

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VÁRZEA GRANDE
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO
TRABALHO FINAL DE GRADUAÇÃO EM ARQUITETURA, URBANISMO E PAISAGISMO

**SHOPPING POPULAR DE VÁRZEA GRANDE: UMA NOVA PROPOSTA DE UMA
EDIFICAÇÃO COMERCIAL**

YNGRIDE DO PRADO OLIVEIRA

PROF. MSC. CARMELINA SUQUERÊ DE MORAES

Várzea Grande - MT, Junho de 2018.

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VÁRZEA GRANDE
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO
TRABALHO FINAL DE GRADUAÇÃO EM ARQUITETURA, URBANISMO E PAISAGISMO

**SHOPPING POPULAR DE VÁRZEA GRANDE: UMA NOVA PROPOSTA DE UMA
EDIFICAÇÃO COMERCIAL**

YNGRIDE DO PRADO OLIVEIRA

Monografia apresentada junto ao curso de Arquitetura e Urbanismo do Centro Universitário de Várzea Grande - MT, como requisito para obtenção do título de Graduado.

PROF. MSC. CARMELINA SUQUERÊ DE MORAES

Várzea Grande - MT, Junho de 2018.

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VÁRZEA GRANDE
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO
TRABALHO FINAL DE GRADUAÇÃO EM ARQUITETURA, URBANISMO E PAISAGISMO**


FOLHA DE APROVAÇÃO

Título: SHOPPING POPULAR DE VÁRZEA GRANDE: UMA NOVA PROPOSTA DE UMA EDIFICAÇÃO COMERCIAL

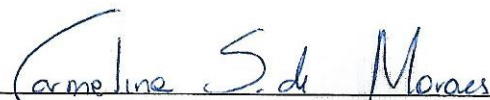
Aluna: YNGRIDE DO PRADO OLIVEIRA

ORIENTADORA: PROF. MSC. CARMELINA SUQUERÊ DE MORAES

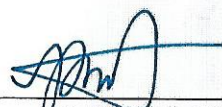
Aprovado em 5 de Julho de 2018.


Prof. Msc. Carmelina Suquerê de Moraes
Coordenadora do curso de Arquitetura e Urbanismo

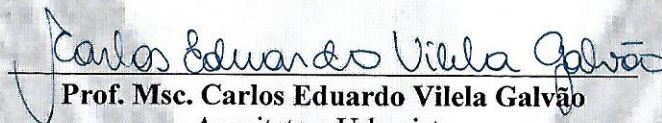
Comissão Examinadora:



Prof. Msc. Carmelina Suquerê de Moraes Centro
Universitário de Várzea Grande -UNIVAG Orientadora



Prof. Esp. Fernando Márcio Paiva Machado
Centro Universitário de Várzea Grande -UNIVAG
Examinador Interno UNIVAG



Prof. Msc. Carlos Eduardo Vilela Galvão
Arquiteto e Urbanista
Examinador Externo

DEDICATÓRIA

Ao Senhor Jesus, pela oportunidade que colocou em minhas mãos, a minha família e ao Eloi Junior por todo apoio concedido, e por todo incentivo e compreensão.



AGRADECIMENTOS

De início meus agradecimentos serão em primeiro lugar a DEUS, pois ele é fonte de toda a fé que sinto, que me dão forças para superar todos os obstáculos enfrentados durante a minha graduação.

A minha família, meu pai querido Jovenilson, ao meu irmão querido Weslen e a minha mãe querida Maria Eli por todo incentivo, compreensão e apoio para comigo durante todo percurso da faculdade.

Ao meu amigo Arquiteto Mauricio Macário Rodrigues, por todo o conhecimento e apoio me concedido.

Aos Arquitetos e Professores Rodrigo Silva e Enodes Soares que já não fazem mais parte do corpo docente da instituição, porém que me deram um enorme suporte dentro da faculdade e fora dela também, em relação aos trabalhos e projetos realizados durante a graduação, e que os levarei comigo para o resto da vida.

A minha orientadora e coordenadora do curso Carmelina Suquerê pelo seu total apoio, incentivo, compreensão e auxílio durante a

elaboração deste trabalho, contribuindo com seus conhecimentos para que o mesmo chegasse a este resultado.

A todos os docentes da instituição do Centro Universitário Univag, que cada um com seus conhecimentos específicos contribuíram para minha formação profissional, que muitos foram muito além de professores, foram profissionais e amigos e saber conciliar estes três quesitos são de extrema importância e contribuíram para que o corpo docente do curso de Arquitetura e Urbanismo do Univag fosse de extrema excelência.

Aos meus amigos de faculdade Wilhansmar Galoz, José Alexandre, Fernanda Sena, Jocilene Ibanez, Késsia Annielle, Rafaela Neves, Diandra Leite e Karine Guimarães por serem muito mais do que amigos e sim anjos, por me ajudarem, me apoiarem. Tudo o que passamos juntos durante a faculdade vou lembrar com carinho, assim como a amizade todos vocês que levarei além da instituição e que levarei vocês para sempre comigo em meu coração.

A todos os meus colegas da Turma de Arquitetura e Urbanismo 2013/2 do Centro Universitário Univag, pela convivência, pelas brigas, pelas alegrias e pelos choros. Foi um prazer conhece-los e estudar durante estes cinco anos ao lado de vocês.

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS.....	9
LISTA DE TABELA	11
RESUMO.....	12
ABSTRACT	13
1 INTRODUÇÃO	14
1.1 PROBLEMÁTICA	14
1.2 JUSTIFICATIVA	15
1.3 OBJETIVOS.....	15
1.4 ESTADO DA ARTE	16
1.5 ESTRUTURA DA MONOGRAFIA.....	16
2 O COMÉRCIO E AS CIDADES	18
2.1 A TROCA: SISTEMA DE NEGOCIAÇÃO DO COMÉRCIO	18
2.2 A HISTÓRIA DOS MERCADOS PÚBLICOS E GALERIAS COMERCIAIS	19
2.3 CONTEXTUALIZAÇÃO DA INDUSTRIALIZAÇÃO NO BRASIL.....	20
2.4 GLOBALIZAÇÃO E O DESEMPREGO	20
2.5 O COMÉRCIO TERCIÁRIO	21
2.5.1 AS CAUSAS DA INFORMALIDADE NO BRASIL.....	21
2.5.2 RELAÇÕES ENTRE ECONOMIA FORMAL E INFORMAL.....	22
2.5.3 RENDA OBTIDA NA ECONOMIA INFORMAL	23
2.5.4 ECONOMIA INFORMAL EM MATO GROSSO	23
2.5.5 O SURGIMENTO DOS CAMELÔS E AMBULANTES EM CUIABÁ E VÁRZEA GRANDE	24
2.5.5.1 O SHOPPING POPULAR DE CUIABÁ	25
2.5.5.2 SHOPPING POPULAR DE VÁRZEA GRANDE	27
3 SUSTENTABILIDADE NAS EDIFICAÇÕES.....	32
3.1 PARÂMETROS PARA EDIFICAÇÕES SUSTENTÁVEIS	33
3.2.1 UM PROJETO DE SUSTENTABILIDADE TEM QUE TER QUALIDADE	35
3.2.2 SUSTENTABILIDADE NÃO COMBINA COM INFORMALIDADE	35
3.2.3 INOVAÇÃO	35
4 ASPECTOS NORMATIVOS	36
5 ASPECTOS SOCIOLÓGICOS.....	37
5.1 A CIDADE DE VÁRZEA GRANDE E SUA CULTURA.....	37
5.2 A ARQUITETURA INDÍGENA EM MATO GROSSO	38
5.3 IDENTIDADE REGIONAL E A ARQUITETURA INDÍGENA	39
6.0 TECNOLOGIAS ADOTADAS	39
6.1 PAISAGISMO	39
6.1.1 JARDINS E ESPELHOS D'ÁGUA.....	39
6.1.2 RESFRIAMENTO EVAPORATIVO	40
6.1.3 REAPROVEITAMENTO DE ÁGUAS CINZAS	42
7.0 PROJETOS DE REFERÊNCIA	43
7.1 SHOPPING POPULAR DE BRASÍLIA	43
7.2 AEROPORTO CRUZEIRO DO SUL.....	44
7.3 CENTRO SEBRAE DE SUSTENTABILIDADE	45
7.4 FOOD CONTAINER.....	46
9.0 MATRIZ DE ANÁLISE.....	47
9 ASPECTOS METODOLÓGICOS	48
9.1 UMA PROPOSTA PROJETUAL.....	48
9.1.1 O OBJETO	48
9.1.2 ESTUDO DE VIABILIDADE.....	48

9.1.3 ESTUDO DO ZONEAMENTO	49	13.6 BLOCO DE CONCRETO	61
9.1.4 O TERRENO DA PROPOSTA.....	49	13.7 ESTRUTURA DA COBERTURA	62
10 ESTUDO DAS CONDICIONANTES FISICO- ESPACIAIS.....	50	14 DEFINIÇÃO DE TIPOLOGIAS.....	63
10.1 TOPOGRAFIA.....	50	14.1 GUANÁ SHOPPING POPULAR.....	63
10.2 INSOLAÇÃO	50	14.2 CALÇADÃO E FOOD TRUCK CONTAINER.....	66
10.3 CLIMA	50	15 PROPOSTA FINAL	68
10.4 VEGETAÇÃO.....	50	16 CONSIDERAÇÕES FINAIS	69
11 SETORES DE INTERVENÇÃO	51	17 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	70
11.1 REQUALIFICAÇÃO URBANA APLICADA AO PROJETO	51	APÊNDICES	73
11.2 A PROPOSTA DO CALÇADÃO E FOOD TRUCK CONTAINER	52		
11.3 A PROPOSTA DO SHOPPING POPULAR	52		
12 PARTIDO ARQUITETÔNICO.....	53		
12.1 PROGRAMA DE NECESSIDADES	55		
12.1.1 SETOR SERVIÇOS	55		
12.1.2 SETOR ADMINISTRATIVO	55		
12.1.3 ACESSOS	55		
12.4 PRÉ-DIMENSIONAMENTO	56		
12.5 SETORIZAÇÃO	56		
12.6 ANÁLISE DA LEGISLAÇÃO INCIDENTE	57		
12.6.1 INDICES URBANISTICOS DO TERRENO PROPOSTO	58		
12.6.2 NORMAS.....	58		
13 TÉCNICAS E MATERIAIS CONSTRUTIVOS.....	59		
13.1 VIDROS DE PROTEÇÃO SOLAR.....	59		
13.2 JARDIM VERTICAL	59		
13.4 MADEIRA	60		
13.5 ESTRUTURA DRYWALL.....	60		

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Processo Histórico do Shopping Popular.....	21	Figura 19: Resfriamento Evaporativo.....	29
Figura 02: Circulação/Estrutura Interna antes da reforma.....	22	Figura 20: Estudo Iluminação Natural.....	29
Figura 03: Vista Superior do Shopping Popular Cuiabá.....	22	Figura 21: Sombreamento.....	30
Figura 04: Boxes no térreo.....	22	Figura 22: Categorias de Classificação ABC.....	31
Figura 05: Pavimento Superior.....	22	Figura 23: Tipologia de Layout.....	31
Figura 06: Av. Senador Fillinto Muller.....	23	Figura 24: Tipologia de Shopping.....	31
Figura 07: Fachada para Av. Senador Fillinto Muller.....	23	Figura 25: Jardim Vertical.....	35
Figura 08: Fachada para Av. Couto Magalhães.....	23	Figura 26: Espelho D'água.....	35
Figura 09: Manta Térmica no teto da edificação.....	24	Figura 27: Resfriamento Evaporativo direto.....	36
Figura 10: Lanchonete do Shopping Popular de VG.....	24	Figura 28: Centro Comercial Unicentro, Cali – Colômbia.....	36
Figura 11: Corredor de lojas.....	25	Figura 29: Resfriamento Evaporativo indireto.....	37
Figura 12: Corredor de lojas.....	25	Figura 30: Sistema de Reaproveitamento de águas cinzas.....	37
Figura 13: Organização dos produtos na frente das lojas.....	25	Figura 31: Shopping Popular de Brasília.....	38
Figura 14: Ambulantes locados em calçadas.....	25	Figura 32: Shopping Popular de Brasília.....	39
Figura 15: Ambulantes locados no terminal de transporte coletivo.....	26	Figura 33: Planta Baixa Térreo.....	39
Figura 16: Ambulantes locados na praça Aquidaban, região central.....	26	Figura 34: Aeroporto Cruzeiro do Sul, no Acre.....	39
Figura 17: Shopping Popular que fora construído.....	26	Figura 35: Interior do Aeroporto.....	40
Figura 18: Ventilação Cruzada.....	28	Figura 36: Centro Sebrae de Sustentabilidade, Cuiabá.....	40
		Figura 37: Brises Móveis controlam a luminosidade.....	41
		Figura 38: Restaurantes Food Container.....	41
		Figura 39: Matriz de Análise dos Projetos de Referência.....	42
		Figura 40: Localização do atual Shopping Popular.....	43

Figura 41: Estudo de viabilidade da nova edificação.....	43	Figura 62: Perspectiva da fachada posterior.....	58
Figura 42: Estudo de Zoneamento.....	44	Figura 63: Perspectiva da fachada lateral direita.....	58
Figura 43: Localização do terreno da proposta.....	44	Figura 64: Perspectiva da fachada lateral esquerda.....	59
Figura 44: Croqui de estudo 01.....	48	Figura 65: Perspectiva da vista superior.....	59
Figura 45: Croqui de estudo 02.....	48	Figura 66: Perspectiva interna 01.....	59
Figura 46: Croqui de estudo 03.....	48	Figura 67: Perspectiva interna 02.....	59
Figura 47: Croqui de estudo 04.....	48	Figura 68: Perspectiva interna 03.....	60
Figura 48: Croqui de estudo 05.....	49	Figura 69: Perspectiva interna 04.....	60
Figura 49: Croqui de estudo 06.....	49	Figura 70: Perspectiva interna 05.....	60
Figura 50: Setorização do Térreo e 1º pavimento.....	51	Figura 71: Perspectiva interna 06.....	60
Figura 51: Setorização do 2º e 3º pavimento.....	52	Figura 72: Perspectiva interna 07.....	61
Figura 52: Localização da zona no estudo de zoneamento... ..	52	Figura 73: Perspectiva interna 08.....	61
Figura 53: Tipos de comércios que podem ser implantados no terreno.....	53	Figura 74: Perspectiva food truck 01.....	61
Figura 54: Índices urbanísticos.....	53	Figura 75: Perspectiva food truck 02.....	61
Figura 55: Vidro com película protetora solar.....	54	Figura 76: Perspectiva food truck 03.....	62
Figura 56: Jardim vertical resistente a seca.....	54	Figura 77: Perspectiva food truck 04.....	62
Figura 57: Fachada em madeira.....	55	Figura 78: Perspectiva food truck 05.....	62
Figura 58: Estrutura de Drywall.....	56		
Figura 59: Bloco de concreto.....	56		
Figura 60: Cobertura em Casca de concreto.....	57		
Figura 61: Perspectiva da fachada frontal.....	58		

LISTA DE TABELA

Tabela 01: pré-dimensionamento.....51



RESUMO

OLIVEIRA, Y. P. **Shopping Popular de Várzea Grande: Uma nova proposta de uma edificação comercial.** 2018. Monografia (Graduação em Arquitetura e Urbanismo), Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Univag Centro Universitário de Várzea Grande, Várzea Grande, 2018.

Devido à crise econômica que afetou o setor comercial ao decorrer dos anos, muitos trabalhadores foram demitidos de suas funções e a falta de oportunidade de emprego os induziram a trabalhar de forma autônoma. Conforme a demanda destes comerciantes veio aumentando significativamente, a instalação comercial destinada a estes vendedores está sendo insuficiente e a maioria estão sendo obrigados a instalar suas “bancas” de vendas pelas calçadas, praças e a frente dos comércios locais. O objetivo principal deste trabalho é propor uma nova edificação comercial destinada aos vendedores ambulantes da cidade de Várzea Grande, sendo apresentado, inicialmente, dados coletados que se referem a infraestrutura da edificação existente. Além disso, para aprimoramento da pesquisa *in loco* foram realizados a captura de imagens de todas as insuficiências da instalação. Na busca de soluções que visem à melhoria da infraestrutura da edificação e que impactem de forma

positiva o uso do espaço, a pesquisa propõe medidas a serem adotadas e implantadas de acordo com os quesitos que mais demandam gastos para manutenção de um empreendimento: água e luz. Sendo assim, houve a conclusão de que os principais fatores que influenciam para que estas soluções sejam alcançadas são o uso de tecnologias e sistemas sustentáveis, dos quais resultarão diversos benefícios relacionados diretamente a questões econômicas, ambientais e sociais, proporcionando a cidade de Várzea Grande e sua população um novo e moderno espaço de compras, que impulsionará as vendas e promoverá o resgate da valorização cultural, fomentando de forma positiva a renda destes trabalhadores informais e contribuindo para a economia da cidade. Ademais, a proposta atual também impactará de forma positiva a qualidade de vida, pois também fora proposto um novo espaço público Food Truck no local da edificação antiga durante o período noturno, enquanto que, no diurno, o mesmo abrangerá um calçadão para transição dos pedestres. Dessa forma, o principal intuito é estimular a interação social dos pedestres que frequentam o centro da cidade, com um espaço público de alimentação.

Palavras-Chave: Vendedores Ambulantes, Shopping Popular, Food Truck, Autossustentável.

ABSTRACT

OLIVEIRA, Y. P. **Popular Shopping in Várzea Grande: A new proposal for a commercial building.**2018. Monography (Graduation in Architecture and Urbanism), Faculty of Architecture and Urbanism, Univag University Center of Várzea Grande, Várzea Grande, 2018.

Due to the economic crisis that affected the commercial sector over the years, many workers were dismissed from their functions and the lack of employment opportunities induced them to work autonomously. As demand from these merchants increased significantly, the commercial facility destined to these vendors are being insufficient and most are being forced to set up their sales "stalls" on the sidewalks, squares and the front of local trades. The main objective of this work is to propose a new commercial building for the street vendors of the city of Várzea Grande, being presented, initially, collected data which refers to the infrastructure of the existing building, to improve the in loco research were carried out the capture of images of the installation. In search of solutions that aim to

improve the infrastructure of the building and that positively impacts the use of space, the research proposes measures to be adopted and implemented according to the most demanding requirements for maintenance of a project: water and light. Therefore, it was concluded that the main factors that influence whether these solutions are achieved are the use of sustainable technologies and systems, which will result in several benefits directly related to economic, environmental and social issues, providing the city of Várzea Grande and its population a new and modern shopping space, which will boost sales and promote the recovery of cultural valuation, positively fostering the income of these informal workers and contributing to the city's economy. In addition, the current proposal will also positively impact the quality of life, since a new Food Truck public space was proposed at the site of the old building during the night period, while at the daytime it will also include a pedestrian transition board. In this way, the main purpose is to stimulate the social interaction of the pedestrians who attend the city center, with a public space of food.

Keywords: Street vendors, Shopping Popular, Food Truck, Self-sustaining.

1 INTRODUÇÃO

1.1 PROBLEMÁTICA

A troca e o comércio são atividades humanas, pois nem sempre estiveram atrelados a cidade, mas dos primeiros agrupamentos a cidade contemporâneas sua importância se manteve. As formas de comércio, os produtos comercializados e até a forma de pagamento dessas mercadorias ao longo dos séculos, sofreram diversas alterações, mas sua presença nas cidades continuou constante. Até as últimas décadas do século XVIII, o comércio varejista esteve ligado principalmente ao abastecimento da população, que cresciam em diversidade na medida em que a produção e a oferta de produtos aumentavam e depois eram relacionados à vida social (ALEIXO, 2005).

O comércio de rua é um fenômeno vigoroso, que resiste há séculos de mudanças econômicas e urbanas e, ao contrário do que se imaginava, não sucumbiu à modernidade capitalista, mas foi alimentado por ela, por suas iniquidades. (PAMPLONA, 2001, pág. 226).

Nas grandes cidades brasileiras, a economia informal tem sido alvo de vários estudos em diversas áreas, e a preocupação de diversos segmentos da sociedade, pois, envolve questões políticas, sociais e econômicas. Portanto, torna-se essencial estudar os

reflexos desse setor sobre a economia local, para que se possam estabelecer políticas e projetos de apoio à população e que contribuam para o desenvolvimento da região e do país.

Na região centro-oeste aplicando-se aos estados de Mato Grosso e Goiás, há uma inter-relação muito grande do setor comercial informal, pois na capital Goiânia, no estado de Goiás, há um vasto comércio de feiras onde se movimenta a economia local da cidade, no qual há um número maior de fábricas de confecções, onde os preços são reduzidos, atraindo assim os vendedores ambulantes de todo o país.

É importante destacar que as autoridades tinham grande interesse quanto à colocação de feiras em suas regiões, porque elas contribuíam para o aumento do fluxo de recursos nas mesmas, bem como, seriam negociados os produtos da própria comunidade. (ALMEIDA, 2009, pag. 23).

Na cidade de Várzea Grande, no estado de Mato Grosso, a demanda deste setor informal, tem aumentado em grande escala, devido à crise econômica ter influenciado na renda dos comerciantes e muitos trabalhadores assalariados, e não terem opções para obter renda.

Porém, a atual área destinada ao setor de vendas informal da cidade, já não atende mais as necessidades dos comerciantes e

dos usuários, pois o local foi construído sem planejamento e sem prospecção futura, dessa forma, não se pensou no crescimento e na demanda, muito menos no conforto e segurança dos clientes. Essa falta de planejamento hoje acarreta na diversidade de vendedores ambulantes, e camelos de rua espalhados por toda região central da cidade, locados em calçadas atrapalhando a circulação de pedestres, a venda dos comércios locais e o fluxo dos transportes individuais e coletivos.

O empreendimento de estudo está localizado na Av. Couto Magalhães, no qual foi realizado uma pesquisa de campo para analisar suas condições de espaço, necessidades e a relação com seus clientes/usuários, para que seja possível elaborar uma nova proposta de um centro comercial popular inovador para a cidade.

1.2 JUSTIFICATIVA

A cidade de Várzea Grande, é considerado o segundo município mais populoso do estado de Mato Grosso e devido essa intensa densidade populacional, houve a necessidade da mesma se desenvolver para suportar esta demanda. A necessidade da elaboração de um novo espaço de compras para o setor informal está relacionado diretamente às pesquisas e dados coletados no site

do IBGE (2017), que nos relata que o setor terciário é a principal atividade econômica de Várzea Grande, e existem aproximadamente 7.830 trabalhadores autônomos, e sua população se classifica como classe média baixa. Desta forma, a edificação comercial impactaria de forma positiva para a economia da cidade e para a renda dos trabalhadores.

1.3 OBJETIVOS

O principal objetivo é analisar o atual empreendimento Shopping popular de Várzea Grande e elaborar uma nova proposta de centro comercial para os vendedores ambulantes da cidade de Várzea Grande, denominado por “Shopping Popular”, propondo um edifício comercial que vise melhorar as condições de trabalho dos comerciantes e o conforto dos usuários. Visando dessa forma, fomentar a economia local e proporcionar um local igualitário, seguro e de qualidade.

- Realizar a proposta de demolição da área comercial existente e propor um espaço multiuso para transição de pedestres e Food Truck Container para alimentação.

- Propor a implantação de um novo edifício comercial, denominado “Shopping Popular” em outro local para cidade de Várzea Grande;
- Realizar estudos de medidas e técnicas sustentáveis a ser implantadas no projeto, no qual o objetivo é propor a redução dos gastos com energia e desperdício de água.

1.4 ESTADO DA ARTE

A atividade comercial é praticada em diversos locais do mundo desde a antiguidade, onde o homem formou suas comunidades perto de rios e planícies férteis para cultivar alimento para sua subsistência. Logo então surgiu a necessidade de se obter bens que outras comunidades produziam e cultivavam, então neste momento surge a troca de produtos entre ambos.

Na idade média, o crescimento das cidades e o aparecimento de pessoas que se dedicavam as artes e ofícios proporcionaram o desenvolvimento do comércio. Entre os séculos XV e XVII, o comércio desenvolveu-se graças às expedições marítimas dos povos europeus, pois aparecem pela primeira vez as mercadorias e especiarias das mais diversas origens.

No entanto a partir dos séculos XVIII e início do século XIX, com a Revolução Industrial, a produção em massa, permitiu a existência de excesso de oferta e conseqüentemente um maior dinamismo comercial. O abandono dos campos e as matérias primas do exterior permitiram a existência de uma grande variedade de produtos e o aumento do consumo.

Diante disso, as empresas começam a preocupar-se com os gostos dos consumidores, o marketing começa a integrar no trabalho dos comerciantes. A partir da década de 90 analisamos um grande desenvolvimento das novas tecnologias que abriram novas potencialidades do desenvolvimento para o comércio.

Entretanto, com a entrada no séc. XXI, o comércio tem um vasto crescimento graças ao crescente desenvolvimento das novas tecnologias que influenciam na divulgação de seus produtos e na captação de seus clientes.

1.5 ESTRUTURA DA MONOGRAFIA

Este trabalho está estruturado nos seguintes assuntos:

O contexto deste trabalho visa realizar uma revisão bibliográfica sobre a história do comércio, iniciando pelas trocas de produtos como um sistema comercial, bem como a história dos mercados

públicos e galerias comerciais, o surgimento da industrialização no Brasil com as primeiras empresas e indústrias que se instalaram no país, no qual trouxeram seus prós e contras, ocasionando o desemprego devido ao avanço das tecnologias e a substituição da mão de obra humana por máquinas.

Apresenta também a revisão bibliográfica sobre o comércio terciário, no qual abrange aspectos da economia informal, suas causas e diferenças da economia formal. Descreve a forma como iniciou o trabalho informal no estado de Mato Grosso, nos relata a história dos surgimentos dos camelôs, suas dificuldades e desafios enfrentados até conseguirem construir o Shopping Popular, e com isso complementa-se o embasamento ao conceito urbanístico de requalificar áreas edificadas, pois o mesmo está sendo aplicado ao empreendimento de estudo.

Dedica-se a revisão bibliográfica a respeito da sustentabilidade nas edificações, explica-se o seu conceito e parâmetros que nos auxiliam na realização de projetos sustentáveis de qualidade.

Descreve também as normas utilizadas como referência para a elaboração da proposta projetual da edificação comercial.

Realiza-se o contexto da história da cidade de Várzea Grande e sua cultura, nos retrata aspectos sobre a identidade

regional, e nos abordam conhecer a arquitetura indígena e seu percurso pelo estado de Mato Grosso.

Descreve-se as tecnologias adotadas no projeto para que o mesmo seja eficiente e que apresente parâmetros de sustentabilidade, de acordo com as tecnologias implantadas e os materiais construtivos empregados.

Apresentam os projetos de referência que serviram como embasamento para estudo de suas aplicações, técnicas construtivas e parâmetros projetuais.

Apresenta-se uma Matriz de Análise de comparativo de projetos de referência, no qual nos demonstra os aspectos de maior relevância que foram aplicados a proposta de projeto.

Realiza-se o estudo da área proposta, e as condicionantes de projeto como forma, terreno, relevo, insolação e demais informações.

Apresenta-se também os estudos para definição do partido arquitetônico projetual, o programa de necessidades estabelecido e sua setorização.

Descreve-se também os setores de intervenção estabelecidos de acordo com o estudo de caso na edificação em estudo, no qual explica-se sobre a requalificação da área de estudo e da nova proposta comercial do Shopping Popular.

2 O COMÉRCIO E AS CIDADES

Na idade média, os primeiros vendedores ambulantes faziam o tradicional trabalho “porta a porta” nas residências oferecendo seus produtos, e através da praça de mercado, no qual, havia um aglomerado de feiras com oferta de diversos produtos que era denominado por centro.

O período de transição da Idade Média para o Renascimento não representou apenas um fato histórico, mas sim um momento de transformação de uma civilização totalmente nova, com uma nova concepção e novas ideias, o autor Aleixo (2005), nos afirma que as mudanças do comércio são constantes, pois:

[...] as formas de se comercializar, e a arquitetura do comércio, os produtos comercializados e até mesmo a forma de pagamento por essas mercadorias sofreram ao longo dos séculos diversas alterações, mas sua presença nas cidades continuou incólume. (ALEIXO, 2005, pág. 09)

Sendo assim, diversas cidades se desenvolveram através de pontos de comércio, que realizavam a troca de mercadorias. Normalmente a maioria dos produtos ofertados, eram cultivados na zona rural e transportados até o centro de vilas e/ou comunidades,

para que pudessem realizar a troca, e isso se manteve por um longo período.

Na fase da Revolução industrial, na Inglaterra, entre o século XVIII até a metade do século XIX, vender era simplesmente considerado uma troca de um produto ou serviço por um determinado valor, apenas trocar, não era o essencial, a moeda, era o precursor da troca, pois o comércio era realizado por mercadores e artesãos e outras pessoas que exerciam a atividade de vendas.

[...]. O comércio ganhou significativo impulso com a melhoria dos meios de transporte, o desenvolvimento do artesanato urbano e o maior contato com os povos orientais. (LACERDA E NEDER, 2007, pág. 02)

2.1 A TROCA: SISTEMA DE NEGOCIAÇÃO DO COMÉRCIO

O caráter social da atividade de troca e, do comércio, aparece imediatamente quando, para a troca se realizar, existe a necessidade do encontro, envolvendo além das mercadorias, a troca de ideias, palavras, experiências e sensações que fazem parte do encanto do consumo. (VARGAS, 2012, pág.01).

A relação da troca pelo produto só é efetivada, porque existe a necessidade de quem quer comprar, e o vendedor que está ofertando o que o comprador precisa isso nada mais é do que a lei da oferta e da procura, que é a quantidade do produto disponível no mercado, e o interesse existente em relação ao mesmo.

No entanto, Vargas (2012) afirma que no comércio existe uma intenção de acúmulo de moeda pela troca, ao mesmo tempo em que existe um equilíbrio na relação entre vendedor e comprador, pois uma boa negociação é aquela em que ambos os envolvidos saem satisfeitos.

2.2 A HISTÓRIA DOS MERCADOS PÚBLICOS E GALERIAS COMERCIAIS

A revolução industrial propiciou uma nova fase para a arquitetura, pois possibilitou o uso de novos recursos e métodos construtivos: o ferro fundido e concreto armado, no qual, vieram para aprimorar o processo de agilidade das construções e permitir maiores espaços em meio a grandes vãos, em resposta a necessidade e a demanda do fluxo dos centros congestionados, devido ao inchaço urbano, onde a população mudou-se da zona rural para o centro da cidade para trabalhar nas indústrias pois o autor relata que:

[...] as mudanças que atingiram a atividade comercial no século XIX, começaram a se gestar no século anterior, tendo como alavanca o acentuado processo de industrialização iniciado na Inglaterra e as transformações político-sociais advindas da ascensão da burguesia. A Revolução Industrial, possibilitou uma mudança nos padrões de comercialização dos séculos anteriores. (GARREFA, 2002, pág. 15).

A relação da expansão industrial e aumento da demanda da população, fez com que o comércio se tornasse uma atividade lucrativa, pois havia cada vez mais mercadorias disponíveis, assim como vendedores e compradores.

Portanto, foi a aplicação do ferro fundido, como principal material de construção, que incentivou as maiores mudanças dos mercados públicos do século XIX, no qual favoreceu a limpeza do ambiente, conseqüentemente locais mais ventilados e iluminados.

Segundo análise de Garrefa (2002, pg.17), o mesmo afirma que se por um lado a Revolução Industrial iniciada na Inglaterra, foi responsável pelo avanço da industrialização no continente europeu, com impactos significativos na estrutura urbana, nos modos de produção e comercialização de mercadorias, por outro, a Revolução Francesa em 1789, através de uma burguesia triunfante, contribuiu para uma mudança nos modos de vida, consubstanciada pelo surgimento da indústria de mercadorias de luxo e dos ateliers da alta costura.

A maior vantagem desses novos quesitos era principalmente a sequência de lojas, respectivamente, cobertas por galerias de vidro, onde possuíam capacidade de proteção contra as intempéries. De acordo com Garrefa (2002, pg. 21, citado por Walter Benjamim (1962, pg. 34). As galerias foram cenário das

primeiras iluminações a gás, que permitiam seu funcionamento durante à noite.

Entretanto, os edifícios comerciais e os mais inovadores “shoppings centers” (termo americano que diz respeito a um amplo centro de compras fechado, com lojas de diversos segmentos que atenda a todas as classes sociais). Além, de ser a consequência do modernismo e da arquitetura contemporânea, possuem um público alvo atraído pelas opções de lojas e ao ambiente agradável para realização de compras.

2.3 CONTEXTUALIZAÇÃO DA INDUSTRIALIZAÇÃO NO BRASIL

Quando a industrialização foi implantada no Brasil, o país necessitava de uma grande escala de mão de obra. No início da industrialização brasileira, os polos industriais foram implantados com tecnologias, que já eram utilizadas em países subdesenvolvidos, propiciando assim a maior possibilidade de empregos. Nesta época o trabalho era intensivo, para acelerar o processo de produção, pois:

[...] nessa fase da industrialização, as necessidades de capital eram reduzidas, enquanto que a força de trabalho empregada era muito significativa. (CHILIGA, 2004, pág., 29 citado por SANTOS, 1982, p. 105).

Os obstáculos à importação, se em princípio estimulavam o investimento na produção local, pelo aumento da lucratividade, poderiam ao mesmo tempo dificultar sua efetivação, pelo encarecimento das máquinas e equipamentos importados. Em decorrência disso, as fases de maior investimento não necessariamente coincidiam com os períodos de maior expansão da produção interna de manufaturas. A efetivação de investimentos foi, com frequência, posterior ao aumento de produção. (VERSIANI, 1990 Pág. 25).

Com isto o avanço tecnológico e a geração de empregos, foram reduzindo ao decorrer dos tempos, pois as máquinas industriais automatizadas, estavam substituindo a escala da mão de obra humana devido executarem os serviços com maior rendimento a curto prazo, possibilitando assim o aumento do lucro para a empresa. No entanto, sem ter como trabalhar a população começou a obter meios de possuir sua própria renda e assim estimulou o crescimento do setor informal.

2.4 GLOBALIZAÇÃO E O DESEMPREGO

O Brasil manteve sua economia estabilizada por décadas, porém no plano econômico foram adotadas algumas políticas internacionais. Para resistir aos efeitos da globalização é preciso

um projeto de nação para não entregar o futuro do Brasil a qualquer empresa, seja nacional ou estrangeira, pois o território brasileiro é visto apenas como recurso, segundo Chiliga (2004, pg.46).

As empresas, multinacionais ou transnacionais se instalam em territórios que no momento consideram estratégicos, em pontos privilegiados de cada país, favoráveis ao seu lucro e rendimento e, no momento que não mais o consideram viável, se desinstalam sem preocupar com o país, pois não têm compromisso com o território.

Em suma, a abertura de empresas multinacionais no país e a livre concorrência aumentaram o desemprego, devido ao fato de que muitas empresas nacionais faliram por não ter como competir com as estrangeiras, pois Chiliga (2004) enfatiza que:

As empresas estrangeiras, e várias empresas nacionais, não geram um número suficiente de vagas para absorver a mão-de-obra disponível no mercado de trabalho devido ao grau de automação. O Estado não investe em políticas públicas para geração de emprego, alegando que não têm recursos. (CHILIGA, 2004, pg.46).

Em decorrência de todos esses fatores, a globalização contribuiu para o aumento do trabalho informal no Brasil a partir da década de 1980, por conta das condições impostas, no entanto,

os contratos de trabalhos com condições desfavoráveis trouxeram insegurança aos trabalhadores.

2.5 O COMÉRCIO TERCIÁRIO

2.5.1 AS CAUSAS DA INFORMALIDADE NO BRASIL

A causa da informalidade no Brasil não está atrelada somente a queda da economia brasileira e ao avanço tecnológico das empresas e indústrias, outros fatores contribuíram para que isso ocorresse. Pois um dos fatores determinantes, foi que muitas funções que anteriormente eram executadas por trabalhadores dentro das empresas, agora passam a ser terceirizadas por empresas externas, ocasionando a redução de empregos com carteira de trabalho assinada.

Com a queda do número de trabalhos assalariados na indústria, aumenta o emprego no setor de serviços, que é mais propenso a gerar empregos informais. Desta forma, tende a aumentar a informalidade no mercado de trabalho brasileiro (CHILIGA,2004, pág.49).

Entretanto, os trabalhadores foram impostos a fornecer sua mão de obra para empresas, porém, de forma terceirizada, aumentando assim a demanda de autônomos para o setor informal, outrora, o rendimento no qual os mesmos obtêm diante deste novo

meio empregatícios, não o impulsiona a deixar o setor para voltar a trabalhar com carteira assinada novamente.

[...] o crescimento do trabalho informal está ligado à pressão competitiva que a abertura da economia brasileira causou no setor industrial. Pois, até as indústrias que sempre foram mais formalizadas para ganhar produtividade estão burlando a legislação, ou seja, estão recorrendo ao trabalho informal devido aos encargos trabalhistas e investindo, principalmente, em tecnologia mais moderna, que necessita de cada vez menos mão-de-obra, e com maior qualificação profissional. (CHILIGA, 2004, pág. 49 citado por Santos (1979, p.34).

Entretanto, vários aspectos são levados em consideração quando abordamos sobre a informalidade no Brasil, porém o que mais se destaca, é a ausência de qualificação profissional por parte dos trabalhadores, onde, para as empresas não compensa mantê-los ativos em sua demanda de funcionários, pois de certa forma, influencia diretamente no rendimento e lucro da mesma.

2.5.2 RELAÇÕES ENTRE ECONOMIA FORMAL E INFORMAL

Nos países desenvolvidos, a renda entre a população não possui tanta diferença, e a maioria das pessoas conseguem consumir os produtos que estão disponíveis no mercado. E nos

países subdesenvolvidos, a probabilidade de igualdade desse consumo é menor, pois o autor Santos (1979) afirma que:

[...] as enormes diferenças de renda na sociedade, que se exprimem, ao nível regional, por uma tendência à hierarquização das atividades e, na escala do lugar, pela coexistência de atividades de mesma natureza, mas de níveis diferentes (CHILIGA, 2004, pág. 37 citado por SANTOS, 1979, pág.15).

Na economia formal, as indústrias estão cada vez menos sendo a resposta da necessidade de criação de empregos, devido a tecnologia avançada utilizada em seus processos de fabricação de produtos, sendo assim, o setor do mercado formal, acaba reduzindo, pois eleva o número de pessoas desempregadas (SANTOS, 1979).

Em consequência, a economia informal abrange toda esta demanda de trabalhadores que não possuem um emprego formal com renda fixa e carteira assinada, e a relação entre os dois setores são de complementaridade e não de competitividade, pois cada setor atua no seu campo, tem o seu público alvo, sem chances de superioridade ou inferioridade na relação entre ambos.

Souza (1980) afirma que uma das diferenças fundamentais entre os dois setores é que na economia formal eles possuem a propriedade do capital e na economia informal não existe

separação entre proprietário do capital e do trabalho, e o salário não consisti na forma comum de remuneração do trabalho. (SOUZA, 1980, p. 131).

2.5.3 RENDA OBTIDA NA ECONOMIA INFORMAL

A renda na economia informal é distinta, pois a maioria da população brasileira sobrevive com baixos níveis de renda, embora no contexto geral as pessoas possuam as mesmas necessidades de consumo e serviços, só as classes sociais com maior poder aquisitivo podem satisfazê-las.

Chiliga (2004) afirma que a tarefa principal da economia informal é apenas de sobreviver, no qual se pode concluir o motivo dos rendimentos da população em geral serem tão baixos, a autora em seus estudos leva em consideração as análises do autor Cacciamali (1983), no qual o mesmo enfatiza que:

O produtor direto vende seus serviços ou mercadorias e recebe um montante de dinheiro que é utilizado, principalmente, para consumo individual e familiar e para manutenção da atividade econômica, e mesmo que o indivíduo aplique seu dinheiro com o sentido de acumular, a forma como se organiza a produção, com o apoio no próprio trabalho, em geral, não lhe permite tal acumulação. (CHILIGA, 2004, pág. 42, citado por CACCIAMALI, 1983, p. 28 - 29).

Desta maneira, conclui-se que embora grande parte da população que trabalha no setor informal possuiu baixa remuneração, outrora, há uma parcela de trabalhadores que não entram nesses parâmetros, devido seus rendimentos serem satisfatórios. Porém, o nível de renda dos trabalhadores nesta atividade, também está associado ao tamanho do mercado consumidor e com o número de comerciantes em atividade, quando há excesso ocorre queda de renda, mas é devido à fragilidade do padrão de desenvolvimento (CHILIGA, 2004).

2.5.4 ECONOMIA INFORMAL EM MATO GROSSO

De acordo com as análises relacionadas à causa da informalidade nos tópicos anteriores, é importante ressaltar o porquê da predominância deste setor nas cidades, porém generalizando, através de várias ideias abordadas por autores especialistas no tema, em Mato Grosso não seria diferente e sabemos que o fator de grande influência, ainda é o desemprego. (MACIEL, 1999)

Portanto, de acordo com a decadência da economia no país, conseqüentemente afeta a grande parte dos setores que contribuem para renda da sua região e para o Produto Interno Bruto (PIB) do país.

Na Região Centro Oeste, o comércio informal possui grande frequência entre os estados de Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Goiás, pois a facilidade de compra de mercadorias, em especial na cidade de Goiânia, capital de Goiás, tem sido fonte de referência e atraído muitos sacoleiros, ambulantes e camelos de várias partes do país, devido se concentrar diversas fábricas de confecções e demais produtos frequentemente procurados para compra. (MACIEL, 1999).

No Estado de Mato Grosso, ao menos 150 mil pessoas sobrevivem da atividade informal, segundo pesquisa apontada pelo IBGE. São vendedores ambulantes de vários segmentos, desde acessórios até equipamentos eletrônicos, a maioria importados do Paraguai. Porém ainda existem as microempresas não registradas na Junta Comercial, e os que trabalham com vendas de espetinhos, cachorro quente, doces, dentre outros (MACIEL, 1999).

2.5.5 O SURGIMENTO DOS CAMELÔS E AMBULANTES EM CUIABÁ E VÁRZEA GRANDE

Na década de 90, a economia brasileira estava em decadência, muitos trabalhadores foram demitidos dos seus empregos, e não conseguiram ingressar novamente no mercado de

trabalho. A partir disso, a única opção era ir para as ruas e tentar se adequar ao ramo do comércio informal para obter sua única fonte de renda.

Na cidade de Cuiabá, o surgimento dos camelôs aconteceu em torno de praças e calçadas, devido ao fato da cidade não possuir planejamento e muito menos estrutura para suportar essa demanda de comerciantes informais, começou a ocasionar problemas, pois o acúmulo de vendedores ambulantes se resultou no inchaço do centro urbano, atrapalhando pedestres e comerciantes locais.

Em 1992, um número significativo de vendedores ambulantes estava trabalhando na região central de Cuiabá, e cada dia posicionavam-se em locais distintos, ocasionando assim a poluição visual da cidade. Entretanto, mediante esta situação a prefeitura municipal da cidade, começou a realizar reuniões, para poder reorganizar a cidade, porém em uma audiência pública sobre a mudança destes camelôs para um local fechado, a princípio houve resistência por parte dos trabalhadores, então em 21 de abril de 1995, os governantes realizaram a retirada dos camelôs e os induziram para o local onde hoje é o Shopping Popular.

De acordo com Fonseca e Caetano (2008), a permanência desses trabalhadores nas ruas, mesmo com a criação do local para alojá-los, bem como a articulação com a fiscalização é parte da

produção de saberes que esses trabalhadores construíram ao longo de sua história como camelos e ambulantes, os mesmos tiveram que aprender a construir mecanismos que os permitissem a sobrevivência e a manutenção da vida (FONSECA E CAETANO, 2008, pág. 07).

Diante disso, o autor afirma que ainda que exista a multiplicidade de conflitos entre estes trabalhadores devido à concorrência em relação as vendas, o quesito de maior importância é solidariedade entre ambos, pois muitos reconhecem que a maioria dos vendedores ambulantes são pais de família e dependem desse mesmo espaço de trabalho para obter estabilidade financeira.

Até mesmo em relação às vendas são verificados os apontamentos feitos anteriormente. Quando algum camelo está com cliente e este pede alguma mercadoria que por acaso o comerciante não tem no momento, pedir no boxe do colega mais próximo a mercadoria solicitada é uma alternativa frequente, afinal, como dito por eles “para não perder o cliente”. Mesmo quanto à fixação dos preços, uma estratégia de venda, mas também de solidariedade entre os mesmos. E dessa forma essa relação se caracteriza com 11 frequência nesse espaço, apontando características de solidariedade, de experiência e de produção de saberes entre esses trabalhadores. (FONSECA E CAETANO, 2008, pág.10).

2.5.5.1 O SHOPPING POPULAR DE CUIABÁ

Segundo o site do Shopping Popular, o Shopping Popular antigamente foi conhecido como camelódromo ou mesmo "paraguaizinho", e foi criado em 21 de abril de 1995. A única estrutura que havia no local, eram duas pequenas salas, dois banheiros, sem cobertura ou mesmo piso. Os trabalhadores tinham vontade de mudar a situação, mas as condições eram poucas de realizar as melhorias na estruturação física do Shopping Popular, pois isso impactavam nas vendas, pois os clientes, então, nem pensavam em ir até o local, pois não existia linha de ônibus frequentes para aquela região. (SHOPPING POPULAR, 2012).

Portanto, para reverter as dificuldades, os vendedores ambulantes se uniram e resolveram, então, instituir uma associação que, de fato, os representasse. Assim, a Associação dos Camelôs do Shopping Popular foi criada, ainda em abril daquele ano, no qual a intenção era organizar o novo espaço de trabalho para garantir melhorias, principalmente na infraestrutura que, no início era precária. Deste modo, foram instituídas além da própria associação, diretorias que pudessem administrar a nova

empresa que seria o Shopping Popular (SHOPPING POPULAR, 2012).

O atual presidente da Associação, Misael Galvão, afirma que foi preciso mudar a mentalidade dos próprios camelôs, para que ali se mantivessem e não voltassem para as ruas. Para isso foi necessário manter um diálogo com a prefeitura, afinal, era preciso mais que dois banheiros e duas salas para fazer com que camelôs se tornassem microempreendedores, em uma conversa com a prefeitura, os trabalhadores informais pagaram 50% e a prefeitura pagou os outros 50% para realizar a melhoria na estrutura do shopping (SHOPPING POPULAR, 2012).

Por meio dessa união, muitos benefícios foram concedidos aos vendedores ambulantes, e não somente em Mato Grosso, mas a nível nacional. De acordo com Misael Galvão, a criação e oficialização da Cooperativa de Compras do Comércio Popular de Mato Grosso (Coocomp/MT) por parte do Governo do Estado foi um dos avanços que possibilitou com que o Shopping Popular se tornasse a edificação que se apresenta hoje. (SHOPPING POPULAR, 2012).

Figura 01: Processo Histórico do Shopping Popular



Fonte: Site Mídia News, 2017.

Figura 02: Circulação/Estrutura Interna antes da reforma.



Fonte: Site Caminho Político, 2015.

Figura 03: Vista Superior do Shopping Popular Cuiabá



Fonte: Site Siqueira News revista digital, 2015.

Figura 04: Boxes no térreo



Fonte: Site Midia News, 2015.

Figura 05 : Pavimento Superior



Fonte: Site Midia News, 2015.

2.5.5.2 SHOPPING POPULAR DE VÁRZEA GRANDE

Em Várzea Grande, o processo de vendas informais também iniciou em praças, devido à falta de planejamento da cidade, por estarem situadas na região central, e pelo local ser transitado por muitas pessoas, na maioria delas a pé.

De acordo com o Orlando, presidente da Associação de compras de Várzea Grande (ACVG), o atual Shopping Popular situado na região central da cidade, localizado na Avenida Couto Magalhães com fundos para Avenida Senador Fillinto Muller, teve sua fundação em 15 de maio de 1997, no dia do aniversário da cidade, ele fundamenta que o atual prefeito da época Jaime Campos, em negociação de pagamento de aluguel para o

proprietário do terreno, cedeu um ponto para cada vendedor ambulante, sendo uma média de 100 comerciantes informais transferidos para o espaço alugado pelo prefeito, explica ele.

Figura 06: Av. Senador Fillinto Muller



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Porém, o local não havia uma estrutura adequada, existiam apenas barracas com cobertura meia água de telha fibrocimento, piso de cascalho e um corredor central de concreto. Diante disso até o ano de 2008, todos os comerciantes trabalhavam de forma ilegal, no qual ele determina que fosse apenas um agrupamento de comerciantes informais, após isso começaram a regulamentar toda classe, e realizar a reforma no barracão, como era chamado o atual Shopping Popular.

Figura 07: Fachada para Av. Senador Fillinto Muller



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Figura 08: Fachada para Av. Couto Magalhães

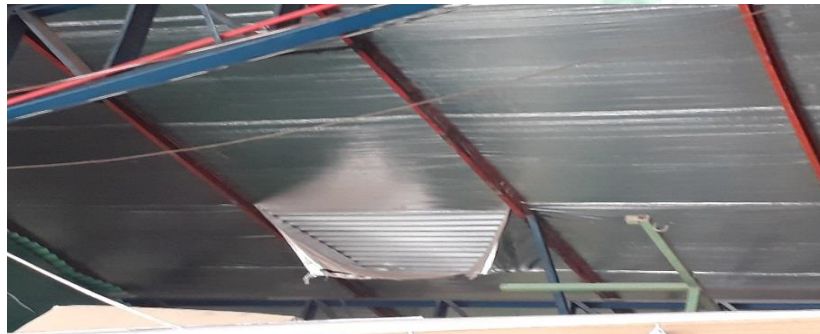


Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Entretanto, o presidente da associação de compras afirma que a reforma teve início com a contratação de um engenheiro civil, para a construção da estrutura metálica da cobertura, onde reforçaram a estrutura da cobertura com o uso de telha metálica, adotaram o uso da manta térmica conforme Figura 04, no qual segundo Orlando, reduz em 8°C o calor do estabelecimento, mas o presidente da associação afirma que mesmo após a reforma o estabelecimento não comporta a demanda de vendedores

ambulantes existentes, pois suas instalações são insuficientes, e não tem como expandir a não ser verticalizando, e essa reforma de expansão que já foi orçada ficou em torno de 06 milhões de reais, dinheiro no qual eles não possuem para esta execução.

Figura 09: Manta Térmica no teto da edificação



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Atualmente, possui 180 pontos comerciais dentro do Shopping Popular, cada comerciante pode estar alugando até 03 pontos, sendo que cada ponto possui as dimensões de (2,90 x 2,30) e não existe padrão de layout, ficando a critério do comerciante a forma no qual ele quer investir em seu ponto comercial, porém se o mesmo optar por ar-condicionado, realiza-se uma ligação de energia individual para utilização do mesmo, e a cobrança da energia é realizado a parte do pagamento do aluguel.

Figura 10: Lanchonete do Shopping Popular de VG



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

O Shopping popular de Várzea Grande possui 07 corredores de lojas, possuindo uma variedade de segmentos, sendo apenas 05 estabelecimentos destinados a alimentação, no qual são 04 restaurantes e 01 quiosque de lanche. Em sua instalação possui 01 bebedouro, 02 banheiros (fem/masc) que atende a PCR, 02 banheiros com chuveiro (fem/masc). A limpeza dos banheiros é realizada por uma empresa terceirizada, e dos pontos comerciais é feita pelos próprios comerciantes, e os corredores quem realiza são os seguranças noturnos, no qual são pagos adicionais aos mesmos.

Figura 11: Corredor de lojas

Figura 12: Corredor de lojas



Fonte: Acervo pessoal do autor.



Fonte: Acervo pessoal do autor.

Figura 13: Organização dos produtos na frente das lojas



Fonte: Acervo pessoal do autor.

Em várzea grande, a situação está cada vez mais agravante, pois a demanda de vendedores vem crescendo em grande escala, e a cidade não possui local adequado para estes vendedores realizar

a prática de suas atividades. A maioria está espalhada em torno do centro da cidade, ocupando as calçadas, em grande escala o terminal de transporte coletivo, devido ao fluxo intenso de pessoas, e na frente de estabelecimento de comércios locais conforme Figura 14.

Figura 14: Ambulantes locados em calçadas.



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Figura 15: Ambulantes locados no terminal de transporte coletivo.



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Figura 16: Ambulantes locados na praça Aquidaban, região central.



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Em 2011, a cidade recebeu um novo espaço de compras denominado Popular Shopping, localizado na Avenida Alzira Santana, o mesmo foi inaugurado em 12 de outubro do mesmo ano, e foi contemplado com mais de 235 boxes no qual eram abrangidos restaurantes, brinquedoteca, lojas de roupas e cafés, um ambiente totalmente climatizado que contava com equipe de segurança que fornecia comodidade, segurança e tranquilidade aos compradores e vendedores (VILELA, 2011).

Figura 17: Shopping Popular que fora construído



Fonte: Site da Prefeitura de Várzea Grande, 2012.

Porém o estabelecimento possuiu grande relevância só nos primeiros anos, e de acordo com informações divulgadas, o local não conseguiu manter-se, devido as vendas caírem e as condições de contrato e pagamento dos aluguéis cobrados, Reis (2011) citado por Bortoletti (2011) informou que:

[...] o comerciante desembolsaria R\$ 14 mil reais referentes à luva (pagamento pelo ponto comercial) com contrato de 5 anos, e mensalmente seria cobrado um aluguel de R\$ 200 reais, mais taxa de condomínio. Os espaços seriam de diferentes tamanhos, oferecendo mais opções de acordo com o negócio. (REIS, 2001, citado por BORTOLETTI 2001).

Sendo assim, a cidade ficou apenas com o Shopping Popular que já era existente conforme citado anteriormente, que atualmente discorre de problemas há muitos anos, pois suas instalações físicas não comportam a demanda de vendedores ambulantes.

3 SUSTENTABILIDADE NAS EDIFICAÇÕES

A Sustentabilidade está relacionada ao desenvolvimento econômico e social de uma determinada região, permite a continuidade da existência do ser humano e de nossa sociedade, é o objetivo máximo do processo de desenvolvimento sustentável sem agredir de modo significativo o meio ambiente, minimizando o consumo dos recursos naturais primários, substituindo-os por recursos renováveis. (FURUKAWA E CARVALHO, 2011, pág. 23).

A definição mais utilizada foi cunhada em 1987 pela Comissão Mundial sobre Ambiente e Desenvolvimento, também conhecida como Comissão Brundtland: Desenvolvimento sustentável é o tipo de desenvolvimento que atende às necessidades da geração atual sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem suas próprias necessidades. (GUIA DA SUSTENTABILIDADE NA CONSTRUÇÃO, 2008, pág. 13).

De acordo com o Guia da Sustentabilidade na Construção (2008), seus principais fundamentos são integrar aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais da sociedade humana com a preocupação principal de preservá-los, para que os limites do planeta e a habilidade e a capacidade das gerações futuras não sejam comprometidas.

3.1 PARÂMETROS PARA EDIFICAÇÕES SUSTENTÁVEIS

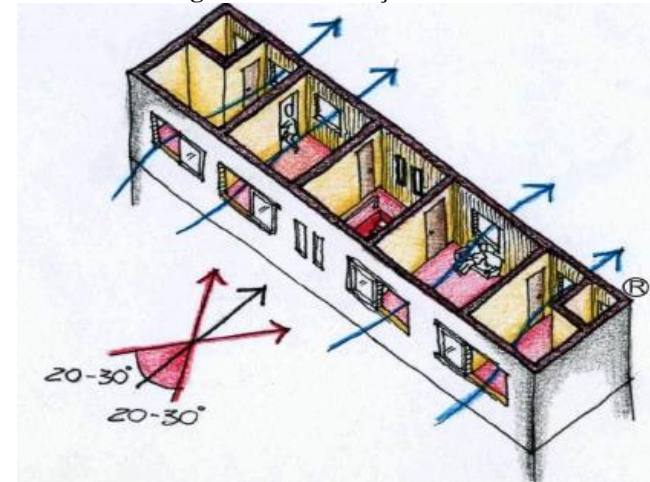
Os municípios podem possuir zonas climáticas distintas; portanto estratégias diferenciadas devem ser utilizadas na implantação da edificação, para permitir o aproveitamento das potencialidades microclimático e subsequente bom desempenho energético. A pesquisa sobre o microclima local começa com o levantamento sobre a intensidade de ventos, sobre a umidade e a temperatura do ar, sobre o comportamento destas variáveis nas diferentes estações ao longo do ano (CORRÊA, pág. 31 e 32, 2009).

De acordo com as análises de Corrêa (2009), para cada situação levantada, podem-se aplicar certas estratégias arquitetônicas. Podemos resumir algumas estratégias bioclimáticas que podem ser incorporadas ao desenho urbano:

- I. **Ventilação Cruzada:** aplicada em área urbana necessária para manter a qualidade do ar. Quanto ao projeto arquitetônico urbanístico pode-se garantir a passagem do ar através de divisas descontínuas ou devido a implantações não contínuas, em locais quentes não obstruir a passagem

de ar por lagos ou rios (traçados viários que permitam o fluxo de ar).

Figura 18: Ventilação Cruzada



Fonte: Manual Desempenho Térmico, 1977.

- II. **Resfriamento evaporativo:** consiste em retirar o calor do ambiente pela evaporação da água, conseqüentemente aumenta a umidade relativa do ar e reduz sua temperatura. Nas áreas urbanas pode-se conseguir criar um microclima mais ameno através da implantação de espelhos d'água ou lagos na direção dos ventos, em espaços públicos ou praças. O uso de vegetação próxima à edificação ajuda a deixar a

temperatura mais amena devido à evapotranspiração das plantas.

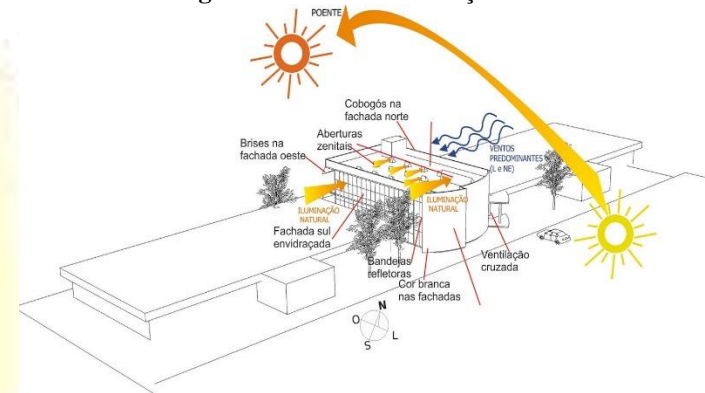
Figura 19: Resfriamento Evaporativo



Fonte: Manual Desempenho Térmico, 1997.

III. **Iluminação natural:** estratégias para promover a iluminação natural das edificações são recomendadas para todos os tipos de microclima, pois promovem conforto lumínico, salubridade e são eficazes na busca pela eficiência energética das edificações.

Figura 20: Estudo Iluminação Natural



Fonte: Blog Bioarquitetura

IV. **Sombreamento:** É um procedimento que visa evitar o sobre aquecimento das superfícies expostas à insolação direta. A colocação de plantas ao redor das edificações diminui o albedo (reflexão da radiação em direção a casa), evita também que o piso acumule calor durante o dia e o irradie de volta durante a noite. Praças e ruas arborizadas é outra forma de controlar a insolação excessiva amenizando-se assim o calor no interior das edificações e na área urbana como um todo.

Figura 21: Sombreamento



Fonte: Blog Um jardim para cuidar, 2012.

O primeiro passo para a sustentabilidade na construção, segundo o Guia da Sustentabilidade na Construção (2008), é o compromisso das empresas da cadeia produtiva a criarem as bases para o desenvolvimento de projetos efetivamente sustentáveis. Apresentamos aqui três condições fundamentais para a construção dessa base:

3.2.1 UM PROJETO DE SUSTENTABILIDADE TEM QUE TER QUALIDADE

A qualidade garante que níveis de excelência sejam atingidos, mantidos e disseminados nos processos das empresas. A

gestão da qualidade, especialmente a busca por melhoria contínua, é um pré-requisito para a sustentabilidade porque estimula a melhoria constante dos processos empresariais, que estão ligados ao consumo de recursos naturais, produtividade, desperdício, durabilidade, entre outros.

3.2.2 SUSTENTABILIDADE NÃO COMBINA COM INFORMALIDADE

É fundamental selecionar fornecedores, tanto de materiais e serviços, assim como a equipe da mão-de-obra. As empresas que trabalham com fornecedores informais também se tornam informais, alimentando este ciclo nocivo. É preciso garantir a legalidade de toda a empresa e de todos os seus processos. Além de garantir a legitimidade da empresa, a seleção de fornecedores formais estimula o aumento da profissionalização na cadeia produtiva e conseqüente eliminação de empresas com baixa produtividade que só se mantêm no mercado por economias advindas de atividades ilícitas.

3.2.3 INOVAÇÃO

Utilizar novas tecnologias, quando possível e adequado. Caso inviáveis, buscar soluções criativas respeitando o contexto. É

importante que as empresas tenham relações estreitas com agentes promotores de inovação na cadeia produtiva, tanto na oferta de novos materiais e equipamentos, quanto na capacitação da mão-de-obra.

A base para a sustentabilidade na construção é alinhar ganhos ambientais e sociais com os econômicos, daí a necessidade e importância de inovações.

4 ASPECTOS NORMATIVOS

De acordo com os dados consultados pelo site da ABRASCE (Associação brasileira de Shopping Center), no qual diz referente a tipologia de Shopping Center de categoria popular, o mesmo apresenta as seguintes diretrizes.

Figura 22: Categorias de Classificação ABC

- ▶ **Categoria A** - Classe A - lojas exclusivas, Heliponto, próximo a grandes centros empresariais ou residências;
- ▶ **Categoria B** - Classe B - classe média, população em ascensão;
- ▶ **Categoria C** - Classe C e demais - lojas voltadas a atender Público popular;

Fonte: Acervo de Aula, 2016.

Figura 23: Tipologia de Layout

- ▶ Os padrões básicos de layout de projeto são:
- ▶ **Strip Center:** em forma de (I) - constituído por uma fila de lojas voltadas para o estacionamento, geralmente em prédio único e longo e em forma de (L) - dois blocos ligados um ao outro, geralmente localizados em esquina;
- ▶ **Dumble e Cluster:** em forma de (H, U, T) - constituído por lojas pontuais interligados por circulações, com vários acessos;
- ▶ **Galeria (mall):** constituindo uma rua de pedestre, geralmente localizado em térreo de edifício, ao centro ou nas laterais, ou também em área central de dois edifícios frente a frente;
- ▶ **Conglomeado:** shoppings regionais com amplos estacionamentos, quando as lojas estão dispostas em torno de uma Âncora central, num prédio único e compacto, permitindo curtas distancias entre as unidades de venda.

Fonte: Acervo de Aula, 2016.

Figura 24: Tipologia de Shopping.

Shopping	Conceito	Âncora
Vizinhança	Conveniência.	Supermercado
Comunitário	Mercadorias em geral.	Lojas de departamento ou de descontos; supermercados e hipermercados
Regional	Mercadorias em geral, com cerca de 50% alugado a lojas satélites de vestuário.	Lojas de departamentos completas; lojas de departamento júnior, lojas de departamento de descontos e hipermercados
Especializado/ Temático	Especializado em um ramo como moda decoração e material esportivo.	Em geral não possui âncora
Outlet Center	Lojas de fábricas e off-price, preços baixos, lojas mais simples com aluguéis mais baixos, custo de construção mais reduzido, diferenças de acabamento.	Grandes lojas de fábricas
Power Center	Conjunto de âncoras com poucas lojas satélites.	Category killer; lojas de departamentos de desconto; clubes de compras; off-price
Discount Center	Lojas que trabalham com grandes volumes de produtos a baixos preços.	
Festival Mall	Restaurantes, lazer, cultura,	

Fonte: Abrasce

Fonte: Acervo de Aula, 2016.

E foram consultadas as seguintes legislações para elaboração do projeto proposto neste trabalho.

- Lei Complementar nº 3.727/2012.
- Código de Obras da cidade de Várzea Grande, Lei Complementar nº 3727/2012.
- Plano diretor da cidade de Várzea Grande, nº 3.112/2007.
- Lei de uso e ocupação do solo do município de Várzea Grande, Hierarquização viária.

5 ASPECTOS SOCIOLÓGICOS

5.1 A CIDADE DE VÁRZEA GRANDE E SUA CULTURA

A fundação de Várzea Grande está ligada às ações empreendidas pelo governo provincial em função da Guerra do Paraguai, de acordo com Camargo (2011). Em 1867, em plena guerra, o presidente da província de Mato Grosso, José Vieira Couto de Magalhães, ordenou a prisão de todos os paraguaios encontrados em Cuiabá e cercanias e criou o acampamento militar na outra margem do rio, para onde os enviou. (CAMARGO, 2011).

A região de Várzea Grande, até então ocupada pelos índios Guanás e por alguns poucos e pobres lavradores, servia de passagem e pouso para as tropas de boiadeiros que vinham de Poconé e Nossa Senhora do Livramento, de acordo com o autor Ferreira (2017). Dada a habilidade dos paraguaios no corte e secagem da carne e no curtume de couro, o pequeno povoado passou a abrigar a matança de bois, até se transformar em fornecedor de mercadorias para a capital. Posteriormente, se firmou na agricultura utilizando os capões pequenos, unindo brasileiros, inclusive muitos remanescentes da guerra, e paraguaios no mesmo trabalho (FERREIRA, 2017).

Em 1942, durante o governo do interventor Júlio Müller, foi inaugurada a primeira ponte unindo Cuiabá e Várzea Grande, o que provocou um aumento significativo do seu comércio com a capital, fornecendo carne, suínos, galináceos, leite e derivados, lenha, carvão, chinelos, material de construção e cereais, além de peixe.

O desenvolvimento da cidade foi ainda impulsionado pela instalação da luz elétrica, em 1945. A migração que alterou a territorialidade no estado de Mato Grosso a partir de 1960, colocou Várzea Grande na linha de frente, como ponto de chegada dos migrantes que, posteriormente, se deslocariam para as terras do interior do estado. Esta condição parece ter deixado marcas indeléveis no perfil do município e talvez este seja um dos fatores para que tantos migrantes prefiram ficar em Várzea Grande e não na capital, Cuiabá. O município que, a princípio, havia escolhido ser um pólo industrial, hoje convive com sérios problemas sociais e urbanos, por conta da falta de um mapeamento das comunidades carentes que vivem em situação de risco nas franjas da periferia urbana. A condição de conturbação de Cuiabá e segunda cidade do estado em número de habitantes fazem com que o município tenha necessidade premente de mapear a população que agora vive em terras imbricadas nas áreas insalubres dos loteamentos mais

afastados, onde faltam as condições básicas de infraestrutura, saneamento e mobilidade urbana. Por falta de informações, o poder municipal sequer tem condições de monitorar estas áreas, que se transformaram em focos de problemas sociais e de saúde pública.

5.2 A ARQUITETURA INDÍGENA EM MATO GROSSO

O Estado de Mato Grosso abriga a maior diversidade cultural indígena do Brasil. São 40 povos vivendo em aproximadamente 12% do território estadual, nas mais diferentes situações de contato com não índios, partilhando uma multiplicidade de línguas e de patrimônio cultural, expressos em uma infinidade de símbolos e bens materiais ainda pouco conhecidos dos brasileiros e estrangeiros (MACHADO et al.[s.d])

Portanto, Machado ([s.d]), afirma que quem visita hoje as cidades de Mato Grosso, desde as mais antigas até aquelas que cuja existência não alcança mais de três décadas constata uma completa ausência de um diálogo urbano com a cultura e as sociedades indígenas, apesar da presença viva de seus descendentes nas feições e nos modos de vida dos moradores mais tradicionais.

5.3 IDENTIDADE REGIONAL E A ARQUITETURA INDIGENA

O homem sendo um animal, seus instintos sempre marcaram sua existência. Apesar de sua evolução ter o destacado dos demais animais pelo fato de ser capaz de raciocinar, algumas características destes ainda estão marcantes em seu ser, a territorialidade é um exemplo dessas características que ainda se materializam.

De acordo com Pereira (2009), exemplo aplicável desse elemento está no comportamento social do índio, que transformava o ambiente natural a fim de demarcar seu espaço. Assim acontece até hoje com a transformação do ambiente natural, onde o homem investiga o espaço, transformando o caos em cosmo nas cidades. Esse processo se dá por uma organização desse espaço, geralmente feito por elementos criados pelo homem, como a geometria (PEREIRA, 2009).

Grande parte das tribos indígenas brasileiras tinham estrutura formal e simples, apesar de variar forma e os materiais, isto por causa dos condicionantes do lugar, a estrutura é a mesma. (PEREIRA, 2009).

6.0 TECNOLOGIAS ADOTADAS

6.1 PAISAGISMO

6.1.1 JARDINS E ESPELHOS D'ÁGUA

As chamadas cortinas verdes são uma solução arquitetônica que, além de oferecer um visual agradável, controla a incidência solar e diminui o uso de um dos maiores vilões das edificações sustentáveis: o ar-condicionado. Porém, é recomendável que a construção receba suportes que ficam paralelos às paredes, como forma de guiar o crescimento da planta (BLOG LUGAR CERTO, 2016).

Portanto, essa técnica previne danos na construção e permite uma manutenção mais fácil, pois um suporte que não está grudado na construção, mas está paralelo a ele, permite a criação de um bolsão de ar entre o edifício e a vegetação funcionando como um isolamento térmico, pois Além de arejar, as plantas ajudam a abafar o barulho do tráfego de automóveis. (BLOG LUGAR CERTO, 2016).

Figura 25: Jardim Vertical



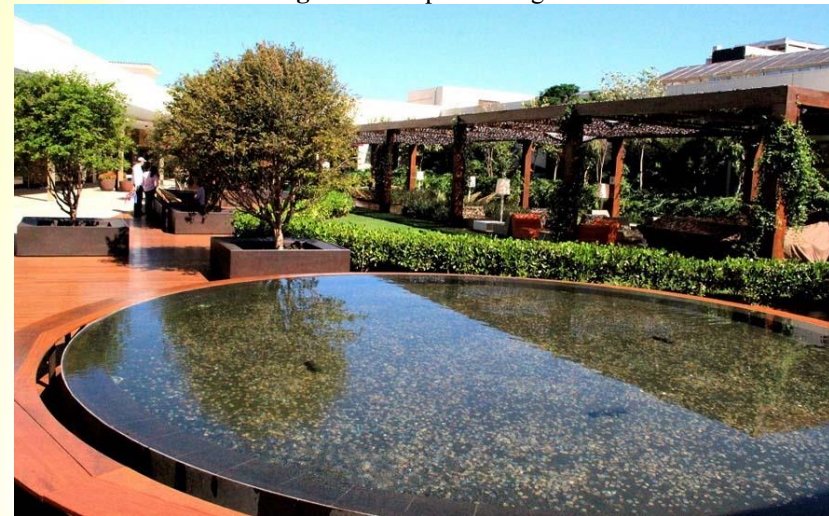
Fonte: Blog ECOD, 2014.

No século XX o grande marco do paisagismo brasileiro foi devido ao trabalho de Roberto Burle Marx. Em 1934 registra-se o início do trabalho de Burle Marx, em Recife, onde projetou e executou os primeiros jardins públicos com plantas que ocorriam na caatinga e na flora amazônica.

De acordo com Mattiuz ([s.d]) a utilização de plantas nativas nas composições paisagísticas formou um registro na linha projetual de Burle Marx, no qual coletava diversas plantas em diferentes regiões brasileiras, e as valorizou, utilizando-as em seus projetos.

Os espelhos d'água são compostos por Estruturas de concreto com lâminas de água, variando entre 30 a 80 centímetros de profundidade que ajudam a minimizar a temperatura externa no entorno da instalação, o que faz com que ela poupe o uso de ar condicionado.

Figura 26: Espelho D'água.



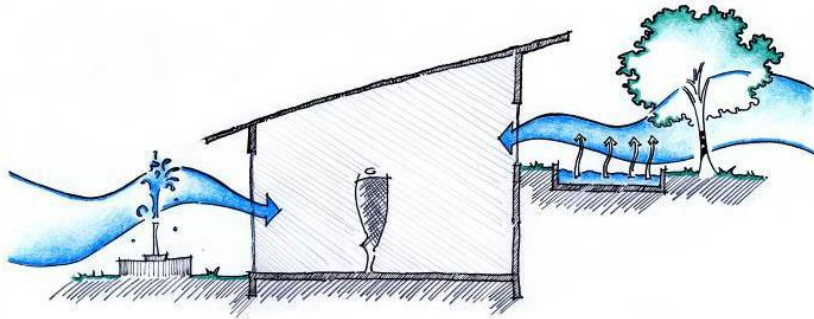
Fonte: Site Revide, 2016.

6.1.2 RESFRIAMENTO EVAPORATIVO

O resfriamento evaporativo direto consiste em umidificar diretamente o ar a fim de reduzir a temperatura do ar para a troca de fase a água no estado líquido para o estado gasoso, ou para vapor de água. Pode ser realizado através de fontes de água como

cascatas, espelhos d'água ou até pela vegetação. Quando estes são instalados próximos às aberturas do edifício, o ar ou vento passam por eles levando o ar úmido e fresco para dentro dos ambientes.

Figura 27: Resfriamento Evaporativo direto



Fonte: Manual de Desempenho Térmico, 1977.

Este tipo de resfriamento pode também ser realizado por microaspersão da água diretamente no ar. Para tanto, deve-se verificar se o clima do local comporta esta estratégia, visto que é eficaz em regiões de clima seco que favorece a evaporação da água. A microaspersão em especial é uma estratégia recomendada para ambientes externos e deve-se tomar cuidados extras quando aplicada em ambientes internos, como altura de instalação dos microaspersores.

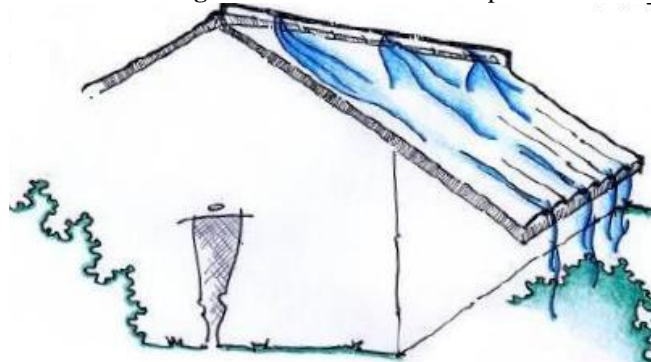
Figura 28: Centro Comercial Unicentro, Cali – Colômbia



Fonte: Site Tiendeo, 2018.

O resfriamento evaporativo indireto consiste em resfriar um componente ou superfície do edifício usando a água para reduzir a temperatura do componente ao trocar de fase líquida para gasosa. É comum em espelhos d'água sobre lajes na cobertura, ou cortinas de água sobre coberturas e fachadas, sejam em vidros ou materiais opacos. O movimento da água em estado líquido sobre o componente facilita as trocas com o ar e, portanto, facilita a evaporação e o consequente resfriamento do componente. Este, uma vez resfriado, irá retirar calor do ambiente interno, reduzindo a temperatura do ar interior.

Figura 29: Resfriamento Evaporativo indireto



Fonte: Manual de Desempenho Térmico, 1997.

6.1.3 REAPROVEITAMENTO DE ÁGUAS CINZAS

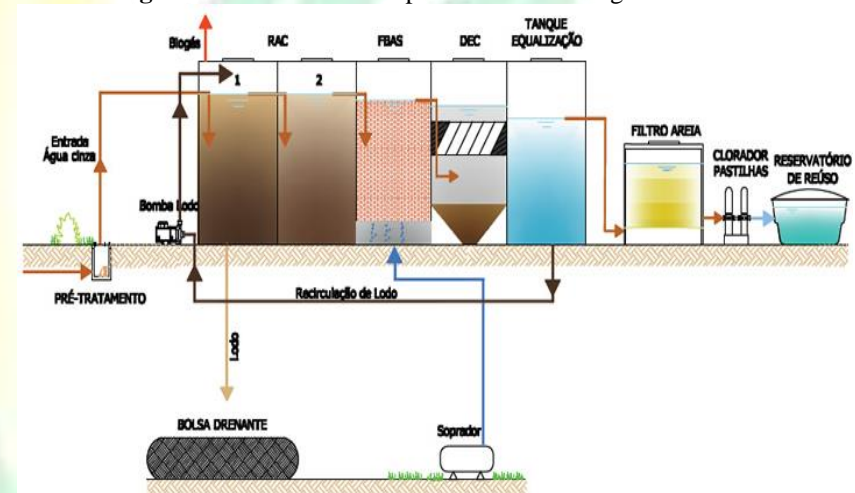
As águas residuais não industriais e derivadas de processos domésticos são chamadas de águas cinzas. Diferem das águas negras sanitárias, mais poluídas, pela quantidade e composição de produtos químicos e contaminantes biológicos. Em uma edificação de qualquer tipo seja residência, comércio, indústria, as fontes típicas de águas cinzas são aquelas que provêm do uso de chuveiro, pia, tanque e máquina de lavar roupas. (CORSINI, Rodinei, 2012).

Portanto, com tratamento adequado em edificações ou habitações populares segundo Corsini (2012), pode ser feito em diferentes níveis, é possível reaproveitar essa água.

Normalmente, o reuso é destinado principalmente para irrigação, lavagem de pisos e descargas sanitárias. Para montar um sistema eficiente de reuso da água cinza é necessário que sua captação, na fonte, seja separada da água negra por tubulações independentes.

A definição de qual será o sistema e a instalação do equipamento adequado para tratamento é determinada pelo reuso desejado e possível. Confira três sistemas de reutilização dessas águas - para reuso direto, com filtragem e com tratamento completo.

Figura 30: Sistema de Reaproveitamento de águas cinzas.



Fonte: Site Fluxo Ambiental, 2016.

7.0 PROJETOS DE REFERÊNCIA

7.1 SHOPPING POPULAR DE BRASÍLIA

O shopping Popular de Brasília está localizado em Brasília – DF, ao lado da estação Rodoferroviária de Brasília, junto a Estrada Parque de Indústria e Abastecimento (EPIA), o edifício foi projetado pelo Arquiteto Alencar Blanco Cinnanti em 2007. A edificação está dividida em dois pavimentos (Subsolo e térreo) e possui uma área total de 40.000,00 m².

Figura 31: Shopping Popular de Brasília.



Fonte: AGÊNCIA BRASÍLIA, 2016.

O projeto tem sua arquitetura inspirada na natureza, precisamente nas ondas do mar com seus contornos curvilíneos, conforme destacado na (fig.31), resultando em uma sequência de onze pórticos curvilíneos paralelos. Seu design compõe-se de linhas curvas, formadas pela união de arcos, criando uma figura

geometricamente irregular, que, mesmo sendo confeccionados em perfis metálicos, material naturalmente rígido conferiu a edificação uma extraordinária leveza, onde o movimento e estática se equilibram harmoniosamente.

O mesmo abrange 1.595 boxes divididos em quatro alas. O empreendimento conta com praça de alimentação, banheiros coletivos, e banheiros exclusivos para (PCR), fraldários e estacionamento subsolo com mais de 900 vagas.

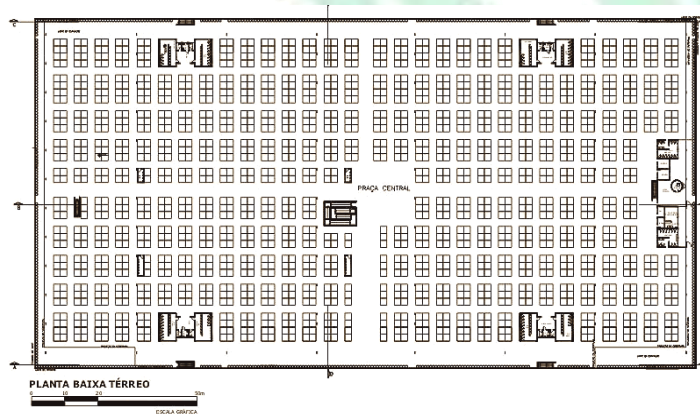
Os sheds da cobertura, aproveitam o partido da estrutura conforme destacado na (fig.32), desempenham uma função fundamental na edificação, pois, com a utilização de venezianas translúcidas, foi possível a entrada de iluminação natural difusa, trazendo a edificação transparência e luminosidade, assim como a circulação do ar, facilitando a ventilação cruzada em toda a área da edificação.

Figura 32: Shopping Popular de Brasília.



Fonte: Portal Met@lica construção civil

Figura 33: Planta Baixa Térreo



Fonte: Portal Met@lica construção civil.

7.2 AEROPORTO CRUZEIRO DO SUL

De acordo superintendência local da Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária (Infraero), o terminal com 3,5 mil metros de área construída teve a parceria do Governo do Estado, que decidiu criar um projeto arquitetônico levando em conta as características da Região do Vale do Juruá, onde habitam diversos povos indígenas (fig.34), a inauguração foi em 2009 e ainda é o aeroporto mais bonito da região Norte do Brasil.

Figura 34: Aeroporto Cruzeiro do Sul, no Acre.



Fonte: Moura do Site G1, 2017.

Em seu entorno, existe mais de 15 milhões de metros quadrados de floresta que auxiliam na caracterização do projeto arquitetônico, a área faz parte do sítio aeroportuário de Cruzeiro do Sul, um dos maiores do país.

Sua estética visual externa é rústica, no interior do prédio esbanja modernidade (fig. 35). A estrutura que tem capacidade de receber 300 mil passageiros por ano conta com todos os aparatos eletrônicos de segurança e comunicação, além de um sistema de refrigeração movido à água, possui um porte menor se comparado a muitos outros, mas com esta arquitetura e obedecendo aos padrões ambientais ainda não existe na região.

Figura 35: Interior do Aeroporto.



Fonte: Moura do Site G1, 2017.

7.3 CENTRO SEBRAE DE SUSTENTABILIDADE

O Centro Sebrae de Sustentabilidade está localizado em Cuiabá, capital de Mato Grosso, o foi projetado com base no conceito de arquitetura sustentável e com resgate das culturas indígenas brasileiras (fig.36), seu projeto arquitetônico é de autoria de José Afonso Botura Portocarrero, arquiteto, professor da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT) e Doutor em habitações indígenas brasileiras. Em formato ogival, o edifício é baseado no conhecimento ancestral e nas casas indígenas do Xingu, consideradas exemplares em termos de arquitetura bioclimática.

Figura 36: Centro Sebrae de Sustentabilidade, Cuiabá.



Fonte: Site do Sebrae, 2017.

O seu processo de construção incluiu a participação de mulheres, reaproveitamento de resíduos (madeiras, pedras, etc) e o projeto se adaptou ao terreno em declive, evitando a terraplanagem e preservando a vegetação nativa.

O prédio do CSS foi desenvolvido com base na orientação do sol (nascente-poente), contemplando beirais que evitam a radiação direta e possível diminuição do conforto térmico. Em forma ogival como nos desenhos das casas indígenas, possui pé direito de 7,5 metros e tem sua aerodinâmica e sua cobertura projetadas em duas cascas (exterior e interior), espaçadas por cerca de 30 cm.

Figura 37: Brises Móveis controlam a luminosidade.



Fonte: Site do Sebrae

7.4 FOOD CONTAINER

O projeto Container Food Park, de Belo Horizonte (MG), possui uma área de 210 m², e está locado em um terreno cujas dimensões é 480 m², teve sua obra concluída em 2017, e seu projeto foi pequenos restaurantes modulares que pudessem ser replicados em um sistema de franquia e tivessem infraestrutura para funcionar de forma independente ou em conjunto no modelo food park.

Figura 38: Restaurantes Food Container.



Fonte: Galeria da Arquitetura, 2017.

9.0 MATRIZ DE ANÁLISE

Figura 39: Matriz de Análise dos Projetos de Referência

ATRIBUTO	VARIÁVEIS	PROJETOS REFERENCIAIS			
		CASO 1	CASO 2	CASO 3	CASO 3
ESTRUTURA FÍSICA	Situação Atual	Shopping Popular de Brasília	Aeroporto Cruzeiro do Sul	Centro Sebrae de Sustentabilidade	Food Container
	Localização	Brasília	Rio Branco	Cuiabá	Belo Horizonte
	Metragem (m ²)	40.000 m ²	3.500,00 m ²	1.000,00 m ²	210,00 m ²
	Partido Arquitetônico	Contemporâneo	Rústico/Indígena	Contemporânea/Indígena	Contemporâneo
	Ambientes Projetados	Estrutura Modulada	Saguão e Pista de Pouso	Espaços de estudo e eventos	Estrutura Modulada
	Materiais construtivos	Aço e vidro translúcido	Aço, concreto, madeira.	Concreto	Aço
	Sistema Construtivo	-	-	-	-
	Condicionantes ambientais		Iluminação natural	Iluminação natural	-
	Sistema energético	Iluminação Zenital		conforto térmico e acústico.	-
	Instalações complementares	-	-	-	-

9 ASPECTOS METODOLÓGICOS

9.1 UMA PROPOSTA PROJETUAL

O local da atual instalação do Shopping Popular de Várzea Grande possui uma área de aproximadamente 2.825,67 m² e está localizado na Av. Couto Magalhães n° 1668, Centro Norte de Várzea Grande, Mato Grosso.

Figura 40: Localização do atual Shopping Popular



Fonte: Google Earth. Adaptado pela autora. 2018

9.1.1 O OBJETO

E na presente proposta a implantação do projeto se deslocará a 500m do local da edificação existente, para Av. Senador Filinto Muller, s/n fazendo fundo com a Rua João Líbano, situado no bairro Centro Norte em Várzea Grande, Mato Grosso.

9.1.2 ESTUDO DE VIABILIDADE

Figura 41: Estudo de viabilidade da nova edificação.

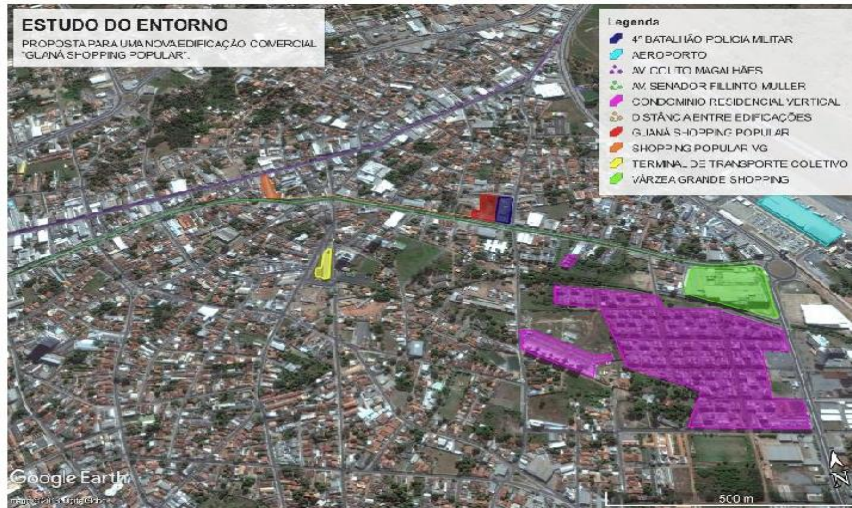


Fonte: Google Earth,. Adaptado pela autora. 2018.

Para que a nova proposta da edificação comercial não impactasse de forma negativa no trabalho dos vendedores ambulantes, a escolha do local foi um fator primordial para a realização do projeto arquitetônico, pois deveria ser próximo a edificação existente, e deveria haver espaço suficiente para nova edificação junto a um espaço de estacionamento. Sendo assim, o terreno escolhido está situado a 500m de distância do empreendimento atual e está localizado ao decorrer da Av. Filinto Muller.

9.1.3 ESTUDO DO ZONEAMENTO

Figura 42: Estudo de Zoneamento.



Fonte: Google Earth. Adaptado pela autora. 2018

O terreno localiza-se ao lado do 4º Batalhão de Polícia Militar, em suas proximidades temos o Banco do Brasil, Unicred, Diretório Municipal de Várzea Grande, Escola Estadual Professora. Adalgisa de Barros, Shopping Center, Aeroporto, área residencial e outros comércios, conta com serviços de infraestrutura urbana, coleta de lixo, transporte público e iluminação.

9.1.4 O TERRENO DA PROPOSTA

Figura 43: Localização do terreno da proposta.



Fonte: Google Earth. Adaptado pela autora. 2018

Na Av. Sen. Filinto Muller nº 944, são duas faixas de rolamento dupla, sendo 7,40m uma e 7,80m, o canteiro que separa as vias são de 2,64m e a faixa de caminhada com 5,90m, na testada do terreno, na Rua Clóvis Huguenei a calçada é de 2,00m e a faixa de rolamento 5,80m, na Av. Gov. Pedro Pedrossian a calçada é com 2,20 e a faixa de rolamento de 8,00m, faz esquina com a Av. Sen. Filinto

Muller, e na rua João Líbano 1,60m de calçada e 5,80m a faixa de rolamento, essa rua faz fundo com o terreno.

10 ESTUDO DAS CONDICIONANTES FISICO-ESPACIAIS

10.1 TOPOGRAFIA

O Terreno da atual proposta não possui grande desnível, possuindo apenas a diferença de nível de apenas 1 metro, portanto não foi necessário realizar a terraplanagem do mesmo, a sua escolha foi influenciada devido o mesmo possuir saneamento básico e infraestrutura que comportaria a edificação proposta.

10.2 INSOLAÇÃO

A cidade de Várzea Grande e a capital Cuiabá, pertencem a zona climática tropical, portanto a maior parte dos meses do ano, a insolação é incidente, através na proposta realizada houve a preocupação de proteger as fachadas através de elementos que protegem esta insolação.

10.3 CLIMA

Os ventos predominantes foram importantes na decisão do partido e da implantação. Na região o seu posicionamento é sentido Noroeste.

10.4 VEGETAÇÃO

No terreno não possui nenhuma vegetação nativa, a não ser gramíneas de capins e alguns entulhos. Portanto na proposta foi estabelecida a utilização de diversas espécies nativas de pequeno e médio porte que contribuirão para a melhoria do microclima local, e influenciam no estímulo visual, pois a edificação terá destaque em seu aspecto estético, contribuindo também para o aspecto acústico pois as plantas são relevantes em abafar os ruídos causados pelo entorno.

11 SETORES DE INTERVENÇÃO

Ao decorrer do tempo as cidades passam por processos de transformações, principalmente em centros urbanos, estas evoluções implicam-se a uma demanda em que a arquitetura deve estar integrada com o seu entorno e ao mesmo tempo corresponder as necessidades do cotidiano da população.

Entretanto, com esse crescimento muitas áreas não possuem o uso adequado e conseqüentemente acaba se tornando um vazio urbano e acarretará conseqüências sociais e políticas para a cidade. A partir da principal proposta abordada neste trabalho, verificou-se a necessidade de destinar um novo uso para a área em estudo, anteriormente ocupada como Shopping Popular de Várzea Grande, estabelecendo uma nova tipologia de uso, para assim influenciar na qualidade de vida da população que frequentam o centro urbano.

11.1 REQUALIFICAÇÃO URBANA APLICADA AO PROJETO

A revitalização urbana é contrária aos conceitos aplicados a renovação, pois destaca o patrimônio histórico e a reestruturação de centros urbanos. O processo de revitalização permeia-se em três meios importantes: projeto arquitetônico para uma edificação, no

qual é realizado a reformulação do antigo e a elaboração de espaços que proporcionam o entretenimento da população em geral para assuntos relacionados a políticas públicas, permitindo a integração da administração e incentivando a parceria privada e pública para o desenvolvimento de uma cidade sustentável.

De acordo com a principal proposta de realizar uma nova edificação comercial para os vendedores ambulantes da cidade Várzea Grande, houve a necessidade de propor um novo espaço para a edificação já existente, para assim permitir o entretenimento da população da região, e promover a interação social entre os usuários.

Considerando a deficiência de espaços neste âmbito na cidade de Várzea Grande, buscou-se o desenvolvimento de uma proposta de um calçadão multiuso, que possibilitará o acesso rápido entre as avenidas de estudo Senador Fillinto Muller e Couto Magalhães, buscando assim elaborar um espaço público inovador e que promoverá a qualidade de vida para a população.

11.2 A PROPOSTA DO CALÇADÃO E FOOD TRUCK CONTAINER

A proposta do calçadão e food truck container, está situada na avenida senador Fillinto Muller nº 1668, a mesma está situado no centro comercial da cidade de Várzea Grande, e o seu entorno é uma área predominantemente comercial, o mesmo será implantado devido a demolição da instalação do Shopping Popular antiga, para locar a nova edificação. O local será constituído de um calçadão que permitirá a transição de pedestres ao decorrer do dia, e pelo período noturno funcionará um espaço de alimentação destinado ao Food Truck Container, onde promoverá o lazer de quem passa pelo centro da cidade.

11.3 A PROPOSTA DO SHOPPING POPULAR

A atual proposta para a nova edificação comercial de Várzea Grande está situada na Avenida Filinto Muller nº 944, a aproximadamente 500 metros de distância da edificação existente do Shopping Popular antigo, e aproximadamente 364 metros de distância do terminal de transporte coletivo André Maggi, esta mudança não terá impacto na renda dos vendedores ambulantes, pois se encontra próximo a edificação antiga, portanto os usuários que

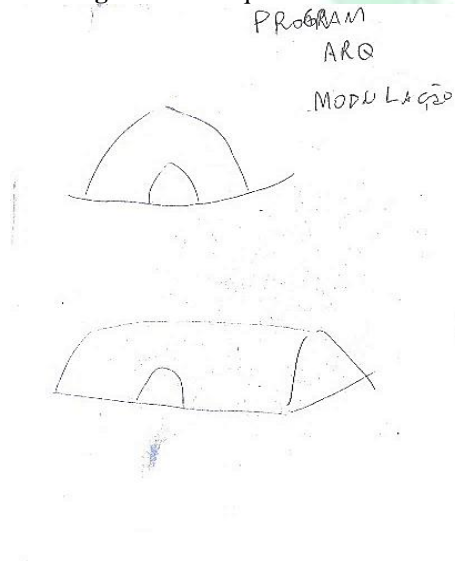
frequentam diariamente o estabelecimento possuirão um acesso facilitado ao novo centro comercial, com a exclusividade de realizar compras em um estabelecimento de qualidade, harmônico e que possuirão um ponto de encontro para interação social.

12 PARTIDO ARQUITETÔNICO

O Partido arquitetônico foi desenvolvido com princípios voltados para o resgate e valorização da cultura regional, tendo como parâmetro os costumes a tradição da cultura indígena.

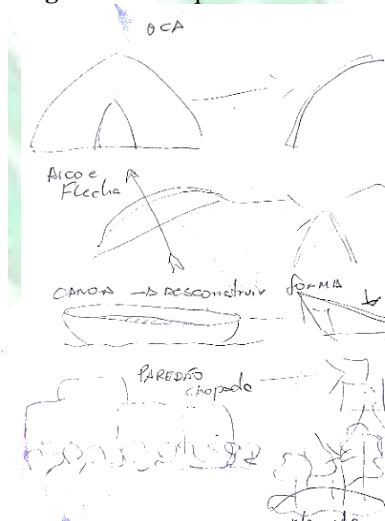
De acordo com os princípios estudados, as práticas construtivas indígenas se desenvolvem através da sustentabilidade e recursos de materiais da natureza, através de sua forma simples e prática.

Figura 44: Croqui de estudo 01



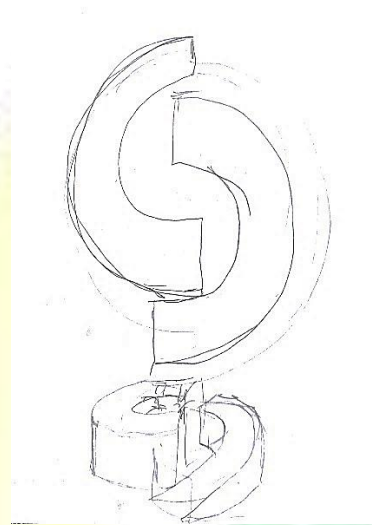
Fonte: Acervo do Autor, 2018.

Figura 45: Croqui de estudo 02



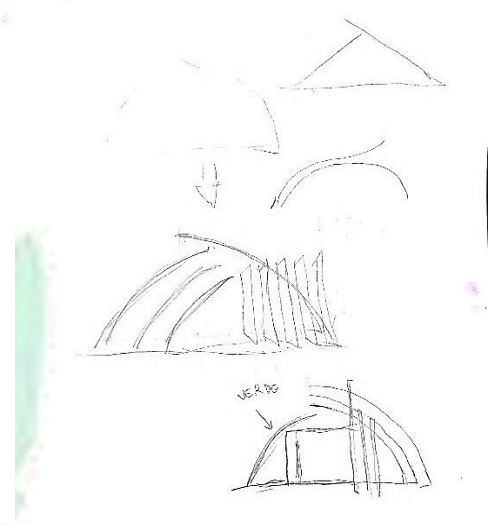
Fonte: Acervo do Autor, 2018.

Figura 46: Croqui de estudo 03



Fonte: Acervo do Autor, 2018.

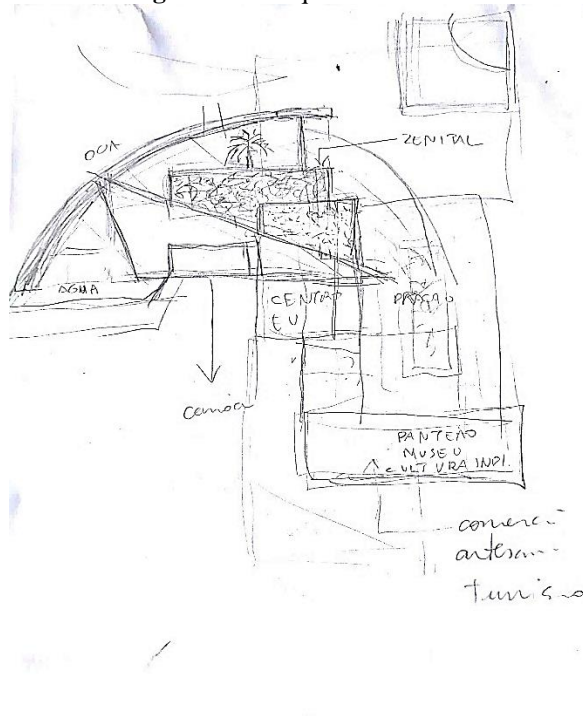
Figura 47: Croqui de estudo 04



Fonte: Acervo do Autor, 2018.

As principais tribos que foram adotadas como referencial para adoção do partido foi a Karajá e a Tupi Guarani, pois ambas tipologias de suas habitações possui formatos distintos. Porém, as habitações não foram as únicas influenciadoras na adoção do partido, seus recursos de sobrevivência também tiveram participação, como os artefatos de pesca e caça e também o seu entorno, como a floresta.

Figura 48: Croqui de estudo 05



Fonte: Acervo do Autor, 2018.

A proposta da fachada, se compõe na cobertura semicircular na forma de casca que remete a forma do Arco, “do arco e flecha. Seu corpo central, fora proposto a forma retangular adotando a tipologia da arquitetura de planta baixa retangular da tribo Tupi, suas faces frontais de diferentes níveis terão a princípio recursos de revestimento de painéis de madeira, e serão instalados jardim verticais em ambas fachadas.

Em seu corpo central no pavimento térreo haverá um jardim interno composto por palmeiras e arbustos que nos lembrará a grandes florestas.

Figura 49: Croqui de estudo 06



Fonte: Acervo do Autor, 2018.

Nos estudos também de partido foram pensados em possibilidades que pudessem fomentar a economia de forma turística dentro do espaço comercial, haveria abrangência de um museu de artesanato e cultura indígena no lobby principal, induzindo a todos os usuários que entrassem no local, passaria primeiramente pelo museu.

12.1 PROGRAMA DE NECESSIDADES

Em busca de solucionar toda problemática existente nas instalações atuais do Shopping Popular, foram propostos os seguintes ambientes para a edificação comercial, em sua abrangência de 4 pavimentos:

12.1.1 SETOR SERVIÇOS

- 167 pontos comerciais que serão definidos por modulações (3x3);
- 1 Espaço Kids;
- 4 Quiosques;
- 16 Lanchonetes;
- 1 Sala de Exposição e artesanato da cultura indígena;
- 1 Sala de Exposição e artesanato da cultura várzea grandense;
- 8 Banheiros masculino e feminino adaptado para portadores de cadeiras de rodas (PCR);
- 8 Banheiros públicos masculino e feminino;
- 3 Depósitos;
- 1 Estacionamento.

12.1.2 SETOR ADMINISTRATIVO

- 1 sala de controle e segurança;
- 1 sala de administração;
- 1 escritório;

12.1.3 ACESSOS

- Escadas enclausuradas para saídas de emergência;
- Rampas de acesso aos pavimentos;
- Elevadores sociais;
- Elevador/ plataforma de carga de serviços;

12.4 PRÉ-DIMENSIONAMENTO

Tabela 01: Pré-Dimensionamento

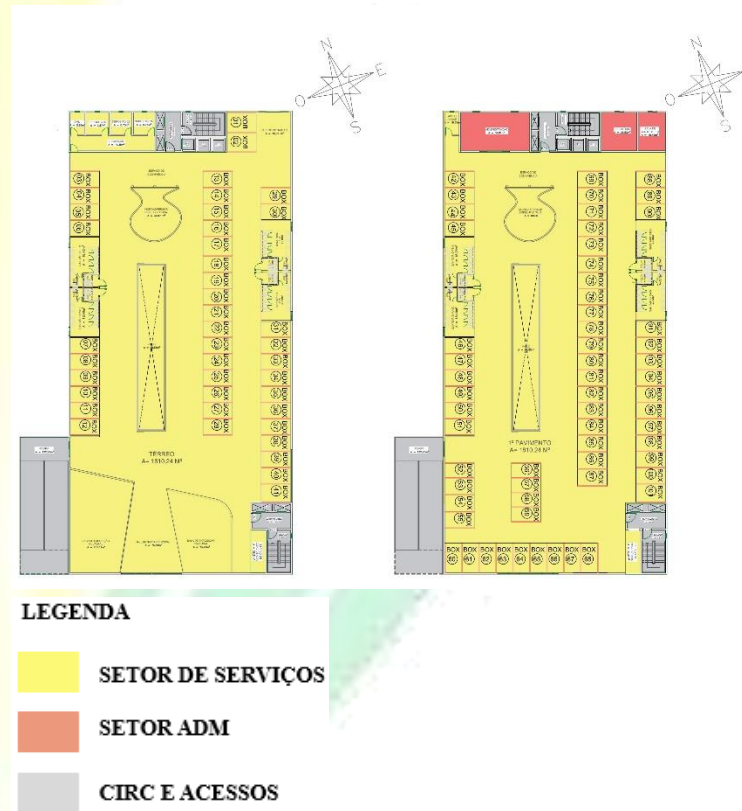
PROGRAMA DE NECESSIDADES E PRÉ DIMENSIONAMENTO				
Setor	Quant.	Ambientes	Atividade Executada	Área (m ²)
ADM.	1	Administração	Administração do shopping	39,01 m ²
	1	Escritório	Administração comercial	23,52 m ²
	1	Controle e segurança	Monitoramento da segurança	15,49 m ²
SERVIÇOS	167	Pontos comerciais	Comercialização	8,80 m ²
	1	Espaço Kids	Recreação infantil	20,60 m ²
	4	Quiosques	Comercialização	25,00 m ²
	16	Lanchonetes	Alimentação	12,66 m ²
	1	Sala de exposição da cultura indígena	Exposição de arte e artesanato	74,73 m ²
	1	Sala de exposição de uso misto	Exposição de arte e artesanato	101,11 m ²
	16	Sanitário Feminino	Higiene pessoal	18,78 m ²
	16	Sanitário Masculino	Higiene pessoal	18,40 m ²
	8	Sanitário PCR Feminino	Higiene pessoal	3,39 m ²
	8	Sanitário PCR Masculino	Higiene pessoal	3,39 m ²
	3	Depósito	Armazenamento de mercadorias	8,76 m ²
	15	D.M.L	Armazenamento de materiais de limpeza	3,15 m ²
	3	Apoio do andar	-	18,35 m ²
	42	Estacionamento	-	-

Fonte: Acervo do Autor, 2018.

12.5 SETORIZAÇÃO

A setorização do Shopping Popular foi elaborada para o entendimento do fluxo de acessos e serviços do estabelecimento.

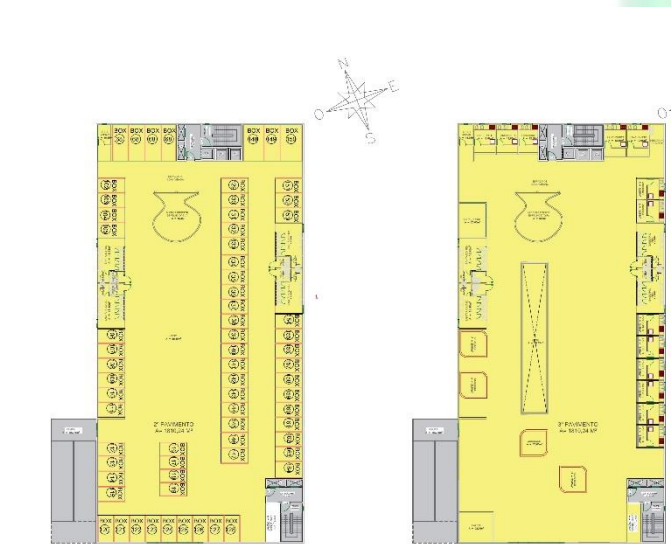
Figura 50: Setorização do Térreo e 1º pavimento



Fonte: Acervo do Autor, 2018.

No pavimento térreo está disposto em sua maior ocupação o setor de serviços, sendo ele composto pelos Box de lojas para os vendedores, e duas salas de exposição abrangendo os quesitos da cultura indígena, e da cidade de Várzea Grande, e no primeiro pavimento estará disposto a administração do shopping e seguindo novamente o layout de lojas em sentido linear.

Figura 51: Setorização do 2º e 3º pavimento.



LEGENDA

- SETOR DE SERVIÇOS
- SETOR ADM
- CIRC E ACESSOS

Fonte: Acervo do Autor, 2018.

12.6 ANÁLISE DA LEGISLAÇÃO INCIDENTE

Conforme a lei complementar nº 3.727/2012 sobre o Zoneamento de Uso e Ocupação do Solo Urbano do Município de Várzea Grande, o terreno se localiza na Zona Central (ZC), é a zona caracterizada por alto grau de polarização e concentração de atividades diversificadas das funções urbanas.

Figura 52: Localização da zona no estudo de zoneamento.



Fonte: Lei complementar nº 3.727/2012/VG.

A carta geotécnica destaca áreas relativamente homogêneas, conhecidas como unidades geotécnicas, envolvendo as restrições do meio físico e potencialidades naturais à ocupação urbana. Essas áreas devem ser definidas com base em concepções que levam em consideração a previsão e desempenho da interação entre a ocupação do solo e o meio físico a partir do conhecimento dos processos

relacionados aos fenômenos e problemas decorrentes das diversas formas de ocupação. Na definição das unidades geotécnicas procurou-se, portanto, retratar o mais precisamente possível, o comportamento esperado do meio físico frente à ação antrópica.

Figura 53: Tipos de comércios que podem ser implantados no terreno.

	* Habitação Unifamiliar * Habitação transitória, hotéis, apart- hotéis, pensões, abrigos ou similares.			* Todos os demais usos
ZC	* Comércio e serviço vicinal * Comércio e serviço de bairro * Órgãos Públicos * Comércio e serviço setorial até de 5.000,00 m ² (3*)	* Comércio e serviço setorial acima de 5.000,00 m ² (3*)	* Comércio e serviços gerais	

Fonte: Lei complementar nº 3.727/2012/VG / recorte realizado pelo autor, 2018.

Neste quadro está em evidência o que é permitido construir no terreno, e também o que é permissível, tolerado e proibido.

Figura 54: Índices urbanísticos

ZONAS	Tx de Permeab. (%)	Tx de Cobertura arbórea (%)	Taxa de Ocupação (%)	Coefficiente Básico	Coefficiente Extra (3*)	Instrumento do Estatuto da Cidade
ZEX	-	85	15	0,15	-	-
ZCP 1	-	70	15	1	-	Gera potencial construtivo para transferência
ZCP2	-	90	5	0,05	-	Gera potencial construtivo para transferência
ZUM	25	-	60	1	1	Outorga Onerosa do Direito de Construir/Recebe Potencial Const.
ZCL	30	-	65	1	2(1*)	Outorga Onerosa do Direito de Construir/Recebe Potencial Const.
ZC	25	-	60	1	1,5	Outorga Onerosa do Direito de Construir/Recebe Potencial Const.

Fonte: Lei complementar nº 3.727/2012/VG/ recorte realizado pelo autor, 2018.

12.6.1 INDICES URBANISTICOS DO TERRENO PROPOSTO

ZONA CENTRAL (ZC)

COEFICIENTE DE OCUPAÇÃO (65%)– 3.344,39 m²

COEFICIENTE DE PERMEABILIDADE (25%)– 1.286,30 m²

POTENCIAL CONSTRUTIVO (1)– 5.145,22 m²

LIMITE DE ADENSAMENTO (2)– 10.290,44 m²

POTENCIAL CONSTRUTIVO EXCEDENTE (2+1) – 15.435,66 m²

PGM– 32M (VIA RADIAL)

TIPO DO USO– EDIFICIO COMERCIAL

12.6.2 NORMAS

O projeto proposto irá atender as seguintes normas: NBR9050/2015- Acessibilidade a Edificações da Associação Brasileira de Normas Técnica – ABNT, NBR9077 Dimensionamento e Saídas de Emergência, a Lei de Uso e Ocupação do Solo do município de Várzea Grande, a Hierarquização viária e Plano diretor da cidade de Várzea Grande.

13 TÉCNICAS E MATERIAIS CONSTRUTIVOS

13.1 VIDROS DE PROTEÇÃO SOLAR

Os vidros de proteção solar são conhecidos por ser capazes de diminuir significativamente a passagem do calor para a parte interna da edificação, proporcionando temperaturas mais agradáveis e melhorando a condição do conforto (RODRIGUES, 2016).

A escolha por esse material se deu como alternativa de proteção da edificação a alta incidência solar que a cidade de Várzea Grande dispõe, por possuir propriedades de absorção de raios ultravioletas que afeta a saúde do ser humano, provocando diversas problemas de saúde (RODRIGUES, 2016).



Figura 55: Vidro com película protetora solar.

Fonte: Blog Dica da Arquiteta, 2016.

13.2 JARDIM VERTICAL

Os painéis utilizados como jardim vertical podem ser instalados em diversas estruturas diferentes. No projeto desenvolvido a vegetação será colocada em lambris de madeira com irrigação automatizada através da utilização de águas cinzas, colaborando com os recursos naturais (ALVES, 2016).

A utilização da vegetação em ambientes ou fachadas proporciona a humanização visual da superfície, assim como auxilia a melhoria da temperatura e da umidade local. Além disso, a vegetação revestindo a superfície permite a absorção da luz solar, evitando reflexos de luz e calor (ALVES, 2016).

Figura 56: Jardim vertical resistente a seca.



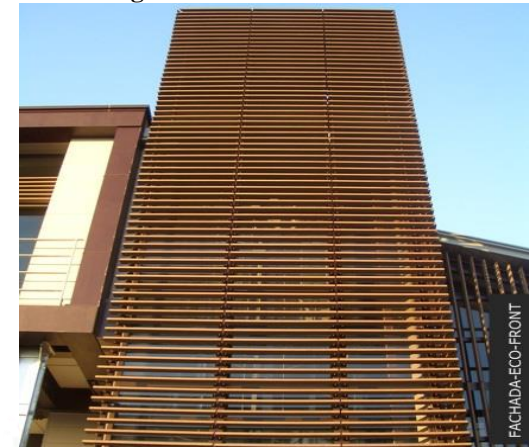
Fonte: Blog SustentArq, 2016.

13.4 MADEIRA

As fachadas de madeira podem trazer benefícios para a saúde, além de purificar o ar, controla a umidade e ajuda no combate a doenças respiratórias, alérgicas, reumáticas e etc. As construções de edificações ou a utilização de madeira em fachadas, são ecologicamente corretas devido ao fato de não libertar com a mesma profusão o CO2 na construção, outro quesito importante é que a utilização de madeiras são ótimas quando o assunto é isolamento e redução de ruídos, além de reter o calor e espalhá-lo pelo interior uniformemente dispensando o uso de ar condicionado ou equipamentos de aquecimento.

As fachadas deste material são tão duráveis quanto as de alvenaria e também são fortes devido à complexidade de sua montagem, outra importante vantagem é o custo, sua construção chega a ser 20% mais barata que a das convencionais.

Figura 57: Fachada em madeira



Fonte: Site Madeiras Eco Front, 2018.

13.5 ESTRUTURA DRYWALL

Para a execução dos boxes de lojas serão implantados o sistema de Drywall, pois é um material de diversos benefícios e que gerará uma grande economia para a obra, de acordo com a ABD (Associação Brasileira de Drywall), sendo citados alguns em destaque:

- **Rapidez e limpeza na montagem:** Uma parede, um forro ou um revestimento em drywall é executado com muita rapidez e gera muito pouco entulho.

- **Reformas fáceis:** Em razão da rapidez e da limpeza na montagem dos sistemas drywall, reformar um imóvel ficou muito mais simples, permitem soluções criativas, como uso de curvas, recortes para iluminação embutida e muito mais.
- **Isolamento de ruídos:** Os sistemas drywall isolam melhor os sons e contribuem para tornar os ambientes mais confortáveis no que se refere à transmissão de ruídos.
- **Ganho de área útil:** Como as paredes drywall são mais estreitas do que as de blocos ou tijolos, há um ganho na área útil. Esse ganho é de 5% aproximadamente.

Figura 58: Estrutura de Drywall

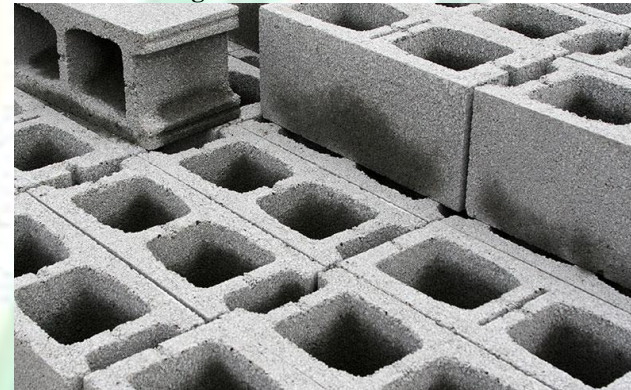


Fonte: Blog do Drywall, 2017.

13.6 BLOCO DE CONCRETO

O bloco de concreto por ter dimensões mais precisas, oferece maior produtividade da mão de obra e economia de revestimento. Na alvenaria, cada bloco de concreto é organizado de forma a ser capaz de suportar todas as cargas da construção. Uma das maiores vantagens da utilização deste material é o seu preço, propriedade térmica, acabamento e rapidez na execução da obra.

Figura 59: Bloco de concreto



Fonte: Site Mapa da Obra, 2017.

13.7 ESTRUTURA DA COBERTURA

As Cascas constituem-se de um tipo de estrutura que possui uma vasta quantidade de aplicações, os grandes vão possíveis, baixo peso e alta rigidez são algumas das vantagens obtidas com o emprego deste tipo de estrutura e uma performance estrutural otimizada tem sido cada vez mais requisitada. Esta performance pode ser obtida com otimização tanto do material quanto da estrutura. No caso de estruturas de cascas, a rigidez depende da geometria da casca e sua forma governa a resposta estrutural da mesma (SOUZA [s.d]).

Figura 60: Cobertura em Casca de concreto.



Fonte: Blog Arquitetando na net, 2010.

14 DEFINIÇÃO DE TIPOLOGIAS

14.1 GUANÁ SHOPPING POPULAR

Figura 61: Perspectiva da fachada frontal.



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Figura 62: Perspectiva da fachada posterior.



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Figura 63: Perspectiva da fachada lateral direita.



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Figura 64: Perspectiva da fachada lateral esquerda.



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Figura 65: Perspectiva da vista superior.



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Figura 66: Perspectiva interna 01



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Figura 67: Perspectiva interna 02



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Figura 68: Perspectiva interna 03



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Figura 69: Perspectiva interna 04



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Figura 70 : Perspectiva interna 05



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Figura 71 : Perspectiva interna 06



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

14.2 CALÇADÃO E FOOD TRUCK CONTAINER

Figura 72 : Perspectiva interna 07



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Figura 73 : Perspectiva interna 08



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Figura 74 : Perspectiva food truck 01



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Figura 75 : Perspectiva food truck 02



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Figura 76 : Perspectiva food truck 03



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Figura 77 : Perspectiva food truck 04



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

Figura 78 : Perspectiva food truck 05



Fonte: Acervo pessoal do autor, 2018.

15 PROPOSTA FINAL

O principal intuito para a elaboração da proposta projetual foi fomentar a economia da cidade de várzea grande através do setor que possui maior abrangência nos recursos obtidos para cálculos estimados do PIB (Produto Interno Bruto) da cidade: o setor terciário.

Outro fator importante para a melhoria na infraestrutura no que se refere a edificação que comporta os vendedores do setor informal da região, era promover um ambiente mais confortável para se trabalhar, e possibilitar o aumento de vendas, pois o local será mais atrativo e com isso irá trazer novos clientes para o estabelecimento.

A edificação proposta além de promover a segurança aos usuários e clientes por estar localizado ao lado do batalhão de polícia militar, irá promover a economia de energia através de sistemas aplicados ao local, e também a economia de água, pois irá abranger a reutilização das águas cinzas que são descartadas, fazendo com isso a irrigação de jardins e limpeza.

Possibilitará também um novo espaço de convivência no local da edificação antiga, e irá trazer para cidade de Várzea Grande um espaço público de convívio no qual os pedestres possam ir passear com suas famílias para se alimentar e utilizar o mesmo como espaço

de interação social, além de que poderão transitar entre as principais avenidas.

16 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em consideração todo embasamento teórico abordado neste trabalho para que houvesse um melhor entendimento em referência a arquitetura comercial e a abrangência da economia informal em diversos aspectos.

A cidade de várzea Grande é o segundo município mais populoso do estado, por ser uma região metropolitana do vale do rio Cuiabá, é um pouco esquecida em diversos quesitos quanto questiona-se a sua identidade regional e cultural, sendo que a mesma possui uma vasta riqueza cultural a ser explorada.

As propostas arquitetônicas apresentadas visam atender a demanda de vendedores ambulantes da cidade que não possuem um local adequado para trabalhar, e a população em possuir um espaço mais adequado para frequentar e realizar as suas compras.

Com isto, a cidade Várzea Grande receberá mais visitas e os usuários que se deslocam da cidade para ir até Cuiabá no estabelecimento comercial Shopping Popular, passam a utilizar o novo centro comercial proposto e a usufruir dos recursos que o mesmo possibilita.

17 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Sthéfany. **Jardim vertical resistente à seca compõe fachada de prédio em São Francisco Jardim vertical resistente à seca em São Francisco.** 10.05.2016. Disponível em: <https://sustentarqui.com.br/urbanismo-paisagismo/jardim-vertical-resistente-a-seca>.

BLOG CASA E CIA.ARQ. **Jardins Verticais.** Disponível em: http://www.casaecia.arq.br/jardins_verticais.htm.

BLOG DO DRYWALL. **Como fazer parede Drywall, passo a passo.** 17.05.2017. Disponível em: <https://blogdodrywall.com.br/como-fazer-parede-drywall-passo-passo/>.

BLOG ECOD. ARQUITETURA E CONSTRUÇÃO. **Jardim Vertical.** 2014. Disponível em: <http://www.ecodesenvolvimento.org/posts/2014/documentario-mostra-montagem-de-jardim-vertical-em>.

BLOG UM JARDIM PARA CUIDAR. **Aproveite a sombra do seu jardim.** 03 de abril de 2012. Disponível em: <http://umjardimparacuidar.blogspot.com/2012/04/aproveite-sombra-do-seu-jardim.html>.

CIDADE, BRUNO. Site Mídia News. **Shopping popular inaugura sede de 27 milhões na capital.** 21.07.2017. Disponível em: <http://www.midianews.com.br/cotidiano/shopping-popular-inaugura-sede-de-r-27-milhoes-na-capital/237771>.

CHILIGA, Dilza. **OS REFLEXOS DA MUDANÇA DO CAMELÓDROMO PARA O SHOPPING POPULAR.** 2004

CACCIAMALI, Maria Cristina. **(Pré) conceito sobre o setor informal, reflexões parciais embora instigantes.** Econômica, Rio de Janeiro, v.9, n1 p.145-168, junho 2007.

CAMARGO, Aliana. Site hiper notícias. **Várzea Grande completa 144 anos e população pede mudanças.** 15 de maio de 2011. Disponível em: <http://www.hipernoticias.com.br/cidades/varzea-grande-completa-144-anos-e-populacao-pede-mudancas/1804>.

FERREIRA, João. **História de Várzea Grande.** 15 de janeiro de 2017. Disponível em: <http://www.portalmatogrosso.com.br/municipios/varzea-grande/dados-gerais/historia-de-varzea-grande/581>.

FONSECA R. C. e CAETANO, Edson. **Trabalho e Educação: Um olhar a partir dos Camelôs e Ambulantes de Cuiabá.** 2008.

FULGÊNCIO, Caio; MUNIZ. SITE G1. **Aeroporto no AC diminui climatização e economiza 30% na conta de luz.** 10.02.2017. Disponível em: <http://g1.globo.com/ac/cruzeiro-do-sul-regiao/noticia/2017/02/aeroporto-no-ac-diminui-climatizacao-e-economiza-30-na-conta-de-luz.html>.

GARREFA, Jefferson. **A Arquitetura do comércio varejista em Ribeirão Preto: a emergência e a expansão dos shopping centers.** 2002.

LAMBERTS, Roberto. **Desempenho térmico de Edificações**. Aula 04. Aula de desempenho de edificações. UFSC. ECV 5161. Pag. 13, 26 E 28.

LAMBERTS, Roberto; DUTRA, Luciano; RUTTKAY, Fernando Oscar. **“Eficiência energética”**. PW Gráficos e Editores Associados Ltda. 1997.

Lei complementar de uso e ocupação do solo nº 3.727. 2012. Várzea Grande.

MACIEL, Marcondes. Diário de Cuiabá. **Economia**. 05.07.1999. Disponível em: <<http://www.diariodecuiaba.com.br/ARQUIVO/050799/ECONOMIA2.HTM>> acessado em 18 de dezembro

MARQUEZ, Ana. Galeria da Arquitetura. **Restaurantes em containers**. 2017. Disponível em: <https://www.galeriadaarquitetura.com.br/projeto/cristiane-salles-arquitetura-e-design_/container-food-park/4222>

MOURA, Dulce; et.al. **A revitalização urbana: contributos para a definição de um conceito operativo**. In: **Cidades, Comunidades e Territórios**, n.0 12/13, 2006, pp. 13- 32 15.

PAMPLONA, J. B. **Mercado de trabalho, informalidade e comércio ambulante em São Paulo: Revista brasileira de estudos de população**. São Paulo, v.30, n.1, jan/jun2013.

Portal Met@lica construção civil. **SHOPPING POPULAR DE BRASÍLIA**. Disponível em: <<http://wwwo.metalica.com.br/shopping-popular-de-brasilia-sobre-o-projeto>> Acesso em: 07 de dezembro de 2017.

PERA, Guilherme. **Empresários têm 20 dias úteis para participar de PPP do Shopping Popular de Brasília**. AGENCIA BRASILIA. 13. 07. 2016 atualizado em 09.08.16. Disponível em <<https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/2016/07/13/EMPRESARIO-S-TEM-20-DIAS-UTEIS-PARA-PARTICIPAR-DE-PPP-DO-SHOPPING-POPULAR-DE-BRASILIA/>>. Acesso em 16 de dezembro de 2017.

RODRIGUES, Elyzia. **Película de Controle Solar - Ameniza o calor e a incidência solar**. 25.10.16. Disponível em: <<http://www.dicadaarquitectura.com.br/2016/10/pelicula-de-controle-solar-ameniza-o.html>>

SANTOS, M.; VIANA, M. T. R. (Trad.). **O espaço dividido: Os circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**. Rio de Janeiro: F. Alves, 1979. (Coleção Ciências Sociais).

SITE FLUXO AMBIENTAL, **Reuso de águas cinzas**. Disponível em: < <http://www.fluxoambiental.com.br/solucao/reuso-de-aguas-cinzas/>> . Acesso em: 28 de Março de 2018.

Site 24 horas News. **Shopping Popular de Cuiabá completa 22 anos com muita história**. 21 de abril de 2018. Disponível em: <<https://www.24horasnews.com.br/noticia/shopping-popular-de-cuiaba-completa-22-anos-com-muita-historia.html>>

Site Caminho Político. **"Dependência provisória do Shopping Popular Cuiabá, passar por interdição"**. 14 de fevereiro de 2015. Disponível em: <http://www.caminhopolitico.com.br/2015_02_08_archive.html>

SITE TUDO SOBRE DRYWALL. **Vantagens e aplicações do drywall.** 2018. Disponível em:
<http://www.drywall.org.br/index2.php/10/vantagens-e-aplicacoes>.

SITE MAPA DA OBRA. **Bloco de concreto.** 18.08.2017. Disponível em: <http://www.mapadaobra.com.br/capacitacao/bloco-de-concreto-principais-vantagens/>.

SITE ZEMAD. **Fachada de Madeira.** 2018. Disponível em:
<http://www.zemad.com.br/fachada-de-madeira-oferece-vantagens/>.

SIQUEIRA, Sebastião. Siqueira News Revista Digital. **Shopping Popular espera aumento de 10% nas vendas para o dia dos pais.** 12.08.2015. Disponível em:
<http://www.siqueiraneews.com/2016/08/shopping-popular-espera-aumento-de-10.html>.

SOUZA, Laelya. **Casca e Membrana.** Estrutura. 2018. PUC Goiás. Disponível em:
<https://www.passeidireto.com/arquivo/39241431/casca-e-membrana>.

SITE DO SEBRAE. **Centro Sebrae de Sustentabilidade.** 2018. Disponível em:
<http://sustentabilidade.sebrae.com.br/sites/Sustentabilidade/Institucional/Quem-Somos>.

RAMALHO, Jorge. Site da Prefeitura de Várzea Grande. **SECOM. Várzea Grande terá Ganha Tempo.** 21/11/2012. Disponível em:
<http://www.varzeagrande.mt.gov.br/conteudo/10057>.

VÁRZEA GRANDE ganhará “ganha tempo”, Disponível em:
<<http://www.varzeagrande.mt.gov.br/conteudo/10057>> Acesso em: 06 de Abril DE 2018.

VARGAS, C.Heliana. **PROJETO MEMÓRIAS DO COMÉRCIO EM SÃO PAULO: NOVOS OLHARES**, 2012.

VERSIANI, Flávio. **O processo brasileiro de industrialização:**

VIGANNO, Mario. Blog do Arquiteto. **Bioclimatismo.** Dezembro, 2016. Disponível em:
<http://marioviggiano.blogspot.com/p/bioclimatismo.html>.

APÊNDICES

01 – Planta de Implantação Guaná Shopping Popular

02 – Planta Baixa do térreo e primeiro pavimento.

03 – Planta Baixa do segundo e terceiro pavimento.

04 – Planta Layout do térreo e primeiro pavimento.

05 - Planta Layout do segundo e terceiro pavimento.

06 – Cortes

07 – Planta de Cobertura

08 – Fachadas

09 – Perspectivas Guaná Shopping Popular

10 - Planta de Implantação Food Truck Container

11 – Planta Baixa Food Truck Container

12 – Planta Humanizada Food Truck Container

13 – Perspectivas Food Truck Container

