivo de facilitar a experiência de pessoas com deficiência física. É importante também que haja barra de apoio nas portas, além de dentro dos banheiros.

No mais, é necessário propor uma manutenção constante do piso de todo o shopping, dado que este é, por vezes, escorregadio, decorrente da grande circulação de pessoas.

É importante também propor a reorganização do *layout* e disposição do mobiliário da praça de alimentação 1, tendo em vista que com o grande movimento de pessoas, o espaço parece ser usado de forma incorreta e acaba gerando estreitamento entre as mesas e dificultando a passagem de quem possui alguma limitação física, como também diminui a privacidade de cada grupo ou pessoa que está usando aquele mobiliário para alimentação, além de aumentar o risco de contaminação de covid-19, já que ainda estamos em pandemia. Além disso, seria necessário uma reorganização de *layout* da praça 1 inteira, para que com medidas e limites adequados, possa haver uma melhor experiência na praça.

Nas duas praças foi observado a existência de cadeiras infantis e para bebês de colo, porém em uma quantidade menor que a necessária, considerando a quantidade do público que faz uso da mesma, principalmente em finais de semana e feriados. Nesse caso seria interessante o aumento da quantidade de cadeiras. Outro caso visto nas duas praças é que não existe cadeira para pessoas obesas. Sendo assim, é de extrema necessidade que o mobiliário desses espaços contemple aos diversos corpos e todos os públicos que os frequentam.

Observa-se que a própria legislação brasileira prevê a obrigatoriedade de assentos para pessoas obesas em diversos lugares, através do Decreto nº 9.404, de

11 de junho de 2018⁸. No decreto não especifica a obrigatoriedade de cadeiras adaptadas para obesos em *shoppings centers*, mas se estamos prezando por espaços democráticos e inclusivos é preciso pensar sobre.

No tocante ao mobiliário da praça de alimentação 1, é composto por materiais, revestimentos e formatos antigos. O ideal seria trazer contemporaneidade para essa praça, para que os usuários passem mais tempo, com mais conforto e fazer daquele momento de alimentação também um pequeno descanso, tal como acontece na praça de alimentação 2, que já foi reformada.

Outro ponto importante é o teto da praça de alimentação 1, as claraboias e domos possuem cores e materiais que são mais escuros, em cores frias. Propõe-se o inverso disso para esse espaço: domos e claraboias em cores neutras, para que a luz natural seja bem mais aproveitada.

Para que isto ocorra, salienta-se ainda a importância de pesquisas prévias com os usuários em uma possível reforma da praça de alimentação 1, com a finalidade de tornar aquele ambiente mais aconchegante, inclusivo e saudável, uma vez que cada indivíduo possui necessidades e comportamentos diferentes que devem ser considerados na elaboração de um projeto arquitetônico para diferentes públicos.

Sabe-se que a percepção dá-se através da visão, do olfato, do paladar, do tato e da audição, sendo estes os pontos cruciais que devem ser analisados durante a projeção de um ambiente saudável. É a partir destes sentidos que observamos e entendemos tudo ao nosso redor.

Pelas praças de alimentação passam inúmeras pessoas por dia. Cada uma dessas pessoas movimenta-se, cria sons e que formam um emaranhado de ruídos, além dos barulhos do próprio funcionamento do *shopping* e externo ao mesmo. Essa situação produz um grande estresse sonoro de quem faz uso daquele espaço por um tempo que seja. Com isso, é fundamental propor soluções viáveis para esse

⁸ A norma ABNT 9050 de 2020, coloca detalhes das dimensões adequadas para o equipamento. Entre os critérios, estão: a) profundidade do assento mínima de 0,47 m e máxima de 0,51 m, medida entre sua parte frontal e o ponto mais frontal do encosto tomado no eixo de simetria; b) largura do assento mínima de 0,75 m, medida entre as bordas laterais no terço mais próximo do encosto. É admissível que o assento para pessoa obesa tenha a largura resultante de dois assentos comuns, desde que seja superior a esta medida de 0,75 m; c) altura do assento mínima de 0,41 m e máxima de 0,45 m, medida na sua parte mais alta e frontal; d) ângulo de inclinação do assento em relação ao plano horizontal, de 2° a 5°; e) ângulo entre assento e encosto de 100° a 105°. Quando providos de apoios de braços, estes devem ter altura entre 0,23 m e 0,27 m em relação ao assento. Os assentos devem suportar uma carga de 250 kg.

problema, uma delas seria aumentar o pé direito dessa praça, para que o som se reproduza de maneira que fique melhor distribuído.

Outra possível solução para esse problema, seria os painéis acústicos fixados no teto para absorver o excesso de ruídos. Nestes painéis também é possível fazer uso de iluminação para melhor aproveitamento estético e conforto lumínico do espaço. O uso de mais exaustores também pode ser uma solução viável, tendo em vista que por volta do fim da tarde a iluminação natural desaparece. Nesse sentido, a proposta seria colocar mais iluminação com led nas sancas da praça 1, pois são mais econômicas e duráveis, já que esse espaço não dispõe desse tipo de iluminação ainda.

Com relação ao conforto térmico, uma das vias que ocorre é através do mobiliário utilizado, uma vez que sua distribuição e o próprio material de fabricação desses materiais não gerem calor excessivo, sendo mais adequado para a praça 1. Outro fator importante é o uso das cores, tendo em vista que apesar da praça de alimentação 1 ser composta quase que totalmente por cores quentes, o ideal seria colocar cores neutras na maior parte dos elementos que puder. Já que não é possível, no momento, a ventilação natural cruzada, a solução seria o uso de mais condicionadores de ar.

A análise desse ambiente foi fundamental para levar em consideração, enquanto futuros profissionais, algo crucial no que se refere por exemplo aos usuários com surdez ou cegueira/baixa visão, tendo em vista que estes também são consumidores expressivos do *Design* de Experiência. Usuários que, por sua vez, também dependem do *Design* de Experiência para participarem do processo de inclusão social, a exemplo do caso das sinalizações nos ambientes.

Sendo assim, percebe-se que se tem um público-alvo mais diverso do que muitas vezes é possível imaginar. A quantidade de informações que pode ser visualizada é relativamente pouca, sendo somente focalizado parte do todo, é a mente que ajuda a preencher os espaços, tornando as experiências algo subjetivo a cada pessoa.

Nesse sentido, é importante que esses sujeitos – diversos – estejam inclusos nos processos de criação, elaboração e execução de projetos arquitetônicos, considerando a possibilidade de uma nova experiência através do *Design* de Interiores, pois cabe ao usuário, com a ajuda de uma equipe multidisciplinar especialista nesse método, ressignificar este novo ambiente. Uma possível solução

para este problema seria pesquisar novas formas de focar a atenção do usuário em algo que mude o ponto de vista em relação aquela situação vivida.

A experiência positiva e personalizada no ambiente é fundamental para o bom funcionamento da saúde física e mental, independentemente da situação ocorrida. Portanto, com traumas e principalmente antes deles, é necessário que tenhamos, enquanto profissionais, a sensibilidade de olhar para as instituições e pessoas que necessitam deste serviço de extrema utilidade pública.

Diante do exposto, com esse trabalho de conclusão de curso foi possível ter a percepção mais nivelada sobre o quanto é importante projetar um ambiente que seja acessível, seguro, confortável e funcional para todas as pessoas com diferentes corpos e possibilidades de locomoção. Durante a construção desse estudo, visitei outros *shoppings* e outras praças de alimentação na cidade de Maceió com ambientes similares ao que foram demonstrados aqui.

A importância desse estudo se dá pela forma como coisas que antes eram imperceptíveis ou “impossíveis” de se pensar e/ou analisar, agora podem ser vistos e analisado de outras formas, abrindo espaços para outros estudos posteriores. Nesse sentido, hoje, penso ser impossível visitar um ambiente como o descrito aqui e ter apenas a experiência como usuária. Assim, hoje posso afirmar que, como futura *designer*, devo estar sempre atenta às possíveis soluções para pequenos detalhes antes “esquecidos” durante o projeto e execução, que podem ir até para problemas maiores que precisem de reforma urgente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Edes da Rocha. **Análise Ergonômica do Ambiente Construído de Uso Público**: um estudo de caso em restaurantes da cidade do Recife-PE. Orientador: Laura Bezerra Martins. 2003. 168 p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2003. Disponível em: https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/5803/1/arquivo7362_1.pdf. Acesso em: 1 ago. 2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 9050: Acessibilidade: de acordo com a norma ABNT NBR 9050:2020. Rio de Janeiro, 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 13994: Elevadores de passageiros - Elevadores para transporte de pessoa portadora de deficiência. Rio de Janeiro, 2000.

BORBA, Rodrigo José Vasconcelos. **Design de experiência do usuário**: uma abordagem na Ciência da Informação. Orientador: Sandra de Albuquerque Siebra. 2017. 54 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Gestão da Informação) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/34950/1/Rodrigo%20Jos%c3%a9%20Vasconcelos%20Borba.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2022.

BRASIL. Lei, nº. 10.098, de 19 de dezembro de 2000. **Estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida, e dá outras providências**. Diário Oficial da União, v. 20, 2000.

CARLIN, Fernanda. **Acessibilidade espacial em shopping center**: um estudo de caso. Orientador: Vera Helena Moro Bins Ely. 2004. 193 p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

CHAVES, Iana Garófalo; BITTENCOURT, João Paulo; TARALLI, Cibele Haddad. O design centrado no humano na atual pesquisa brasileira - uma análise através das perspectivas de Klaus Krippendorff e da IDEO. **HOLOS**, [S. l.], v. 6, p. 213–225, 2013. DOI: 10.15628/holos.2013.1560. Disponível em: <https://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/1560>. Acesso em: 15 jun. 2022.

COLLAÇO, Janine Helfst Leicht. Restaurantes de comida rápida, os fast-foods, em praças de alimentação de shopping centers: transformações no comer. **Estudos**

Históricos, Rio de Janeiro, n. 33, p. 116-135, jan./jun. 2004.

COLLAÇO, Janine Helfst Leicht. Um Olhar Antropológico sobre o Hábito de Comer Fora. **Campos - Revista de Antropologia**, [S.l.], v. 4, p. 171-194, dez. 2003. ISSN 2317-6830. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/campos/article/view/1615>. Acesso em: 10 jun. 2022. doi:<http://dx.doi.org/10.5380/cam.v4i0.1615>.

FONSECA, Juliane Figueiredo. **A contribuição da ergonomia ambiental na composição cromática dos ambientes construídos de locais de trabalho de escritório**. Orientador: Cláudia Mont'Alvão. 2004. Dissertação (Mestrado em Design) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

FREIRE, Karine. Reflexões sobre o conceito de design de experiências. **Strategic Design Research Journal**, [s. l.], v. 2, n. 1, p. 37-44, jan./jun. 2009. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/sdrj/article/download/5159/2407>. Acesso em: 10 jun. 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

GUIMARAENS, Ceça; MAGALHÃES, Sérgio. Anotações sobre o PROJETO em Arquitetura. Instituto de Arquitetos do Brasil. Rio de Janeiro. 2013. Disponível em: http://www.caurj.gov.br/wp-content/uploads/2014/02/revisao_final_15jun13_texto_projeto.pdf. Acesso em 8 jun. 2022.

INSTITUCIONAL. Maceió Shopping, 2022. Disponível em: <https://www.maceioshopping.com/institucional/>. Acesso em 24 jul. 2022.

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&lng=pt&nrm=iso. acessos em 09 jun. 2022.

MELO, Rosane Gabriele C. de. Psicologia Ambiental: uma nova abordagem da psicologia. **Psicologia USP**, São Paulo, v. 2, n. 1-2, p. 85-103, 1991.

MOSER, Gabriel. Psicologia Ambiental. **Estudos de Psicologia**, [s. l.], v. 3, n. 1, p. 121-130, 1998. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/epsic/a/JJ6HsWrYfmYZy9XxZxtYVFr/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 24 jun. 2022.

NOJIMOTO, Cynthia. **Design para experiência**: processos e sistemas digitais. Orientador: Marcelo Tramontano. 2009. 212 p. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) - Universidade de São Paulo, São Carlos, 2009.

OLIVEIRA, Gilberto Rangel de; MONT'ALVÃO, Claudia Renata. Metodologias utilizadas nos estudos de Ergonomia do Ambiente Construído e uma proposta de modelagem para projetos de Design de Interiores. **Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 3, p. 150 – 165, 2015. Disponível em: <https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/276>. Acesso em: 10 jun. 2022.

ORNSTEIN, Sheila Walbe. Arquitetura, urbanismo e psicologia ambiental: uma reflexão sobre dilemas e possibilidades da atuação integrada. **Psicologia USP**, São Paulo, v. 12, n. 1-2, p. 155-165, 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psusp/a/NzSn98rf8JcpqM4pQb6Ffwf/abstract/?lang=pt#>. Acesso em: 10 jun. 2022.

PANERO, Julius; ZELNIK, Martin. **Dimensionamento humano para espaços interiores**. 1. ed. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2002. 320 p.

PASSOS, Raquel Menezes dos; GUSMÃO, Luciana Barretto Lima. A contribuição da ergonomia na acessibilidade do trabalhador com deficiência no ambiente corporativo. **Ideias e Inovação - Lato Sensu**, [S. l.], v. 5, n. 2, p. 113, 2019. Disponível em: <https://periodicos.set.edu.br/ideiaseinovacao/article/view/7916>. Acesso em: 4 ago. 2022.

PINHEIRO, Allan Petterson da Silva. **Ux Design introduzido no desenvolvimento de interfaces gráficas**. Orientador: Claudia Busato. 2016. 61 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em comunicação social – Design Gráfico) - Centro Universitário de Brasília, Brasília - DF, 2016. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/9445/1/21400530.pdf>. Acesso em: 8 jun. 2022.

RIES, Bruno Edgar. Sensação e percepção. *In*: RIES, Bruno Edgar; RODRIGUES, Elaine Wainberg. **Psicologia e Educação**: Fundamentos e reflexões. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004. cap. 3, p. 49-66.

SALAZAR, Manuel Henrique Coelho. **Praças de alimentação de shopping centers**: Solução projetual para a bandeja em um estudo de caso. Orientador: Bruno Xavier da Silva Barros. 2017. 91 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Design) - Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, 2017. Disponível em:

<https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/32198/1/SALAZAR%2c%20Manuel%20Henrique%20Coelho.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2022.

SILVA, Wellington Cardoso da. **Eficiência do sistema de combate a incêndio em um shopping**. Orientador: Fernando Luiz Beckman Pereira. 2010. 58 p. Trabalho de Conclusão de Curso de Especialização (Especialização em Engenharia de Segurança do Trabalho) - Universidade Estadual do Maranhão, São Luis, 2010. Disponível em: <https://dspace.mj.gov.br/bitstream/1/6113/1/Efici%C3%Aancia%20do%20Sistema%20de%20Combate%20a%20Inc%C3%AAndio%20em%20um%20Shopping.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2022.

SIQUEIRA, Cecília Nunes de; COSTA FILHO, Lourival Lopes. As necessidades dos usuários nos espaços residenciais, na percepção de arquitetos e designers de interiores. **Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 3, p. 36-46, 2015. Disponível em: <https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/267>. Acesso em: 8 jun. 2022.

SOUZA, Ellen Priscila Nunes de. **Iluminação nas áreas de hall e circulação de Shopping Center**: Maceió Shopping, um estudo de caso. 2010. 135 f. Dissertação (Mestrado em Dinâmicas do Espaço Habitado) – Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2010. Disponível em: <http://www.repositorio.ufal.br/handle/riufal/697>. Acesso em 09 jul. 2022.

SOUZA, Filipe Artur Honorato Ferreira de; RANOYA, Guilherme; SILVA JUNIOR, Marcelo Vicente da; HARADA, Rute; MATOS, Sílvia. As complexidades do design de experiência. In: **Anais do 9º Congresso Internacional de Design da Informação – CIDI**. Belo Horizonte, 2019.

TAVARES, Ademario Santos; ALBUQUERQUE, Luiz Wilson Nunes de; BARBOSA, André Henrique; VILLAROUÇO, Vilma. Percepção Ambiental: a importância da opinião dos usuários na geração de recomendações para projetos de ambientes construídos. In: **Anais do VI Encontro Nacional do Ambiente Construído – ENEAC. VII Seminário Brasileiro de Acessibilidade Integral**. Recife, Pernambuco, 2016. Disponível em: encurtador.com.br/exyOT. Acesso em: 22 Mai. 2022.

VASCONCELOS, Alana Aragão; PINHEIRO, Antônio Auriseu N.; OLIVEIRA, Virna Maria; LIRA, Ana Karina M.; SANTIAGO, Zilsa; "Análise ergonômica do ambiente construído: estudo de uma escola pública de ensino fundamental em Fortaleza", p. 606-621 . In: **Anais do VIII Encontro Nacional de Ergonomia do Ambiente Construído e do IX Seminário Brasileiro de Acessibilidade Integral**. São Paulo: Blucher, 2020. ISSN 2318-6968, DOI 10.5151/eneac2020-53

VILLAROUCO, Vilma. Construindo uma metodologia de avaliação ergonômica do ambiente - AVEA. In: **Anais** do XV Congresso Brasileiro de Ergonomia. Porto Seguro: ABERGO, 2008.

VILLAROUCO, Vilma; COSTA, Ana Paula Lima. Metodologias ergonômicas na avaliação de ambiente construído. **VIRUS**, São Carlos, n. 20, 2020. [online]. Disponível em: . Acesso em: 22 Mai. 2022.

VITRÚVIO. **Tratado de Arquitetura**. Tradução de M. Justino Maciel. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

WIESENFELD, Esther. A psicologia ambiental e as diversas realidade humanas. **Psicologia USP**, São Paulo, v. 16, n. 1-2, p. 53-69, 2005.

APÊNDICE A

20/07/2022 19:11

Sobre as praças de alimentação do Maceió Shopping, responda:

Sobre as praças de alimentação do Maceió Shopping, responda:

Praça 1 -> Praça central do shopping.

Praça 2 -> Praça próxima ao cinema.

*Obrigatório

Informações Pessoais

1. **Idade ***

2. **Sexo ***

Marcar apenas uma oval.

- Feminino
- Masculino
- Outros gêneros
- Prefiro não responder
- Outro: _____

Sobre a usabilidade das praças de alimentação do Maceió Shopping.

3. **Qual das praças você frequenta mais? ***

Marcar apenas uma oval.

- Praça 1 (Praça central do shopping).
- Praça 2 (Praça próxima ao cinema).

20/07/2022 19:11

Sobre as praças de alimentação do Maceió Shopping, responda:

4. Em média, quantas vezes você frequenta a praça de alimentação?*Marcar apenas uma oval.*

- Sempre
- Muitas vezes
- Algumas vezes
- Poucas vezes
- Nunca

SOBRE A PRAÇA 1 - PRAÇA CENTRAL**5. Faz uso contínuo da praça de alimentação 1 por quanto tempo? ****Marcar apenas uma oval.*

- Aproximadamente 30 minutos
- Aproximadamente 1 hora
- Mais de 1 hora

6. Costuma usar a praça 1 com qual finalidade? **Marcar apenas uma oval.*

- Apenas comer
- Estudar e/ou trabalhar
- Encontrar amigos e familiares
- Outro: _____

20/07/2022 19:11

Sobre as praças de alimentação do Maceió Shopping, responda:

7. Costuma frequentar a praça 1 em qual horário? **Marcar apenas uma oval.* Manhã Tarde Noite**Conforto térmico, lumínico e acústico.****8. A praça de alimentação 1 é quente? ****Marcar apenas uma oval.* Discordo totalmente Discordo parcialmente Nem concordo, nem discordo Concordo parcialmente Concordo totalmente**9. A praça de alimentação 1 é bem ventilada? ****Marcar apenas uma oval.* Discordo totalmente Discordo parcialmente Nem concordo, nem discordo Concordo parcialmente Concordo totalmente

20/07/2022 19:11

Sobre as praças de alimentação do Maceió Shopping, responda:

10. **A praça de alimentação 1 é bem iluminada? ****Marcar apenas uma oval.*

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Nem concordo, nem discordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

11. **A praça de alimentação 1 é barulhenta? ****Marcar apenas uma oval.*

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Nem concordo, nem discordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Acessibilidade.12. **Consegue se locomover bem na praça de alimentação 1? ****Marcar apenas uma oval.*

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Nem concordo, nem discordo
- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente

20/07/2022 19:11

Sobre as praças de alimentação do Maceió Shopping, responda:

13. **Consegue se guiar a partir das sinalizações da praça de alimentação 1? ****Marcar apenas uma oval.*

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Nem concordo, nem discordo
- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente

14. **Há acessibilidade para pessoas portadoras de necessidades específicas? *
Cegos/as, Obesos/as, Gestantes, Idosos/as, cadeirantes, pessoas com criança de colo.***Marcar apenas uma oval.*

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Nem concordo, nem discordo
- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente

15. **Acha o mobiliário da praça de alimentação 1 confortável? ****Marcar apenas uma oval.*

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Nem concordo, nem discordo
- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente

SOBRE A PRAÇA 2 - Praça Próxima ao Cinema.

20/07/2022 19:11

Sobre as praças de alimentação do Maceió Shopping, responda:

16. **Faz uso contínuo da praça de alimentação 2 por quanto tempo? ***

Marcar apenas uma oval.

- Aproximadamente 30 minutos
- Aproximadamente 1 hora
- Mais de 1 hora

17. **Costuma usar a praça de alimentação 2 com qual finalidade? ***

Marcar apenas uma oval.

- Apenas comer
- Estudar e/ou trabalhar
- Encontrar amigos e familiares
- Outro: _____

18. **Costuma frequentar a praça de alimentação 2 em qual horário? ***

Marcar apenas uma oval.

- Manhã
- Tarde
- Noite

Conforto térmico, lumínico e acústico.

20/07/2022 19:11

Sobre as praças de alimentação do Maceió Shopping, responda:

19. **A praça de alimentação 2 é quente? ****Marcar apenas uma oval.*

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Nem concordo, nem discordo
- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente

20. **A praça de alimentação 2 é bem ventilada? ****Marcar apenas uma oval.*

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Nem concordo, nem discordo
- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente

21. **A praça de alimentação 2 é bem iluminada? ****Marcar apenas uma oval.*

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Nem concordo, nem discordo
- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente

20/07/2022 19:11

Sobre as praças de alimentação do Maceió Shopping, responda:

22. A praça de alimentação 2 é barulhenta? **Marcar apenas uma oval.*

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Nem concordo, nem discordo
- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente

Acessibilidade.**23. Consegue se locomover bem na praça de alimentação 2? ****Marcar apenas uma oval.*

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Nem concordo, nem discordo
- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente

24. Consegue se guiar a partir das sinalizações da praça de alimentação 2? **Marcar apenas uma oval.*

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Nem concordo, nem discordo
- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente

20/07/2022 19:11

Sobre as praças de alimentação do Maceió Shopping, responda:

25. **Há acessibilidade para pessoas portadoras de necessidades específicas? Cegos/as, Obesos/as, Gestantes, Idosos/as, cadeirantes, pessoas com criança de colo.** *

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Nem concordo, nem discordo
- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente

26. **O mobiliário da praça de alimentação 2 é confortável? ***

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Nem concordo, nem discordo
- Concordo totalmente
- Concordo parcialmente

Obrigada pela colaboração!

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

ANEXO I

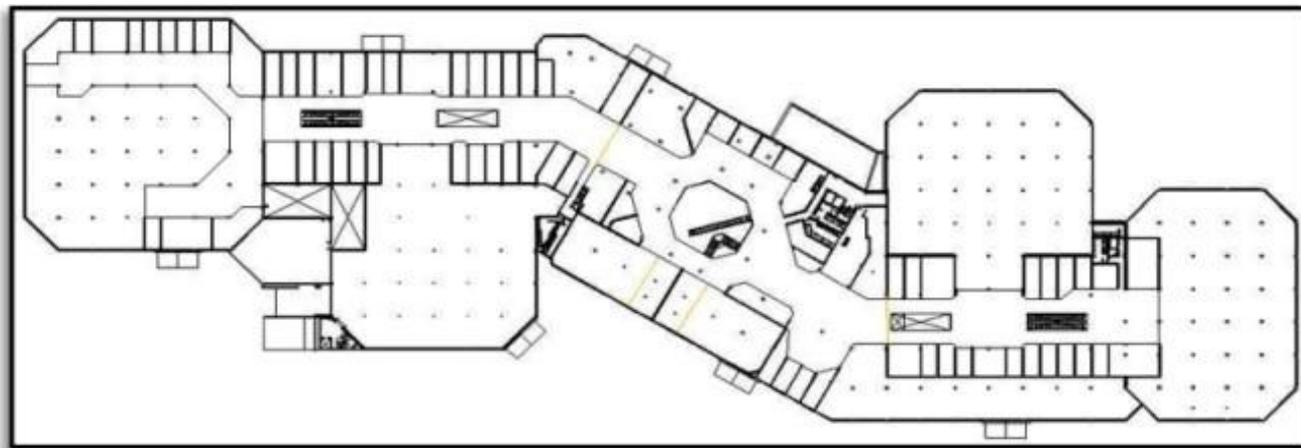


Figura 53: Planta baixa Shopping - Maceió Shopping, Pavimento 01 (2009).

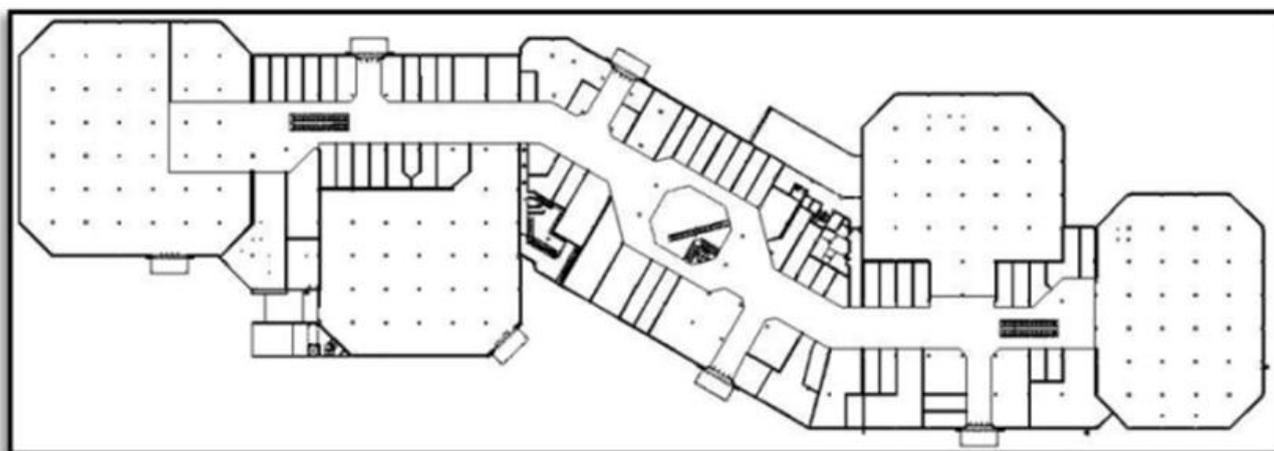


Figura 54: Planta baixa Shopping - Maceió Shopping Pavimento 02 (2009).

ANEXO II

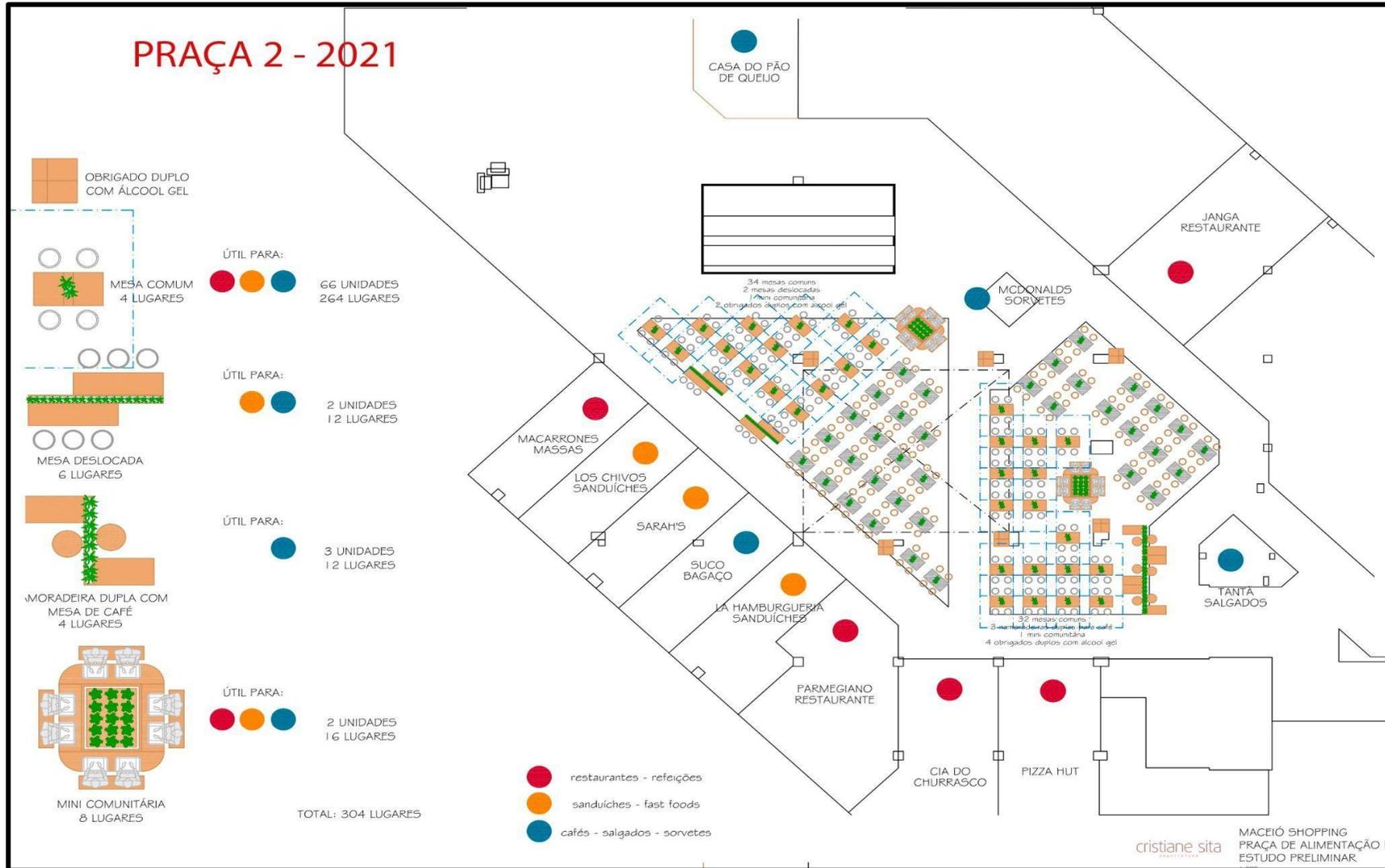


Figura 55: Planta baixa Praça de Alimentação Maceió Shopping 02 reformulada, 2021.

