



## Olhares Distintivos: Uma abordagem do Lugar visando a qualidade dos serviços de alimentação

*Distinctive Visions: An approach to the place seeking the quality for food services*

### Cláudia Rioja de Aragão Vargas

Arquiteta, doutoranda do PROARQ/FAU-UFRJ, Professora do Curso de Arquitetura e Urbanismo da UGF-RJ, Bolsista Doutorado CNPQ. | e-mail: [claudia.vargas@ufrj.br](mailto:claudia.vargas@ufrj.br) | CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5243306877417278> |

### Giselle Arteiro Nielsen Azevedo

Arquiteta Dra., Professora do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura - PROARQ/FAU-UFRJ. | e-mail: [gisellearteiro@globo.com](mailto:gisellearteiro@globo.com) | CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0625817989520541> |

## RESUMO

**Proposta:** Este estudo aponta para a possibilidade de ampliação do leque de ações a serem desenvolvidas para o embasamento conceitual-teórico do projeto, visando a qualidade dos ambientes destinados à alimentação fora do lar, sob a assertiva de que a sensação de pertencimento no mundo globalizado não se dá mais somente na esfera do mundo vivido, regionalizado, onde o indivíduo cultiva a sua história e a dos seus, mas também se relativiza através de uma rede onde os meios de comunicação funcionam como instrumento para a sua confecção. **Método de pesquisa/ Abordagens:** O escopo metodológico para a pesquisa propõe adotar a Avaliação Pós-Ocupação Experiencial, desenvolvida pelo Grupo ProLUGAR (RHEINGANTZ et AL., 1998), com base na Abordagem Experiencial, o que permitirá uma abordagem muito mais rica pela multiplicidade de paradigmas envolvidos na análise. **Resultados:** Como resultado, procura evidenciar a necessidade de incorporação de métodos investigativos de campo ao processo de projeto e fomentar a ampliação de uma base de dados que beneficie e contribua para o aperfeiçoamento dos projetos de arquitetura destinados ao setor. **Contribuições/Originalidade:** A importância e a originalidade deste trabalho se concentram na verificação, sob diversos olhares (o que inclui funcionários, clientes e arquitetos), das relações desenvolvidas nestes lugares, que não se restringem somente ao ato de alimentar-se, mas se desenrolam em um palco repleto de significantes expressivos de gostos, comportamentos e desejos peculiares de um espaço/tempo vivido.

**Palavras-chave:** Avaliação de Desempenho do Ambiente Construído, Projeto do Lugar, Serviços de Alimentação/Food Services.

## ABSTRACT

---

**Proposal:** This study points to the possibility of expanding the range of actions to be developed for the theoretical-conceptual foundation of the project, aiming at the quality of environments for food services, under the assumption that the sense of belonging in the globalized world does not only gives more in the realm of the lived world, regionalized, where people cultivate their own history, but is relativized through a network where the media operates as a tool for making it. **Methods:** The methodological scope for research proposes to adopt the Experiential Post-Occupancy Evaluation developed ProLUGAR Group (RHEINGANTZ et al., 1998), based on the Experiential Approach, allowing much richer by the multiplicity of paradigms involved in analysis. **Findings:** As a result, emphasizes the need for incorporation of field investigative methods to the design process and encourage the expansion of a database that benefit and contribute to the improvement of architectural designs for this segment. **Originality/value:** The importance and originality of this paper focuses on checking in several visions (which includes employees, customers and architects), the relationships developed in these places that are not restricted only to the Act of eating, but unfold on a stage filled of meanings that expresses preferences, behaviors and peculiar desires to a space/time lived.

**Keywords:** Performance Evaluation of the Built Environment, Design of The Place, Food Services.

## 1 INTRODUÇÃO

---

Na busca de compreensão e procurando promover a reflexão sobre os processos que envolvem as relações travadas nos espaços característicos dos serviços de alimentação – *food services*<sup>1</sup> – e as associações determinantes para a valorização dos sujeitos envolvidos e a qualificação do lugar, este artigo vem apresentar alguns parâmetros, passíveis de utilização, visando contribuir para o entendimento da complexidade e diversidade das relações desenvolvidas nestes lugares e, ainda, fomentar a ampliação de uma base de dados conceitual-teórica que beneficie o aperfeiçoamento dos projetos de arquitetura destinados ao setor.

O crescimento vertiginoso da procura de locais para comer fora de casa justifica o grande aumento do mercado de alimentação, seja pelas necessidades da vida moderna relativas ao trabalho, pelas alterações no núcleo familiar, onde a mulher não exerce mais somente o papel de cuidar do lar e ganhou o mercado de trabalho, ou ainda pelo público da terceira idade que dispensa a tarefa de fazer comida em casa. Também não é possível esquecer os encontros sociais travados nestes ambientes, onde a refeição fora de casa é uma opção de lazer e entretenimento.

O fato é que este fenômeno, no decorrer do século XX, tomou impulso em função das inovações que se desenrolaram na agricultura, na indústria e nos transportes a partir do final do século XVIII, entre outras, proporcionando a base de um amplo espectro de restaurantes e mais uma infinita variedade de opções oferecidas para efetuar refeições fora do lar, denominadas *food service*.

Canais	Comercial	Comercial Serviço	Comercial Alternativo	Social
<b>Definição</b>	Objetivo Principal da Operação é a geração de lucro com a venda de refeições. É o "Core Bussines" do negócio.	A alimentação é oferecida como serviço, não é a atividade principal do negócio, mas tem objetivos de lucratividade.	A venda de refeições prontas para o consumo imediato ou posterior. Fonte Alternativa de lucro.	Alimentação é um serviço, o objetivo não é a obtenção de lucro.
<b>Segmentos</b>	Restaurantes <ul style="list-style-type: none"> <li>A la Carte</li> <li>Self Service</li> <li>Prato Pronto</li> </ul> Fast-food Lanchonete Padaria/Copa Bares Quiosques Buffet Rotisseries Independentes Vending Machine	Hospitais Escolas Catering <ul style="list-style-type: none"> <li>Aéreo</li> <li>Terrestre</li> <li>Marítimo</li> </ul> Hotéis / Motéis <b>(COMISSARIAS)</b>	Lojas de Conveniência Supermercados <ul style="list-style-type: none"> <li>Rotisserie</li> <li>Restaurante</li> <li>Lanchonete</li> </ul>	Exército Merenda Escolar Presídios Resiaurants Populares

Tabela 1. Canais da rede food service. Fonte: ECD Food Service.

Hoje, o ato de comer fora de casa não implica mais somente em alimentar-se, mas travar relações características de uma sociedade impregnada de signos e informações, alimentados pela justaposição sociocultural, dadas pela superabundância espacial<sup>2</sup>, reflexo do alargamento das fronteiras dos territórios devido à aceleração das transformações e acontecimentos - superabundância factual<sup>3</sup>. Este aspecto da sociedade, principalmente no ocidente, gera uma tendência à homogeneização dos grupos e ao ecletismo cultural, expressa inicialmente na modernidade pelos benefícios e interferências introduzidos pela tecnologia, aliados aos aspectos socioeconômico-culturais, o que foi designado por Banham (1960) como a "estética da máquina", e que vem alterar profundamente as relações sócio-espaciais na sociedade atual, classificada por Augé (1994) como a supermodernidade.

Na sociedade pós-moderna os serviços de alimentação extrapolaram suas antigas funções de fator revolucionário, inovador e recreativo para adquirir outras, influenciadas por considerações estéticas, que irão nortear gostos, preferências e escolhas de consumo. Os restaurantes<sup>4</sup> tornaram-se o tropo para a compreensão das características peculiares de modos específicos de vida (FEATHERSTONE, 1995; FINKELSTEIN, 2005). Estes fatores influenciam toda a rede de relações que se desenvolve nestes locais, interferindo em toda a estrutura destes espaços que incluem tanto as áreas de atendimento ao público quanto as de operação.

O *Food service* é um setor que tem crescido muito no Brasil nos últimos anos. Em 2010 os números obtidos são equivalentes a 57 milhões de refeições diárias e 6 milhões de empregos gerados, representando 1,2 milhões de ambientes destinados a esta atividade (ECD, 2010; BRANDÃO, 2010), com perspectivas de um crescimento ainda maior até o ano de 2020.

Considerando estes dados, verifica-se a importância dos estudos destes ambientes, concernentes às interpretações dadas a sua arquitetura, já que retratam uma grande diversidade de questões sociais, por se tratar de uma extensa faixa de usuários, que vai além dos que se alimentam nos intervalos de trabalho e nos momentos de lazer, mas também engloba a grande massa de mão de obra que movimenta estes serviços.

## 2 O PROJETO DE ARQUITETURA E A ESTRATÉGIA NEGÓCIO

---

O Projeto dos espaços destinados à alimentação fora do lar distingue as características principais e a maneira de apresentação do ambiente, reflete suas características operacionais e público alvo (englobando faixa etária, aspectos socioeconômico-culturais, etc.), permitindo que seja reconhecido e entendido pelo usuário.

Desta forma, é necessário e, porque não dizer imprescindível, que tais projetos sejam o resultado da complexidade e do entrelaçamento de aspectos técnicos e operacionais com características que os tornem atraentes, agradáveis e significativos para seus ocupantes e, além disso, viáveis diante das condições que extrapolam os limites do projeto e implicam em considerações políticas relativas à vontades, economia e uso.

Devido ao alargamento das fronteiras dos territórios, atualmente há uma tendência do indivíduo a procurar viver imersões em experiências que se desenrolam em um âmbito ampliado e vão além de simples encontros específicos de uma ação pontual e local. Ampliação essa, dada pela aceleração das transformações e acontecimentos advindos da evolução tecnológica. Na busca pela qualidade dos serviços de alimentação e diante de tal contexto, verifica-se a importância de questionar como se dão as relações entre os atores (humanos ou não) envolvidos na ação, e como se forma a rede que configura a qualidade destes lugares, baseando-se na crença de que para se fomentar tanto a pesquisa científica quanto a prática projetual, nesse campo, é preciso procurar conhecer as peças e tentar montar o "quebra-cabeças" que reúne tantos elementos passíveis de interpretação.

De acordo com os indícios expressos em entrevistas de profissionais comprometidos com as pesquisas sobre o setor *food service* (DONNA, 2010), há falta de profissionalismo no mercado. Em muitos casos, os projetos de arquitetura ficam restritos às áreas de atendimento ao cliente, fato constatado em publicações que apresentam projetos e entrevistas com projetistas do setor cujo foco se restringe ao salão. Logo, pode-se inferir que as áreas operacionais, muitas vezes, não recebem a mesma atenção que as demais no projeto de arquitetura e, em alguns casos, são adaptadas ou projetadas por fornecedores de equipamentos.

Do mesmo modo, há falta de profissionalização no que se refere ao planejamento e gerenciamento para o estabelecimento dos negócios que compõem o setor (DONNA, 2010; FONSECA, 2006), o que pode evidenciar possíveis falhas no processo do projeto decorrentes da falta de investimento e reconhecimento por parte dos gestores. Em paralelo, existe uma carência de embasamento teórico e publicações corroborando com as assertivas acima, principalmente no que se refere à arquitetura, visto que o material de referência geralmente se reduz a imagens e receitas dogmáticas que não se aplicam a ambientes tão distintivos.

Reconhecendo, então, que o ambiente dos espaços comerciais destinados à alimentação é o lugar onde ocorre a experiência e que esta não se resume somente ao ato de alimentar-se, mas se desenvolve a partir do envolvimento dos usuários com o ambiente e das relações provenientes deste envolvimento, que se constituem em processos identitários e no sentido de pertencimento ao lugar<sup>5</sup>, cada vez mais se faz necessário formar uma base teórica para a aplicação prática na implantação de novos empreendimentos. Assim, este estudo propõe uma abordagem que se apoie nas interações e relações pessoa-ambiente construído, baseadas nos pressupostos teóricos da percepção ambiental, para estabelecer critérios de análise no que se refere às diversas possibilidades de interpretações dadas aos lugares destinados à alimentação fora do lar.

Ao tratar do *behavior setting*<sup>6</sup> se pressupõe que todo comportamento, de alguma forma, é moldado pelo quadro espacial em que se manifesta e os próprios elementos do ambiente

físico são um produto social, ou seja, é um conjunto formado pela interdependência do contexto sociocultural com os componentes materiais característicos daquele lugar (FISCHER, 1994, p.73-74).

Cada um, ao seu modo, dá significado ao espaço e aos objetos a partir da síntese que faz de estímulos sensoriais e sua composição perpassa pela cultura, relações, atividade e emoções, gerando comportamentos em um processo de retroalimentação.

Nesse sentido, Tuan (1980, *passim*) aplica o conceito de "topofilia" quando se refere a todos os laços afetivos dos seres humanos com o meio ambiente material, ou seja, é o elo afetivo do indivíduo com o lugar. Quando se trata desta inter-relação, todos os registros relativos às percepções recebidas através de estímulos externos, todas as experiências vividas (cultura) e os valores adquiridos ao longo dessas vivências, além do sistema intrínseco que gera os paradigmas que envolvem o *modus vivendi* de cada um, vão resultar no comportamento e nas relações do indivíduo com o lugar.

Este aspecto subjetivo da percepção de tais ambientes provoca alterações comportamentais e de humor determinantes de avaliações sobre o espaço físico e a qualidade dos ambientes construídos (Figura 1). O indivíduo infere características que, estando carregadas de significados positivos, irão atraí-lo, caso contrário, a reação será oposta e o levará a evitar o ambiente ou deixá-lo rapidamente.



Figura 1. Esquema gráfico do processo subjetivo de apreensão do ambiente.

Lawson (1994, p.57), fazendo referência especificamente aos serviços comerciais destinados à alimentação, afirma que as sensações provocadas nos usuários após a experiência possivelmente serão duradouras e influenciarão em atitudes futuras.

Diante dessas considerações, a utilização de ferramentas e instrumentos de campo que permitam a análise dos processos determinantes das interações do indivíduo com o ambiente construído, objeto desse estudo, se faz necessária porque proporcionará o delineamento da ação que se consolida nesses lugares.

### 3 AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO COMO METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

A inserção das metodologias de Avaliação Pré-Projeto (APP) e Avaliação Pós-Ocupação (APO) no processo de projeto para o setor de serviços de alimentação possibilitará o municiamento de dados para análise e avaliação desses ambientes, em constante transformação, quer pela evolução tecnológica dos equipamentos ou pela necessidade de alteração no uso.

Desta forma, a utilização dessas metodologias tem por objetivo procurar entender como se dão as interações pessoa-ambiente e o sentido de pertencimento para a transformação qualitativa do lugar. Essas avaliações têm como base o refinamento e releitura do conjunto de técnicas e instrumentos utilizados, alinhado com os conceitos da abordagem experiencial, ou seja, a metodologia proposta aqui segue a linha de abordagem que considera as experiências e as emoções vivenciadas pelos usuários e pesquisadores como

“instrumentos de medição” e de “identificação de qualidade” dos ambientes (ZUBE, 1980), aplicada em determinadas pesquisas do Grupo ProLUGAR (RHEINGANTZ et al, 1998), inspirados em Del Rio (1991).

Esse tipo de abordagem é fundamental por permitir que a atuação do observador - no caso o arquiteto - ao experienciar estes espaços, através de sua observação e análise, contribua com a concepção projetual. Neste contexto, é possível agregar às novas observações toda a bagagem de vivências anteriores, proporcionando uma análise mais rica em conteúdo e possibilitando que este profissional esteja apto para apreender o processo constante de transformação imposto pela sociedade atual – no que se refere à interpretação que o usuário faz do ambiente e à qualidade dos serviços/produtos oferecidos.

### 3.1 Primeiros passos: Avaliação Pré-Projeto

---

O projeto é elaborado a partir de uma ideia e este conceito, lapidado e desenvolvido, fornecerá elementos para a materialização do que era projeto em objeto concreto. No caso dos serviços de alimentação, antes de qualquer incursão projetual, devem ser planejados e estudados alguns aspectos que irão delinear o perfil do empreendimento, tais como o estilo do serviço, o cardápio e o tipo de operação. Um estudo de viabilidade, para verificação da vocação do local, concorrência e público-alvo, fornecerá dados de extrema importância para o profissional de projeto, além das informações financeiras e operacionais aos gestores.

Além disso, nas Avaliações Pré-Projeto, o primeiro passo para a análise e determinação do programa de necessidades e fluxos será a observação, tanto de modelos existentes semelhantes – no caso de novos empreendimentos – como das relações usuário/espaço em ambientes que estejam prestes a sofrer reformas para acompanhar as evoluções tecnológicas e socioculturais.

Hall (2005, p.1 e 127), tratando da proxêmica, faz referência à inter-relação entre teorias e observações do uso do espaço pelo ser humano, permeadas pelo seu contexto cultural. Seguindo este conceito pode-se concluir que cada povo ou indivíduo faz uso dos seus sentidos, através de um processo de filtragem e triagem, para dar forma e expressão aos ambientes. Assim, a arquitetura é criada a partir da interpretação desse processo e o arquiteto, intérprete dessas questões, tem a tarefa de remover barreiras entre os espaços projetados e seus usuários.

Vale ressaltar a importância da análise e reflexão sobre as redes que integram os lugares destinados ao ato de alimentar-se fora do lar, sob a assertiva de que a sensação de pertencimento no mundo globalizado não se dá mais somente na esfera do mundo vivido, regionalizado, onde o indivíduo cultiva a sua história e a dos seus, mas também se relativiza através de uma rede onde os meios de comunicação funcionam como instrumento para a sua confecção.

Cabe o esclarecimento, para que não haja equívocos, quando se menciona a ampliação das redes de relações, a partir da evolução tecnológica na sociedade pós-moderna, trata-se de estudar também, em um sentido mais amplo, a trama de relações que se desenvolve nos lugares a partir do alargamento das fronteiras dos territórios, ou seja, a justaposição sociocultural que se reflete nas relações, e não somente tratar da ampliação de distâncias vencidas por redes tecnológicas (internet, etc.), que são apenas meios partícipes deste complexo, como explica Latour (1997) em relação à Teoria Ator-Rede (ANT).

O arquiteto, como usuário desses espaços, pode colocar-se na posição de comensal e observador para apreender, com maior aprofundamento, as nuances e subjetividades da rede de relações tecida entre os sujeitos, humanos ou não, envolvidos com a ação. Nessa perspectiva, a análise experiencial associada a entrevistas abertas realizadas com os personagens envolvidos, para esclarecimento das emoções provocadas pelo lugar, seu uso

e atividades propostas, permitirá uma avaliação mais clara e abrangente dos significantes que irão nortear as premissas conceituais para a gênese do projeto.

### 3.2 Avaliação Pós-Ocupação: Retroalimentação

Enfim, o processo projetual é concluído e a obra executada. Será o término do processo? De modo algum. Na busca por métodos de análise e avaliação que fomentem a formação de uma base teórico-científica, hoje tão escassa, em substituição às práticas intuitivas que muitas vezes sugerem iniciativas equivocadas (visto a quantidade de estabelecimentos que abrem e fecham em um prazo curto de tempo), as Avaliações Pós-Ocupação terão papel preponderante na retroalimentação de informações para a construção das premissas que fundamentarão novas concepções, seja ampliando a tão escassa base conceitual-teórica para o aperfeiçoamento de projetos e/ou provocando a reflexão sobre a responsabilidade e as implicações derivadas do projeto de arquitetura, no contexto da sociedade pós-moderna, e os valores relevantes a serem considerados para a qualificação desses lugares.

Do ponto de vista fenomenológico, seria a busca de explicações para as experiências vivenciadas e, a partir daí, a reformulação da experiência em busca de outras proposições que expliquem a primeira (MATURANA, 2006, p.133). Isto é, atores e observadores inferem atributos que servirão como referência para outras experiências e estas, experienciadas, servirão de aporte a anterior formando uma rede de ações características daquele domínio.

Desta forma, as considerações sobre as influências dos projetos de arquitetura e os valores considerados para a qualificação desses lugares na atualidade, quando da concepção dos mesmos, se fazem relevantes para as noções de bem-estar e satisfação que envolvem a ação, ou melhor, o ato de servir e alimentar-se fora do lar. Sendo assim, compreender a diversidade de interpretações e identificar barreiras de relacionamento entre os diversos atores, envolvendo os aspectos subjetivos e objetivos que compõem a ambiência e as noções de conforto<sup>7</sup>, são de extrema importância para a arquitetura, já que darão subsídios para a ideação. (Figura 2)

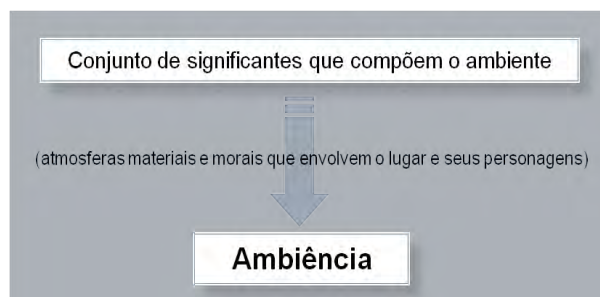


Figura 2. Elementos que compõem a ambiência segundo Amphoux, Thibaud e Chelkoff (2004, p.18).

Com esta finalidade, através dos vários instrumentos disponíveis para estas avaliações – como os descritos em Rheingantz et al (2009) - é possível diagnosticar e solucionar problemas oriundos da inadequação do projeto a determinados usos, ou ainda, criar condições para pequenas alterações em função de novos usos não previstos anteriormente.

A análise também permite verificar questões relativas ao conforto - visual, térmico, acústico, etc. – e a percepção que os usuários têm destes elementos no projeto, considerando ainda que estas noções, de acordo com os preceitos de Maturana & Varela (1995) e Varela, Thompson & Rosch (2003), evidenciam que o processo cognitivo, associado às percepções sensoriais, não pode ser dissociado dos aspectos culturais e biológicos, nem desvinculado do imaginário consciente (Figura 3).

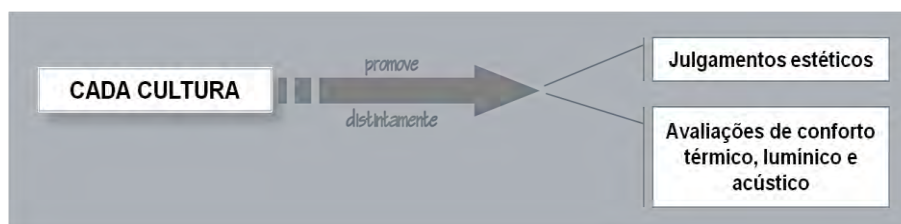


Figura 3. A relação de cada cultura com a constituição da ambiência.

Na prática, a partir de experiência com a aplicação da metodologia da Avaliação Pós-Ocupação Experiencial desenvolvida pelo Grupo ProLUGAR (RHEINGANTZ et al., 1998) em ambiente destinado à alimentação (VARGAS, AZEVEDO & GONÇALVES, 2008) pode-se verificar, nas respostas obtidas através do uso de alguns dos instrumentos usuais nessa abordagem – análise à “deriva” associada à análise *walkthrough*, entrevistas semiestruturadas e mapas mentais – indícios bastante significativos sobre as assertivas desenvolvidas neste artigo (Figura 4), que levam à reflexão sobre os aspectos que demonstram o entrelaçamento ou a superposição das ações que envolvem o ato de alimentar-se fora do lar e as implicações deste envolvimento na qualidade do lugar.

<p>O lugar antes</p> <p>RESPONDENTE 1</p>	<p>O lugar depois</p>	<p>Observações durante a aplicação de entrevistas e mapas mentais, com os funcionários, após a reforma de um ponto de alimentação:</p> <p>"Loja diminuiu, mas ficou mais organizado."</p> <p>"Com certeza é bem melhor trabalhar em um ponto com melhor visual. Até porque os clientes elogiam e antes reclamavam."</p> <p>"Proporcionou maior conforto para mim e para os clientes!"</p>
<p>O lugar antes</p> <p>RESPONDENTE 2</p>	<p>O lugar depois</p>	<p>Observações durante a aplicação de entrevistas e mapas mentais, com os funcionários, após a reforma de um ponto de serviço de alimentação:</p> <p>"Hoje é bem maior!"</p> <p>"Hoje aprende mais" (pelo contato com os clientes). "Porque é uma escola. As pessoas vêem com outra cara."</p> <p>"Há mais identificação com o trabalho e limpeza."</p>

Figura 4. Exemplo de respostas obtidas na aplicação de instrumentos, usuais em APO, após reforma em ambiente destinado aos serviços de alimentação.

## 4 O PROCESSO DE PROJETO: AFERINDO QUALIDADE AO RESULTADO

Qualidade em projetos para serviços de alimentação significa promover espaços confortáveis para usuários e adotar políticas voltadas para a segurança do trabalho e para a saúde, no que se refere à qualidade do produto e bem estar de funcionários. A referência a espaços confortáveis inclui o conforto ambiental e a ergonomia, além das associações subjetivas realizadas pelo sujeito.

Fonseca (2006, p.171) explica que “a fase de planejamento é a estrutura da operação, em que são definidos os planos de ação e em que todas as variáveis devem ser previstas”. Ressalta ainda que “a presença de um profissional que conheça as relações entre os



diversos aspectos da concepção de um restaurante é fundamental” para o entendimento das causas e consequências de determinadas ações, enfatizando a necessidade de conhecimento dos diferentes procedimentos operacionais e sua adequação à realidade proposta. Do mesmo modo, há falta de profissionalização no que se refere ao planejamento e gerenciamento para o estabelecimento dos negócios que compõem o setor (DONNA, 2010; FONSECA, 2006), o que pode evidenciar possíveis falhas no processo do projeto decorrentes da falta de investimento e reconhecimento por parte dos gestores.

Quando se avaliam ambiências, a referência é sempre qualitativa (DE PAULA, 2008, p.44) e corresponde a uma relação afetiva, positiva ou negativa, estabelecida entre o lugar (ambiente) e seus usuários. Esta relação, avaliada através de óticas distintas, em conjunto com as características físicas e formais do ambiente, advém das associações vinculadas ao ambiente sensorial (THIBAUD, 2005, p.207)<sup>8</sup> e das lembranças despertadas através da experiência.

Um espaço dissociado do usuário ou do observador prescinde deste tipo de análise porque não se traduz em ambiente experienciado, então o que se qualifica como objeto de interesse é a avaliação do próprio usuário do espaço vivenciado, que também se traduz em respostas comportamentais. Aspecto que justifica a abordagem metodológica para obtenção dos referenciais para a concepção e desenvolvimento do projeto explicitados neste artigo.

Diante de tais justificativas, verifica-se o merecimento de provocar a reflexão sobre a responsabilidade e as implicações derivadas do projeto de arquitetura, no contexto dessa sociedade dita "globalizada", e os valores relevantes a serem considerados na construção dessas redes que qualificam os lugares destinados aos serviços de alimentação.

Atualmente, inseridos em uma indústria globalizada e multibilionária, estes serviços agregaram outras funções (atração turística, lazer, entretenimento, comodidade social) mais complexas, tornando-se parte da estrutura econômica de larga escala na sociedade industrializada e de âmbito internacional (FINKELSTEIN, passim, apud VARGAS, 2009).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

---

Assim, este estudo concentra-se na exploração da ideia de que as noções concernentes à valorização do sujeito e qualificação do lugar são derivativas de processos identitários determinantes das redes que envolvem o setor de alimentação fora do lar e produzidos através de relações subjetivas distintivas, travadas entre seus atores - ou grupos de atores. Estas relações estão comprometidas com as características de uma sociedade que não se identifica mais somente com seus pares, mas também com as imagens e informações recebidas através de uma "tela", que não são o motivo, mas parte de um processo conjuntural onde não existem mais fronteiras entre os interiores e as apropriações do mundo exterior.

Desta forma, perante a extensa probabilidade de interpretações e ações tão diversas, e possíveis entrelaçamentos dessa trama que envolve todos os atores, incluindo clientes, funcionários, gestores e até mesmo os arquitetos envolvidos com o projeto destes lugares, cabe privilegiar estratégias para avaliação e análise de campo que propiciem o entendimento da complexidade de aspectos - subjetivos e objetivos - relativos aos serviços destinados à alimentação fora do lar na atualidade, em benefício da qualidade do projeto e do lugar.

## 6 REFERÊNCIAS

---

AUGÉ, Marc. **Não lugares**: introdução a uma antropologia da modernidade. Tradução Maria Lúcia Pereira. Campinas: Papirus, 1994.

BANHAM, Reyner. **Teoria e Projeto na Primeira Era da Máquina**. 3. ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2003.

BARBOSA, M. L. A. **O Significado do Consumo em Restaurantes a partir da Experiência de Compra**. 2006. 313p. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife.

BRANDÃO, V. O Substancioso Mercado do Foodservice. **Caderno Foodservice**. 2010. Disponível em: <http://www.correio gourmand.com.br/foodservices.htm>. Acesso em: 09 out. 2010.

DE PAULA, Kátia Cristina Lopes de. **Pela Câmera**: delineamento metodológico de uma etnografia dinâmica. 2008. 300p. Tese (Doutorado em Arquitetura) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo/PROARQ, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

DONNA, E. Prato Cheio. In: Cristiano Eloi (Entrevista). **Distribuição**. São Paulo, n. 205, fev. 2010. Disponível em: <http://www.revistadistribuicao.com.br>. Acesso em: 09 out. 2010.

DUARTE, C.R; COHEN, R.; SANTANA, E.; BRASILEIRO, A.; PAULA, K.; UGLIONE, P. Explorando as ambiências: Dimensões e Possibilidades Metodológicas na Pesquisa em Arquitetura. *Colloque International Faire une ambiance*. Grenoble, 2008. In: **Anais**. Grenoble, 2008. CD-ROM. Versão ampliada em português. Disponível em: <http://www.asc.fau.ufrj.br>. Acesso em 21 mar. 2009.

ECD. **Introdução ao Mercado Food Service**. São Paulo, 2010. 3 p. Disponível em: <http://www.ecdfoodservice.com.br>. Acesso em: 09 out. 2010.

ELALI, Gleice Azambuja. Psicologia e Arquitetura: em busca do *locus* interdisciplinar. **Estud. psicol. (Natal)**. Natal, v. 2, n. 2, dec. 1997. Disponível em: <http://www.scielo.br>. Acesso em: 19 out. 2010.

FEATHERSTONE, M. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo**. São Paulo: S. Nobel, 1995.

FILKENSTEIN, J. Cozinha chique: o impacto da moda na alimentação. In: SLOAN, D. **Gastronomia, restaurantes e comportamento do consumidor**. Barueri, SP: Manole, 2005. cap. 4, p. 69-89.

FISCHER, Gustave-N. **Psicologia Social do Ambiente**. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

FONSECA, Marcelo Traldi. **Tecnologias Gerenciais de Restaurantes**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

HALL, Edward. **A Dimensão Oculta**. Tradução Waldéa Barcellos. 1. ed. Rio de Janeiro: Martins Fontes, 2005.

LATOURETTE, B. *On actor-network theory-a few clarifications plus more than a few complications*. **Soziale welt-zeitschrift für sozialwissenschaftliche forschung und praxis**. Jahrgang, v. 41, n. 4, p. 369-381. 1997. Disponível em: <http://www.cours.fse.ulaval.ca>. Acesso em: 03 set. 2010.

LAWSON, Fred. *Restaurants, Clubs and Bars (Planning, Design and Investment for Food Service Facilities)*, 1994. Inglaterra: Architectural Press, 2003 - ISBN07506 20765

MATURANA, Humberto. **Cognição, Ciência e Vida Cotidiana**. Tradução Cristina Magro, Victor Paredes. 3. ed. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006.

RHEINGANTZ, Paulo A.; AZEVEDO, G. A. N.; ALCÂNTARA, Denise de; ARAÚJO, Monica Q. **Observando a Qualidade do Lugar: procedimentos para o trabalho de campo**. Rio de Janeiro: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, UFRJ (Coleção PROARQ), 2009. Disponível em: <http://www.fau.ufrj.br/prolugar>. Acesso em: 03 set. 2010

THIBAUD, J-P. *Psychologie de l'environnement et politique de l'environnement: stratégies de construction du futur*. **Psicologia USP**. São Paulo, n. 16(1/2), p. 205-212, 2005.

TUAN, Yi-fu. **Topofilia**. São Paulo: Difel, 1980.

VARGAS, Cláudia R. de A. **A Influência da Iluminação em Projetos de Arquitetura destinados aos Serviços de Alimentação**. 2009. 109p. Dissertação (Mestrado em Arquitetura) - PROARQ/FAU, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

\_\_\_\_\_; AZEVEDO, G. A. N.; GONÇALVES, Aldo C. M. Revitalização de Espaços destinados à Alimentação em Pontos Turísticos: Uma APO no Morro do Pão de Açúcar-RJ. Fortaleza, 2008. In: **Anais ENTAC 2008**. Fortaleza, 2008. CD-ROM.

---

#### Notas

(1) Termo utilizado também no Brasil. *Food service* é o mercado que envolve toda a cadeia de produção e distribuição de alimentos, insumos, equipamentos e serviços, orientado a atender os estabelecimentos que preparam e fornecem refeições efetuadas principalmente fora do lar. (ECD Consultoria Especializada em *Food Service*, 2007).

(2) Termo utilizado por AUGÉ, 1994, p. 100

(3) Ibid.

(4) O texto original citado refere-se à atividade de restaurante, mas como esta trata de um serviço de alimentação fora do lar e a terminologia coloquial é muito abrangente, dividindo-se em vários segmentos, pode-se concluir que a premissa é válida para qualquer serviço da cadeia *food service* onde os alimentos sejam servidos no local.

(5) O lugar identitário, que no contexto atual tanto pode estar contido ao local onde ocorre a ação, como pode adquirir contornos mais amplos, dados pelo alargamento das fronteiras dos territórios, como já mencionado.

(6) Termo utilizado na psicologia ambiental - embasado pelo modelo teórico da psicologia ecológica de Barker (1968) - cujo significado se refere às relações espaço/comportamento. (FISCHER, 1994; ELALI, 1997)

(7) Amphoux, Thibaud e Chelkoff (2004, p. 18, apud DUARTE, 2008) atribuem à ambiência, as atmosferas materiais e morais que envolvem o lugar e seus personagens, e ainda englobam as sensações térmicas, lumínicas e sonoras, além das culturais e subjetivas.

(8) O ambiente perceptível seria aquele que é tangível, ou seja, o que se entra em contato através dos sentidos, o que se pode chamar de ambiente "sensorial". Este se caracteriza por estar relacionado diretamente à experiência e ao comportamento das pessoas na vida cotidiana, em relação ao conforto e às relações sociais, à estética e à informação, assim a busca seria pelo entendimento das relações Homem/ambiente construído.