

JOÃO VITOR FARIAS ROCHA
CENTRO EMPRESARIAL
ORIENTAÇÃO: FRANCISCO NASSER HISSA
FORTALEZA
2008

RESUMO

O objeto do trabalho final de graduação é um complexo que inclui um pequeno centro comercial, dois salões de convenções, uma praça de alimentação, um restaurante e o edifício principal que abriga 182 salas de escritórios. O projeto tem caráter heterogêneo e procura atender às necessidades de funcionários, visitantes e os interesses da cidade. A proposta é de se estudar um edifício que atenda tanto a interesses privados quanto ao interesse geral da cidade e da sociedade em geral, para isto utiliza-se de espaços semi-públicos, que são abertos aos usuários da cidade. Além desses espaços públicos, o centro comercial, o restaurante e a praça de alimentação são destinados à cidade, e este último contará com um pequeno palco para apresentações musicais à noite, fora do horário comercial. Outro equipamento que merece destaque são os salões de convenções que, a princípio, funcionam como um apoio às empresas instaladas nos escritórios, para eventuais apresentações, treinamentos dos funcionários etc., que também poderão ser alugados para pequenos eventos externos. O empreendimento funcionará numa área da cidade em rápido processo de desenvolvimento, tendo isto em vista, existe uma preocupação com áreas verdes, espaços públicos e recuos generosos em relação às vias de entorno.

Palavras-Chave

Espaço terciário . Ambiente de trabalho . Espaço Público . Verticalização

SUMÁRIO

Introdução.....	4
Origem das idéias em relação ao setor terciário.....	5
Histórico.....	6
Adaptação ao modelo atual do setor terciário.....	7
Processo e evolução do partido.....	7
Croquis.....	8
Partido.....	13
Entorno.....	15
Implantação.....	17
Verticalização	18
Conclusões.....	19
Imagens.....	20
Anexos.....	26

INTRODUÇÃO

Definição do tema

O tema escolhido para o trabalho final de graduação foi um complexo empresarial, que contará com um edifício de escritórios, um pequeno centro comercial com algumas lojas e uma praça de alimentação com algumas lanchonetes e um restaurante.

Justificativa do tema

A escolha do tema se deu principalmente a partir de um interesse pessoal em estudar a arquitetura comercial, levando-se em conta sua relevância no contexto atual.

A arquitetura comercial – no sentido de arquitetura do comércio – por vezes é vista de forma preconceituosa, e não recebe a atenção devida quando comparada a outros temas. O setor terciário é de fundamental importância na sociedade, e merece estudos à altura de sua importância também em termos arquitetônicos.

Este “preconceito” em torno da arquitetura comercial é de certa forma até compreensível uma vez que ela trata de um empreendimento que visa fundamentalmente o lucro, o capital. Enquanto outros setores possuem argumentos mais nobres, mas nunca sem perder de vista o financeiro.

Sendo os edifícios comerciais necessários que eles sejam feitos da melhor forma possível. Este é um ponto fundamental do trabalho, tratar o projeto de forma que ele seja benéfico tanto para o setor privado, quanto para a cidade e a sociedade.

-O pouco prestígio das atividades terciárias e o preconceito que sobre elas paira respondem, em parte, pela grande resistência encontrada por estudiosos e pesquisadores de adentrarem esta compulsiva área do conhecimento, principalmente se ela não faz parte das prioridades de pesquisa estabelecida pelas instituições de fomento.

-Mas o terciário está aí, dominando as nossas grandes cidades, criando e resolvendo problemas, (VARGAS, 2001, p.11)

Relevância Tema

A sociedade contemporânea gradativamente vem trocando suas residências pelo ambiente de trabalho, isto é, passam mais tempo no trabalho que em suas próprias casas. Grande parte das pessoas nem sequer almoçam mais em suas residências, e os *fast-foods* substituem as refeições.

O edifício de escritórios é o principal elemento do projeto, mas a criação de um espaço que atenda a necessidades mais amplas do ser humano e faça-o sentir-se bem naquele espaço é o objetivo maior.

O projeto procura criar um espaço que atenda às necessidades do usuário no contexto atual, oferecendo espaços abertos e agradáveis, como a praça de alimentação e as áreas abertas.

É importante ressaltar que os espaços mais informais como a praça de alimentação e o restaurante não são destinados apenas aos funcionários, mas à população em geral.

A ORIGEM DAS IDÉIAS EM RELAÇÃO AO SETOR TERCIÁRIO

Já na Grécia, o comércio era visto como atividade menos nobre por Aristóteles e só a classe nobre governante estava livre à ambição degradante do acúmulo de riqueza, e este tempo livre era dedicado às atividades intelectuais, que enriqueciam o espírito.

O ócio era uma atividade dos privilegiados e o trabalho uma obrigação dos menos afortunados que tinham que lutar pela sua sobrevivência, é daí inclusive a origem etimológica da palavra negócio, do grego *neg-otium*, negação do ócio.

No inicio da era cristã Santo Agostinho também condena o comércio quando aponta a ânsia por dinheiro e bens materiais como um dos três principais pecados do homem. A doutrina cristã *nullus christianus debet esse mercator* (nenhum cristão deve ser mercador).

Neste sentido foi São Tomás de Aquino o primeiro, ou pelo menos o mais significativo pensador a tentar legitimar o comércio, que para ele era um mal inevitável num mundo imperfeito e podia ser justificado até o ponto em que o comerciante o exercia para o sustento de sua família ou para beneficiar seu país.

Somente na idade moderna que as atividades terciárias são reconhecidas como atividades dignas e de valor. Isto se deve a fatores como o rompimento com paradigmas morais e religiosos, às descobertas marítimas, que deram maior impulso ao comércio e à valorização do trabalho em relação ao ócio.

Um importante nome nesse momento é o de Montesquieu, o mais influente expoente da doutrina “*doux commerce*”, que diz que onde quer que exista o comércio, os costumes são polidos.

Por último, no pensamento de Calvin as coisas já se invertem completamente, os homens bem-sucedidos eram predestinados, escolhidos por Deus, sendo assim o acúmulo de bens podia ser facilmente aceito e justificado.

Das idéias de Aristóteles até hoje muito foi escrito e discutido, vale destacar as idéias socialistas e comunistas, onde o individuo perde espaço para a sociedade como um todo, e o setor terciário é de certa forma reprimido. A teoria econômica clássica, que tem como principais nomes Adam Smith e David Ricardo, que confirmam a contribuição das atividades terciárias ao produto gerado pela economia.

Mas para este trabalho o mais importante é destacar os primórdios do preconceito em relação às atividades comerciais, e como e por que ela é e sempre foi o setor mais complexo e polêmico da economia.

BREVE HISTÓRICO

Os centros comerciais são de grande importância histórica no nascimento e desenvolvimento das cidades desde as épocas mais remotas, tem suas origens nos locais onde transitavam pessoas, um princípio básico do comércio.

-A *Ágora* ateniense que já funcionava como, além de comércio de mercadorias, também como local de encontro, apresentações teatrais, festivais, eleições etc.

-O *Bazaar* da civilização islâmica já possuía uma característica mais religiosa.

-O *Souk* no Oriente Médio possuía um leque bem mais vasto de mercadorias que variava da comida até jóias.

-O *Caravanserai* na Ásia Menor funcionava como, além de centro de troca de produtos, um local seguro para se dormir.

O *Longman Dictionary of Contemporary English* mostra o significado da palavra comércio, em uso arcaico, como a troca de idéias, opiniões ou sentimentos.

O comércio varia de acordo com a cultura e costumes das sociedades, mas nunca perde o caráter de ponto de encontro de pessoas, e possuem funções sociais anexas das mais diversas.

ADAPTAÇÃO AO MODELO ATUAL DO SETOR TERCIÁRIO

O setor terciário tem se diversificado bastante e é o setor de maior expansão nas últimas décadas. Este crescimento veio acompanhado de mudanças nas bases do funcionamento das empresas. No Brasil, especialmente no nordeste, estas mudanças só vão ser percebidas efetivamente nos últimos anos.

A visão que se tem de trabalho e do ambiente de trabalho já há algum tempo vem se modificando. As médias e grandes empresas se tornam cada vez mais competitivas, investindo em consultoria e mão de obra qualificada para manter-se no mercado.

Os funcionários são vistos de forma diferente pelas empresas, como colaboradores para um objetivo maior, e não mais como peças mecânicas de uma engrenagem, a produtividade é palavra de ordem. Estas mudanças devem ser seguidas pelo ambiente de trabalho, o funcionário que se sente bem no seu ambiente de trabalho produz mais, o que é de interesse comum de todos os agentes: empregado, empregador e sociedade.

MEMORIAL E EVOLUÇÃO DO PARTIDO

Desde o primeiro traço à definição final do partido, diversas escolhas e caminhos foram alterados ou descartados. Em princípio o partido era mais ortogonal e horizontal, até evoluir para uma proposta menos compromissada com padrões ortogonais.

A tentativa de decompor a grande massa do edifício em blocos é bem inicial, e a princípio foi pensada de uma forma bastante ortogonal e simétrica já com a intenção de uma área de convivência central. (*figura 1*). Em um segundo momento eixos diagonais passam a orientar o sentido dos edifícios (*figura 4*), na tentativa de criar perspectivas mais dinâmicas em relação às vias. A idéia da coberta de tecido surge a princípio na circulação (*figura 7*). Os blocos começam a ganhar suas individualidades (*figuras 8 e 9*). Finalmente com intenções mais claras em relação ao programa, o projeto ganha um caráter mais heterogêneo, mais orgânico e menos ortogonal. (*figura 10*).

Alguns croquis podem ilustrar melhor o memorial do processo do trabalho.

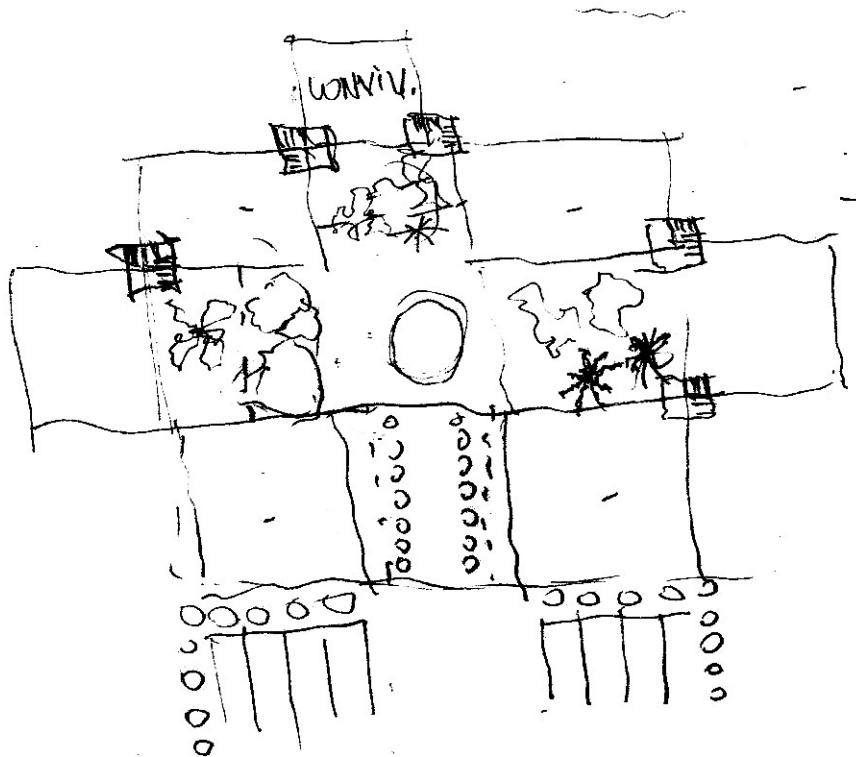


Figura 1: Organização das massas por módulos ortogonais.

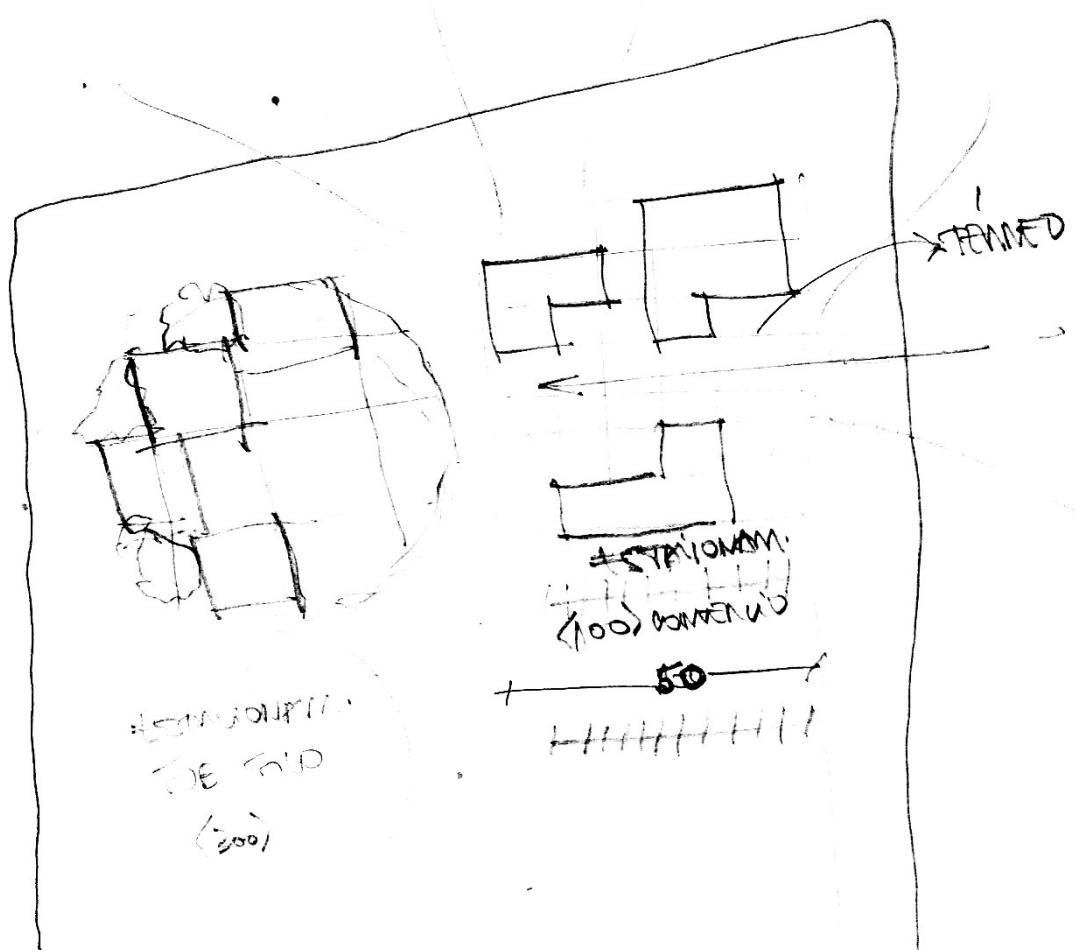


Figura 2: Divisão do edifício em pequenos blocos, malha ortogonal

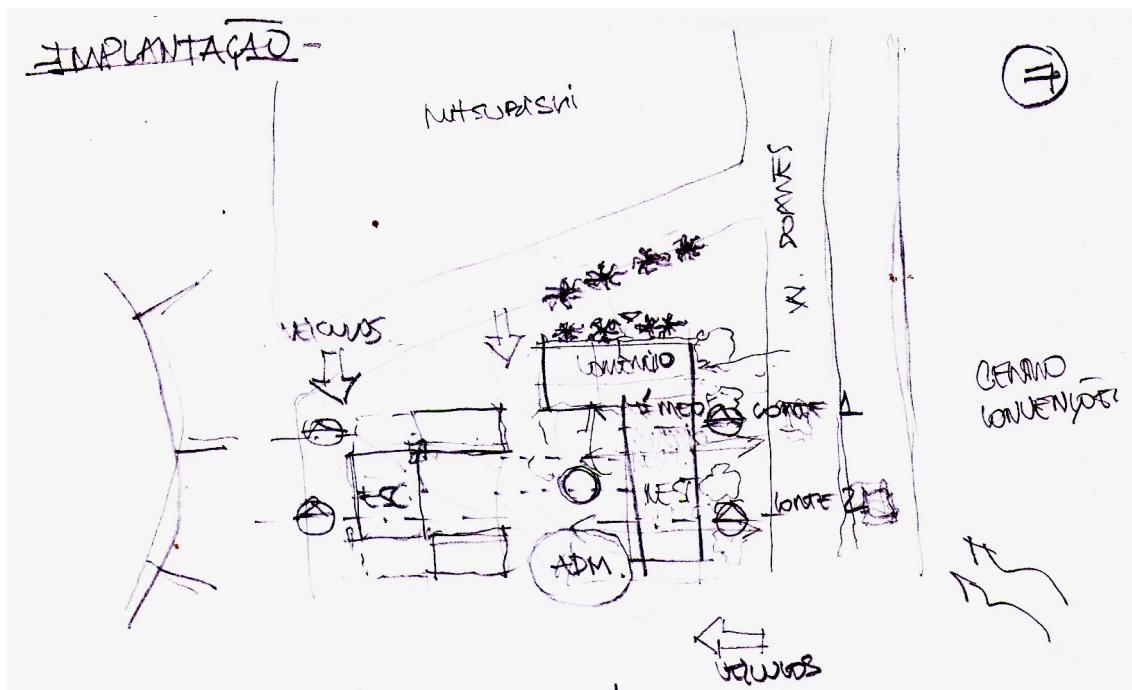


Figura 3 Implantação, divisão em dois blocos, comércio voltado para W. Soares

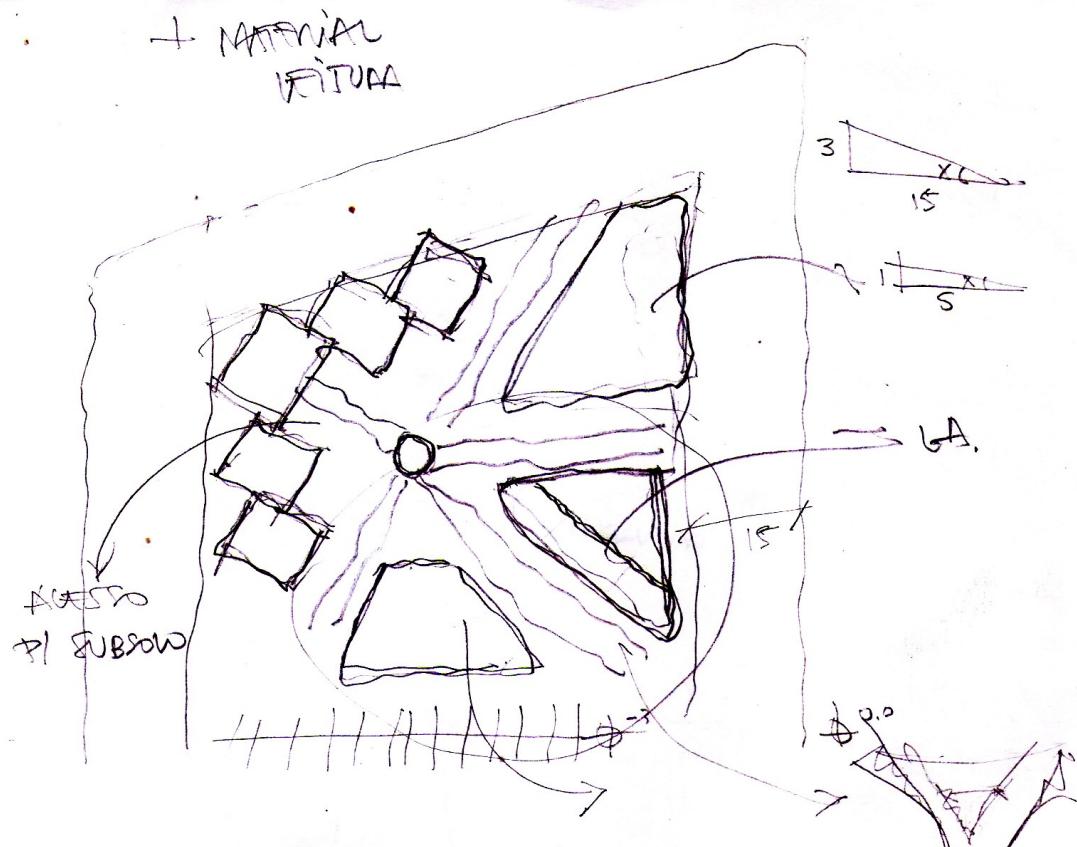


Figura 4: Idéia das massas de blocos permeadas por eixos diagonais

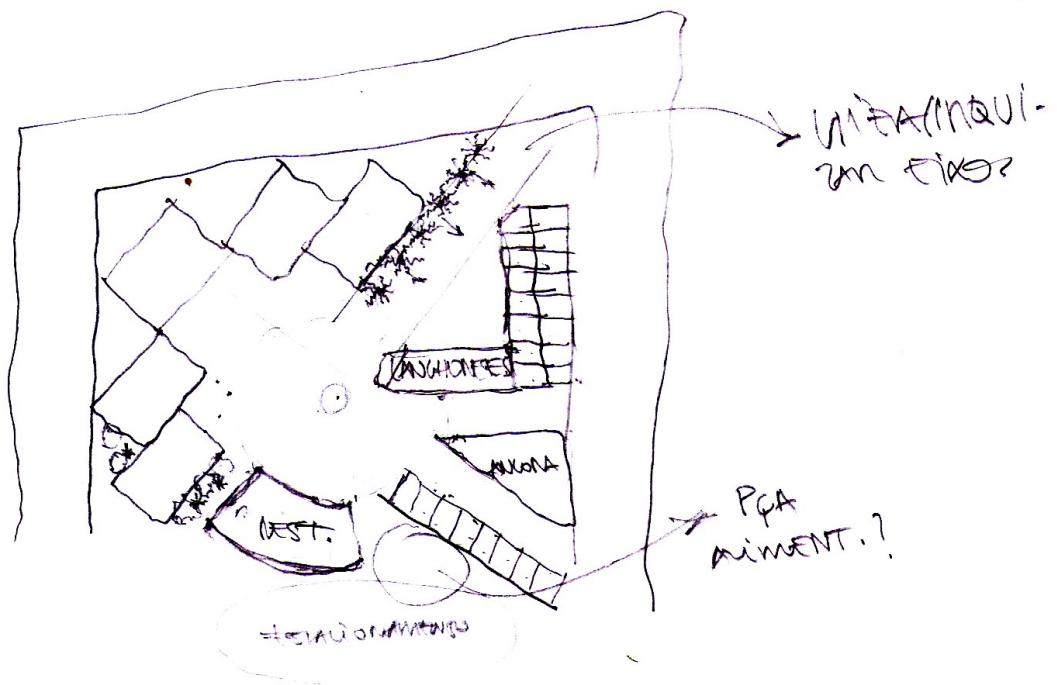


Figura 5: Praça interna, na convergência dos eixos diagonais

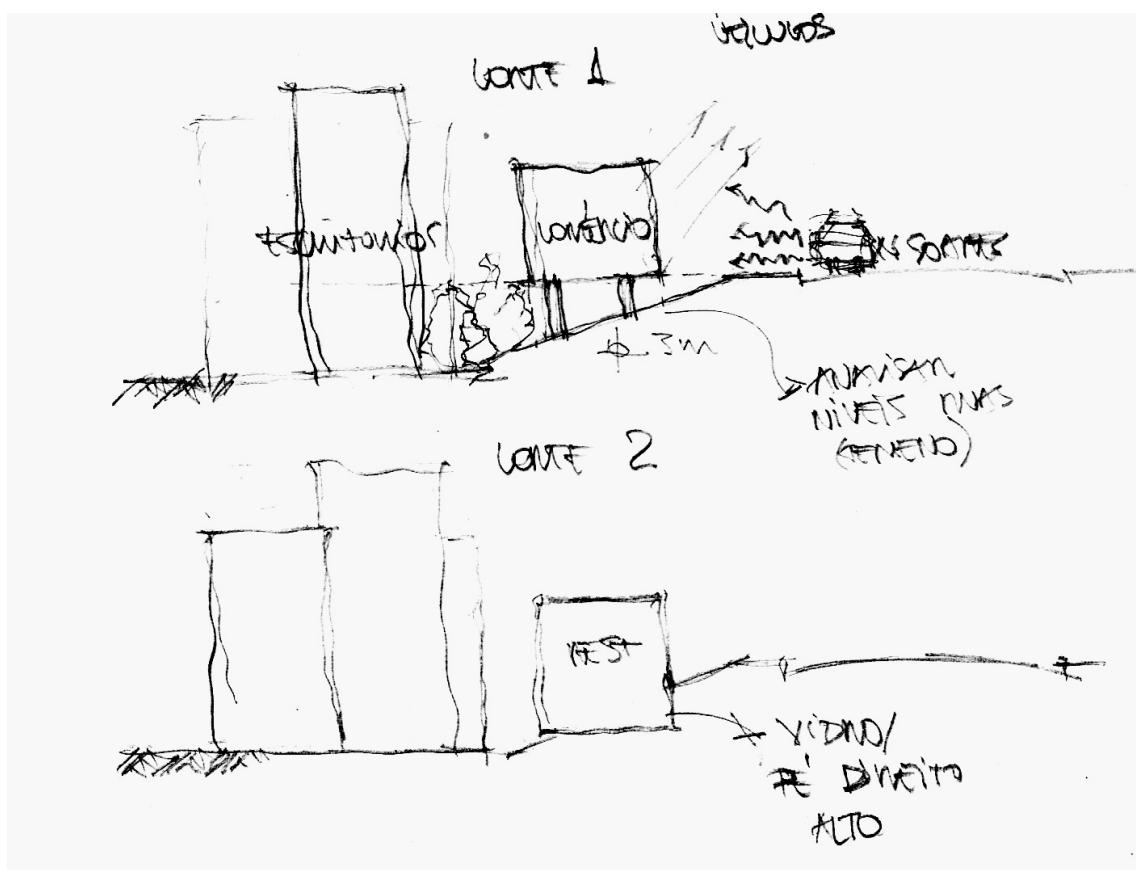


Figura 6: Primeiros croquis em elevação

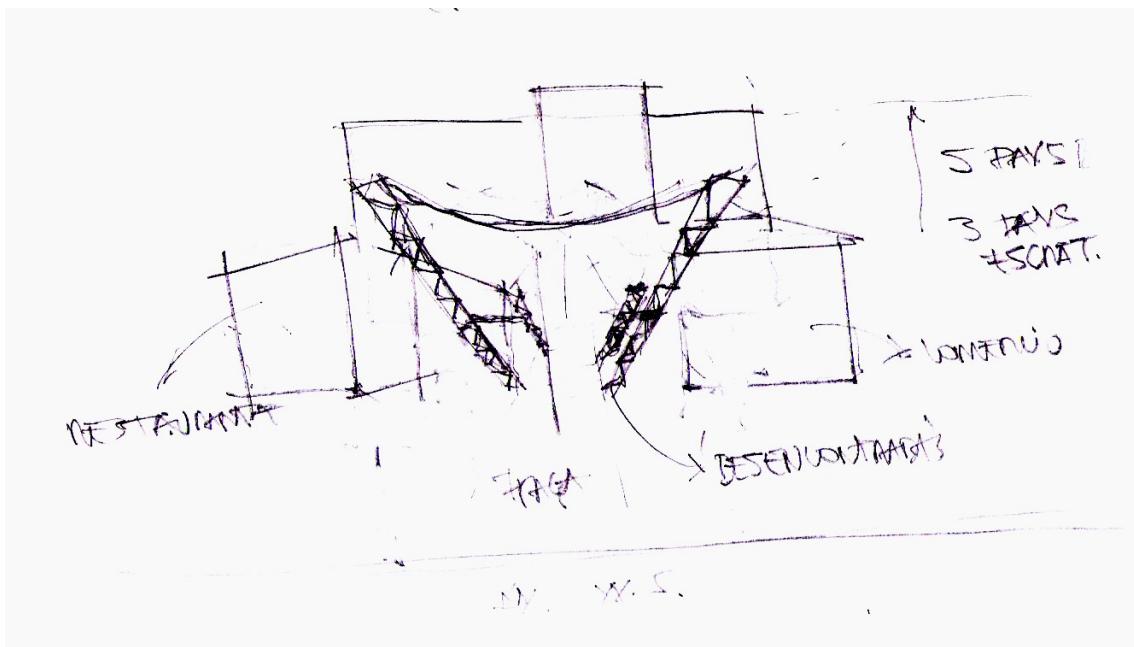


Figura 7: Coberta tensionada, atrativo a usuários da cidade

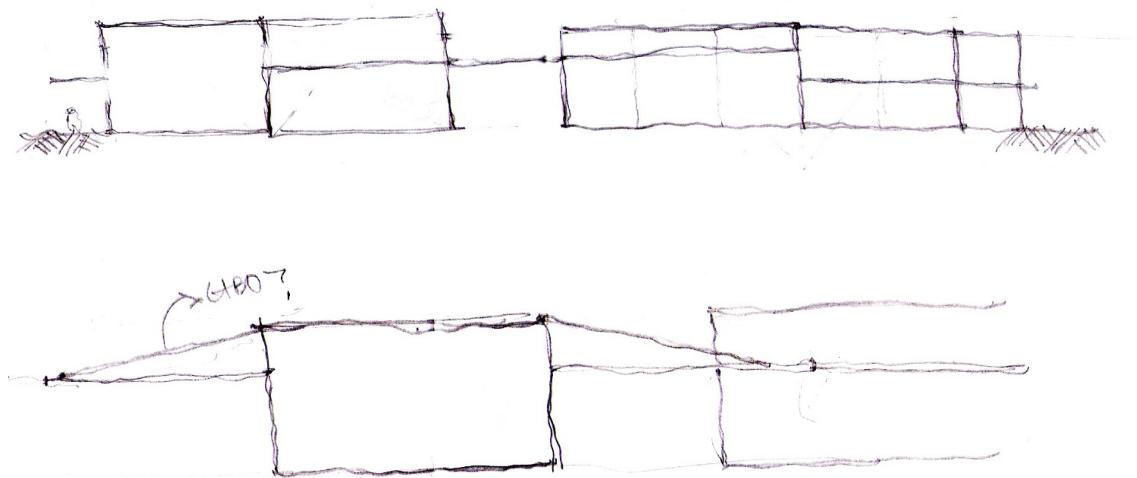


Figura 8: Estudo para coberta bloco comercial

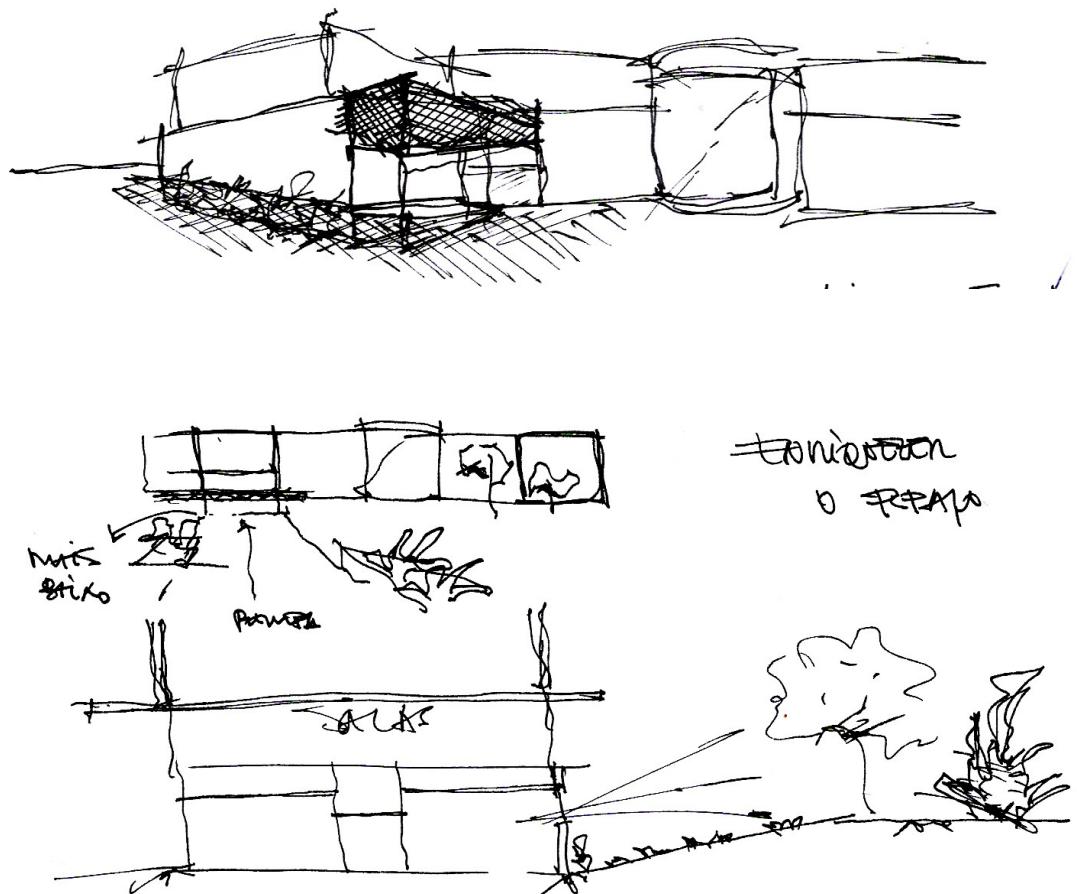


Figura 9: Estudo para espaço de convenções

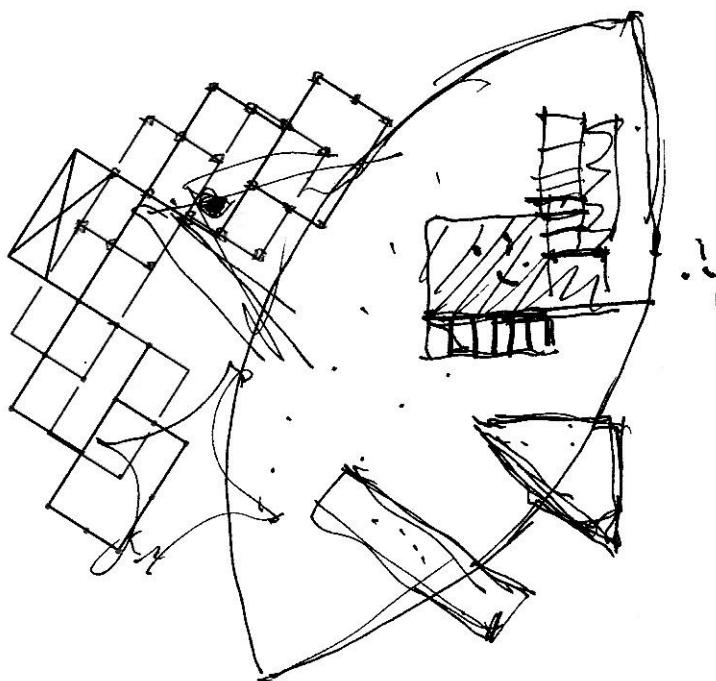


Figura 10: Definição por um partido mais heterogêneo

PARTIDO

O partido desenvolve-se a partir de alguns princípios básicos. A forma é simples, de fácil leitura que faça uso dos elementos naturais como iluminação e ventilação. A permeabilidade, áreas de acesso ao público que dão ao projeto um caráter ao mesmo tempo privado e público e que torna o edifício mais integrado com a cidade.

Ao longo de seu desenvolvimento o projeto foi tomando um caráter bastante heterogêneo e respeita a uma hierarquia de espaços, sendo o edifício de escritórios o mais funcionalista. Os dois mastros que ajudam a suportar a coberta no prédio de lojas funcionam como elemento de valor estético assim como dá um aspecto de maior leveza ao conjunto. Na área onde funciona a praça de alimentação é onde o projeto procura ser o mais leve e transparente possível e convida o público à sombra oferecida pela coberta.

Entrando no projeto há dois eixos principais em diagonal que definem a implantação, um eixo separa edifício de escritórios da praça de alimentação e lojas e o outro que aponta para o hall principal do edifício, a partir da Avenida Washington Soares. No cruzamento desses eixos uma fonte de água que funciona como elemento escultórico.

Pode-se dividir o complexo em três 'blocos' principais: o edifício de escritórios, o centro comercial (lojas) e a praça de alimentação.

O **edifício de escritórios** tem pouco mais de vinte metros, e abriga a principal atividade, 182 salas que serão alugadas para empresas dos mais diversos ramos. Na busca pela horizontalidade dispus o máximo de salas por pavimento, são 28, por esse número relativamente grande, acabei por dividi-lo em dois grandes blocos, com um hall central e para quebrar a rigidez do prédio, as quatro salas finais são deslocadas para frente fazendo com que o edifício se divida em quatro blocos.

A idéia inicial deste bloco se deu por uma tentativa de modular uma grande massa no intuito de torná-la menos pesada, o desenvolvimento se deu a partir de uma modulação ortogonal, que, principalmente pela tentativa de aproveitar-se da ventilação natural acabou evoluindo para uma implantação diagonal.

No aspecto estético o edifício aproveita-se do escalonamento, tanto horizontal quanto verticalmente, a partir da maior necessidade de altura da casa de máquinas dos elevadores e da caixa d'água, isto é realçado de forma que a torre circular seja mais alta e o edifício vá decrescendo a partir da porção central para as extremidades.

As **lojas** apesar de aparecerem em bem menor número, são sempre um forte atrativo em qualquer empreendimento, até mesmo por isso, é o edifício de menor recuo em relação à Avenida Washington Soares. O edifício apresenta um pequeno desnível de sessenta centímetros que o diferencia do nível de rua, com acesso por escadas e rampa, e conta com duas lojas âncora e quinze outras menores.

Os dois mastros que auxiliam no apoio da coberta também possuem valor estético e alinharam-se de forma a apontar, mais uma vez, ao hall do edifício principal. Este prédio pode ser inclusive, um dos caminhos mais interessantes para se chegar ao edifício de escritórios, já que o espaço do comércio é sempre dinâmico.

A **praça de alimentação** localiza-se sob a mesma coberta do espaço público e atende a funcionários e visitantes do complexo. Vale destacar o pequeno palco que receberá atrações musicais no período da noite e finais de semana. Além de atrativo de público o espaço também pode servir de suporte a eventos que aconteçam no espaço de convenções.

Este é um dos espaços com as vistas mais interessantes do projeto, devido a sua localização central privilegiada, cercado por espelhos d'água e com vista para todas as edificações, além de contar com um generoso pé-direito que favorece a ventilação.

O **restaurante** tem intenções plásticas um pouco diferenciadas do restante do projeto, e propõe-se a ser um espaço mais sofisticado, que atenderá a um público, de maneira geral externo. O objetivo é destacá-lo da praça de alimentação, que é um espaço bem mais informal.

Sua posição em termos de implantação, sacando-o da projeção de coberta também faz com que ele ganhe maior destaque em relação ao conjunto. Além destes o restaurante também utiliza-se de panos de vidro e espelhos d'água que dão mais requinte ao espaço.

No **espaço público**, o projeto aproveita-se das condições climáticas da cidade de Fortaleza e cria uma grande área sombreada, proporcionada por uma coberta de tecido, apoiada numa estrutura metálica. O espaço procura ser o mais transparente possível, tanto em relação ao acesso, quanto à visibilidade em relação ao edifício de escritórios.

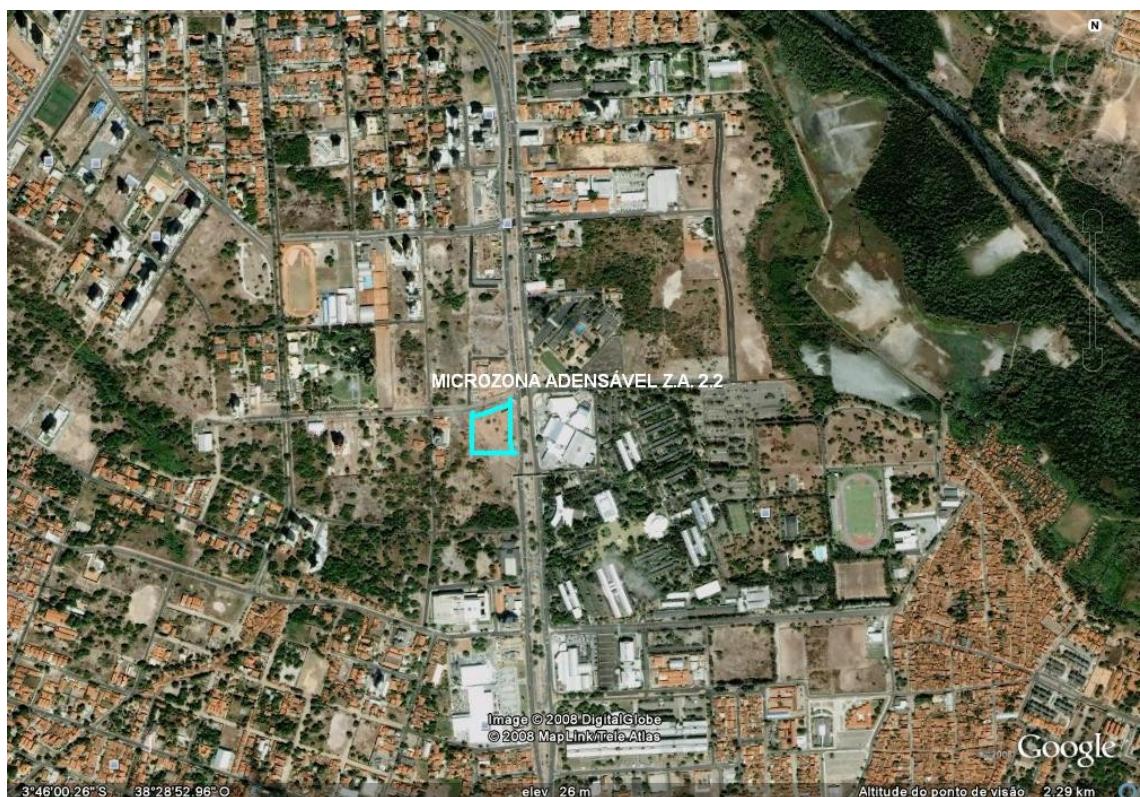
Por fundamento, o visitante deve sentir-se bem no espaço público, independentemente de sua condição social, assim como deve ser acessível a todos, este espaço não tem grandes pretensões de se tornar ponto de encontro ou algo do gênero, está mais para uma gentileza com a cidade e principalmente como uma tentativa de tornar o projeto um pouco mais integrado com a cidade e seus habitantes.

A relação entre o público e o privado é uma relação de natureza dialética. [...] Não há registro de qualquer sociedade humana onde o significado da vida pública não se tenha constituído pelo significado da esfera privada e vice-versa.

(GOLDBERG, 2004, p.46)

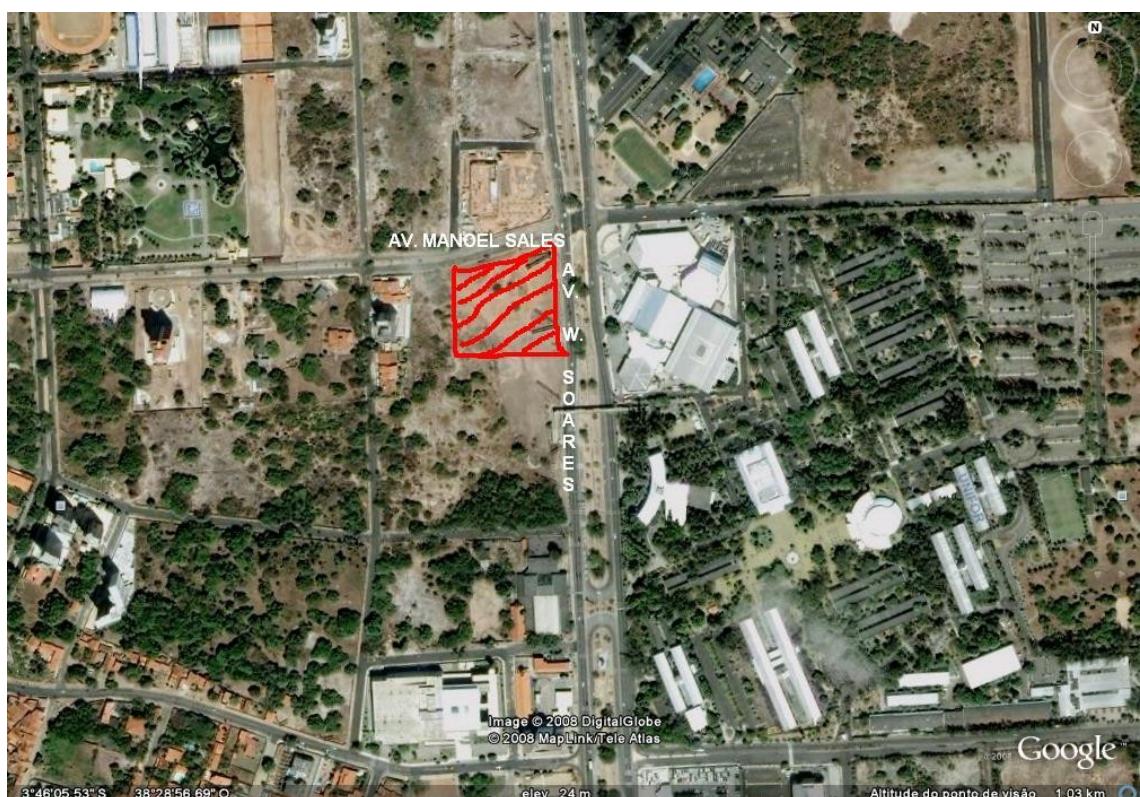
ENTORNO

O complexo situa-se na cidade de Fortaleza, numa área de divisa entre três bairros: Guararapes, Luciano Cavalcante e Edson Queiroz, o terreno localiza-se em frente ao Centro de Convenções de Fortaleza. A escolha se deu pela visível expansão da cidade nesta direção, o desenvolvimento área é notório, supermercados, shoppings, restaurantes e comércio em geral surgem todos os dias, elevando a vitalidade da região. Além disso, ainda não existe nenhuma edificação deste tipo na área.



Terreno localiza-se na microzona adensável Z.A. 2.2

A Avenida Washington Soares é uma das mais importantes da cidade. Corta toda a Zona Leste de Norte a Sul e tem a importante função de ligar a Aldeota e região do Iguatemi a bairros em grande crescimento, como Água Fria, Cidade dos Funcionários, Edson Queiroz, Cambeba, Messejana. Ela é administrada pelo governo do Estado, pois na verdade é uma rodovia (CE-040) indo para o Litoral Leste do Ceará.



Cruzamento da Av. Washington Soares com Av. Manoel Sales

Devido à sua vitalidade, a Avenida Washington Soares vai perdendo o caráter de via expressa, recebe cada vez mais semáforos e se torna uma via de menor velocidade, consequentemente, ganha um caráter mais local e propício ao setor terciário. Sua característica de área em expansão e desenvolvimento é mais um motivo para se tentar trabalhar o espaço público e os recuos em relação às vias e passeios.

IMPLEMENTAÇÃO

O terreno escolhido localiza-se no cruzamento da Avenida Washington Soares com a Avenida Manoel Sales, em frente ao Centro de Convenções e próximo a equipamentos importantes como o próprio Centro e a UNIFOR. Atualmente o terreno encontra-se abandonado e serve apenas como estacionamento e locação para diversos ‘outdoors’.

No que se refere à implantação há uma tentativa de se afastar o bloco mais alto – o dos escritórios da via de maior movimentação, e neste ponto é onde se implanta as lojas, já que o seu caráter comercial exige uma maior visibilidade aos passantes.

O terreno localiza-se numa mesma curva de nível, e além do subsolo, a única alteração no nível natural do terreno é na área de convenções, onde o terreno é rebaixado em um metro, devido à grande extensão dos salões, o terreno foi rebaixado para obter-se um pé-direito maior.

Os prédios não são alinhados às avenidas e nem entre si, respeitando apenas à ordenação criada pelos dois eixos que se cruzam na parte central do projeto.



Atualmente o terreno serve com estacionamento

A coberta metálica que cobre a praça de alimentação também é um chamativo para os usuários da Avenida Washington Soares, aproveita-se do clima árido da cidade de Fortaleza, e é o espaço mais transparente do complexo.

O conjunto de lojas, por motivos comerciais óbvios, é o prédio mais próximo a avenida mais movimentada -o que não causa nenhum problema já que as lojas âncoras, que são as mais altas, têm pé-direito de 7 metros- e é um pouco elevado em relação ao nível de rua.

O restaurante é um elemento que merece destaque na implantação, ele diferentemente de todos os prédios está alinhado no sentido da Avenida Washington Soares numa tentativa de estabelecer uma relação com esta, já que seu público alvo é externo, por isso também ele é sacado da projeção de coberta.

VERTICALIZAÇÃO

Um dos pontos mais polêmicos e controversos do projeto foi no que se refere à verticalização, a área do projeto encontra-se num ponto muito delicado, em que começa a receber edificações verticalizadas, e se por um lado todo este desenvolvimento é positivo em termos econômicos, por outro ele pode ser semente de uma situação caótica em termos urbanísticos num futuro próximo.

A LUOS (Lei de Uso e Ocupação do Solo) foi consultada para o desenvolvimento do projeto, mas antes de tudo o bom senso é fundamental no desenvolvimento de projetos de médio e grande porte. A LUOS limita as edificações da área a quarenta e oito metros de altura. O ponto mais alto do edifício de escritórios tem pouco menos de vinte e sete metros, e além do escalonamento, faz uso de recuos bastante generosos que procuram integrar o edifício com seu entorno.

Em contraponto a estas preocupações há uma ainda maior que permeia o trabalho desde a escolha do tema, que é procurar se trabalhar dentro da realidade. O complexo não justificaria todo o seu programa e estrutura que propõe lojas e restaurante se não fosse por um número mínimo de salas de escritórios, a busca do equilíbrio entre um número mínimo de escritórios e uma altura compatível com os recuos e entorno resulta nos vinte e sete metros.

CONCLUSÕES

Ao final do trabalho percebo quão grandes são as possibilidades de um projeto de arquitetura, independentemente do objeto de estudo. O tema comercial é vasto e carente de estudo, mas acima de tudo fundamental na estrutura urbana social e econômica.

Por outro lado existem elementos de projeto que sempre vão estar estreitamente ligados a aspectos comerciais e amarram o projeto a padrões já criados e estabelecidos, que são muito difíceis de fugir, o que pode ser visto claramente no edifício de escritórios em suas dimensões, áreas de circulação e WCs.

A arquitetura comercial não pode ser tratada como de menor importância, e ela é cada vez mais presente na vida do homem, já que ele passa cada vez mais tempo no ambiente de trabalho. O ambiente de trabalho é também social e vem substituindo algumas atribuições que eram da residência, como o da alimentação, que muitas vezes é feita no local de trabalho. O TFG não se propõe a discutir se isto é certo ou errado, mas propor um espaço mais adequado a que estas atividades aconteçam, espaços abertos e a presença de áreas verdes.

Numa escala maior a arquitetura comercial também pode servir à cidade e seus usuários com espaços abertos e áreas verdes, estabelecer uma relação saudável com a cidade e criar empatia com seus usuários pode render bons frutos a um empreendimento comercial.

Por sua localização numa área de crescimento exponencial, merece cuidados especiais no que se refere à verticalização e recuos, na tentativa de prever um desenvolvimento saudável da área.

Por fim o projeto tem uma proposta simples, que procura atender aos interesses de todos os envolvidos no processo desde o empreendedor aos funcionários do complexo e usuários da cidade de forma equilibrada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS:

- ALTOON + PORTER Architects - *DESIGNING THE WORLD'S BEST RETAIL CENTERS* . Ed. Antique Collectors Club Ltd . 2005
- WHYTE, William H. - *THE SOCIAL LIFE OF SMALL URBAN SPACES*. Ed. Project for Public Spaces Inc. 1980
- PINTAUDE, Silvana Maria/ FRUGOLI, Jr - *SHOPPING CENTERS: ESPAÇO, CULTURA E MODERNIDADE NAS CIDADES BRASILEIRAS*. São Paulo, UNESP. 1992
- VARGAS, Eliana Comin - *ESPAÇO TERCIÁRIO: O LUGAR, A ARQUITETURA E A IMAGEM DO COMÉRCIO*. Ed. SENAC. 2001
- ABBUD, Benedito - *criando paisagens, guia de trabalho em arquitetura paisagística*. Ed. SENAC/SP. 2008













