

TC 2019/2 | ISABELA CERQUEIRA ANDRADE
ARQUITETURA E URBANISMO | UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS

UMA NOVA VISÃO PARA A GALERIA WILSON VAZ: O Retrofit como ferramenta para requalificação de um ícone comercial de Palmas - TO



**FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE PALMAS
CURSO DE ARQUITETURA E URBANISMO**

**UMA NOVA VISÃO PARA A GALERIA WILSON VAZ:
O Retrofit como ferramenta para requalificação de um ícone comercial
de Palmas - TO**

**PALMAS - TO
NOVEMBRO - 2019**

ISABELA CERQUEIRA ANDRADE

**UMA NOVA VISÃO PARA A GALERIA WILSON VAZ:
O Retrofit como ferramenta para requalificação de um ícone comercial
de Palmas - TO**

Trabalho de Curso apresentado ao curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Tocantins, orientado pelo Prof. Me. Rodrigo Botelho de Hollanda Vasconcellos, como parte dos requisitos para obtenção do título de Arquiteta e Urbanista.

**PALMAS - TO
NOVEMBRO – 2019**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins

A553n Andrade, Isabela Cerqueira.
Uma nova visão para a galeria Wilson Vaz:: o retrofit como ferramenta para requalificação de um ícone comercial de Palmas - TO . / Isabela Cerqueira Andrade. – Palmas, TO, 2019.
113 f.

Monografia Graduação - Universidade Federal do Tocantins – Câmpus Universitário de Palmas - Curso de Arquitetura e Urbanismo, 2019.
Orientador: Rodrigo Botelho de Hollanda Vasconcellos

1. Galeria Comercial. 2. Retrofit. 3. Arquitetura Comercial. 4. Requalificação. I. Título

CDD 720

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

ISABELA CERQUEIRA ANDRADE

**UMA NOVA VISÃO PARA A GALERIA WILSON VAZ:
O Retrofit como ferramenta para requalificação de um ícone comercial
de Palmas - TO**

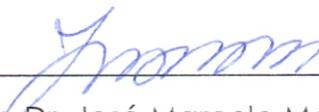
Trabalho avaliado e apresentado à Universidade Federal do Tocantins – Campus Universitário de Palmas – TO, Curso de Arquitetura e Urbanismo, para a obtenção do título de Bacharel e aprovado em sua forma final pelo Orientador e pela Banca Examinadora.

Data de Aprovação: 04 / 12 / 2019

Banca Examinadora:



Prof. Arq. Me. Rodrigo Botelho de Hollanda Vasconcellos
Universidade Federal do Tocantins
Orientador



Prof. Arq. Dr. José Marcelo Martins Medeiros
Universidade Federal do Tocantins
Avaliador Interno



Arquiteto e Urbanista
Avaliador Externo

DEDICATÓRIA

A Deus, pelo dom da vida.

Aos meus pais, irmãos e sobrinho que sem dúvida nenhuma, são os grandes responsáveis por essa vitória.

Aos familiares e amigos pelo apoio e carinho.

Aos professores e colegas pelos conhecimentos compartilhados.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por sua infinita bondade e que de diversas formas me deu forças para que eu pudesse seguir em frente e agora permite que eu realize mais este sonho.

Aos meus pais, Sandra e Joaldo, meus maiores exemplos, que nunca mediram esforços ao fazer o possível e o impossível para minha formação pessoal e profissional. Não consigo descrever o quanto amo vocês.

Às minhas irmãs, Mariana e Giovana, que, sendo minhas melhores amigas, sempre me incentivaram e me ajudaram em tudo que era possível nessa jornada.

Ao meu sobrinho, Miguel, que com sua alegria contagiante me incentiva diariamente a nunca desistir.

A minha cadelinha Maya, fiel e companheira, que sempre está ao meu lado me fazendo companhia nos momentos de trabalho e lazer.

A todos familiares e amigos que sempre acreditaram no meu potencial e torcem pelo meu sucesso.

Agradeço a oportunidade que tive de conhecer pessoas únicas, meus colegas, que caminharam junto comigo nesta jornada com alegria e companheirismo, obrigada por serem parte de algo tão especial para mim.

Aos professores, por todos ensinamentos ao longo do curso. Especialmente ao professor Roberto de Almeida Bottura pela orientação inicial e ao professor Rodrigo Botelho de Hollanda Vasconcellos, por continuar essa jornada comigo, com paciência e atenção, agradeço pelas ideias e sugestões essenciais para a evolução do meu projeto.

E a todos que de alguma forma participaram ou contribuíram para a realização deste trabalho.

RESUMO

Desde as civilizações mais antigas, o comércio e a cidade têm uma forte ligação e dependência. Uma das tipologias comerciais que se destacou foram as galerias comerciais, que ao longo do tempo, se tornaram um importante lugar de trocas de mercadorias. E, mesmo após a popularização dos shopping centers, as mesmas, não deixaram de existir, ainda estão sendo construídas, apesar de que em alguns casos, por diversos fatores, estão em decadência, como é o caso da Galeria Wilson Vaz em Palmas-TO. Por se tratar de um edifício simbólico e de grande importância comercial para a cidade, foi feito um estudo do histórico e da sua evolução, para compreender seu apogeu e declínio. Buscou-se ainda outros estudos de casos semelhantes para melhor compreensão da situação. Diante do que foi percebido, propôs-se uma requalificação da Galeria Wilson Vaz, aplicando-se os conceitos do *Retrofit*, buscando resgatar a vitalidade do edifício através da arquitetura.

Palavras-chave: Galeria Comercial. Retrofit. Arquitetura Comercial.

ABSTRACT

From the earliest civilizations, commerce and city have a strong link and dependence. One commercial typology that stood out was the commercial galleries, which became an important place for trade in goods. Even after the shopping malls popularization, they still exist, they are still being built, although in some cases, due to several factors, they are in decay, such as the Wilson Vaz Gallery in Palmas-TO. For the reason that it's a symbolic building and have a great commercial importance for the city, a history and evolution study was made, to understand its apogee and decline. Other similar case studies were also search for to better understand the situation. Given what was observed, it was proposed a requalification of Wilson Vaz Gallery, applying the concepts of Retrofit, seeking to rescue the vitality of the building through architecture.

Keywords: Commercial Gallery. Retrofit. Commercial architecture.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 PROBLEMATIZAÇÃO	11
3 JUSTIFICATIVA.....	13
4 OBJETIVOS	14
4.1 Objetivo Geral	14
4.2 Objetivos Específicos	14
5 METODOLOGIA	14
6 REFERENCIAL TEÓRICO	15
6.1 Relação cidade e comércio	15
6.1.1 Bazaars	16
6.1.2 Ágora	17
6.1.3 Mercados.....	18
6.1.4 Fórum romano.....	19
6.1.5 Praças de mercado	20
6.1.6 Feiras.....	22
6.1.7 Edifícios de mercados	22
6.2 Galerias Comerciais	23
6.2.1 As galerias comerciais no Brasil.....	30
6.3 Estudos de caso	34
6.3.1 Conjunto Nacional	34
6.3.2 <i>Les Galeries Maldà</i>	41
6.3.3 Requalificação do Mercado Municipal de Pinheiros	46
6.3.4 Time Out Market Lisboa.....	50
6.4 A Galeria Wilson Vaz	52

6.4.1	Localização e Contexto histórico	52
6.4.2	Entorno	60
6.4.3	Processo evolutivo	60
6.4.4	Opinião dos lojistas	68
6.4.5	Situação atual.....	70
7	PROPOSTA DE INTERVENÇÃO.....	85
7.1	Retrofit.....	85
7.1.1	Definição e conceito	85
7.1.3	Aplicação na Galeria Wilson Vaz	89
7.2	Adequações de uso	89
7.2.1	Lojas.....	90
7.2.2	Praça Gastronômica	90
7.2.2	Academia.....	90
7.2.3	Coworking	91
7.2.4	Áreas comuns.....	92
7.2.5	Setorização e Fluxos	92
7.3	Programa de necessidades.....	95
7.4	Partido Arquitetônico	97
7.5	Sistema Construtivo e Estrutural	98
7.6	Detalhes Técnicos	102
7.6.1	Dimensionamento dos reservatórios.....	102
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS	105
	REFERÊNCIAS	106

1 INTRODUÇÃO

A arquitetura comercial é o principal tema desta pesquisa, com foco nas galerias comerciais, sendo o objeto final a elaboração de projeto de requalificação, por meio do *retrofit*¹, para a Galeria Wilson Vaz, localizada na região nordeste da cidade de Palmas – TO.

No Brasil a tipologia de galerias comerciais começou a ser disseminada por volta de 1880, e muitas delas no decorrer dos tempos, passaram por mudanças para se adaptarem as transformações sociais e de mercado, ou ficaram estagnadas e entraram em declínio.

Em Palmas a Galeria Wilson Vaz foi implantada em 1992, sendo a pioneira, teve um período de apogeu, logo após a sua inauguração e com o passar do tempo e o surgimento de novos empreendimentos comerciais, entrou em declínio.

Para se compreender a atual situação da Galeria Wilson Vaz, levando em conta o seu histórico, período de auge e posterior declínio, foi realizado um estudo da galeria, dando ênfase a realidade em que esteve inserida desde sua inauguração até os dias de hoje. O intuito foi de buscar elucidar as causas da decadência e avaliar quais as melhores possibilidades para resgatar a vitalidade do edifício através da arquitetura.

Assim, este estudo tem como objetivo compreender o caso e propor um projeto de requalificação, que possa atender às demandas dos seus usuários, produzindo um espaço de lazer para potencializar a vida urbana local. Para tanto, foi realizada uma revisão bibliográfica acerca do tema e pesquisas de campo.

O tema mostra-se relevante por tratar de uma edificação pioneira na cidade, que contribuiu para o desenvolvimento do comércio local e

¹ Segundo o Michaelis Dicionário da Língua Portuguesa, *Retrofit*, que dizer: "reabilitar ou reciclar prédios antigos e espaços urbanos, incorporando algo mais moderno".

que hoje está praticamente abandonada, podendo oferecer riscos para lojistas e usuários.

No decorrer deste estudo será abordada a relação entre cidade e comércio, desde o surgimento das primeiras tipologias de edifícios comerciais até o surgimento das galerias no mundo e no Brasil. Posteriormente foram feitos alguns estudos de caso, para depois se analisar o caso específico da Galeria Wilson Vaz.

2 PROBLEMATIZAÇÃO

Com o passar do tempo, as galerias se tornaram um importante lugar de troca: sejam elas de mercadorias ou simbólicas. Contudo, o período que foi desde o seu aparecimento até o seu declínio no continente europeu, que se deu a partir dos anos de 1880, durou menos de cem anos.

Atualmente, mesmo após a popularização dos shopping centers, as galerias não deixaram de existir, e ainda estão sendo construídas. Porém em alguns casos, por diversos fatores, algumas dessas galerias estão em decadência.

A Galeria Wilson Vaz, pioneira em Palmas - TO, e todo o espaço público no seu entorno, tiveram grande relevância para o desenvolvimento do comércio. Atualmente o empreendimento está em processo de declínio, pois apesar da excelente localização, encontra-se praticamente abandonada e vem perdendo a vitalidade, com poucas lojas em funcionamento.

Diante da importância da galeria para os lojistas e usuários, e todo seu valor para história do comércio na cidade, como a arquitetura pode ajudar a recuperar e requalificar o edifício comercial em decadência?

Figura 1 – Galeria Wilson Vaz atualmente



Fonte: Autora, 2019

Figura 2 – Galeria Wilson Vaz atualmente



Fonte: Eliseu Lima, 2019

3 JUSTIFICATIVA

O tema Requalificação da Galeria Wilson Vaz por meio do *Retrofit*, foi escolhido por mostrar-se pertinente para identificar, analisar e esclarecer o comércio na cidade de Palmas-TO, em especial compreender o apogeu e declínio da Galeria com o passar dos anos.

O Centro Comercial Wilson Vaz foi escolhido por tratar-se de um edifício pioneiro e que teve grande importância na cidade, sendo conhecido até como o primeiro shopping da cidade na época de sua construção em 1992, num período em que Palmas passava por um processo de implantação e fase inicial de crescimento.

Possui uma localização privilegiada, no principal centro financeiro e comercial, com grande fluxo de pedestres e próximo de diversas ruas comerciais consolidadas. Apesar de sua excelente localização, a maior parte de suas salas comerciais estão vazias e o pouco uso que ainda existe se encontra apenas nos estabelecimentos do térreo que tem suas fachadas voltadas para a parte externa da edificação.

Mesmo sendo um local de grande importância para a cidade, tanto do ponto de vista histórico quanto para o comércio local, a estrutura do prédio está comprometida, o que prejudica ainda mais o seu uso e a atração de lojistas e clientes.

Segundo Brito (2009), o declínio do Centro Comercial Wilson Vaz foi inevitável, principalmente após o surgimento dos shoppings, sendo que no ano de 2006, já era considerado como um espaço sem dinâmica comercial.

Considerando todos os aspectos citados, verificou-se a possibilidade de aprofundar o estudo em relação ao tema, buscando as possíveis causas do declínio e por meio da arquitetura, apropriar-se do equipamento e propor um projeto para atribuir qualidades novamente, a fim de potencializar a vida urbana e o local onde está inserido, sendo também um espaço de lazer para a população.

Além disso, a análise chama atenção para a importância do tema para a cidade e serão disponibilizados mais conteúdos acerca do assunto para futuros estudos.

4 OBJETIVOS

4.1 Objetivo Geral

Apresentar uma proposta de projeto arquitetônico para requalificação da Galeria Wilson Vaz, melhorando a vida urbana local.

4.2 Objetivos Específicos

- Realizar um estudo das relações entre cidade e comércio;
- Analisar o histórico das galerias comerciais;
- Avaliar o apogeu e declínio da Galeria Wilson Vaz;
- Compreender o estado atual da galeria;
- Identificar quais os novos usos possíveis para o local;
- Realizar o projeto arquitetônico sob o enfoque do *retrofit*.

5 METODOLOGIA

Para alcançar os objetivos, se faz necessário um aprofundamento do tema Galeria Comercial, sendo assim a pesquisa se desenvolve seguindo algumas etapas, são elas:

1º Pesquisa Exploratória

Essa primeira etapa constitui-se na revisão bibliográfica, ou seja, a construção teórica, contextualização, pesquisa e conceitos sobre o tema, em fontes que pudessem contribuir para a pesquisa, como sites da internet, livros, artigos, teses e ainda, pesquisa documental sobre leis,

normas, códigos que estão diretamente ligadas a construção de edifícios voltadas para o comércio.

2º Pesquisa em Campo

Combinada a essas leituras, foram realizadas entrevistas com lojistas da Galeria Wilson Vaz, para maior compreensão de seus problemas, anseios e necessidades. Procurando interpretar a realidade do local, e de que forma a arquitetura poderá melhorá-la.

Também será realizado um levantamento da situação atual do edifício e análise do local (legislação, insolação, ventos), a partir de observações in loco e fotografias.

3º Elaboração do Projeto

A última etapa do trabalho foi a realização de uma nova proposta projetual para a galeria, partindo dos estudos que foram realizados.

6 REFERENCIAL TEÓRICO

Esse tópico trata do referencial teórico que servirá como embasamento para o futuro projeto de Requalificação da Galeria Wilson Vaz em Palmas-TO. Nesse referencial buscou-se teses, artigos e livros acerca do tema a ser desenvolvido para se ter uma maior compreensão.

6.1 Relação cidade e comércio

Analisando a formação da palavra comércio, que tem sua origem no latim *commercium*, que é a junção das palavras “com” que significa algo como junto ou conjunto e “*merx/merc*” que é algo como mercado, local de troca. Percebemos assim que comércio seria algo como “local de troca onde pessoas se reúnem”.

Desde o início das civilizações, o comércio e cidade têm uma relação de simbiose, ou seja, estão totalmente ligados e dependem um

do outro. É imprescindível que aconteçam encontros para que o comércio se realize, com isso a necessidade de lugares para as trocas fez com que a arquitetura comercial se transformasse com o passar do tempo. Vargas (2001) em seu livro, *Espaço Terciário: o Lugar, a Arquitetura e a Imagem do Comércio*, descreve os *bazaars* árabes, a *ágora* grega, os mercados, os fóruns romanos, as praças medievais, as feiras, os edifícios de mercados e os demais espaços públicos ao ar livre ou interiores, planejados ou não, que eram os principais locais onde ocorriam as atividades de trocas e consumo.

Além disso, esses locais possuíam também um importante papel social, pois servia também como ponto de distração e divertimento, com atrações como as famosas brigas de galo.

6.1.1 Bazaars

No Oriente Médio, os *bazaars* são considerados monumentos públicos e fazem parte da sociedade islâmica. Nele convivem harmonicamente diferentes classes sociais e sempre foi considerado um lugar neutro para encontro de grupos opostos. Também era um local onde além de mercadorias, eram negociadas opiniões, por isso sua grande influência na política.

De acordo com Vargas (2001) os edifícios e habitações árabes têm como característica, serem fechadas sobre si, voltadas para o interior, com pátios internos e fachadas simples e interior decorado, isso devido às tempestades de areia e ventos quentes.

O *bazaar* é "o coração da cidade islâmica, espaço público por excelência" (VARGAS, 2001, p.109), no seu interior os sentidos são estimulados por diversos odores de condimentos, cores e sons de ofertas anunciadas. A autora destaca que as lojas são estreitas e abrem-se para rua, atrás delas ou no andar superior estão os escritórios e depósitos. Na frente há um toldo para proteger os clientes e vendedores. O *bazaar* se caracteriza por milhares de lojas enfileiradas nas principais vias arteriais.

Ainda segundo a autora, a localização dos tipos de mercadorias tinha uma funcionalidade como por exemplo, atividades incomodas como tintureiros, serralheiros e açougueiros, permaneciam nas periferias pelo cheiro, barulho, riscos de incêndio ou necessidade de mais espaço.

“Eugen Wirth comparou os velhos *bazaars* com blocos de escritórios modernos e shopping centers do Ocidente.” (VARGAS, 2001, p.114), isso porque o conceito é parecido nos dois casos, já que ambos unem atividades diferentes no mesmo local, sendo algumas delas atrativas e direcionadoras de fluxo.

6.1.2 Ágora

Na Grécia Antiga o espaço destinado para o comércio varejista era a *ágora*, inicialmente surge como um espaço plano com funções comerciais e de encontro público, e foi se tornando um espaço fechado por edifícios. Segundo Vargas (2001), a partir do século V a.C em decorrência do traçado viário também acabou adotando uma forma retangular.

A *ágora* é descrita por Mumford (1998) como sendo um espaço aberto, de propriedade pública, ao seu redor, muitas vezes os edifícios surgem em uma ordem irregular e no meio as barracas ou cobertas temporárias indicariam talvez o dia de feira.

A forma em U, de acordo com Vargas (2001), foi uma evolução da forma retangular, dando mais permeabilidade ao centro. Essa integração com o entorno fazia parte do conceito de cidade grega, mas se perde com a influência romana, já que as *ágoras* romanas são fechadas para isolar do ambiente da cidade e criar uma área de tranquilidade.

Vargas (2001) destaca que além de um local de comércio, funcionava também como um local onde os cidadãos se encontravam para discutir política ou apenas conversar. Geralmente a *ágora* ficava próxima à principal fonte de água, em um espaço barulhento e colorido.

Alguns comerciantes tinham lojas, barracas e tendas circundando a *ágora*, com o tempo o nome *ágora* passou a estender-se para todo o bairro mercantil.

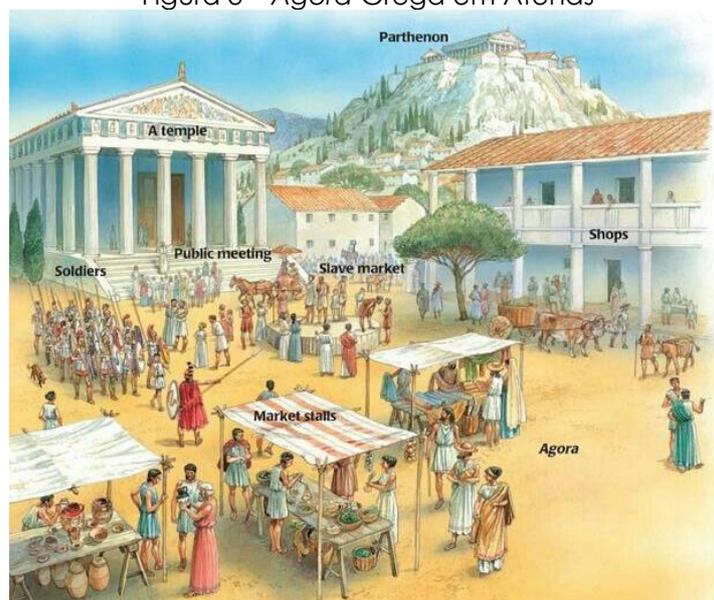
A *ágora* tinha não apenas a função comercial, mas, como destaca Mumford:

sua função mais antiga e persistente foi a de ponto de encontro comunal. Como de hábito, o mercado era subproduto do ajuntamento de consumidores, que tinham outras razões para se reunirem além de fazerem negócios. (MUMFORD, 1998, p.166)

Mumford também destaca que a:

ágora era, acima de tudo, um lugar destinado à palavra; e provavelmente, não existe sequer um mercado urbano em que a troca de notícias e opiniões, pelo menos no passado, não desempenhou um papel quase tão importante quanto a troca de mercadorias. (MUMFORD, 1998, p.167)

Figura 3 – *Ágora Grega em Atenas*



Fonte: Historianninha, 2018

6.1.3 Mercados

Vargas (2001) descreve o mercado chinês também como um grande espaço aberto com lojas e barracas, muito semelhante a *ágora*, porém localizava-se perto das principais pontes da cidade, e as características dessas ruas era a riqueza de atividades envolvendo compradores, viajantes, lojistas e cidadãos. Entre as lojas também

aconteciam outras atrações como músicas, acrobacias, marionetes, brigas de galo, pregações religiosas, enquanto os soldados mantinham a ordem.

6.1.4 Fórum romano

Os Fóruns foram construídos, para atender as necessidades da vida social, mesclando atividades comerciais, religiosas e políticas. Tiveram a atenção dos imperadores romanos, que deram extrema atenção a construção destes monumentais edifícios.

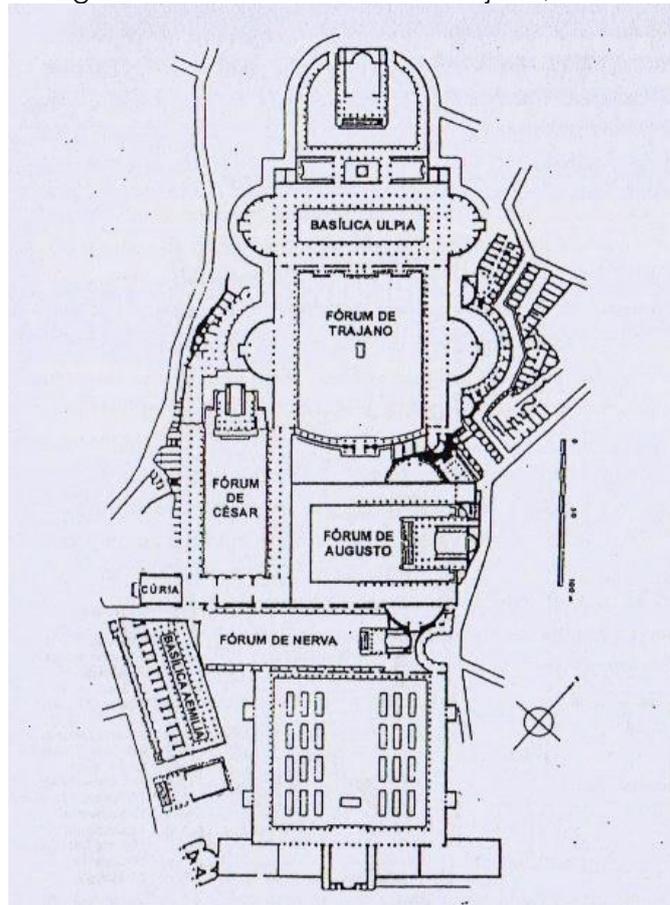
De acordo com Perez “os fóruns romanos tinham um papel fundamental na evolução do comércio, e uma característica varejista, que resultou num lugar ao ar livre, num típico centro de negócios.” (Perez, 2009, p.20). Segundo ele, o fórum romano era um espaço grande e aberto, com linhas retangulares na parte central da cidade. Era um local público, também utilizado para realizar as assembleias do povo.

Primeiramente, se tratava de um lugar aberto sem edifícios, onde as pessoas se reuniam nos dias de mercado e nas festas religiosas, para as eleições e outros acontecimentos públicos. Com o passar do tempo, transformou-se no centro político, onde se localizavam os edifícios civis e administrativos, assim como os templos mais importantes. (PEREZ, 2009, p.20)

Perez (2009), conclui que o Fórum não era apenas para o uso comercial, pois ali se reunia um público diverso e aconteciam jogos públicos, entretenimento, apresentações teatrais, lutas de gladiadores e corridas.

Conforme Vargas (2001), era um espaço descoberto que continha o prédio do Senado e da Justiça em situação oposta ao lugar do mercado. O Fórum de Trajano (Figura 4), um dos mais espetaculares, possuía a basílica, espaços para o comércio e muitos outros edifícios. “Alguns exemplos mostram uma modulação das lojas de 4 x 4 metros, distribuídas ao longo de colunatas, como acontecia no *Fórum das Corporações de Óstia*.” (VARGAS, 2001, p.130).

Figura 4 – Planta do Fórum de Trajano, Roma



Fonte: VARGAS, 2001, p.124

Percebe-se a evolução no planejamento e organização desse espaço público, reservando áreas cada vez mais significativas para o comércio, recreação e lazer. A autora destaca que já se pode até comparar os fóruns com os atuais shopping centers, onde as lojas âncoras funcionam como os edifícios públicos.

6.1.5 Praças de mercado

A praça do mercado geralmente acontecia num local periférico em relação a qualquer assentamento humano, ou seja, nas margens de uma via de circulação importante, ou no encontro de vias e do lado externo de muralhas. Inicialmente, eram periódicos para a troca de excedentes, mas com o passar do tempo se tornaram permanentes e tomaram posições mais centrais.

A cultura da praça inclui o mercado, que é o local do espetáculo e cena de representações trágicas e cômicas que se misturavam com a tolerância e imponência da cidade, frequentemente perdida diante de uma incessante invasão de multidões. (VARGAS, 2001, p.137)

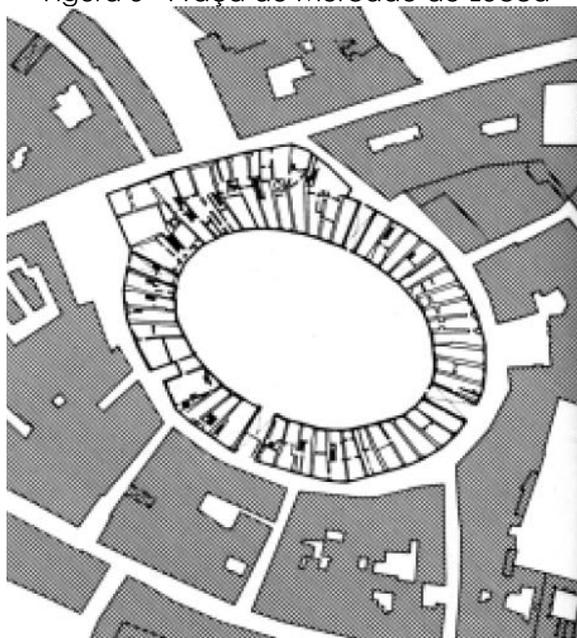
Segundo Vargas (2001), as praças de mercado não requeriam nenhum edifício, elas eram o próprio edifício, para o comércio acontecer só necessitava do fluxo de pessoas. A sua localização priorizava facilitar o deslocamento de pessoas, as mais representativas estavam nos centros.

Conforme aponta Mumford:

“as praças de mercado não tinham lugar no novo traçado urbano: nem os círculos de tráfego do plano barroco, nem a interminável avenida em corredor do plano comercial favorecia aquela concentração de pedestres”. (MUMFORD, 2004, p.470 apud BRAIDA, 2008, p.69)

Nas praças também são percebidas características que se assemelham aos shoppings, como por exemplo os grandes átrios dos templos modernos de consumo, que buscam reforçar a centralidade para o comércio acontecer. Aleixo (2007), também destaca que as praças de mercado mostram a tendência de especialização e profusão dos espaços voltados para o comércio.

Figura 5 - Praça de Mercado de Lucca



Fonte: KATO, 1980, p.129 apud ALEIXO, 2007, p.18

6.1.6 Feiras

Aleixo (2007), descreve que as feiras e praças de mercado eram espaços da vida social, palco de manifestações, com as trocas de mercadorias, apresentações teatrais, festas, entre outras atrações, servindo como um espaço aberto ao devaneio e ao lúdico.

O autor também destaca que algumas feiras aconteciam em acampamentos fora do domínio das muralhas, onde os artesãos e mercadores expunham seus produtos. “Duravam semanas, eram uma espécie de mercado contínuo e em geral, se especializavam em algum artigo, como tecidos, vinhos, cereais, etc.” (ALEIXO, 2007, p.14)

Vargas (2001) também caracteriza as feiras basicamente como encontros de mercadores, que duravam muitas semanas, e com o tempo passaram a funcionar como mercados contínuos, que só paravam nos períodos de mau tempo.

Eram locais muito animados, que atraíam pessoas de centenas de quilômetros de distância para apreciá-las. Provocavam um fluxo de caravanas quase permanente que viajava de feira para feira. Eram montadas com uma série de tendas e barracas para expor as mercadorias, havia também escritórios para empréstimo de dinheiro e câmbio de moedas.

6.1.7 Edifícios de mercados

De acordo com Vargas (2001), os edifícios de mercado em geral apresentam-se como uma galeria em volta de um recinto retangular ou quadrado ou mais frequentemente como um espaço alongado de implantação basilical, em geral dividido em duas ou três naves cobertas e com um andar superior.

6.2 Galerias Comerciais

Diversos fatores contribuíram para o surgimento das arcadas entre eles o contexto socioeconômico e político em Paris, no fim do século XVIII, além disso, a evolução de tecnologias como o vidro e o ferro ajudaram no desenvolvimento do seu padrão arquitetônico.

Vargas menciona um fato pontual que acontece no Palais-Royal, onde:

Philippe d'Orléans, neto de Louis XIV, pressionado para encontrar recursos para manter seu estilo de vida libertino, decidiu dividir a periferia de seu jardim no Palais-Royal, em lotes de butiques. Beneficiando-se da existência de um pátio coberto que permitia também o acesso noturno, essas arcadas de pedra serviram como ruas de compras e passagens cobertas. (VARGAS, 2001, p.170)

Assim surgiu a *Galerie du Bois*, que foi a referência para as futuras galerias. Este novo sistema multifuncional recriou o espaço urbano central, permitindo o uso noturno com clubes e salões de jogos, lojas e cafés, atraindo a exposição social, intelectual, artística e a vida política.

Figura 6 – Ilustração *Galerie du Bois*



Fonte: Wikimedia Commons, 1828

Aguerre e Landoni (1990, p.97 apud BRAIDA, 2008, p.72), destaca que foi a Galerie D'Orléans que marcou uma nova etapa na evolução das galerias comerciais, totalmente coberta por vidro, sendo o protótipo das galerias do século XIX. A Galeria Vittorio Emanuele também pode ser considerada como modelo, tanto por seu aspecto técnico, como por sua grande carga simbólica.

Figura 7 - Galerie D'Orléans



Fonte: Eugène Atget, 1857

Figura 8 - Galeria Vittorio Emanuele



Fonte: Tripadvisor

Após esse primeiro momento, os especuladores imobiliários passaram a ter o hábito de subdividir os imóveis, abrindo o interior das quadras e possibilitando um maior número de lojas e apartamentos em terrenos mais baratos. Com isso houve um grande enriquecimento, que

beneficiou principalmente comerciantes e banqueiros que de acordo com Vargas (2001, p.174) “[...] iniciaram a construção de ilhas inteiras perfuradas por essas famosas passagens como forma de celebrar sua própria glória”

Para o comércio varejista, as passagens trouxeram mudanças na tradição dos pequenos comércios. No fim do século XVIII, o comércio passa a se preocupar em seduzir os novos clientes ricos e consumistas, a decoração passa transformar o conceito do espaço de compra, como forma de atrair os clientes.

Segundo Carvalho,

a hipótese de Lamas (2000) para o surgimento das galerias reside, numa primeira etapa, da formação de uma rua de serviços concedendo acesso para o interior do quarteirão aos jardins privados. Em uma segunda etapa, a dimensão do jardim privado diminui, aumenta a largura da via de circulação interna, que passa a ser um espaço semi-coletivo. A evolução desse modelo transformou o interior do quarteirão de um espaço privado em espaço público onde, mais tarde, será também acessível à rua, acolhendo assim serviços em geral e transformando o interior do quarteirão em uma via pública de propriedade privada. Portanto, o surgimento das galerias comerciais está intrinsecamente ligado à evolução do quarteirão no século XIX, mais especificamente à evolução do seu interior. (CARVALHO, 2006, p.37, *apud* BRAIDA, 2008, p.70-71)

Para Vargas o surgimento das Passagens foi possível pela convergência de diversos fatores:

[...] a disponibilidade pós-revolucionária de grandes parcelas de terreno (no caso de Paris) ou a atuação do capital imobiliário em associação com o Estado (como será visto em Bruxelas); a afirmação de uma nova burguesia voltada para as finanças e o comércio e com novos valores e novas necessidades; e os avanços tecnológicos do vidro e do ferro. (VARGAS, 2001, p.176)

Em um relato cronológico, Schere apresenta uma das inserções das galerias na história do espaço dedicado ao comércio na cidade.

Na Europa, a concentração do comércio no século XVIII e XIX gera um novo tipo arquitetônico: a galeria. Em 1770 se constrói em Londres a Royal Opera Arcade, galeria coberta com pequenas clarabóias de vidro, que constituem um dos grandes temas da arquitetura da Revolução Industrial.

Em 1819, também em Londres, se constrói a Burlington Arcade, uma rua de negócios com o pé direito duplo. Em 1831 a Lowther

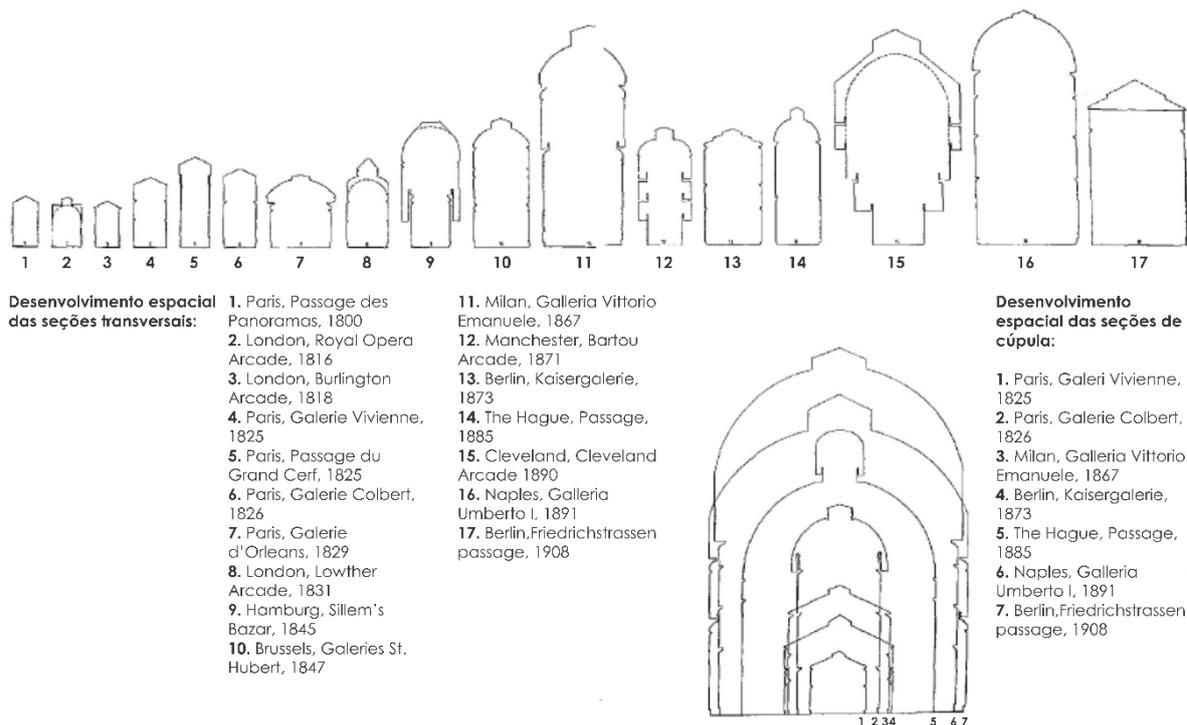
Arcade, uma rua com 75m de comprimento, 6m de largura e 10m de altura com clarabóias de vidro.

Em 1829 em Paris, se constrói a galeria Orléans, a primeira galeria que une a leve estrutura metálica à transparência do vidro.

Em 1865 em Milão, se constrói a imponente galeria Vittorio Emanuele II, que comunica a Piazza del Duomo com a Piazza della Scala. Essa galeria tem 290m de comprimento, 15m de largura e 28m de altura, com planta em cruz e um octógono no centro, coberta por uma cúpula de ferro e vidro, a 48m de altura. Esse será o modelo tomado pelo Bon Marché de Paris e pelo Bon Marché argentino para seu projeto, por volta de 1890, dentro da tônica de repetição de modelos urbanos e arquitetônicos e formas de vida parisienses. (SCHERE, 1998, p.140, tradução nossa, *apud* BRAIDA, 2008, p.73)

Essa cronologia feita por Schere também pode ser percebida no desenho da evolução do formato das arcadas, entre 1800 e 1908, apresentado por Geist.

Figura 9 - Evolução espacial das galerias entre 1800-1908.



Fonte: GEIST 1983, p.100-101, *apud* BRAIDA, 2008, p.74, adaptado pela autora, 2019

A partir da ilustração (figura 9), Vargas (2001, p.179) também descreve a evolução do desenho da cobertura das galerias: cobertura em duas águas, (abóbada em ogiva); presença de lanternim; cobertura em curva; e presença da cúpula.

As arcadas logo se tornaram importantes centros de atividade local e marcaram o início do fenômeno da vida noturna, que anteriormente era desconhecido, as passagens eram os únicos lugares realmente iluminados durante a noite.

De acordo com Vargas (2001, p.179) o uso do vidro, que também era muito utilizado nas coberturas das passagens, dava aos edifícios um caráter híbrido, apagando o limite entre o interior e o exterior. Era um meio caminho entre o privado e o público.

Uma característica comum que define as arcadas é a repetição regular dos módulos comerciais, que marca o ritmo do deslocamento do caminhante. Geralmente nas galerias o módulo comercial era formado por “[...] uma loja no andar térreo com um andar elevado com janelas retangulares. O ritmo das fachadas das vitrines é uma regra.” (VARGAS, 2001, p.181)

As passagens funcionam como um eixo visual contínuo, que atrai o pedestre por possuir passagens em linha reta, servindo não só como um atalho, mas deve oferecer estímulos para tirar os pedestres das ruas. Internamente deve ser simétrica, para evitar divisões no fluxo de clientes e evitar que alguns locais não consigam atrair clientes.

De acordo com Duarte:

Numa primeira aproximação, poderíamos considerar a galeria coberta como uma loja de departamentos linear, com seus departamentos alinhados ao longo de uma rua coberta. Cada loja da galeria correspondendo, nesta aproximação, a um departamento especializado e um ou mais tipos de mercadoria. Contudo, a forma peculiar pela qual a galeria se insere no tecido urbano resguardava a sua individualidade tipológica. (DUARTE, 2006a, p.102, *apud* BRAIDA, 2008, p.69)

Perez (2009, p.44) descreve a galeria como um “edifício que possui comércios situados em lojas com vitrines voltadas, geralmente, para o espaço de circulação.”. O autor também destaca que a tipologia possui acesso direto para a via pública, formando ligações diretas entre ruas.

Para a época, final do século XVIII, a característica peculiar dessa tipologia foi a variedade de serviços e comércios no andar térreo e um

ou mais andares residenciais. Como exemplo, a Galerie Saint-Hubert (Figura 10) possuía “[...] um subsolo para estocagem, o térreo com lojas com mezaninos, dois andares de apartamentos e um ático escondido pela cobertura de vidro da arcada.” (VARGAS, 2001, p.185)

Figura 10 - Galerie Saint-Hubert



Fonte: Wikimedia Commons, 2013

De acordo com Hertzberger (1999, p.76), o princípio da galeria voltou a ser relevante quando houve uma demanda por áreas de pedestres nos centros das cidades, devido a intensificação no volume do trânsito.

As galerias típicas do século XIX passavam através de quadras, como atalhos, e sua proposta básica era fazer com que as áreas internas fossem usadas. Embora os edifícios fossem atravessados por essas passagens, sua aparência exterior não era afetada: o exterior, a periferia, continuava a funcionar de modo separado e independente como uma fachada autônoma. Em muitos projetos contemporâneos de caminhos cobertos para pedestres, o exterior do complexo dentro do qual a atividade está concentrada lembra as pouco convidativas paredes de fundo de um edifício. Esta inversão -virar a massa do edifício de dentro para fora - não passa de total perversão do princípio orientador da galeria. (HERTZBERGER, 1999, p.76).

Em “Conditions for the Existence of the Arcade”, Geist defende a teoria que uma arcada só floresce quando está localizada no centro da cidade, onde a vida é mais intensa. Outros fatores também são a renda, densidade, tamanho da população e a concorrência. (GEIST, 1983, p.111, *apud* VARGAS, 2001, p.186)

Geist também aponta seis estágios mas que podem ser resumidos em quatro períodos, a fase da inovação até 1820, a fase de crescimento e expansão, de 1820 a 1860, a fase de amadurecimento e consolidação, de 1860 a 1880, e a fase do declínio, a partir de 1880, quando começou uma descaracterização do conceito e outros tipos de estabelecimento passaram a ter domínio no comércio varejista.

Com o passar dos tempos algumas transformações começam a trazer a perda de intimidade (monumentalidade), e o espaço deixa de ser um ambiente de sonho e passa a condição de espaço de consumo, o que aproxima as características dos futuros shopping center.

Segundo Vargas (2001, p.195), enquanto em Paris as passagens apresentavam sinais de esgotamento enquanto modelo, entrando numa fase de amadurecimento e de forte concorrência entre elas, fora de Paris o modelo tomava dimensões monumentais, se descaracterizando.

A escala das passagens foi se transformando com o desenvolvimento de técnicas de construção e a criação das sociedades de promoção imobiliária, que juntavam capital público e privado. Passam a se tornar verdadeiras ruas, e se tornaram símbolo do progresso da civilização.

Em 1926, a *Galeria des Champs-Élysées Lido* (Figura 11), mostra a alteração do conceito da arcada: “[...] com o desaparecimento da luz natural e a redução da altura pela instalação de forros falsos e iluminados com néon, bem como pela individualização das lojas que perdem a coerência formal e o seu ordenamento.” (VARGAS, 2001, p.202)

Figura 11 - Galeria des Champs-Élysées Lido



Fonte: Flickr, 2012

Nesses casos passa-se a ter a sensação de tristeza e monotonia característico dos centros comerciais, com a valorização do consumo e desvalorização da preocupação estética e qualidade ambiental. Assim surgem os que podem ser considerados representantes dos primeiros shoppings centers.

Para Vargas (2001, p.202-203), outro fator que colaborou para a decadência das passagens é que devido ao fato de reunir em um único edifício, apartamentos, lojas e artesãos e ter um caráter multifuncional, com a racionalização de Haussman, as grandes vias arteriais passaram a separar as residências dos comércios, com a parte residencial nos interiores das quadras, assim o comércio perdeu a centralidade e passou a se dispersar.

6.2.1 As galerias comerciais no Brasil

No Brasil, o surgimento das galerias acontece de forma tardia e “[...] não se aproximará do significado e do esplendor arquitetônico experimentado pelas demais cidades [...]” (VARGAS, 2001, p.278). Essas galerias são diferentes das galerias europeias do século XIX, em relação ao formato, tipo de empreendimento e razão de ser.

De acordo com Aguerre e Landoni, no que se refere às construções das galerias nas Américas, "se caracterizou sempre pela vontade de manter um caráter internacional e moderno" (1990, p.101, tradução nossa, *apud* BRAIDA, 2011, p.82). Mas, hoje não são mais construídas com esse propósito.

Em seu livro "Espaço Terciário: o Lugar, a Arquitetura e a Imagem do Comércio", Vargas (2001, p.278-279) identifica em São Paulo quatro tipos, são eles:

- Edifício Conjunto: junta muitas atividades no mesmo espaço, como comércio, restaurantes, escritórios, cinemas, garagens, ruas internas e residências.
- Edifício Galeria: possui lojas no térreo tomando características de ruas e permitindo a passagem de pedestres.
- Edifício Comercial: tem todos os andares destinados ao uso comercial e de serviços.
- A passagem: um caminho estreito cruzando as quadras, com lojas de um ou dois lados.

Nesse período, por volta dos anos 1950, as galerias eram polos de cultura da elite paulistana, contavam com lojas de alto luxo, bares e restaurantes da moda e era local de encontro de intelectuais, artistas e boêmios.

Segundo Vargas (2001, p.279), os dois primeiros tipos citados eram feitos sem nenhum tipo de legislação. Só em 1957 a construção de galerias na área central acabou passando a se tornar obrigatória nas edificações que tivessem lotes lindeiros a determinadas ruas.

A partir disso, se imagina que muitas dessas galerias nasceram da exigência da legislação urbanística, com ideais modernistas e elitizada pela classe política e dos urbanistas. Já as passagens eram regulamentadas por lei, que determinava a largura da passagem, altura do pé direito e condições de iluminação.

Com o aumento da quantidade de veículos, e maior demanda por estacionamentos, muitos comerciantes passam a ver melhores oportunidades fora do centro. Assim o centro de São Paulo aos poucos vai deixando de ser um polo cultural frequentado pela elite e passa por um processo de degradação.

Da mesma forma acontece com as galerias, que passam a ser abandonadas pelos comerciantes e usuários. “As lojas, quando não ficavam vazias, eram subdivididas transformando-se em cubículos de um comércio de baixo nível, tanto em termos de adaptação como de lucratividade” (VARGAS, 2001, p.283)

Apesar do estado de algumas galerias e das lojas vazias, muitas delas são conhecidas pelas mercadorias diferentes, raras e especializadas que dificilmente são encontradas em outros locais. É o que acontece na Galeria do Rock em São Paulo (Figura 12).

As transformações econômicas, sociais e culturais por que passou a metrópole nas últimas cinco décadas estão alguma maneira refletidas ali, naquele prédio elegante e modernista inaugurado em 1963 como um centro comercial que tinha como missão tentar frear o esvaziamento do centro, que já perdia o protagonismo econômico para outras regiões da cidade. (MELO, 2017)

Figura 12: Galeria do Rock – São Paulo



Fonte: Clayton Melo

Outro exemplo, também na cidade de São Paulo, é o Conjunto Nacional, que foi construído na década de 1970 e já traz um modelo mais semelhante a uma loja de departamento. Apesar da idade ainda apresenta vitalidade, que Vargas (2001, p.287) defende ser devido a sua localização altamente central e a existência de estacionamentos. Mesmo com o surgimento dos shoppings centers, se tornou um cartão-postal da cidade, por possuir um projeto permeável, com lojas no térreo integradas ao entorno, cuidado com a fachada e suas propagandas, que dão contemporaneidade ao centro.

Braida (2008, p.66) também defende que mesmo com o surgimento dos shopping centers e dos condomínios fechados os equipamentos urbanos característicos das cidades pré-industrial e industrial não desapareceram por completo. Na cidade contemporânea ainda há espaço para a permanência e proliferação, por exemplo, das galerias comerciais.

Vargas (2001, p.287) traz uma interessante reflexão: “Talvez uma das definições para uma boa arquitetura comercial seja sua capacidade de resistir ao tempo, enfrentando as mudanças do varejo, facilitando as adaptações e mantendo a vitalidade do negócio.”

Aguerre e Landoni (1990, p.101, *apud* BRAIDA, 2011, p.183-184), destaca algumas características para o sucesso das galerias, que são:

- Ser facilmente apreendida pelo usuário;
- Ser capaz de criar um microclima desejado (agradável);
- Favorecer o consumo visual da mercadoria;
- Ser atraente (não somente do ponto de vista arquitetônico, mas com relação aos odores, sons e imagens);
- Gerar o “efeito-surpresa” apresentado por Lynch, em sua obra “A imagem da cidade”.

Assim podemos perceber que diversos fatores influenciam na vitalidade de um edifício comercial como as galerias, e para se manter a atividade, a edificação tem que acompanhar a evolução da cidade

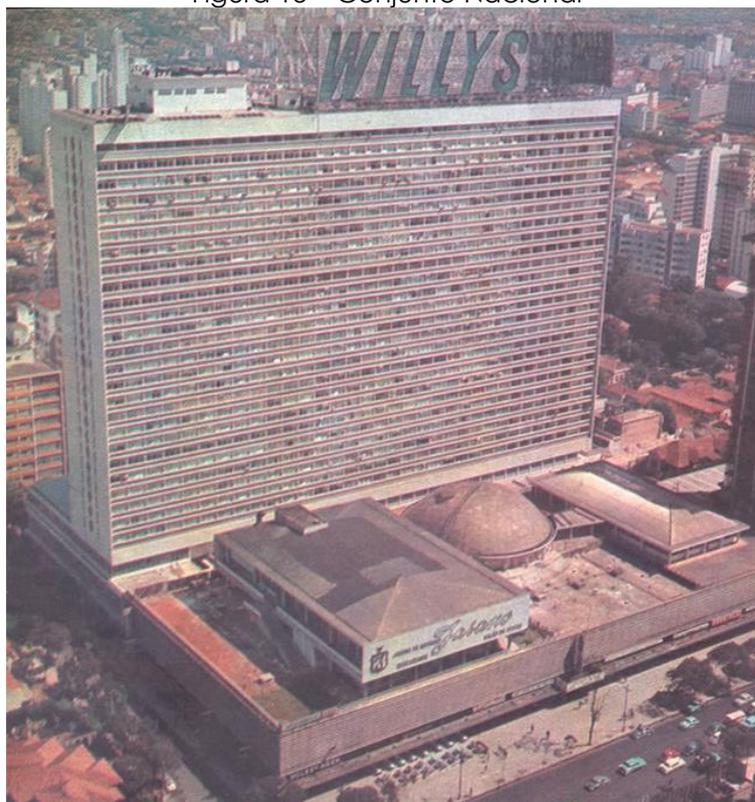
e sociedade, atendendo as demandas do público e se adaptando as novas necessidades que surgem.

6.3 Estudos de caso

6.3.1 Conjunto Nacional

O Conjunto Nacional é um edifício e centro comercial localizado na área central da cidade de São Paulo, ocupando toda uma quadra da avenida paulista e tem como característica a mistura de diferentes usos em uma mesma estrutura urbana, sendo eles: residencial, comercial, serviços e lazer.

Figura 13 – Conjunto Nacional



Fonte: ArchDaily

A relação entre os usos coletivos – comércio, lazer – e os usos privados – residências – dá-se pela composição entre duas lâminas: na lâmina horizontal, que ocupa toda a quadra na qual se implanta o edifício -, encontra-se uma galeria comercial e na lâmina vertical, a qual ocupa apenas uma parte da projeção do terreno, encontram-se os apartamentos. As galerias

convergem para uma área central, onde uma rampa conduz ao mezanino. Ali, há quatro entradas disponíveis (uma em cada uma das ruas que formam a quadra onde se situa o prédio). A lâmina superior conta com 25 pavimentos, que dispõem de três entradas independentes.

A galeria proposta no Conjunto Nacional transformou-se em um paradigma arquitetônico para projetos de edifícios similares na área central de São Paulo durante a década de 1950. (CONJUNTO NACIONAL, 2019)

De acordo com o site oficial do Conjunto Nacional, o edifício possui restaurantes, escritórios e outros tipos de estabelecimentos de comércio e prestação de serviços, além da maior livraria da América Latina em área construída, a Cultura. Abrigou por muitos anos o Cine Astor e o Restaurante Fasano. O Conjunto Nacional apresenta também uma unidade da Caixa Cultural, em que ocorre exposições de arte e apresentações de teatro e dança. Em 2005, a edificação foi tombada pelo Condephaat – Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico do Estado de São Paulo.

O arquiteto brasileiro David Libeskind, foi o autor do projeto e sua construção teve início em 1955 e trouxe para a cidade uma grande novidade à época: uma cúpula geodésica de alumínio, que foi construída pelo engenheiro Hans Eger.

Figura 14 - Vista geral do Conjunto Nacional



Fonte: SEGAWA, Hugo Massaki, 1978

O site oficial do Conjunto Nacional destaca que o próprio arquiteto, que faleceu em 2014 aos 85 anos, revelou alguns detalhes do projeto do Conjunto Nacional:

“Para a realização do Conjunto Nacional, José Tjurs contratou alguns arquitetos para apresentar ideias sobre o projeto e eu também fui chamado. Lembro que ele me recebeu em seu escritório, no Anexo do Hotel Excelsior, na Avenida Ipiranga, e logo começou a me chamar de ‘menino’ por causa da minha idade. Ele explicou que pretendia construir um hotel e um centro comercial para exposições de indústrias em um grande terreno na Avenida Paulista e me pediu para apresentar um estudo em uma semana.

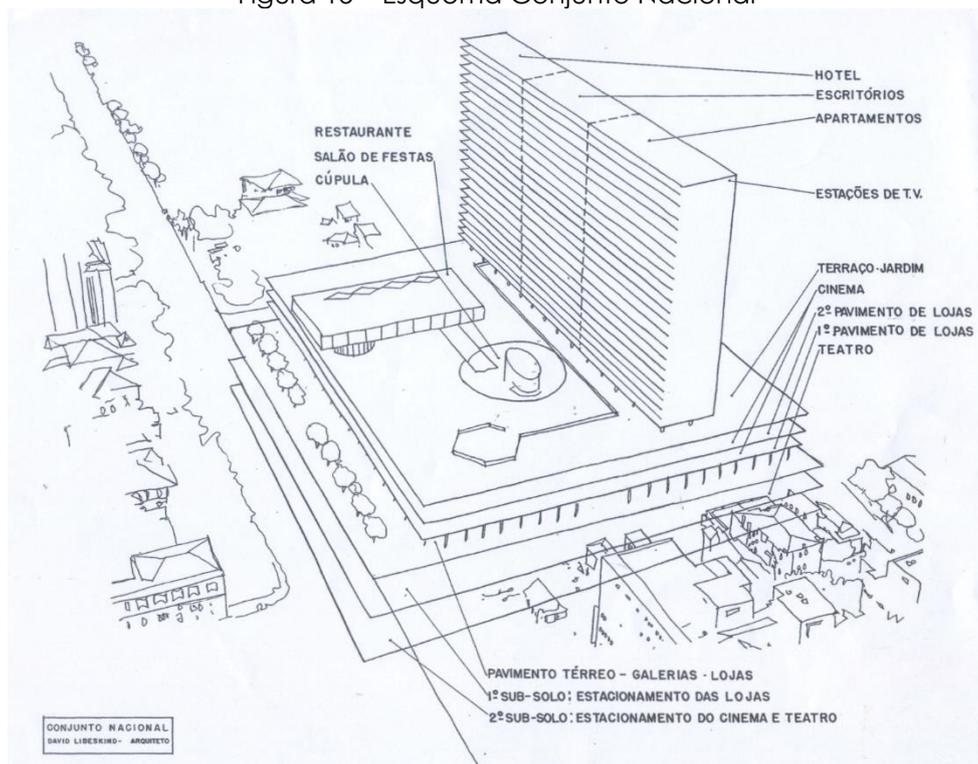
Na época, em 1955, a Avenida Paulista era inteiramente residencial e a Rua Augusta já era o centro comercial onde estavam as lojas chiques, pois ainda não existiam shoppings centers. Assim, sugeri uma construção que cominasse uma lâmina vertical, para apartamentos, e um jardim suspenso com uma grande área comercial embaixo, que seria um prolongamento da Rua Augusta. José Tjurs, assessorado por profissionais do setor, aprovou a minha ideia.

O projeto era característico da arquitetura brasileira daquela época, com ênfase no terraço-jardim e nos pilotis. A composição arquitetônica era basicamente formada por duas lâminas: uma horizontal, para uso comercial, que ocupava toda a área do terreno, e outra, vertical, de apartamentos. Separando as duas lâminas, havia os pilotis que se apoiavam sobre o terraço-jardim que serve de cobertura de toda a área comercial. Além dos pilotis, nesse terraço foram projetados um salão de festas e uma cúpula geodésica para abrigar o conjunto de rampas e elevadores do hall central”. (CONJUNTO NACIONAL, 2019)

Luciana Brasil, destaca que a transição quase imperceptível entre o espaço público do passeio – a cota da cidade – e o térreo do edifício, promove relações ímpares nesse novo lugar criado pelo diálogo estabelecido com o espaço coletivo. A cidade em expansão acolhe o edifício, que por sua vez abriga as novas funções e necessidades programáticas que passam a figurar na jovem metrópole, espécie de simbiose urbana.

Com cerca de 150.000m² de área construída, está distribuído em dois grandes volumes: um horizontal, que ocupa todo o terreno e outro vertical, que se desenvolve sobre pilotis, sobre o terraço-jardim do bloco horizontal.

Figura 15 – Esquema Conjunto Nacional



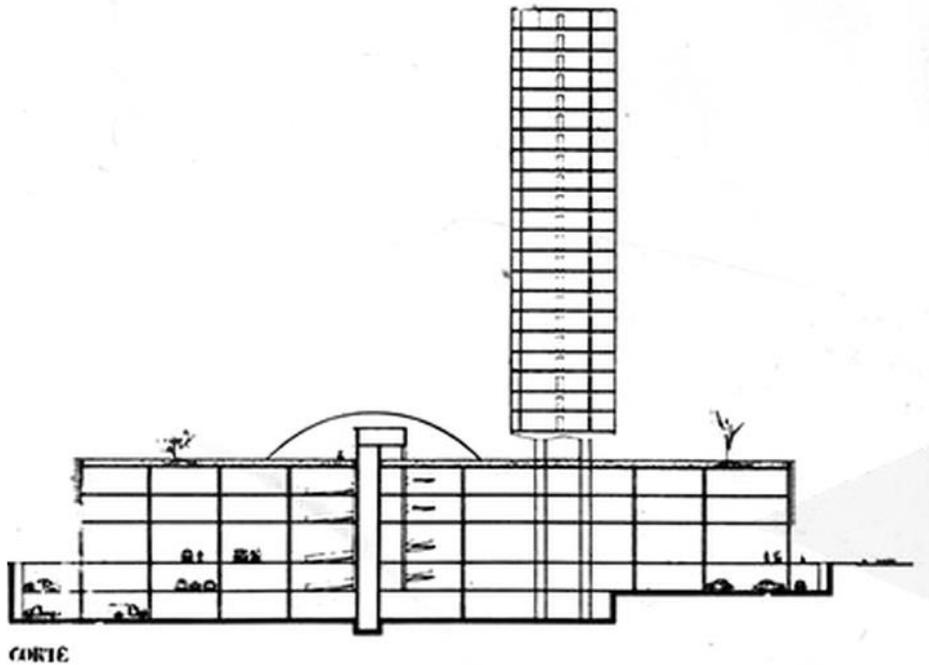
Fonte: Acervo Familiar Digital de Marcelo Libeskind

O setor comercial (volume horizontal), com área de 61.354.5142 metros quadrados, foi destinado a um centro de compras e serviços, considerado o primeiro shopping center da América Latina e o maior da América do Sul. Além disso, foi pensado como uma grande praça pública, decisão de projeto que dá a esse pavimento características urbanas. Já na parte vertical, as três torres com acessos independentes permitem a coexistência de usos distintos como escritórios, consultórios e residências.

A articulação com a cidade ao nível do solo, com as calçadas em pedra portuguesa adentrando seus espaços internos de pé-direito generoso por todas as quatro calçadas lindeiras, demonstra a consciência do arquiteto sobre o novo papel do edifício de caráter urbano, concebido como extensão do espaço público. (BRASIL, 2015)

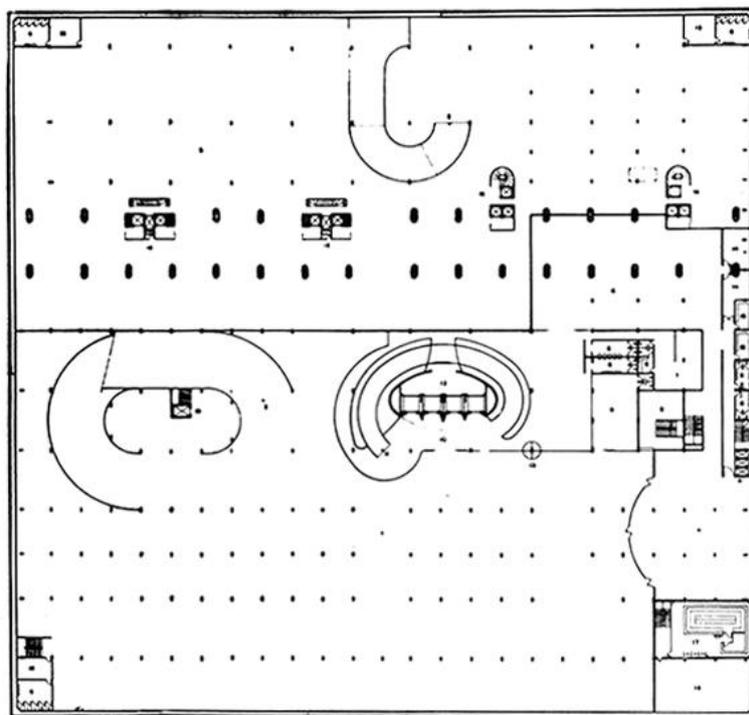
Conforme Viégas (2013), o edifício possui quatro galerias internas que se encontram em um espaço central onde estão as prumadas de circulação vertical, compostas por rampas, elevadores e escadas rolantes. As rampas foram cobertas, no nível do terraço-jardim, por uma cúpula geodésica que permite a passagem de luz natural.

Figura 16 – Corte do edifício



Fonte: ArchDaily, 2015

Figura 17 – Planta Baixa do 1ºSubsolo



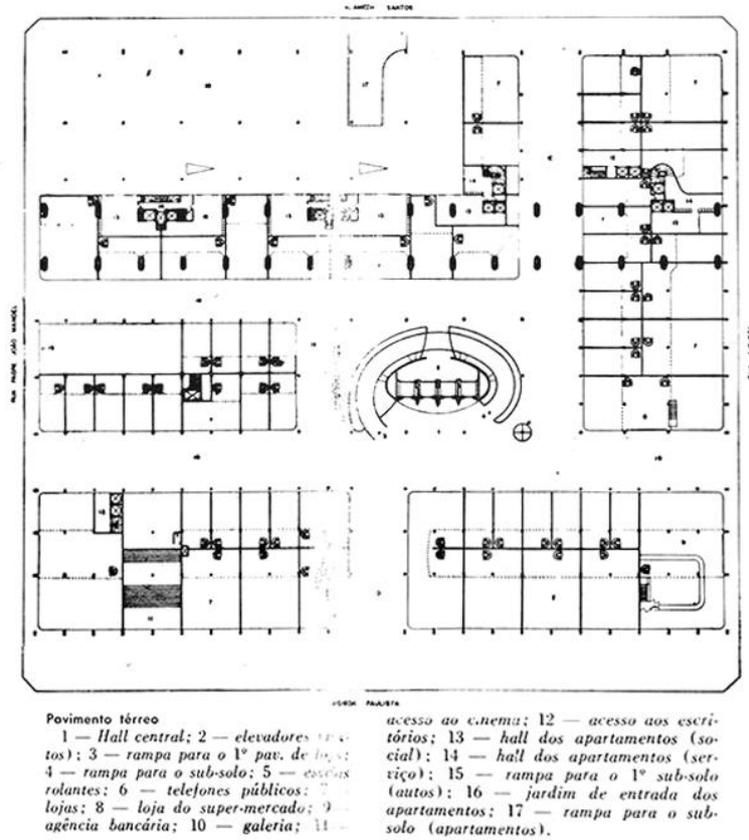
1.º sub-solo

1 — Estacionamento de autos; 2 — rampa para o térreo (autos); 3 — rampa para o 2º sub-solo (autos); 4 — supermercado; 5 — garagens dos apartamentos; 6 — sanitários; 7 — telefônica; 8 — recepção da lavanderia; 9 — correios e

telégrafos; 10 — hall; 11 — rampa para o térreo (público); 12 — elevadores (mixtos); 13 — telefones públicos; 14 — depósitos; 15 — vestiários; 16 — sub-solo do Banco; 17 — caixa forte do Banco; 18 — elev. dos apartamentos; 19 — elev. de serviço - restaurante.

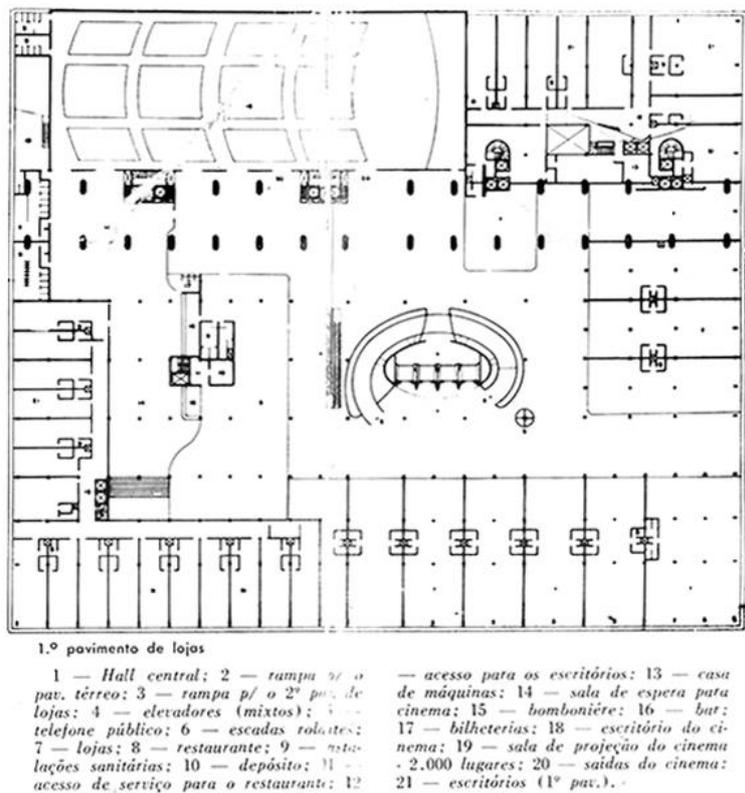
Fonte: ArchDaily, 2015

Figura 18 – Planta Baixa do Pavimento Térreo



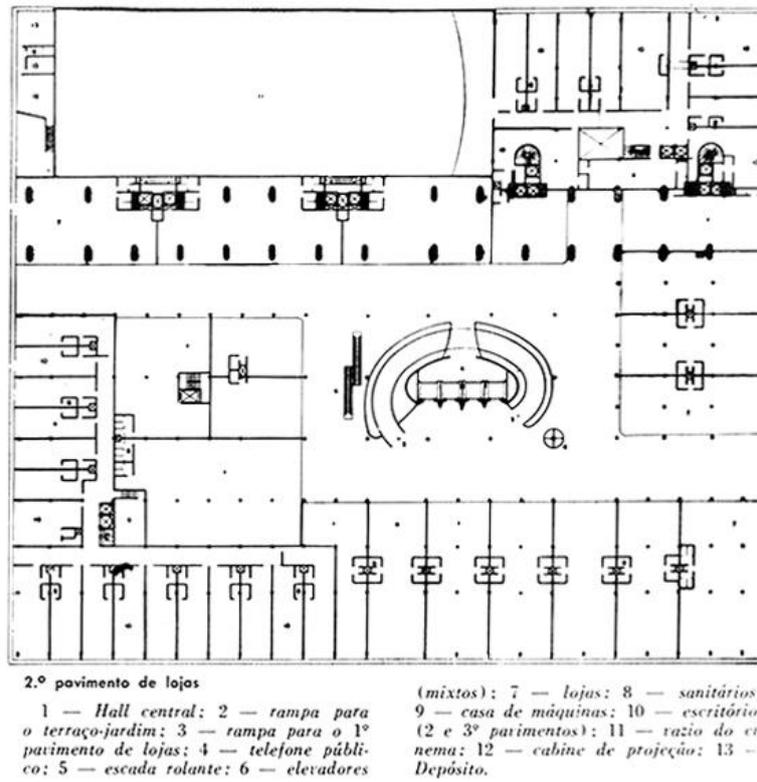
Fonte: ArchDaily, 2015

Figura 19 – Planta Baixa do 1º Pavimento de lojas



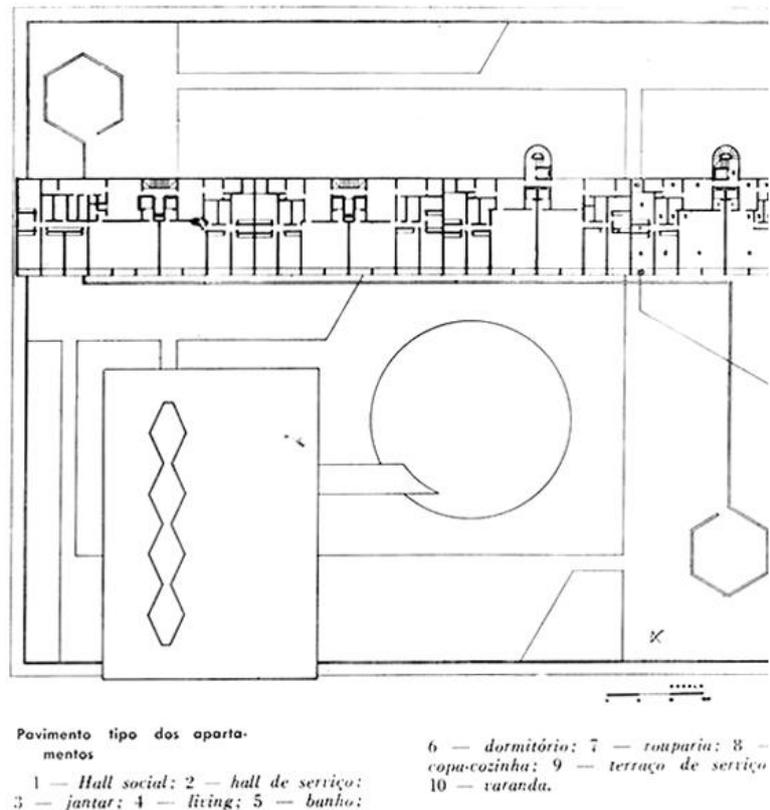
Fonte: ArchDaily, 2015

Figura 20 – Planta Baixa do 2º Pavimento de lojas



Fonte: ArchDaily, 2015

Figura 21 – Planta Baixa do Pavimento tipo dos apartamentos



Fonte: ArchDaily, 2015

No final dos anos 70, devido a problemas administrativos, já mostrava sinais de decadência e abandono. Na madrugada do dia 4 de setembro de 1978, houve um grande incêndio no Conjunto Nacional, resultado da má administração da empresa Horsa.

Em 1984, o grupo imobiliário Savoy comprou o que restava do edifício e passou a administrá-lo, iniciando um período de recuperação com a realização de diversas obras de restauração, iniciando pela galeria.

Atualmente o prédio abriga 66 lojas, incluindo a tradicional Livraria Cultura. Além disso, possui quatro restaurantes e duas salas de cinema, atrações que ajudam a manter uma circulação diária de cerca de 45.000 pessoas.

Analisando o surgimento e histórico do edifício, percebe-se que mesmo após um período de abandono e decadência, o mesmo conseguiu se reestruturar e se modernizar para manter sua vitalidade. Possivelmente um dos principais fatores para sua constante atividade é a presença de diversos usos, que atraem públicos diversos e em horários distintos. Além disso o edifício abriga muitos atrativos para cultura e lazer que estimulam a presença de visitantes.

6.3.2 *Les Galeries Maldà*

A *Galeries Maldà*, localizada num bairro Gótico de Barcelona, é uma das primeiras galerias da cidade, fundada em 1942, conforme diz March (2017) foi projetada pelo arquiteto Josep Maria Sagnier, e construída durante a primeira guerra nos jardins do palácio de *Rafael d'Amat i de Cortada*, barão de Malda, original do século XVII.

Figura 22 – Galeries Maldà na década de 1940



Fonte: MARCH, 2017

Em 4 de dezembro de 1945, o cinema Maldà foi inaugurado em um antigo salão do Palácio e em 1980 outro dos aposentos do palácio foi convertido no espaço teatral *Círcol Maldà*, como já havia sido feito pelo Barão de Malda em 1799. Antes de ser um cinema, o antigo salão tinha sido um teatro de fantoches.

Durante uma reforma do cinema, em 2006, atrás da tela apareceu entre outras ruínas, um nicho de uma antiga capela construída durante a Guerra Civil pela Associação de Mulheres Patrióticas Bascas. Tinha uma capacidade de cerca de setecentas pessoas e celebravam-se missas e celebrações religiosas clandestinas, como explicaram Albert Manent e Josep Raventós na Igreja Clandestina da Catalunha durante a Guerra Civil (1936-1939). (MARCH, 2017, tradução nossa)

Em suas instalações, há uma predominância maior de lojas de moda e acessórios, incluindo moda infantil. Conta também com lojas de decoração, bem como espaços dedicados para presentes, joias ou bijuterias.

Pauné (2011) afirma que após cerca de quatro anos em stand by devido às divergências entre os quatro proprietários e a lenta gestão das licenças para obras municipais, o complexo comercial iniciou o trabalho de melhoria e renovação interior. A primeira fase de construção começou em setembro de 2011, em um dos corredores que levam à *Calle del Pi*.

Figura 23 – Obra na Galeries Maldà



Fonte: PAUNÉ, 2011

A primeira fase envolve a demolição da superfície das paredes e do telhado sem fechar os espaços afetados ao público. Foram instalados andaimes e lonas que permitem aos clientes percorrer os corredores abaixo dessas estruturas. "Estamos muito satisfeitos, tanto pessoalmente como para a cidade, porque uma área histórica como esta não poderia ser deixada a definhar", diz Francisco Ocaña, presidente da associação empresarial das galerias, que inclui uma dezena de lojas. (PAUNÉ, 2011, tradução nossa)

Pauné (2011) afirma que o projeto de reforma dos arquitetos Pere Brualla e Jordi Balaguer, é chamado *Els carrers nous de Gòtic*, com uma durabilidade de 20 a 30 anos e é baseado em uma ideia do próprio Barão Maldà, que construiu o palácio central no século XVII (localizado dentro do bloco, não visível da rua). A característica mais marcante é a sinalização de pavimentação e interior, que vai imitar os azulejos, mobiliário urbano (bancos, vasos e cestos de lixo) e sinais de trânsito para dar continuidade a rede rodoviária.

Os cinco acessos foram um pouco alargados, reduzindo a área das primeiras lojas, e cada corredor será nomeado como por exemplo "*Carrer Baró de Maldà*", que é sinalizado com placas de mármore branco assim como nas ruas de Barcelona. Os tetos serão cobertos com tábuas onduladas de madeira e aproveitará a reforma para também construir uma área de banheiro e um espaço central para sentar, ler ou beber. O cinema e o teatro permanecerão abertos e serão

potencializados. Além disso, com a nova imagem aparecerão elementos arquitetônicos que estavam escondidos pelas lojas, como uma torre, vários tetos em caixotões e as escadas de acesso aos quartos nobres.

Figura 24 – Obra na Galeries Maldá



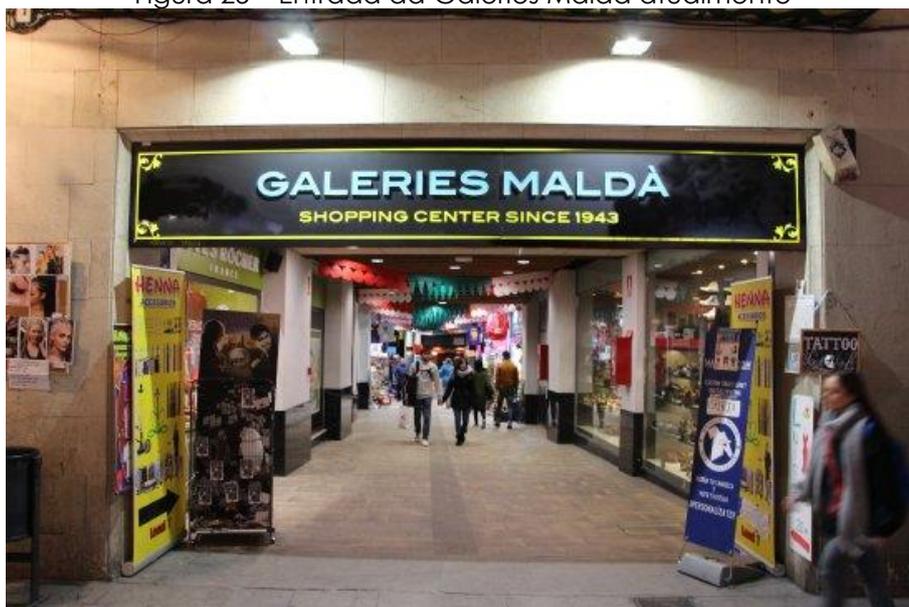
Fonte: PAUNÉ, 2011

Pauné destaca que além de melhorar desorientação causada pelo layout atual e tentar pegar o dinamismo comercial do bairro, esta reforma dará homogeneidade estética ao complexo. Outro objetivo, mais pragmático, é se adaptar às normas vigentes e reparar vazamentos, clarabóias rachadas e revestimentos soltos, causados pela falta de manutenção do edifício.

Considerando que cerca de 70% das instalações estavam vazias, Pauné (2011) relata que a reforma visava relançar as galerias, que tinham uma imagem sem alma para a quantidade de vitrines vazias ou cobertas e o layout labiríntico dos corredores.

Segundo Gutiérrez (2018), atualmente, a histórica Galeries Maldà, no coração de Barcelona, procura uma nova estratégia para recuperar o tempo de esplendor. Depois de anos em declínio, o centro comercial está apostando em negócios exclusivos que ajudam a revitalizar as vendas, como lojas especializadas no universo de Harry Potter, 'Game of Thrones' e 'Dragon Ball'.

Figura 25 – Entrada da Galeries Maldà atualmente



Fonte: Tripadvisor, 2019

Gutiérrez (2018) afirma que a empresa “Reino de Juguetes” está por trás das novas iniciativas comerciais e em outubro de 2018, abriu a loja Muggles Alley, dedicada à venda de produtos Harry Potter e depois de anos com pouco movimento, foram formadas filas e aglomerações dentro das galerias. Seis meses depois, o fenômeno se repetiu com a abertura de um local centrado no mundo de 'Game of Thrones'.

Figura 26 – “Loja Reino de Juguetes” na Galeries Maldà



Fonte: Tripadvisor, 2019

Com essa nova estratégia, de acordo com Gutiérrez (2018), a Galerías Maldà conseguiu alugar quase todas as instalações na área renovada. Betina Aparicio, uma representante de parte da propriedade, afirma que está buscando lojas especializadas para que as grandes empresas multinacionais não as tornem competitivas, ela destaca que "Uma loja de roupas dificilmente pode competir com cadeias como H & M, Zara ou Mango".

Entretanto, o principal obstáculo para crescimento são os desentendimentos entre os proprietários, que já impediram que o processo de renovação se estendesse por toda a galeria, e o resultado é visível, já que apenas cerca de 30 lojas estão em funcionamento de um total de 60.

Na galeria existem diversos negócios desde lojas de chocolates, o cinema Maldà, até as lojas de recordações, algumas delas estão lá há muitos anos e ainda estão abertas. Conforme relata Gutiérrez (2018), nos últimos meses depois da abertura das lojas temáticas, houve um aumento de cerca de 10% nas vendas e um aumento de compradores no local.

Observando os acontecimentos e a situação atual da galeria, pode-se perceber que a reestruturação e implantação de novos usos especializados (como também aconteceu no caso da Galeria do Rock), podem resgatar o uso de galerias, e atrair pessoas para o edifício.

6.3.3 Requalificação do Mercado Municipal de Pinheiros – SP

O Mercado Municipal Engenheiro João Pedro de Carvalho Neto, conhecido como Mercado Municipal de Pinheiros, localizado no bairro de Pinheiros em São Paulo – SP, foi inaugurado em 10 de agosto de 1910. Na época era conhecido como "Mercado dos Caipiras", devido à sua utilização por comerciantes e produtores do interior de São Paulo.

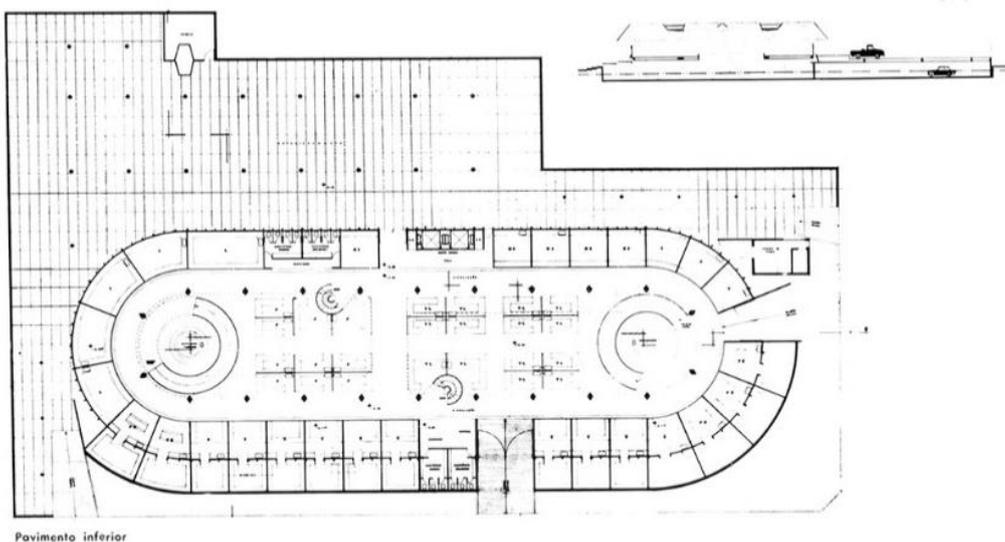
Figura 27 – Mercado de Pinheiros



Fonte: Arquivo Arq

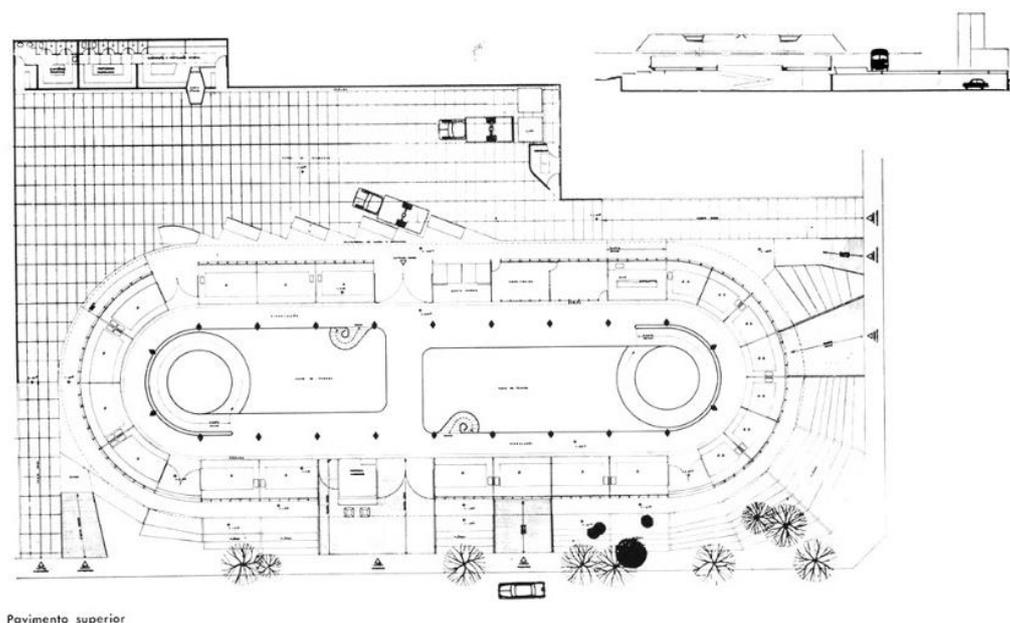
Segundo Leal (2018), o prédio original do Mercado foi demolido décadas depois de sua inauguração, devido a construção da Avenida Brigadeiro Faria Lima. Em março de 1971, o mercado foi reinaugurado no atual endereço. O novo edifício foi construído em dois andares, com 4.000 m² de área de vendas.

Figura 28 – Planta Pavimento inferior



Fonte: Arquivo Arq

Figura 29 – Planta Pavimento superior



Fonte: Arquivo Arq

Leal (2018) destaca que nos últimos anos, o mercado passou por algumas obras de revitalização do espaço. Em 2006, foi construído um deck (piso feito em madeira para dispor mesas ao ar livre) no segundo andar.

Figura 30 - Deck ao ar livre que recebe mesas e cadeiras



Fonte: IWASHITA, Shoichi

Conforme descreve Leal (2018), atualmente, o mercado possui 39 boxes divididos em: empório (venda de cereais, grãos, condimentos e

especiarias, enlatados em geral entre outros), mercearia, frios e laticínios, charutaria, quitanda (venda de frutas, verduras e legumes), açougue, lanchonete, peixaria, avícola, cereais e floricultura. Também conta um estacionamento gratuito de 1.742 m², com capacidade para 60 veículos.

“O prédio imponente acabava escondido entre o movimento da Teodoro Sampaio e o também renascido Largo da Batata. Mas desde o final do ano passado isso vem mudando e o espaço ganhou nova luz.” (LEAL, 2018).

Segundo o site Catraca livre (2019), em 2014 se iniciou um movimento de revitalização que reuniu eventos de comida de rua e culminou na instalação da Comedoria Gonzales. Nela, o Chef Checho Gonzales serve ceviches e alguns outros quitutes da culinária boliviana. Já em 2018, o Chef Alex Atala trouxe um ar mais gourmet para o mercadão e alguns boxes antigos passaram a ser ocupados pelo Instituto Ata, cada um representando os cinco biomas brasileiros: Pampas, Amazônia, Mata Atlântica, Caatinga e Cerrado.

Logo em seguida o restaurante Mocotó também instalou um café e trouxe alguns itens do seu famoso cardápio. Após todo esse processo, o Mercado de Pinheiros ganhou destaque na mídia e o público aumentou quase que 50%, segundo o Catraca Livre (2019).

Figura 31 – Mercado de Pinheiros atualmente



Fonte: IWASHITA, Shoichi

Deste modo, vemos que com a implantação de outras lojas com novo design, foi atraído um novo público para o local, aumentando o fluxo de clientes e assim até mesmo os antigos lojistas passam a vender mais.

6.3.4 Time Out Market Lisboa

O Time Out Market Lisboa se encontra no mesmo edifício do Mercado da Ribeira e segundo Freire (2018) teve início em 2014, quando o grupo português que publica a revista Time Out na cidade conseguiu a concessão de metade do Mercado da Ribeira e abriu o espaço para os restaurantes contemplados por seus críticos gastronômicos com 4 ou 5 estrelas. Ali os restaurantes montaram pequenas filiais com cardápio, porções e preços reduzidos.

Figura 32 – Time Out Market Lisboa



Fonte: Martinha Andersen, 2018.

Andersen (2008), descreve o local como um *foodhall* e área gastronômica que tem os melhores restaurantes e chefs de Lisboa. O espaço reúne mais de 30 restaurantes e comporta mais de 750 pessoas. Nos stands estão alguns dos melhores restaurantes e chefs de Lisboa representados. A proposta do local é que você possa escolher e pegar alimentos e bebidas de um ou vários restaurantes de sua escolha, e se sente na área de alimentação, onde você poderá interagir com outras pessoas, com longas e modernas mesas comuns, incentivando as pessoas a se sentarem juntas.

Figura 33 – Time Out Market Lisboa



Fonte: Sílvia Oliveira, 2018.

Segundo Oliveira (2018), funciona como uma grande praça de alimentação com mesas coletivas que lotam nos finais de semana. A excelente qualidade da comida, transformou o Mercado da Ribeira num grande atrativo de público e um dos motivos também são os preços acessíveis.

6.4 A Galeria Wilson Vaz²

6.4.1 Localização e Contexto histórico

O objeto de estudo, a Galeria Wilson Vaz, está localizado no centro do Estado do Tocantins, na cidade de Palmas, considerada a última capital brasileira planejada do século XXI, Brito (2009) afirma que a cidade foi criada no ano de 1989, pós-concretização da criação do Estado do Tocantins no dia 5 de outubro de 1988.

Figura 34 – Localização de Palmas

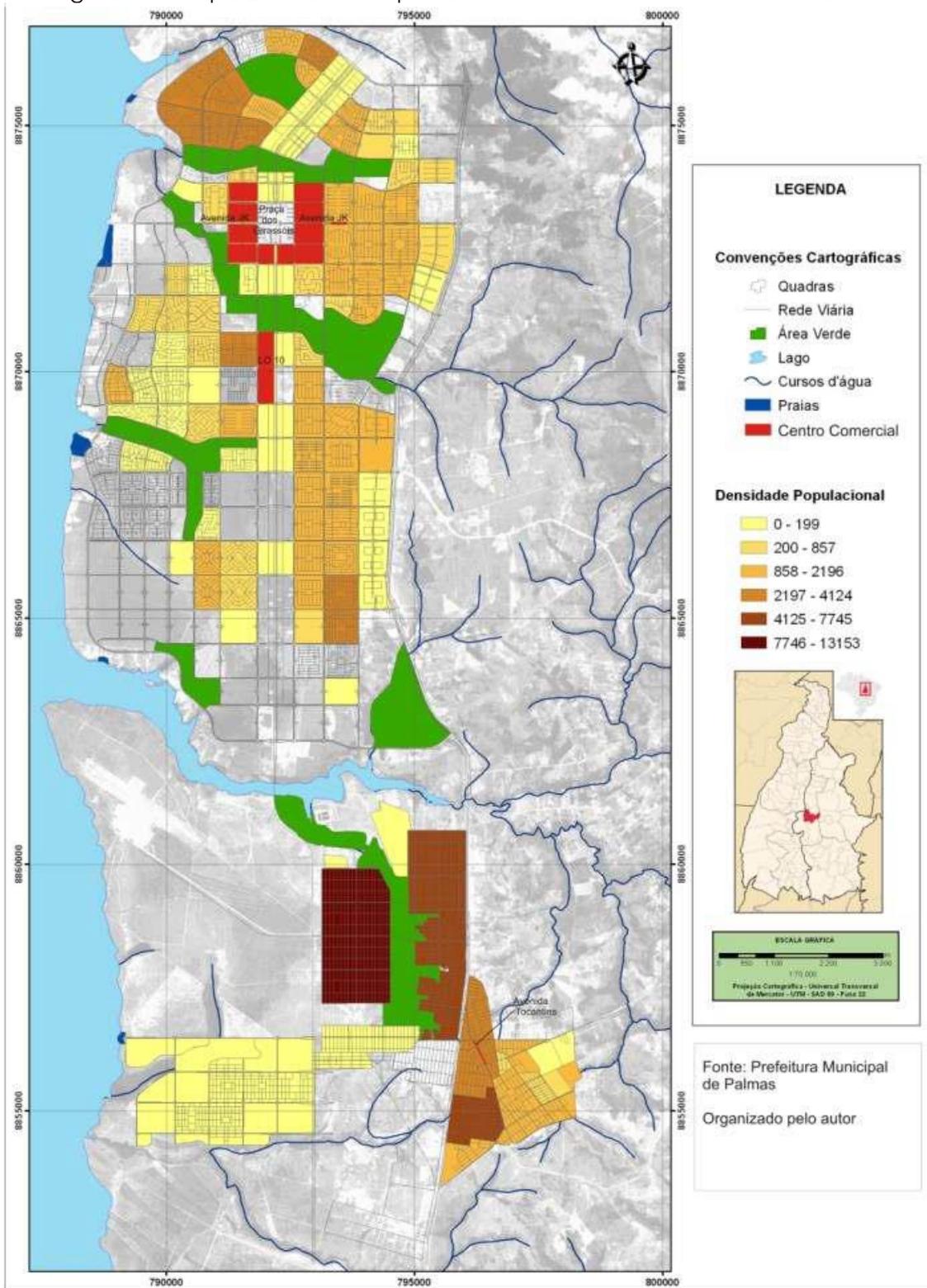


Fonte: Elaborado pela autora

Brito (2009) ressalta que Palmas, mesmo se tratando de uma cidade planejada, não fugiu à regra da especulação imobiliária, se tornando um espaço dominado por intervenção política contraditória. Assim o Estado teve grande poder e passou a controlar a ocupação da cidade, já que possuía a maior parte das terras, o que poderia ter sido positivo se não tivesse tido a interferência partidária ideológica, somada a um desfalque nos recursos financeiros gerando uma ocupação especulativa e rarefeita na cidade, como podemos perceber no mapa (Figura 35).

² A Galeria Wilson Vaz teve seu nome alterado pelo atual proprietário e passou a se chamar Centro Empresarial Tukana, apesar de ser popularmente conhecida pela antiga denominação.

Figura 35 – Mapa Densidade Populacional e centro comercial de Palmas - TO



Fonte: BRITO, 2009

Em entrevista concedida a Roberto de Almeida Bottura, o arquiteto e urbanista Luis Hildebrando Ferreira Paz, ao ser questionado sobre a ocupação da JK e o centro comercial, afirma que:

Na primeira licitação, o Siqueira já usou uma estratégia de especulação imobiliária. Com os lotes em malha, ele vendia um lote, deixava um vazio, vendia o seguinte, deixava outro vazio e assim sucessivamente. Ficaram estes vazios para vender depois. Sempre deixando vazio urbano. (PAZ, 2019)

Comprovando assim o controle da ocupação na cidade e a especulação imobiliária. Questionado sobre como era a venda dos lotes, ele afirmou que após a primeira licitação, houve uma reunião em que Siqueira Campos (governador na época) determinou que fossem selecionados os lotes do centro que seriam oferecidos em balcão e então Hildebrando selecionou uma faixa contínua de uma quadra inteira.

O arquiteto relatou: “A gente vendia no balcão direto. Havia um documento que você pode resgatar que a pessoa assinava que teria de construir para não perder o lote. Isso assustava porque senão todo mundo compraria” (PAZ, 2019).

Brito (2009) ressalta que o centro financeiro e comercial da cidade começou a tomar força após o ano 1994, devido a aglomeração em prédios próprios das instituições financeiras, em sua maioria na Avenida JK, próximo à Praça dos Girassóis e restritamente no sentido leste da capital. Nessa área da cidade se percebe que o fluxo de pedestres é bem maior comparado a outros locais, e isso se deve a dinâmica do centro financeiro, que valoriza o local e seu entorno.

O autor também destaca que o lado oeste não possuía a mesma dinâmica financeira da área leste, possui apenas uma agência do Banco do Brasil e uma agência do Unibanco. Sua dinâmica principal está concentrada sobre o comércio de papéis e hotelaria. Mas os dois lados possuíam centros comerciais principais da cidade. Na ACNO (Área Comercial Norte Oeste) I, o Centro Comercial Turim, que até 1996 foi um dos principais centros comerciais da cidade.

Brito (2009) afirma que o desenvolvimento comercial deste centro se deve, em grande parte, pelo agrupamento de trabalhadores em barracos de madeiras construídos nas quadras: ACNO 1, 11, ACSU-NO (Área Comercial e Serviço Urbano Norte Oeste) 10, ACSU-NE (Área Comercial e Serviço Urbano Norte Leste) 10 e ACNE 11. Os moradores da ACSU-NO 10 e ACSU-NE 10 estavam todos morando provisoriamente no local, por ser uma área era destinada aos estabelecimentos públicos federais.

Inserido nesse contexto, em 1992, foi inaugurado o Centro Comercial Wilson Vaz, que na época chegou a ser considerado pela população o primeiro shopping center da capital.

Figura 36 – Galeria Wilson Vaz em 1992



Fonte: Thenes Pinto, 1992.

O Centro Comercial Wilson Vaz até o ano de 1996, foi o principal sub-centro comercial do Plano Básico da cidade de Palmas. Após esta data, principalmente com a instalação do Palmas Shopping e do Free Shopping, a decadência deste centro foi inevitável, chegando em 2006 como um local pouco frequentado (BRITO, 2009).

Brito (2009) faz uma interessante colocação ao perceber que na época (final da década de 1980) a política de comercialização no Brasil, já estava focada nos shoppings e Palmas, que é considerada uma cidade de arquitetura modernista, mesmo assim absorveu os centros comerciais já ultrapassados.

Então o autor conclui que os processos produtores de uma cidade acontecem por uma temporalidade que obedece a própria dinâmica da construção espacial. A transformação da natureza em um espaço modificado pelo homem, mesmo em uma cidade planejada, levaria tempo, foi o que permitiu no estágio inicial apenas a construção de centros comerciais, preservando os espaços mais elitizados para o segundo estágio que já era o da cidade com seus traçados formados.

Em Palmas os dois primeiros shoppings foram inaugurados em 1996, ou seja, passaram mais de seis anos para que a cidade recebesse os primeiros shoppings, no período em que as áreas do chamado Plano Diretor já estavam mais ocupadas por moradias definitivas, substituindo os antigos barracões usados pelos construtores dos edifícios públicos e, as principais avenidas já estavam asfaltadas facilitando o tráfego no centro da cidade. Assim se confirma o pensamento de Santos, ao afirmar que:

um grande supermercado ou shopping center seriam incapazes de existir se não fossem servidos por vias rápidas, estacionamentos adequados e acessíveis, sistemas de transportes públicos com horários regulares e conhecidos e se, no seu próprio interior, as atividades não estivessem subordinadas a uma coordenação. (SANTOS, 1996, p. 145).

Por volta de 2001, em Palmas já existiam alguns centros comerciais e shoppings, como podemos ver em um folheto da época divulgado pela Prefeitura da cidade (figuras 37 e 38). Nele podemos perceber que já existiam pequenos shoppings e algumas galerias e o comércio era um setor em constante crescimento.

Figura 37 – Caderno sobre Palmas - Comércio

Palmas Shopping - 10 mil m²
70 lojas, praça de alimentação, cinema e um supermercado
Palmas Shopping, 10,000 sq. m, 70 shops, leisure and restaurant square, cinema and a supermarket

Free Shopping
32 lojas e um restaurante panorâmico
32 shops and a panoramic view restaurant

Village Center
28 salas comerciais numa galeria de 1.394 m²
The gallery is comprised of 28 rooms, with 1,394-sq. m

Centro Empresarial Norte
35 salas destinadas a empresas e escritórios
Norte Business Center
35 rooms for company offices

Plaza Center - 1.600 m²
Salas comerciais e entretenimento
1,600 sq. m, offices, shops and entertainment

Empresas/Setor

Sector	Percentage
Comércio	34,52 %
Indústria	10,71 %
Serviço	54,77 %

Empresas/Porte

Porte	Percentage
Micro	92,11 %
Pequena	7,20 %
Média	0,49 %
Grande	0,21 %

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE PALMAS
e-mail: asscompa@terra.com.br

Girasol
Conefeções refrigeradas e Bebidas em Geral
Fones 207-1757

Pop Shop
O Shopping Popular de Palmas
403 Norte - Al. 06 - Lt. 08 - e-mail: popshop@terra.com.br

Fonte: PALMAS, 2001.

Figura 38 – Caderno sobre Palmas - Comércio

Centro Comercial Wilson Waz
208 salas com variadas lojas e prestação de serviços
Wilson Waz Center
208 rooms with assorted shops and offices

Construção do Pop Shop
Shopping popular com 171 lojas e praça de alimentação em 3.600 m²
Pop Shop Construction
Palmas first popular shopping, with 171 shops and restaurant square in a 3,600 sq. m area

Construção do Rodoshopping
10.272 m² - 183 lojas, ao lado do novo Terminal Rodoviário da Capital
Bus Station Shopping Construction
10,272 square meters - 183 stores next to the new bus station of the Capital

Opinião do Palmense

Item	Opinião
Qualidade de vida	Bom - Regular - Ruim
Oportunidade de trabalho	48 % 47 % 5 %
Governo faz bem o Camargo	61 % 31 % 8 %
Sector que mais cresceu	Comércio
Sector mais valioso investimento	Comércio
Qual mais indicada	Industria
Cursos mais solicitados	Marketing

Agências bancárias em Palmas

BANCO DO BRASIL, Bradesco, CAIXA, BANCO REAL, HSBC, PINNACULA, BANCO DA AMAZONIA, BBV, BANDEIRANTES, Itau

RM BATERIAS
RM Baterias e Auto Elétrica
Distribuidora de Baterias Delphi, Magneti Marelli, Peças e Serviços de Injeção Eletrônica
Av. T. S. - ACSU 50 59 / 216-9000

CDL Câmara de Dirigentes Lojistas
PALMAS - TOCANTINS (63) 215-4150

Tocantins Piscinas
Fone: (63) 215-1641

Fonte: PALMAS, 2001.

Para Brito (2009) outro aspecto a ser levado em consideração é a origem da população, porque isto influenciou na vida cotidiana. Para tanto, com a formação do quadro de funcionários do Estado por meio

de concurso público, possibilitou que estas vagas fossem ocupadas por pessoas vindas dos grandes centros urbanos e, foram estes moradores que buscavam mais os *shoppings* por já terem este costume em suas cidades, se contrapondo as pessoas vindas do interior, que na maioria tinha hábitos mais ligados ao campo.

Foi a partir do ano de 1995 que uma outra migração começou a chegar em Palmas, o que proporcionou uma nova forma de apropriação da cidade, pois, os trabalhadores da construção civil em sua maioria já estavam relocados para a região de Taquaralto e para a Vila Independência e, a população que começava a chegar em Palmas era pessoas com poder aquisitivo melhor e mais exigentes (BRITO, 2009).

Como Palmas teve uma forma de ocupação heterogênea, com a população de maior poder aquisitivo morando predominantemente nas áreas centro-sul, os *shoppings* acabaram por se estabelecer mais próximos dessas regiões, que são onde se localiza a maior parte do público-alvo.

Com o surgimento dos *shoppings*, gradativamente as galerias foram entrando em decadência, “apresentando no ano de 2006 como espaços sem dinâmica comercial” (BRITO, 2009). De acordo com Villaça:

os *shoppings* vêm apresentando, entretanto, uma participação significativa no prosseguimento do esvaziamento dos centros principais de nossas metrópoles, embora o declínio desses centros tenha se iniciado antes da vulgarização dos *shoppings*. Como os centros principais tradicionais atraíam clientela de alta renda e os *shoppings* também, os últimos têm contribuído mais para o prosseguimento do esvaziamento dos centros principais do que dos subcentros (VILLAÇA, 2001, p. 308 apud BRITO, 2009, p.12).

Maricato também ressalta que “a cada nova grande avenida imobiliária, cada novo grande shopping center, corresponde algum declínio de negócios tradicionais” (MARICATO, 2001, p. 139 apud BRITO, 2009, p.13), assim percebemos que um dos principais motivos para o declínio dos antigos centros comerciais, não só em Palmas, como em outras cidades, foi o surgimento de novos grandes empreendimentos como *shoppings centers*.

Figura 39 – Localização da Galeria Wilson Vaz na cidade

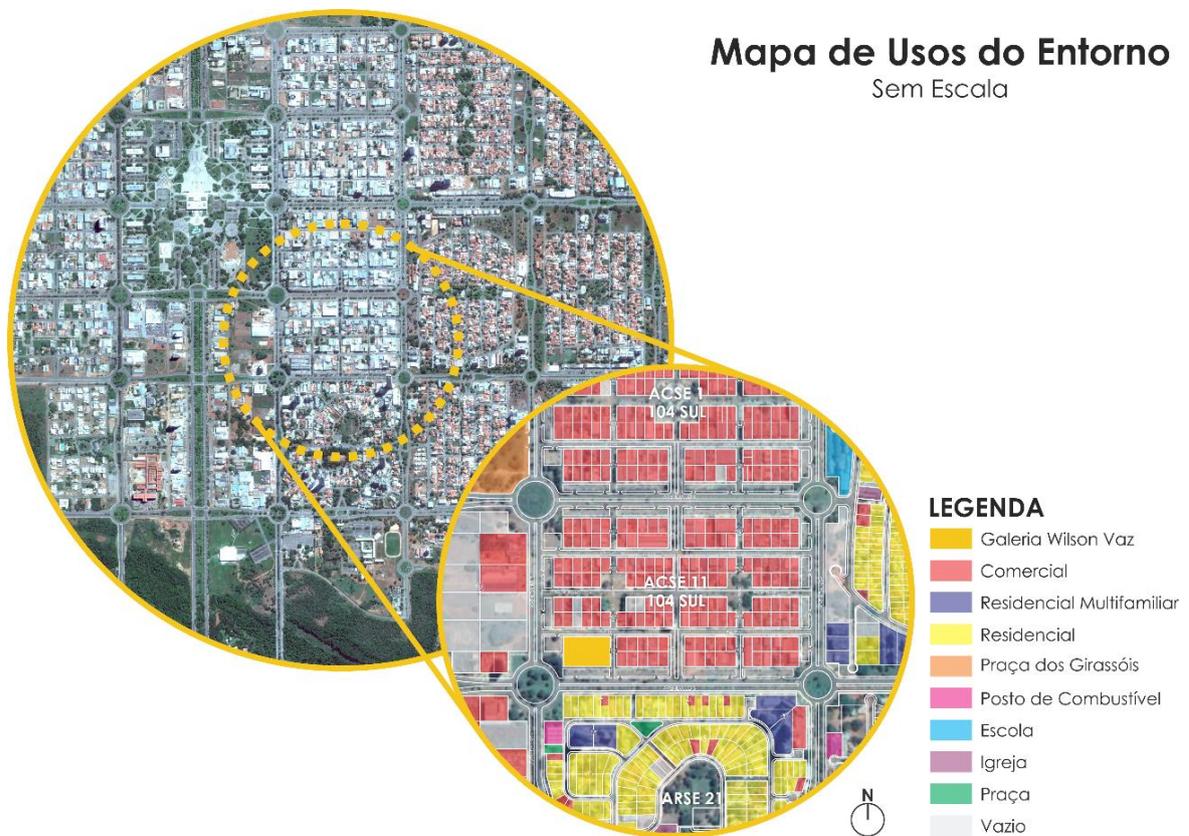


Fonte: Google Earth, 2016 (Elaborado pela autora)

6.4.2 Entorno

Atualmente, o entorno do edifício se caracteriza predominantemente por comércios e algumas quadras residenciais próximas, conforme o mapa abaixo (Figura 40). É uma região da cidade que já está praticamente toda ocupada, e possui muitos moradores e e bastante movimento no setor comercial.

Figura 40 – Mapa de usos do entorno



Fonte: Elaborado pela Autora, 2019

6.4.3 Processo evolutivo

Para se compreender melhor todo o processo evolutivo e os motivos da situação atual da Galeria Wilson Vaz, foram pesquisadas diversas fontes que pudessem trazer informações históricas e vivências, entre eles os próprios lojistas, sendo muitos deles pioneiros da galeria.

O edifício foi construído ocupando um quarteirão inteiro na região central da cidade (figura 41), anteriormente a área era composta por 10 lotes (1 a 10), sendo que os mesmos foram lembrados³ no ano de 1991, através de processo com a devida aprovação pela prefeitura, resultando em um lote que passou a ser denominado 1-A, com área total de 6.400m², e de uso Comercial destinado ao comércio e serviço central, de acordo com documentação referente ao imóvel consultada na Prefeitura de Palmas.

Figura 41 – Mapa de localização do lote



Fonte: GEO Palmas (editado pela autora)

Apesar do Memorial Descritivo da quadra apresentar que uma das vias lindeiras ao lote foi aprovada como exclusiva para pedestres, podemos constatar que a mesma se encontra pavimentada e com fluxo de veículos. As demais vias lindeiras ao lote (Av. LO-3, NS-2 e SE-11) também estão todas pavimentadas e com fluxos de veículos. Assim

³ Remembramento – é a junção de dois ou mais lotes ou glebas urbanas, resultando em um novo lote ou gleba. Art. 6º, inciso IX, alínea “d”, da Lei 468/94 que aprova o Plano Diretor Urbanístico de Palmas (PDUP) e dispõe sobre a divisão do solo do Município, para fins urbanos.

podemos perceber que o edifício está cercado de vias por todos os lados, facilitando o acesso e fluxo de pessoas.

Vale destacar ainda, que o prédio possui dois bolsões de estacionamentos, um voltado para a Avenida LO-3, e outro para a Av. NS-2, facilitando o acesso de clientes e lojistas ao empreendimento.

Posteriormente, em 1992, ano da inauguração da Galeria, foi emitido o alvará de licença de "habite-se" parcial, para liberação do alvará de funcionamento das lojas do pavimento térreo, conforme documento que segue.

Figura 42 – 'Habite-se' Parcial N°0293/92

ESTADO DO TOCANTINS
PREFEITURA MUNICIPAL DE PALMAS
Secretaria Municipal de Viação, Obras e Serviços Públicos

Para a liberação do alvará de funcionamento das lojas do pavimento térreo, as mesmas serão submetidas à fiscalização da SEVOEP.

ALVARÁ DE LICENÇA DE CONSTRUÇÃO HABITE-SE
X PARCIAL

Alvará N.º 0293/92

O Sr. IZACARIAS MATA LEITE Secretário Municipal de Viação, Obras e Serviços Públicos de Palmas, no uso de suas atribuições legais e de acordo com o que preceitua o inciso XXI do Art. 16 do Decreto 4/90, combinado com o inciso XCIV do Art. 17 e inciso LXXXVII do mesmo dispositivo legal, EMPEDE A WILSON VAZ

o presente Alvará de Construção Habite-se depois de preenchido os requisitos abaixo discriminados:

Enderço ACSE 11 CONJ. 04 LOTES 01 a 10
Tipo de Construção COMERCIAL
Projetos: ADMARDO DE A. ROCHA CREA N.º 8493/90/TO
Resp. Téc. ADMARDO DE A. ROCHA

Área a ser construída ou construída 4.370,40
M2, N.º de Cômodos _____ N.º do lote 01 a 10
N.º da quadra ACSE 11 área terreno 6.400,00 M2
M2.Setor, CONJ. 04 N.º do prédio _____

Início da Obra ____/____/____, Término Previsto _____
ou terminada em 15 / 06 / 92 (Parcial)

Pagou taxa no valor de Cr\$ 771.392,00, conforme talão n.º _____ em 07 / 02 / 92

Palmas 15 / 06 / 92

Ante
Eng.º Izacarias Mata Leite
Sec. Mun. de Viação, Obras e S.

Fonte: Prefeitura de Palmas (Resolve Palmas)

A área onde o empreendimento foi implantado, é bem próxima ao Palácio Araguaia⁴, que na época era considerado um ponto de referência para a cidade, por ser uma das maiores edificações e devido a sua importância político administrativa, assim podemos perceber que a edificação estava localizada em uma área privilegiada da nova capital.

No ano de 1994, próximo a galeria, estava também um importante supermercado da cidade, “O Caçulinha”, localizado na mesma quadra (figura 43), e como se tratava de um dos maiores na época, atraía muitos moradores. Outro comércio importante na quadra foi a Valadares Home Center, loja de materiais para construção, aberta em 1990.

Figura 43 – Alguns comércios pioneiros do entorno
MAPA HISTÓRICO OCUPAÇÕES



LEGENDA:

- Galeria Wilson Vaz (1992)
- Valadares (1990)
- O Caçulinha (1994)
- Casa do eletricista (1991)
- Castelo dos Brinquedos (1990)
- GEP Livraria (1997)

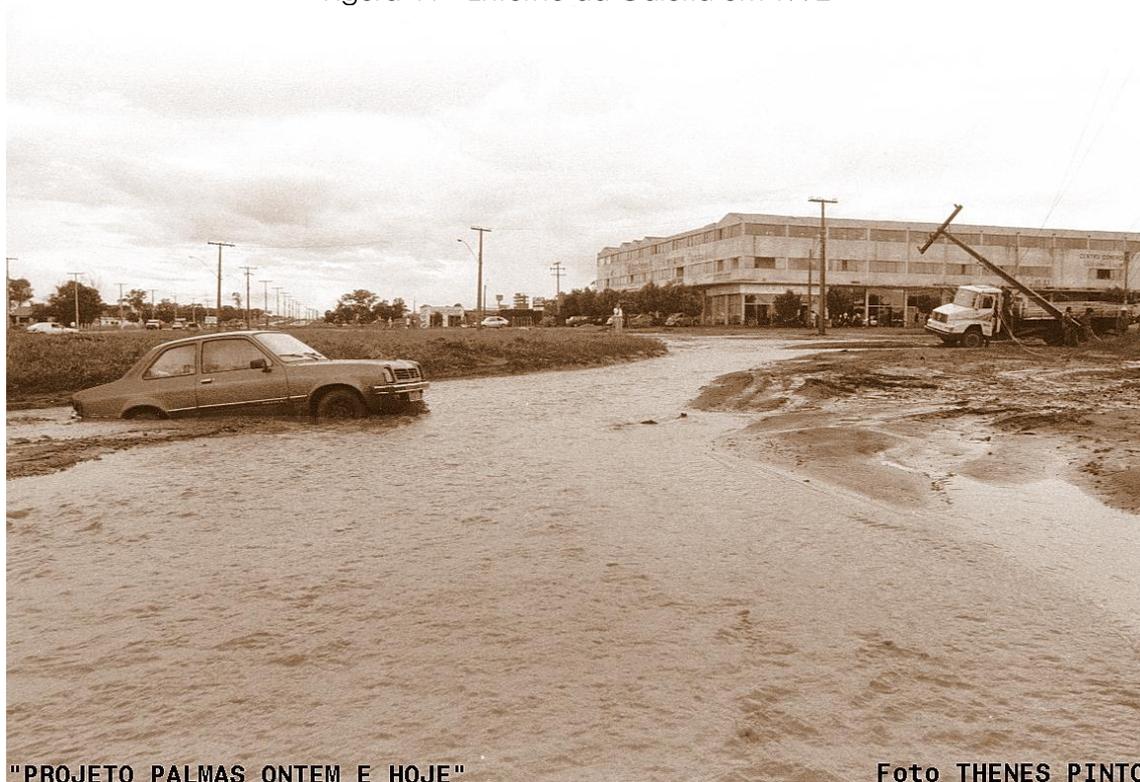
Fonte: Elaborado pela autora



⁴ Palácio Araguaia - Sede do Governo Estadual do Tocantins, inaugurada em março do ano de 1991.

Conforme relato de um dos lojistas mais antigos da galeria, proprietário da loja de móveis "Ponto do Escritório", ele foi o terceiro lojista a se instalar no local, e destacou que no início a quadra não possuía pavimentação asfáltica, só por volta de 1994/5 que foram pavimentadas algumas vias. De acordo com ele e alguns outros lojistas pioneiros, além da galeria, existiam alguns comércios espalhados no entorno e muitos lotes vagos, que com o passar dos anos foram sendo ocupados.

Figura 44 – Entorno da Galeria em 1992



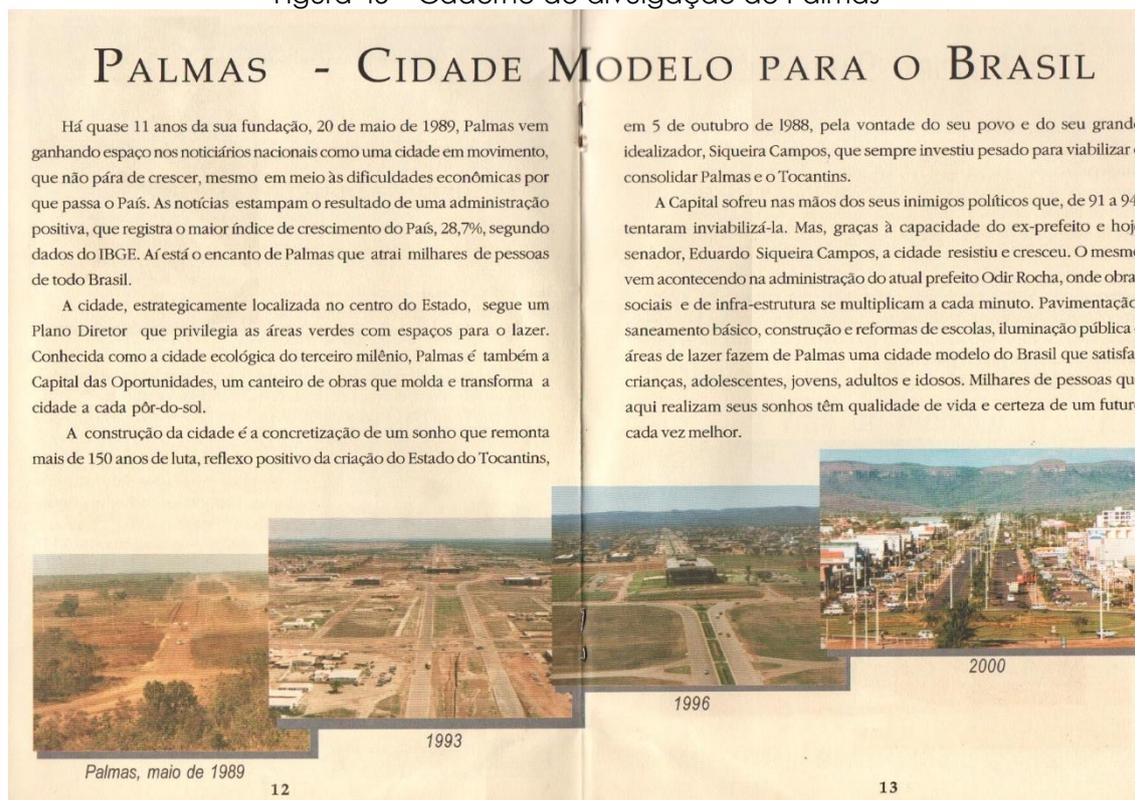
"PROJETO PALMAS ONTEM E HOJE"

Foto THENES PINTO

Fonte: Thenes Pinto, 1992

Podemos notar que logo após sua criação a cidade de desenvolveu rapidamente, passando a oferecer melhor infraestrutura para receber novos comércios e moradores, podemos perceber essa evolução através das fotos presentes em um caderno sobre Palmas, divulgado pelo Estado do Tocantins, que mostra o desenvolvimento e a ocupação da região central.

Figura 45 – Caderno de divulgação de Palmas



Fonte: PALMAS, 2000

Em entrevista com a proprietária da loja “A Caiçara” que inicialmente no ano 1994, ocupava uma sala na galeria e posteriormente expandiu seu negócio, chegando a ocupar quatro salas. Atualmente possui um ponto comercial próprio na mesma rua da galeria. Ela destacou que no início o edifício era muito movimentado, com grande parte das salas ocupadas, sendo considerado o “point” da cidade, um verdadeiro shopping e muito frequentado por grande parte da população.

Segundo ela o movimento era intenso, mas depois da inauguração do Palmas Shopping ela sentiu que o fluxo de pessoas foi dividido. Outro lojista pioneiro na galeria considera ainda que o movimento de clientes hoje pode ser considerado cerca de 50 a 60% do que já foi um dia.

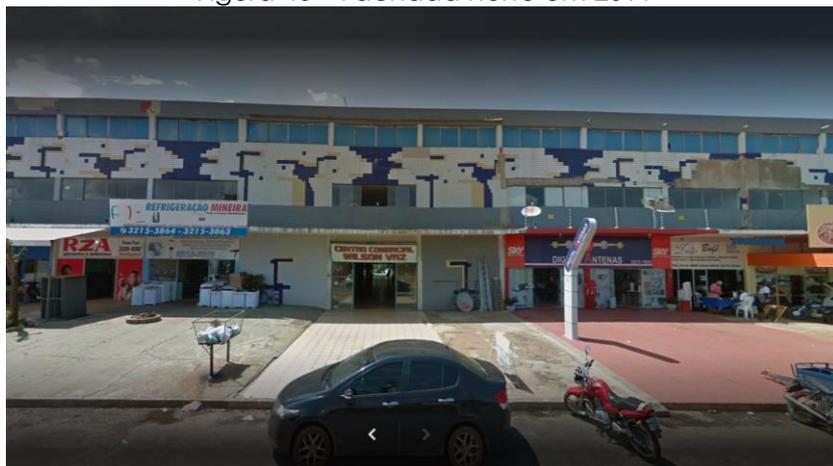
O proprietário da sapataria Borges (que inicialmente trabalhou como funcionário na sapataria do falecido Senhor Hugo, desde o início da galeria e atualmente é proprietário de uma sala), relatou que na galeria existiam diversos tipos de comércio, como bar, restaurante,

relojoaria, alfaiataria, barbearia, papelaria, farmácia entre outros. Destacou ainda, que existiam também muitos vendedores ambulantes próximos a galeria, o que confirma o fato ter existido um grande fluxo de pessoas.

Segundo informações da administração da Galeria, em 2010, um novo empresário assumiu a administração do edifício, que passou a se chamar Centro Empresarial Tukana. Segundo lojistas, na época surgiram comentários de que haveria uma possível reforma e melhorias no prédio para modernizá-lo, no entanto até o momento nada nesse sentido foi realizado.

Analisando imagens de períodos distintos, podemos perceber que a galeria passou por pequenas mudanças nas fachadas, com a troca de revestimento e cores, conforme fotos a seguir.

Figura 46 – Fachada norte em 2011



Fonte: Google Earth, 2011

Figura 47 – Fachada nordeste em 2011



Fonte: Google Earth, 2011

Figura 48 – Fachada nordeste em 2017



Fonte: Google Earth, 2017

Figura 49 – Fachada nordeste em 2019



Fonte: Eliseu Lima, 2019

Figura 50 – Fachada Sul em 2011



Fonte: Google Earth, 2011

Figura 51 – Fachada Sul em 2016



Fonte: Google Earth, 2016

Figura 52 – Fachada Sul em 2019



Fonte: Eliseu Lima, 2019

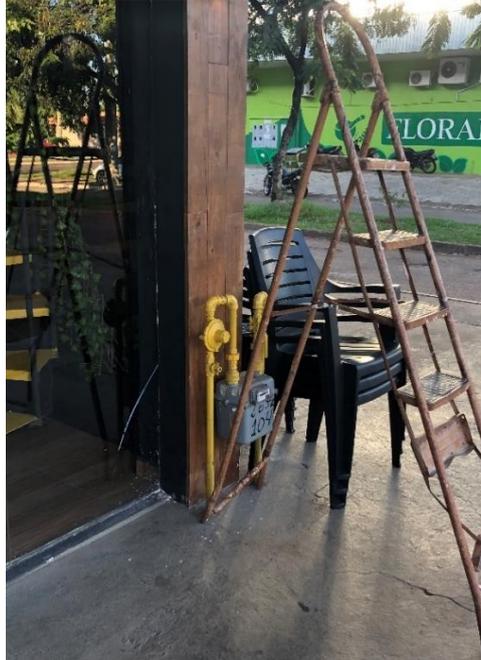
6.4.4 Opinião dos lojistas

Em entrevistas realizadas com os atuais lojistas, quando questionados sobre o motivo de estarem na galeria, grande parte deles responderam que escolheram o local pela excelente localização, por ser bem conhecido na cidade e pelo estacionamento gratuito bem próximo. Os lojistas mais antigos afirmaram que escolheram o edifício porque na época não tinham muitas opções, e permaneceram até hoje devido a localização estratégica.

O principal defeito citado pelos lojistas é a falta de manutenção da estrutura do edifício, conseqüente da má administração. Uma das

lojistas ressaltou que tem medo de algum dia ocorrer algum incêndio por causa das instalações de gás que foram feitas de forma incorreta (figura 53).

Figura 53 – Instalação de gás na calçada



Fonte: Autora, 2019

Alguns lojistas também destacaram que o aluguel é caro e muitas salas estão vazias (Figura 54), um deles inclusive sugeriu que o proprietário reduzisse o valor do aluguel para atrair novos lojistas e assim aumentar o fluxo de pessoas.

Figura 54 – Salas vazias no térreo



Fonte: Autora, 2019

Outra reclamação feita por alguns lojistas foi em relação a mudança do nome do empreendimento feita pela nova administração, que alterou de Centro Comercial Wilson Vaz para Centro empresarial Tukana. Na opinião deles o novo nome não “pegou”, ninguém associa a galeria ao atual nome, sendo usualmente denominada como “Wilson Vaz”, que curiosamente é o nome do primeiro proprietário.

Quando questionados o que mudariam no edifício, alguns propuseram uma reforma e manutenção do prédio, com a intenção de atrair mais pessoas e outros sugeriram que fosse demolido e reconstruído de outra forma.

Segundo os lojistas o empreendimento ainda mantém um bom fluxo de clientes, por ser um local bastante conhecido, mas devido a localização estratégica tem potencial para atrair ainda mais.

6.4.5 Situação atual

O edifício possui características típicas de uma galeria comercial, possuindo corredores largos que funcionam como “avenidas internas”, no pavimento térreo possui um corredor principal e dois que o cruzam, ambos com 4,80 metros de largura, totalizando assim seis acessos. Os múltiplos acessos permitem que os pedestres possam utilizar a galeria para “cortar caminho”, além de permitir diferentes circuitos entre o seu interior e a cidade.

As quatro escadas estão locadas nas duas extremidades do corredor principal, sendo duas de cada lado. O segundo pavimento também possui um corredor principal mais largo, com 4,80 metros de largura e outros quatro perpendiculares mais estreitos, com 2,50 metros de largura.

Figura 55 – Fachada Norte



Fonte: Autora, 2019

Figura 56 – Fachada Norte



Fonte: Autora, 2019

Figura 57 – Fachada Sul



Fonte: Autora, 2019

Figura 58 – Fachada Sul



Fonte: Autora, 2019

Figura 59 – Fachada Leste



Fonte: Autora, 2019

Figura 60 – Fachada Oeste



Fonte: Autora, 2019

Figura 61 – Corredor secundário Térreo



Fonte: Autora, 2019

Figura 62 – Corredor Principal 1º Pavimento



Fonte: Autora, 2019

O terreno possui 6.400,00 m², e um total de 11.868,88 m² de área construída e 2.918,26 m² de área coberta, sendo 4379,40 m² no térreo, 4.379,40 m² no 1º pavimento e 3.092,76 m² no 2º pavimento. O empreendimento possui 284 salas, sendo 108 no térreo, 104 no 1º pavimento e o 2º pavimento que possuía 72 salas encontra-se interditado. Atualmente apenas 66 salas no térreo e 4 no 1º piso estão em funcionamento.

A volumetria do edifício é simples e racional, com forma regular prismática e com marquises de 2,5 m em todas as fachadas. Os dois andares superiores possuem janelas em todos os lados e o térreo possui fachadas de comércio voltadas para as ruas. Sua forma realça a horizontalidade do edifício, que é monótono e possui poucos atrativos visuais.

Figura 63 – Volumetria e Marquise



Fonte: Autora, 2019

Figura 64 – Volumetria



Fonte: Eliseu Lima, 2019

Nas fachadas oeste e sul, estão localizados os dois bolsões de estacionamento. Há uma grande massa arbórea próxima a fachada oeste e alguns canteiros próximos ao lote, conforme a imagem aérea a seguir.

Figura 65 – Vista Superior atual



Fonte: Eliseu Lima, 2019

A variedade de ramos de comércios ainda acontece na galeria, porém em menor quantidade. Existe uma grande quantidade de estabelecimentos de prestadores de serviços, destacando-se os ateliês de costura, que predominam em um dos corredores (figura 44). Já nas salas voltadas para o exterior a maioria é do ramo alimentício, como restaurantes e lanchonetes.

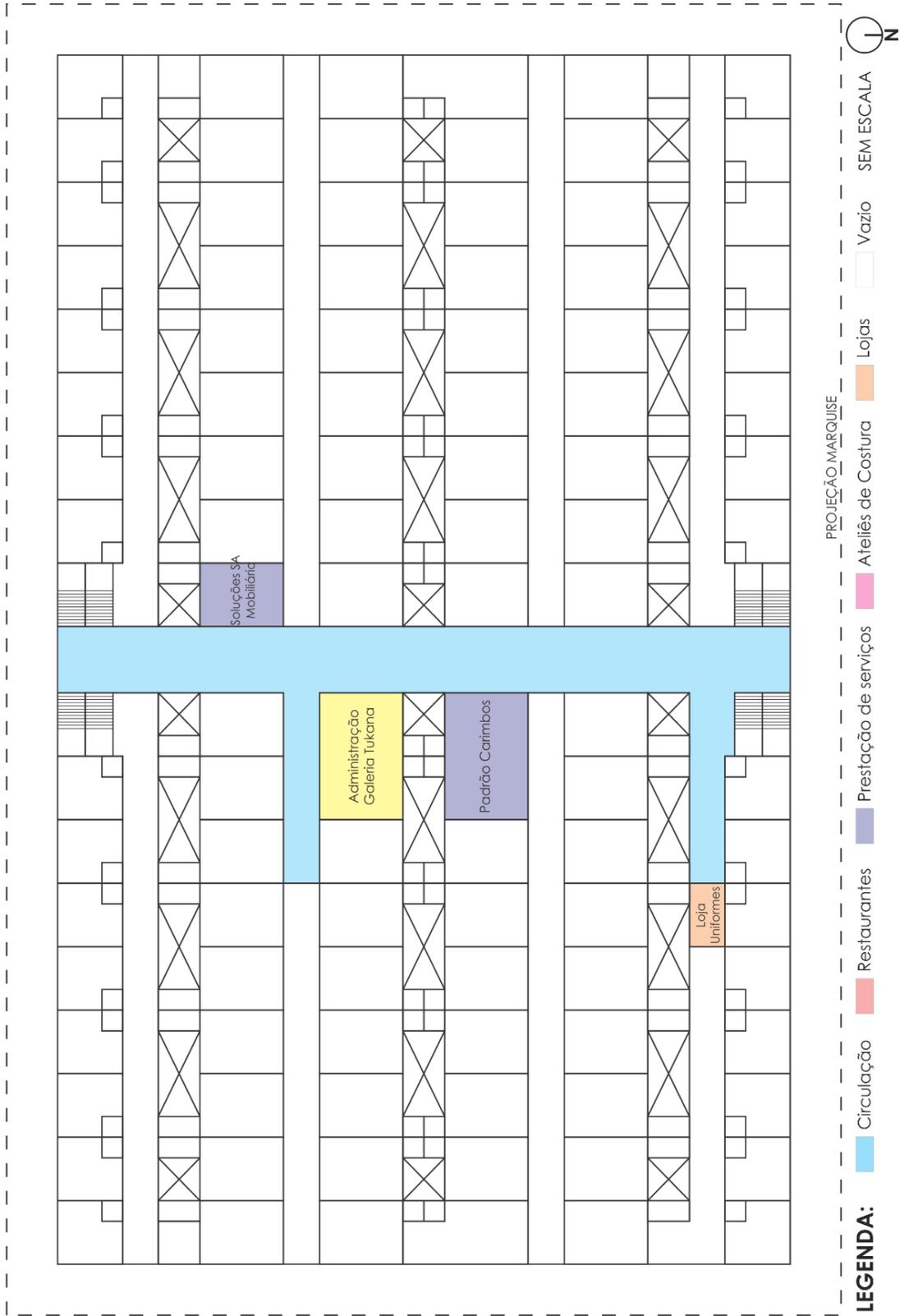
Figura 66 – Corredor com predomínio de ateliês de costura



Fonte: Autora, 2019

Para compreender melhor os usos atuais e a grande quantidade de salas vazias, foram elaboradas plantas esquemáticas indicando os estabelecimentos presentes, separando os também em categorias conforme imagens a seguir.

Figura 68 – Mapa de usos 1º Pavimento
MAPA DE USOS - 1º PAVIMENTO



Fonte: Elaborado pela autora

A partir das visitas de campo e análise dos mapas de usos, percebe-se que a maior parte dos comércios ativos estão localizados nas fachadas externas, que são mais visíveis e conseqüentemente atraem mais clientes.

Este fato é confirmado ao se analisar os valores de locação das salas, onde nota-se que as salas externas do térreo são muito mais valorizadas em relação as outras (Tabela 1).

Tabela 1 – Valores aproximados para locação das salas

LOCAL	VALOR
TÉRREO – EXTERNA (APROX. 80M²)	R\$3.000,00
TÉRREO – INTERNA	De R\$800,00 a R\$900,00
1º PAVIMENTO	De R\$600,00 a R\$700,00
2º PAVIMENTO	Inativo

Fonte: Administração da Galeria, 2019 (Elaborado pela autora)

A partir das visitas in loco, também pode-se perceber as mudanças no fluxo de pessoas conforme os períodos do dia, pois durante a manhã e tarde parte dos restaurantes estão fechados ou com pouco movimento e à noite, quando as outras lojas estão fechadas, os restaurantes já estão um pouco mais movimentados, conforme imagens a seguir.

Figura 69 – Comparação movimento dia e noite



Fonte: Autora, 2019

Atualmente o edifício encontra-se praticamente abandonado, com pinturas e revestimentos já desgastados, piso irregular e vários sistemas necessitando manutenção. De acordo com os lojistas são recorrentes os problemas nas redes elétricas e hidráulicas. Outro ponto que torna a galeria pouco atrativa são os corredores escuros.

Figura 70 – Corredor Térreo



Fonte: Autora, 2019

Conforme informações contidas no site oficial do Ministério Público Estadual, em junho de 2018 foi assinado um Termo de Ajustamento de Conduta, proposto pela Promotora de Justiça Kátia Chaves Gallieta, que atua na área de defesa da ordem urbanística. Nele, o representante do Centro Empresarial Tukana assume perante o Ministério Público Estadual (MPE), o compromisso de adotar uma série de medidas de segurança, prevenção e combate a incêndio, apontadas pelo Corpo de Bombeiros. O objetivo é garantir a segurança e a integridade física de centenas de pessoas que trabalham e transitam no local.

As orientações do Corpo de Bombeiros contemplam medidas gerais relativas ao prédio, bem como providências específicas para o térreo, primeiro e segundo pavimentos. A administração terá que implantar um sistema de detecção e alarme de incêndio, hidrantes e chuveiros automáticos anti-incêndio (sprinklers). Também terá que ser instalada uma central de gás no térreo e formada uma brigada de incêndio.

As salas que não estão alugadas, não podem ser utilizadas para depósito. Os corredores também precisam ficar livres, para o caso de evacuação emergencial.

O acordo também estabelece que o segundo pavimento não poderá ser utilizado comercialmente até que sejam feitas as adequações às exigências contidas em projeto do Corpo de Bombeiros, especialmente quanto ao telhado da construção. O Corpo de Bombeiros se comprometeu também a realizar vistorias posteriormente, para conferir se o acordo está sendo cumprido.

Segundo informações do Jornal do Tocantins, no dia 4 de julho de 2019, a pedido do Ministério Público Estadual (MPE), o corpo de bombeiros embargou, interditou o Centro Comercial e solicitou que todos os comerciantes desocupassem as salas em dez dias, bem como, requereu a suspensão do fornecimento de energia e o uso dos botijões de gás do prédio. Segundo eles, uma vistoria teria encontrado anomalias e vícios que causam riscos para os ocupantes.

Em notícia veiculada no site oficial do G1 Tocantins, o corpo de bombeiro afirma que o telhado da galeria poderia cair a qualquer momento, e que desde 2011 eles cobram para que os proprietários realizem obras de melhorias estruturais e a instalação dos sistemas de prevenção a incêndios. Segundo eles, assim que o proprietário executar as melhorias, o centro comercial será reaberto.

Figura 71 – Notícia veiculada em meio online

Telhado de galeria interditada poderia cair a qualquer momento, diz Corpo de Bombeiros

Os comerciantes terão dez dias para desocuparem as salas. Bombeiros disseram que desde 2011 cobram dos proprietários a realização de obras de melhorias estruturais.

Por G1 Tocantins
05/07/2019 09h09 - Atualizado há 3 horas



Fonte: G1 Tocantins

Figura 72 – Comerciantes no local durante interdição



Fonte: Jornal do Tocantins (Foto: Djavan Barbosa)

Conforme informações do Ministério Público do Tocantins (MPTO), a administração da galeria informou aos Bombeiros, através de relatórios acerca da realização parcial de reparos e de reformas que garantiriam a segurança de comerciantes e consumidores.

Segundo Inquérito Civil Público instaurado pela 23ª Promotoria de Justiça da Capital, responsável pela defesa da ordem urbanística e defesa do consumidor, a "Galeria Tukana" apresenta irregularidades que colocam em risco a segurança dos frequentadores do local. A investigação demonstrou que não há sistema de segurança e de prevenção de incêndios na galeria e que existem falhas em sua estrutura física. (MINISTÉRIO PÚBLICO DO TOCANTINS, 2019)

Posteriormente, segundo o Ministério Público do Tocantins (MPTO), para que fosse evitada a interdição prevista para o dia 17 de julho de 2019, o órgão propôs um novo Termo de Ajuste de Conduta (TAC), no dia 16 de julho de 2019, tendo como compromissários a representante do centro empresarial e o Corpo de Bombeiros Militar do Tocantins. O acordo estabeleceu uma série de condições à direção Centro Empresarial Tukana.

Diante da manifestação de interesse em resolver todas as irregularidades, ficou estabelecido no novo TAC que o centro empresarial apresentará, nesta quarta-feira, 17, laudo técnico que assegure que a estrutura da galeria, inclusive colunas, vigas e lajes, são seguras e não correm risco de desabamento. Além disso, deverá comprovar a realização de adequações necessárias no funcionamento dos sistemas de segurança e de prevenção e combate de incêndios, inclusive com a instalação e funcionamento de hidrantes e alarme de incêndio. (MINISTÉRIO PÚBLICO DO TOCANTINS, 2019)

Assim podemos perceber a importância e a necessidade de um novo projeto para requalificação e melhoria das estruturas do edifício, que possui um grande potencial comercial, devido a sua localização, mas encontra-se abandonado e apresentando riscos para a população.

7 PROPOSTA DE INTERVENÇÃO

7.1 *Retrofit*

7.1.1 Definição e conceito

O conceito de *retrofit*, segundo Barrientos (2004) surgiu no fim da década de 90 nos Estados Unidos e na Europa. Inicialmente era utilizado na indústria aeronáutica, e se referia a atualização de aeronaves aos novos e modernos equipamentos disponíveis no mercado e, posteriormente, passou a ser empregado também na Construção Civil.

O *retrofit* é um recurso para requalificação de edifícios e espaços urbanos, e de acordo com o Conselho Brasileiro de Construção

Sustentável (CBCS) (2013), o termo *retrofit* foi criado a partir da junção do termo *retro*, do latim, que significa movimentar-se para trás e do termo *fit*, do inglês, que significa ajustar-se, resultando na definição, em português: “reconversão”.

De acordo com matéria publicada no blog Galeria da Arquitetura (2018), “retrofitar”, segundo o Michaelis Dicionário da Língua Portuguesa que dizer: “reabilitar ou reciclar prédios antigos e espaços urbanos, incorporando algo mais moderno”. Sendo assim a solução vai além da reforma, pois dá sobrevida a imóveis obsoletos, que muitas vezes já estão até desocupados, e garante sua valorização no mercado imobiliário.

Segundo o CBCS (2013), no caso da construção civil, *retrofit* é uma intervenção feita em um edifício com o objetivo de incorporar melhorias e alterar seu estado de utilidade. Este conceito de recuperação de um patrimônio que esteja subutilizado ou inutilizado, não acontece apenas na escala da edificação, mas também no entorno urbano.

Barrientos (2004), afirma que a ideia diz respeito ao processo de modernização e atualização de edificações, com o objetivo de torná-las contemporâneas. Entende-se também que este conceito envolve restauro e compatibilização de benfeitorias às necessidades de desempenho dos usos tradicionais e inovadores da edificação.

Segundo a Norma de Desempenho (NBR 15.565), *retrofit* é a “remodelação ou atualização do edifício ou de sistemas, através da incorporação de novas tecnologias e conceitos, normalmente visando a valorização do imóvel, mudança de uso, aumento da vida útil e eficiência operacional e energética”. (CONSELHO BRASILEIRO DE CONSTRUÇÃO SUSTENTÁVEL, 2013)

Retrofit é um termo técnico utilizado nas áreas de Engenharia e Arquitetura que significa atualização tecnológica, a fim de valorizar edifícios antigos prolongando sua vida útil, seu conforto e funcionalidade através da incorporação de avanços tecnológicos e da utilização de materiais de última geração. (BARRIENTOS, 2004)

Barrientos (2004), destaca também que o *retrofit* não se limita apenas restauração de edifícios antigos de valor arquitetônico e

tombados pelo patrimônio histórico. Sendo assim, edifícios de pouco mais de 15 anos podem necessitar de alterações em seus sistemas.

Para Caio Sergio Calfat Jacobe, diretor da CJ&N Real Estate Consulting, o retrofit: é a moderna face do antigo, o renascimento no lugar da destruição. Edifícios decadentes ganham fachadas renovadas e valorizadas, estabelecendo um diálogo com modernas instalações, comodidade e conforto tecnológico do século XXI, convivendo em harmonia com fachadas bem trabalhadas, afrescos e detalhes de acabamento restaurados de séculos anteriores. A aparência pode não mudar, mas os valores certamente mudam, embora a edificação e todas as suas referências permaneçam preservadas. (BARRIENTOS, 2004)

Na Europa, esta modalidade construtiva de reformas e reabilitações tem se tornado rotineira, e chega a 50% das obras. Em países como a Itália e a França, este índice aumenta para 60% (Arquitetura.com.br, 2010 apud MORAES; QUELHAS, 2012). Segundo Moraes e Quelhas (2012), estes países têm utilizado o método de reabilitação em edificações residenciais, comerciais e industriais, com o objetivo de valorizar velhas edificações, prolongando sua vida útil por meio da incorporação de avanços tecnológicos e utilização de materiais e processos de última geração. Além disso é considerada uma prática mais econômica e eficiente do que a demolição.

Qualharini (2000 apud MORAES; QUELHAS, 2012) descreve o *retrofit* como sendo o processo de interferir em um bem, que foi executado em padrões impróprios para as necessidades atuais.

Assim, *retrofit*, em sua forma original, é qualquer tipo de reforma, a renovação completa de uma edificação, uma intervenção a um patrimônio, ou seja, colocar o velho em forma de novo preservando seus valores estéticos e históricos originais, além de trabalhar com o conceito de sustentabilidade, na medida em que busca preservar os elementos que caracterizam a edificação ao invés de simplesmente descartá-los. (MORAES; QUELHAS, 2012, p.449)

Para Croitor (2009), o *retrofit* pode ser utilizado não somente em edificações antigas, mas se aplica também, quando há interesse do empreendedor pela substituição de sistemas prediais ineficientes e/ ou

inadequados, pela mudança de uso do imóvel ou, também, quando as edificações se encontram inacabadas e abandonadas.

Para Moraes e Quelhas (2012), diversos fatores justificam o uso do processo do *retrofit*, destacando-se:

- Aproveitamento da infraestrutura existente no entorno e da sua localização;
- Impacto na paisagem urbana;
- Preservação do patrimônio histórico e cultural;
- Déficit habitacional e a sustentabilidade ambiental;
- Mais econômica e eficiente do que a demolição seguida de uma reconstrução.

Em matéria publicada na revista Homefy, Amanda Tiedt e Fabiola Cordeiro (2018), explicam que o *retrofit* também está ligado à preservação da memória de determinado tempo-espaço, com a reutilização de uma edificação. Para que isso aconteça, se deve buscar novas soluções para fachadas, instalações elétricas e hidráulicas, circulação, proteção contra incêndio, entre outros.

As autoras também relatam que normalmente se escolhe o *retrofit* quando:

1. A recuperação do imóvel é mais barata do que o custo final de uma obra nova.
2. Se quer construir em uma região específica, e não existe mais terrenos disponíveis.
3. No caso de uma edificação histórica, essa intervenção cria condições para novas funções e facilita o seu uso. (TIEDT; CORDEIRO, 2018)

Segundo elas, o *retrofit* exige que se encontrem soluções para que mesmo em uma edificação antiga, se obedeça às normas vigentes. O objetivo dessas intervenções não é apenas estético, pois além de valorizar o imóvel, possibilita modernizações e adequações para novos usos.

Tiedt e Cordeiro (2018) ressaltam que o *retrofit* pode realizar alterações radicais na edificação, como a inserção de estruturas metálicas ou a troca de vidros e janelas.

As etapas de uma obra de retrofit geralmente são: demolição controlada, reforço na estrutura, fechamento e vedação, acabamentos, substituição e modernização da elétrica, telefonia e dados, hidráulica e ar condicionado, piso elevado (se necessário) e, por fim, os acabamentos da fachada e do paisagismo. (TIEDT; CORDEIRO, 2018)

7.1.3 Aplicação na Galeria Wilson Vaz

Para a Galeria Wilson Vaz foi proposto o *retrofit* por se tratar de uma edificação que além de estar em decadência, já é uma construção relativamente antiga, e que atualmente não atende às normas atuais, como por exemplo o acesso de pessoas com necessidades especiais, sistemas de segurança e proteção contra incêndio.

Outro fator importante é a grande simbologia local do edifício, por se tratar de uma das primeiras galerias comerciais de Palmas, localizada no centro da cidade em uma região que já é bem desenvolvida e estruturada.

Por estes motivos, viu-se a demanda de manter o prédio, e recuperar seu uso e a vitalidade local, por meio do *retrofit*, já que seu objetivo principal é dar espaço para as tecnologias atuais e tornar o local mais seguro, mantendo suas características originais e esta seria a forma mais vantajosa de requalificar a Galeria Wilson Vaz.

7.2 Adequações de uso

Principalmente devido a localização do edifício, no centro comercial e financeiro da capital, onde predomina o comércio, foram propostas, além do tradicional comércio já existente, outras atividades que se adequam ao local e que podem atrair um grande público para o empreendimento, não só em horário comercial e de maior fluxo, mas em outros horários do dia.

7.2.1 Lojas

Para o térreo, pensou-se em manter as salas externas das fachadas norte e sul com lojas, que é uma tipologia já existente no local e que atrai um bom público, esse uso foi mantido apenas na parte externa pois suas vitrines estão voltadas para as avenidas, o que atrai mais clientes.

Dessa forma, os lojistas que ocupam o edifício atualmente podem manter seus comércios no prédio. Cada loja conta com um lavabo e um depósito exclusivo, além disso, caso o lojista demande mais espaço, tem a possibilidade de alugar mais de um módulo de loja e remover as divisórias.

7.2.2 Praça Gastronômica

Na parte interna do térreo, com acesso principal pela fachada leste, se propõe uma praça gastronômica, que funcionará de forma semelhante ao que acontece no Time Out Market Lisboa dentro do mercado da Ribeira em Lisboa (Ver item 6.3.4).

Aplicando a referência para a Galeria Wilson Vaz, foi proposto um grande salão com pé direito triplo, que permite integração visual com os demais pavimentos, além disso, possui entradas de iluminação natural.

O ambiente propõe diversos tipos de mesas, desde individuais até grandes mesas compartilhadas e os restaurantes têm em seus cardápios, pratos típicos da culinária tocantinense e da região norte do país, servidos a preços populares, semelhante ao que também acontece no festival gastronômico de Taquaruçu.

7.2.2 Academia

Ao propor a academia, a ideia foi trazer para o edifício um estabelecimento que principalmente devido a localização central na

cidade, atrairá muitas pessoas que trabalham ou moram na região, e até mesmo outros usuários da galeria. Além disso seria um público fixo e durante diversos períodos do dia.

A academia ocupa parte do térreo e primeiro pavimento, com sua fachada principal voltada para a Avenida NS-02, que também possui um bolsão de estacionamento que facilita o acesso dos usuários.

A fachada principal possui permeabilidade visual com o exterior, funcionando como uma vitrine que atrai os usuários. No interior da galeria os ambientes da academia também se integram visualmente com os outros usos.

7.2.3 Coworking

A galeria desde o seu início, sempre foi um local que atraiu empresas, lojistas e escritórios, porém com o passar do tempo e com a decadência da galeria, o local não se tornou atrativo para este público. A nova proposta da galeria, busca atrair novamente os empresários e profissionais liberais de diversas áreas, em um espaço de *coworking*, que é um ambiente de trabalho que vem se popularizando atualmente.

Segundo Pinheiros (2014), *coworking* é um tipo de escritório compartilhado por vários profissionais de diferentes empresas e ramos empresariais. Os profissionais dividem o espaço físico, conversando, trocando experiências e aumentando seu *networking*⁵.

Coworking é o “fenômeno” de trabalhadores reunidos em um espaço compartilhado ou colaborativo por uma ou mais das seguintes razões: reduzir custos resultante da infraestrutura compartilhada, fazer parte de uma comunidade de empreendedores e extrair ao máximo a colaboração das mais diversas áreas de conhecimento, ou seja, a interdisciplinaridade. Assim, para compreender o que são esses espaços de *coworking* é necessário conhecer o espaço fisicamente e o contexto social, econômico e tecnológico no qual se insere. (DEGUZMAN e TANG, 2010, apud NOVAES, 2013).

⁵ *Networking*: rede de contatos que o profissional se relaciona durante sua carreira profissional.

Considerando a localização da Galeria Wilson Vaz se pode perceber a predominância de edifícios comerciais na região, o que torna o local atrativo para o estabelecimento de edifícios comerciais. Com a inserção do *coworking*, a galeria atrairá uma grande movimentação de usuários, principalmente durante o horário comercial.

O *coworking* estará localizado no 1º e 2º pavimento, dispondo desde salas privadas, até um grande ambiente de trabalho compartilhado, contando também com áreas comuns e ambientes de descontração, como por exemplo a sala de jogos.

7.2.4 Áreas comuns

Para atender a todos os clientes, usuários e comerciantes, foram distribuídos banheiros também nas áreas comuns de todo o edifício, já que atualmente existem sanitários apenas no interior das lojas. Para facilitar a locomoção dos usuários, também foi proposta a circulação vertical dividida em quatro blocos de escadas e dois blocos de elevadores. Para a academia foi acrescentado um sistema de elevador e escada independentes, para uso exclusivo de seus usuários.

Além disso, existem rampas em todos os pequenos desníveis do piso e todo o edifício é acessível para portadores de mobilidade reduzida, diferente do estado atual, que não possui rampas e os portadores de necessidades sequer conseguem chegar até o 1º e 2º pavimento.

7.2.5 Setorização e Fluxos

Os usos foram distribuídos no edifício levando em consideração a sua estrutura e a modulação já existente, na tentativa de manter o máximo possível da estrutura atual.

Os ambientes que demandavam maiores áreas livre de pilares, como a academia e a praça gastronômica, foram colocados no centro do edifício que foi remodelado e possui maior vão livre.

A praça gastronômica tem sua fachada principal voltada para o leste por ser a orientação com menor incidência solar, permitindo assim o uso do vidro em maior quantidade.

As circulações verticais (escadas e elevadores) foram posicionadas no centro do edifício, priorizando atender a norma de saídas de emergência (NBR 9077), considerando as larguras das escadas e distâncias máximas a serem percorridas.

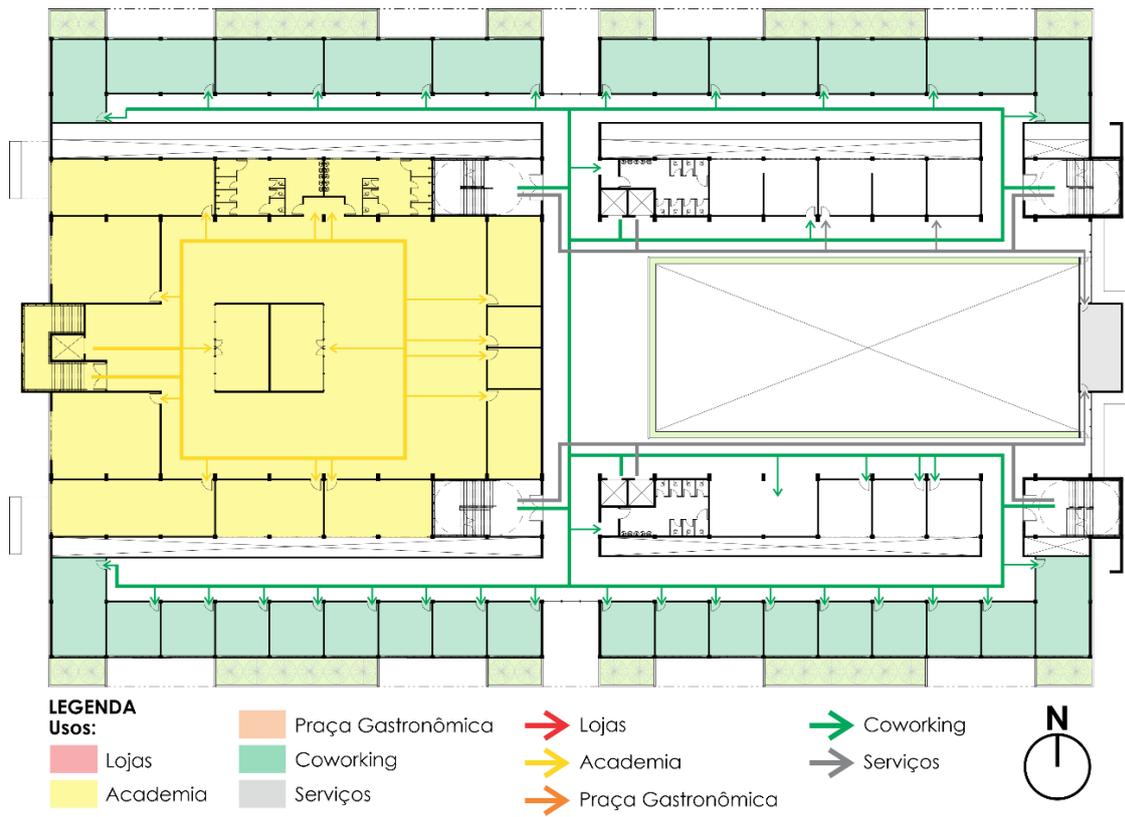
As imagens abaixo ilustram como estão setorizados os usos no edifício e como acontecem os fluxos dos diferentes usuários.

Figura 73 – Usos e Fluxos Térreo



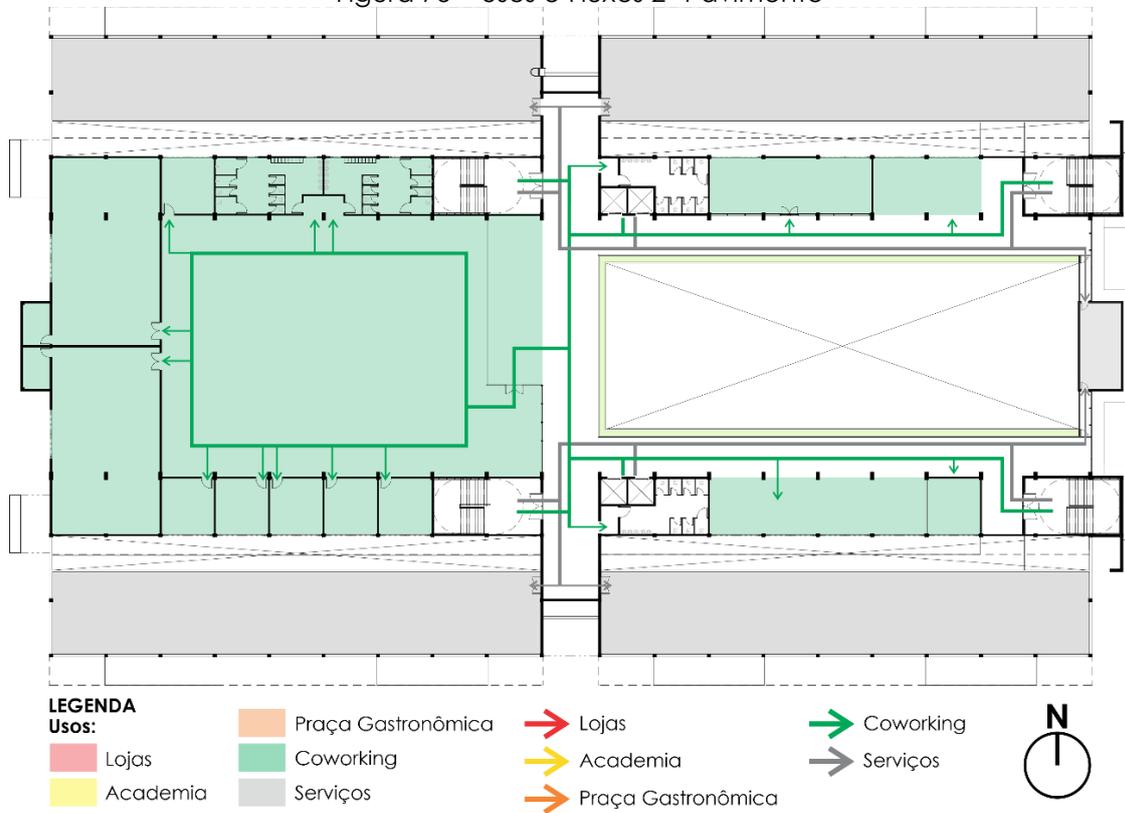
Fonte: Autora, 2019

Figura 74 – Usos e Fluxos 1º Pavimento



Fonte: Autora, 2019

Figura 75 – Usos e Fluxos 2º Pavimento



Fonte: Autora, 2019

7.3 Programa de necessidades

LOJAS		
AMBIENTE	USO	ÁREA
Loja	Módulo para loja	36x 34m ²
Lavabo	Lavabo para loja	36x 3m ²
Depósito	Depósito para loja	36x 3m ²
ACADEMIA		
AMBIENTE	USO	ÁREA
Recepção principal	Recepção dos alunos, atendimento e área de espera	106m ²
Administração	Área de trabalho para setor administrativo da academia	46m ²
Copa	Copa para uso dos funcionários	23m ²
Alongamento e Aquecimento	Área com equipamentos e espaço livre para alongamento	269m ²
Área de exercícios de solo	Área livre para exercícios de solo	132m ²
Musculação	Área com equipamentos de musculação	397m ²
Sala de professores	Sala para uso exclusivo dos professores	23m ²
Sala de reunião	Sala para uso exclusivo dos professores	23m ²
DML	Depósito de material de limpeza	23m ²
Vestiários	Separados por sexo	2x 43m ²
Recepção secundária	Recepção de alunos e atendimento, voltada para o interior da galeria	50m ²
Sala de acupuntura	-	36m ²
Sala de avaliação	Sala de avaliação física	16m ²
Sala de luta	-	69m ²
Sala de spinning	-	69m ²
Sala de dança	-	69m ²
Sala de jumping	-	69m ²
Sala do nutricionista	Sala para atendimento do nutricionista	16m ²
Estúdio de Pilates	-	46m ²
Sala de Yoga	-	36m ²
Sala de Ginástica	-	46m ²
Lanchonete	Lanchonete para o público da academia	35m ²

Loja de artigos esportivos	Loja de itens voltados para o esporte (suplementos, roupas, acessórios ...)	35m ²
Circulação	Corredores, rampas e escadas	-
PRAÇA GASTRONÔMICA		
AMBIENTE	USO	ÁREA
Praça gastronômica	Área de alimentação com mesas de diversos tamanhos	921m ²
Restaurantes	Módulo para restaurantes	6x 42m ²
Lavabo	Lavabo para restaurantes	6x 3m ²
Despensa	Despensa para restaurantes	6x 3m ²
Palco	Palco elevado para apresentações	-
Apoio palco	Apoio para armazenar equipamentos	27m ²
COWORKING		
AMBIENTE	USO	ÁREA
Recepção	Área de recepção	219m ²
Sala privada	Sala para uso privativo de empresas ou individual	16x 21m ² + 2x 33m ²
Sala de reunião privada	Sala de reunião privada	8x 43m ² + 2x 33m ²
Estúdio Fotográfico	Espaço para fotografia	3x 23m ²
Área comum 1ºpav.	Área para descanso e lanches rápidos	104m ²
Administração Coworking	Sala para atendimentos relacionados ao coworking	45m ²
Área de Espera	-	230m ²
Coworking	Área de trabalho compartilhada	683m ²
Auditório	Auditório para 90 pessoas	2x 152m ²
Apoio Auditório	-	2x 9m ²
Sala de Brainstorm	Ambiente dinâmico para reuniões em grupo	3x 23m ²
Copiadora	-	23m ²
Copa	Copa de apoio para os usuários	2x 22m ²
Sanitário	Separado por sexo	2x 43m ²
Sala de jogos	Ambiente para jogos e descontração	69m ²
Área comum 2ºPav.	Área de convivência dos usuários	222m ² + 268 m ²
Lanchonete	-	23m ²

ÁREAS COMUNS		
AMBIENTE	USO	ÁREA
Circulação	Escada, corredores e elevadores	-
Corredor de serviço	Acesso para carga e descarga dos restaurantes e lojas	4x 67m ²
Administração Galeria Wilson Vaz	Área para atendimento de usuários e lojistas	45m ²
Sala de monitoramento	Central de segurança	22m ²
Sanitários	Separados por sexo	6x 30m ²
Laje técnica	Área para condensadoras de ar condicionado e outros equipamentos	4x 304m ²
Central de gás	Área para armazenamento de botijões de gás	2x 5m ²

7.4 Partido Arquitetônico

Considerando a nova proposta para o edifício já existente, com as alterações de usos, surgem novas demandas, sendo assim as decisões de projeto partiram do princípio da funcionalidade, buscando projetar ambientes que atendessem as necessidades dos usuários e se encaixassem nos módulos estruturais e espaços que o edifício permite.

Desta forma, o partido arquitetônico teve como princípios:

- Modulação estrutural, aproveitando parte da estrutura já existente;
- Flexibilidade de alguns ambientes, como lojas e restaurantes, que podem ter suas divisórias removidas sem prejudicar a estrutura para serem ampliados;
- Permitir a interação entre os usuários do edifício;
- Acessos ao edifício por todas as fachadas;
- Aberturas para aproveitamento de iluminação natural;
- Uso de novas tecnologias estruturais;
- Zoneamento e setorização adequados dos usos para proporcionar maior interação entre as atividades e os usuários.

A ideia central foi “abrir” o edifício com um grande átrio central, que permite a entrada de luz natural, e acaba com a sensação dos corredores escuros e pouco atrativos. Outra preocupação foi destacar as entradas da galeria, recuando as entradas nas fachadas norte e sul e usando vidro nas entradas leste e oeste.

Além disso foram adicionados alguns volumes na forma do edifício para quebrar a monotonia das antigas fachadas, e mudar a forma de “caixa”. Esses novos volumes são dois pórticos em estrutura metálica com revestimento em ACM e os volumes das escadas que sobressaem a atual forma. Parte das marquises foram mantidas nas fachadas norte e sul, transformando-as em jardineiras.

No entorno do edifício foram dispostos caminhos que facilitam o acesso ao edifício e também a uma pequena praça externa que possui playground infantil e uma academia ao ar livre para adultos e idosos.

Para melhorar a circulação dos pedestres na calçada, foi proposta uma ampliação das calçadas nas fachadas leste e oeste, sendo que no sentido leste, uma das vias (Rua SE 2) foi transformada em calçada, restando apenas uma via de mão única, retornando parte do que era previsto no projeto inicial da quadra, onde algumas vias já eram destinadas apenas para pedestres.

7.5 Sistema Construtivo e Estrutural

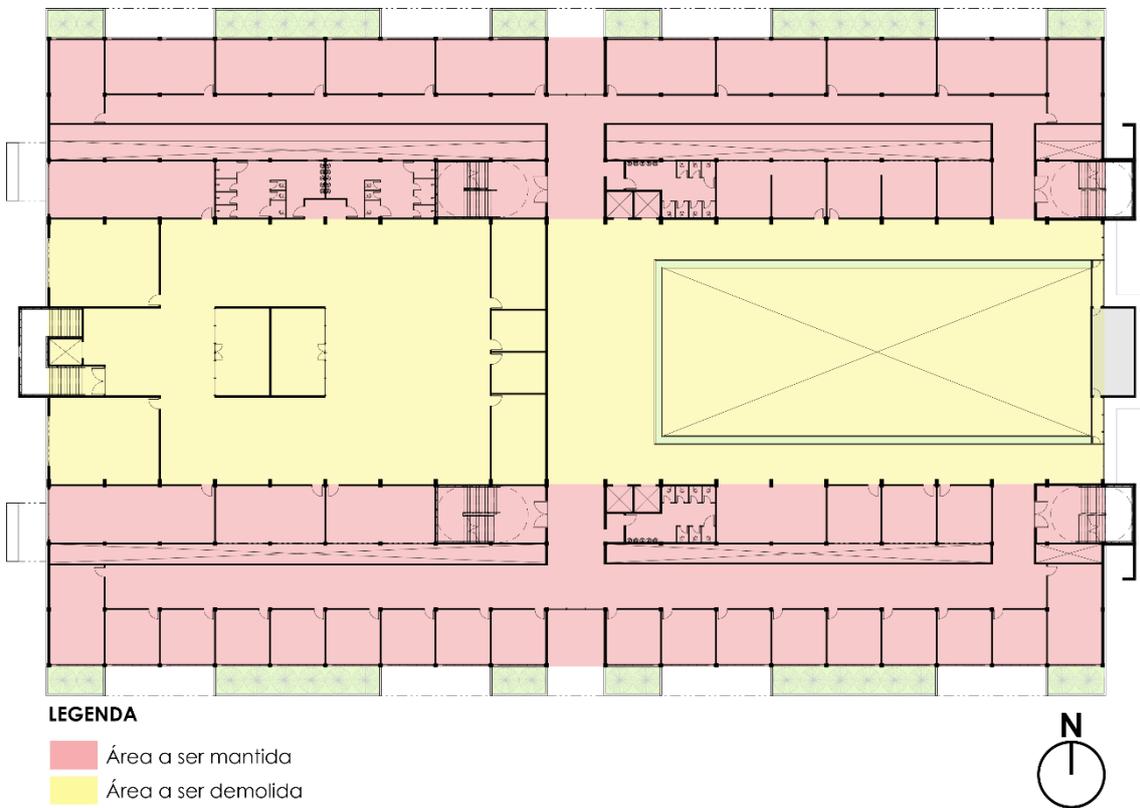
A proposta é manter a estrutura já existente nas áreas do edifício que serão preservadas, fazendo apenas reforços estruturais onde for necessário. Na parte central do prédio será feita uma nova estrutura, já que serão necessários vãos maiores. O esquema abaixo indica as áreas que serão mantidas e demolidas.

Figura 76 – Modificações Térreo



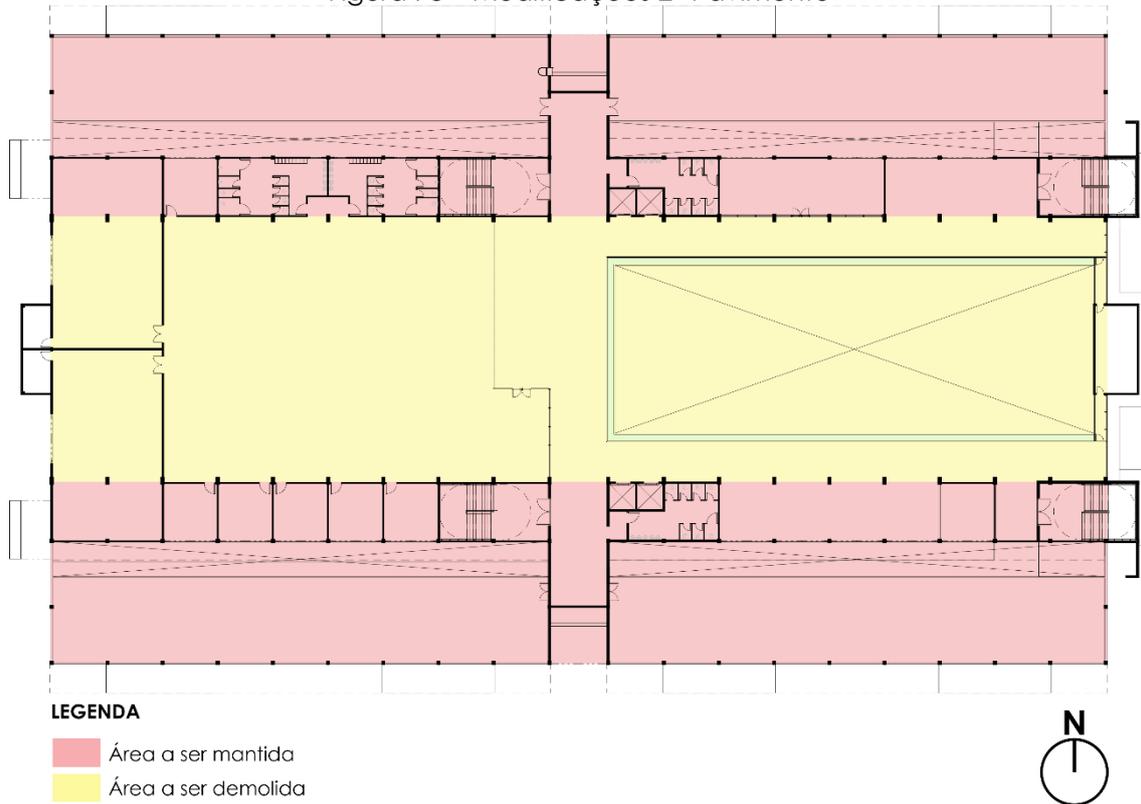
Fonte: Autora, 2019

Figura 77 – Modificações 1º Pavimento



Fonte: Autora, 2019

Figura 78 – Modificações 2º Pavimento



Fonte: Autora, 2019

A edificação atualmente tem toda sua estrutura em concreto armado, e para a intervenção, foi proposto o uso de estruturas metálicas (vigas, pilares e treliças) nas áreas que serão demolidas e reformuladas. A escolha do novo tipo de material se deu principalmente por permitir que fossem feitos grandes vãos no interior do edifício.

Para as novas lajes foi pensada o "Steel Deck", que segundo Silva, é um sistema onde as chapas de aço perfiladas têm tanto a função de fôrma no momento da execução da laje, como de armadura positiva após a cura do concreto. Além disso é capaz de vencer maiores vãos com menor espessura e menor peso na estrutura, reduzindo também os gastos com fundação.

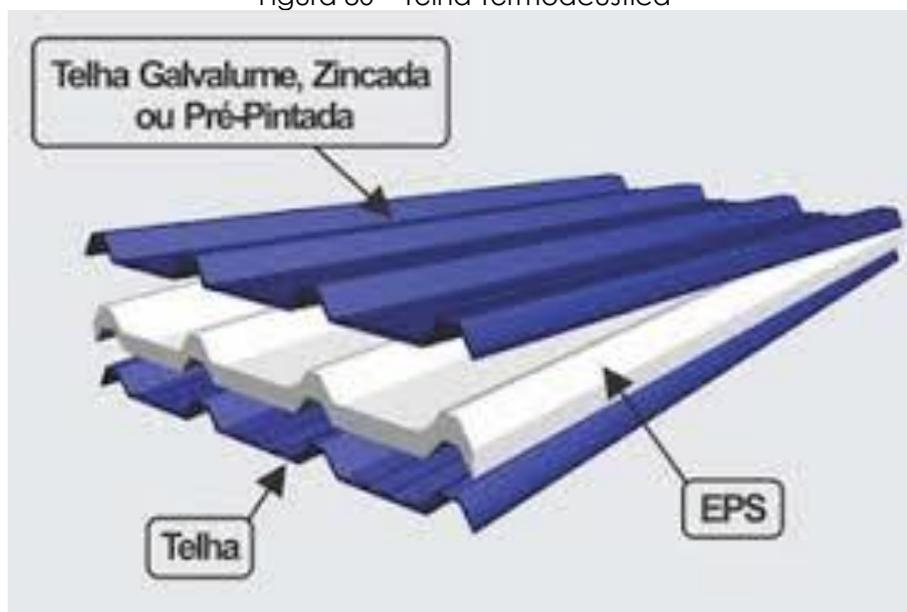
Figura 79 – Esquema Laje Stell Deck



Fonte: ArcelorMittal

A cobertura foi pensada em estrutura metálica com telha termoacústica que por possuir duas camadas de telha e o interior em EPS (Figura 80), favorece a acústica do ambiente e proporciona melhor conforto térmico. A cobertura também possui algumas aberturas de vidro que permitem a entrada de luz natural, reduzindo-se os custos com iluminação artificial.

Figura 80 – Telha Termoacústica



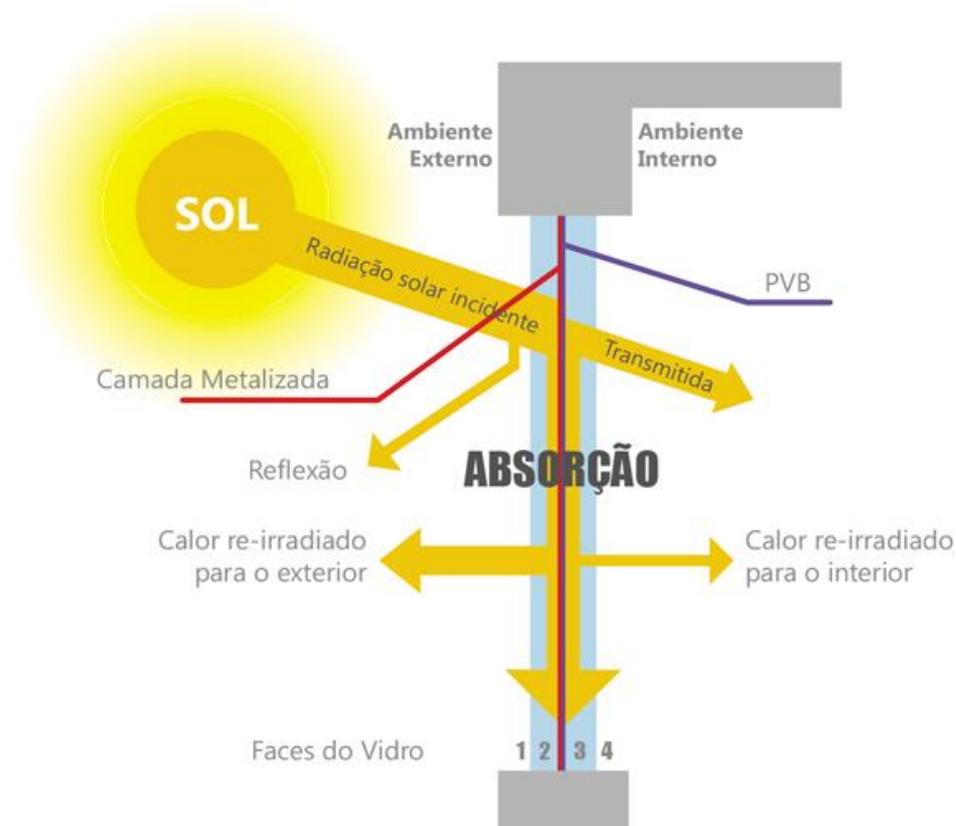
Fonte: Isomil

Outra forma de aproveitamento da luz natural foi com a instalação de placas solares para geração de energia.

O material utilizado nas aberturas em vidro, tanto da cobertura, como das fachadas, foi o vidro "Low-E", que em sua fabricação recebe uma camada extrafina de metal de baixa emissividade em um dos lados,

essa fina camada filtra os raios solares intensificando o controle de transferência de temperaturas entre ambientes, sem impedir a transmissão luminosa. O esquema abaixo demonstra como o material funciona (Figura 81).

Figura 81 – Esquema Vidro Low-E



Fonte: Anavidro, 2014

7.6 Detalhes Técnicos

7.6.1 Dimensionamento dos reservatórios

O cálculo dos reservatórios de água foi feito com base nas tabelas do autor Hélio Creder, no livro Instalações Hidráulicas e Sanitárias. Onde se tem como base para o cálculo o tipo de uso e a área do edifício, conforme tabelas a seguir:

Figura 82 – Tabela para taxa de ocupação

TABELA 1.1

<i>Local</i>	<i>Taxa de Ocupação</i>
Bancos	Uma pessoa por 5,00 m ² de área
Escritórios	Uma pessoa por 6,00 m ² de área
Pavimentos térreos	Uma pessoa por 2,50 m ² de área
Lojas-pavimentos superiores	Uma pessoa por 5,00 m ² de área
Museus e bibliotecas	Uma pessoa por 5,50 m ² de área
Salas de hotéis	Uma pessoa por 5,50 m ² de área
Restaurantes	Uma pessoa por 1,40 m ² de área
Salas de operação (hospital)	Oito pessoas
Teatros, cinemas e auditórios	Uma cadeira para cada 0,70 m ² de área

Fonte: Creder, 2006

Figura 83 – Tabela consumo diário

TABELA 1.2

<i>Prédio</i>	<i>Consumo (litros)</i>
Alojamentos provisórios	80 <i>per capita</i>
Casas populares ou rurais	120 <i>per capita</i>
Residências	150 <i>per capita</i>
Apartamentos	200 <i>per capita</i>
Hotéis (s/cozinha e s/lavanderia)	120 por hóspede
Hospitais	250 por leito
Escolas – internatos	150 <i>per capita</i>
Escolas – externatos	50 <i>per capita</i>
Quartéis	150 <i>per capita</i>
Edifícios públicos ou comerciais	50 <i>per capita</i>
Escritórios	50 <i>per capita</i>
Cinemas e teatros	2 por lugar
Templos	2 por lugar
Restaurantes e similares	25 por refeição
Garagens	50 por automóvel
Lavanderias	30 por kg de roupa seca
Mercados	5 por m ² de área
Matadouros – animais de grande porte	300 por cabeça abatida
Matadouros – animais de pequeno porte	150 por cabeça abatida
Fábricas em geral (uso pessoal)	70 por operário
Postos de serviço p/automóvel	150 por veículo
Cavalariças	100 por cavalo
Jardins	1,5 por m ²

Fonte: Creder, 2006

Os cálculos foram feitos desconsiderando-se as áreas de circulação, conforme segue:

$$1 \text{ pessoa} \underline{\hspace{2cm}} 5\text{m}^2$$

$$X \underline{\hspace{2cm}} 9,194,69\text{m}^2$$

$$X = 9,194,69/5$$

$$X = 1838,9 \text{ pessoas} \rightarrow 1840 \text{ pessoas}$$

$$CD = CP \times N$$

*CD= Consumo Diário

*CP= Consumo Percapita

*N= Número de ocupantes

$$CD = CP \times N$$

$$CD = 50 \times 1840$$

$$CD = 92.000 \text{ Lts/dia}$$

Considerando a reserva para dois dias:

$$92.000 \times 2 = 184.400 \text{ Lts}$$

Incluindo a reserva técnica de incêndio:

$$184.400 + 30\% = 239.200 \text{ Lts}$$

$$\text{Reservatório superior } 40\% = 95.680 \text{ Lts} = 95,7\text{m}^3$$

$$\text{Reservatório inferior } 60\% = 143.520 \text{ Lts} = 143,6\text{m}^3$$

Para a proposta, foram utilizados dois reservatórios superiores, cada um com capacidade de 50.000 litros cada (50m³), além de um reservatório inferior com capacidade de 150.000 litros (150m³).

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da pesquisa bibliográfica e estudos de casos realizados, foi possível aprofundar o conhecimento a respeito de comércio e galerias comerciais, levando em consideração a evolução histórica.

Ao longo deste trabalho foram estudadas galerias comerciais em busca de soluções para requalificar a Galeria Wilson Vaz, analisando casos semelhantes em outros locais, além de todo o histórico da galeria e sua situação atual.

A ferramenta utilizada, foi o Retrofit, que consiste em reabilitar ou reciclar prédios antigos e espaços urbanos, incorporando algo mais moderno. O conceito se encaixou perfeitamente ao caso da galeria Wilson Vaz, pois a mesma necessita de modificações para se adaptar as necessidades atuais e trazer maior conforto para os usuários.

Durante toda a pesquisa e o desenvolvimento do projeto arquitetônico buscou-se mostrar que é possível devolver a vitalidade a um edifício e seu entorno por meio da arquitetura, trazendo novos usos e tornando-o mais agradável e convidativo.

Pessoalmente, desenvolver este projeto foi muito satisfatório, pois o tema escolhido me mostrou que a arquitetura é capaz de contribuir com o desenvolvimento do comércio e da cidade, além de influenciar diretamente no bem-estar do usuário.

REFERÊNCIAS

ANDERSEN, Martinha. **Mercado da Ribeira em Lisboa:** Time out market Lisboa. [S. l.], 1 mar. 2018. Disponível em: <https://www.viajoteca.com/mercado-da-ribeira-em-lisboa/>. Acesso em: 8 out. 2019.

ARQUIVO ARQ. Mercado de Pinheiros. [S. l.]. Disponível em: <https://www.arquivo.arq.br/mercado-de-pinheiros>. Acesso em: 9 jul 2019.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 9077: Informação Saídas de emergência em edifícios.** Rio de Janeiro, p. 36. 2001.

BARRIENTOS, Maria Izabel. **Retrofit de edificações:** estudo de reabilitação e adaptação das edificações antigas às necessidades atuais. 2004. 235 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

BRAIDA, Frederico. **Passagens em rede:** a dinâmica das galerias e dos calçadões nos centros de Juiz de Fora e de Buenos Aires. 2008. 211f. Dissertação (Mestrado em Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Programa de Pós-graduação em Urbanismo, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

BRASIL, Luciana. **Clássicos da Arquitetura: Conjunto Nacional / David Libeskind.** 18 nov 2015. ArchDaily Brasil. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/777375/classicos-da-arquitetura-conjunto-nacional-david-libeskind>. Acesso em: 6 Jun 2019.

BRITO, Eliseu. O Planejamento da cidade e a formação do centro urbano de Palmas. **Revista eletrônica Para onde!?** (UFRGS), v. 4, 2009.

CÂMARA MUNICIPAL DE PALMAS. **Lei nº 468, de 6 de janeiro de 1994.** Aprova o Plano Diretor Urbanístico de Palmas (PDUP) e dispõe sobre a divisão do solo do Município, para fins urbanos. Palmas, 6 jan 1994.

CAPIM Dourado Shopping. Disponível em: <https://www.brmalls.com.br/nossos-shoppings/capim-dourado-shopping>. Acesso em: 26 jun 2019.

CATRACA LIVRE. **Mercado de Pinheiros: o novo point da boa gastronomia.** [S. l.], 30 maio 2019. Disponível em: <https://catracalivre.com.br/agenda/mercado-municipal-de-pinheiros-sp/>. Acesso em: 9 jul 2019.

CNPJ Brasil. Disponível em: <http://www.cnpjbrasil.com/>. Acesso em: 26 jun 2019.

CONJUNTO NACIONAL. **Nossa história.** [S. l.], 2019. Disponível em: <http://ccn.com.br/historia/>. Acesso em: 6 jun 2019.

CONSELHO BRASILEIRO DE CONSTRUÇÃO SUSTENTÁVEL. Retrofit: Requalificação de edifícios e espaços construídos. **CT Projeto**, [s. l.], 2013.

CREDER, Hélio. 2006. **Instalações Hidráulicas e Sanitárias.** Editora Livros Técnicos e Científicos S A (LTC) 6 Editora Livros Técnicos e Científicos S. A. (LTC), 6ª Edição Edição, 423p.

CROITOR, Eduardo. **A gestão de projetos aplicada à reabilitação de edifícios:** estudo da interface entre projeto e obra. - São Paulo: EPUSP, 2009. 26 p. - (Boletim Técnico da Escola Politécnica da USP, Departamento de Engenharia de Construção Civil, BT/PCC/529)

DIAS, Fabrício. **As galerias comerciais em Juiz de Fora após os anos 2000:** demandas, agentes e projetos. 2017, 193 f. Dissertação (Mestrado em Ambiente Construído) – Programa de Pós-Graduação em ambiente Construído, Faculdade de Engenharia, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2017.

ENTENDA o que é retrofit e quando vale a pena investir nele. **VIVA DECORA**, [s. l.], 4 jul. 2019. Disponível em: <https://www.vivadecora.com.br/pro/arquitetura/retrofit/>. Acesso em: 3 set. 2019.

FREIRE, Ricardo. **Lisboa:** a praça de alimentação para foodies do Mercado da Ribeira/Time Out Market. [S. l.], 1 set. 2018. Disponível em: <https://www.viajenaviagem.com/2014/11/mercado-da-ribeira-o-novo-espaco-gastronomico-moderninho-de-lisboa/>. Acesso em: 9 out. 2019.

G1 TOCANTINS. **Bombeiros interditam galeria comercial no centro de Palmas e determinam desocupação.** Palmas, 4 jul 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/to/tocantins/noticia/2019/07/04/bombeiros-interditam-galeria-comercial-no-centro-de-palmas-e-determinam-desocupacao.ghtml>. Acesso em: 5 jul 2019.

G1 TOCANTINS. **Telhado de galeria interditada poderia cair a qualquer momento, diz Corpo de Bombeiros.** Palmas, 5 jul 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/to/tocantins/noticia/2019/07/05/telhado-de-galeria-interditada-poderia-cair-a-qualquer-momento-diz-corpo-de-bombeiros.ghtml>. Acesso em: 5 jul 2019.

GEIST, Johann. **Arcades:** the history of building type. Londres: MIT Press, 1983.

GUTIÉRREZ, Sílvia. **Les botigues temàtiques, el bri d'esperança de les Galeries Maldà.** [S. l.], 7 abr 2018. Disponível em:

<https://beteve.cat/economia/galerias-malda-botigues-tematiques-esperanca/>. Acesso em: 15 jun 2019.

HERTZBERGER, Herman. **Lições de arquitetura**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

INTERDIÇÃO na Wilson Vaz: atual Galeria Tukana apresentava problemas não resolvidos. Palmas: G1 Tocantins, 2019. Disponível em: <http://g1.globo.com/to/tocantins/jatv-1edicao/videos/t/edicoes/v/interdicao-na-wilson-vaz-atual-galeria-tukana-apresentava-problemas-nao-resolvidos/7743190/>. Acesso em: 5 jul 2019.

IWASHITA, Shoichi. **Boxes do Instituto Até no Mercado de Pinheiros: ingredientes especiais do Brasil agora acessíveis aos paulistanos**. [S. l.], 2015. Disponível em: <https://www.simonde.com.br/boxes-instituto-mercado-de-pinheiros-ingredientes-especiais-brasil-agora-acessveis-aos-paulistanos/>. Acesso em: 9 jul 2019.

LEAL, Sheilla. **Conheça os encantos do Mercado Municipal de Pinheiros**. [S. l.], 10 jul 2018. Disponível em: <https://spcity.com.br/conheca-os-encantos-do-mercado-municipal-de-pinheiros/>. Acesso em: 9 jul 2019.

MAIS do que uma reforma: Conheça as particularidades de um retrofit. **Galeria da Arquitetura**, [s. l.], 17 maio 2018. Disponível em: <https://www.galeriadaarquitetura.com.br/Blog/post/mais-do-que-uma-reforma-conheca-as-particularidades-de-um-retrofit>. Acesso em: 3 set. 2019.

MARCH, Enric. **Galerias comerciais de Barcelona, del segle XIX al XXI**. [S. l.], 1 abr 2017. Disponível em: <https://enarchenhologos.blogspot.com/2017/03/galerias-comercials-de-barcelona-del.html>. Acesso em: 14 jun 2019

MELO, Clayton. **Como a Galeria do Rock deu a volta por cima e se reinventou na era da economia criativa**. 25 maio 2017. Disponível em: <https://avidanocentro.com.br/cultura/como-a-galeria-do-rock-deu-a-volta-por-cima-e-se-reinventou-na-era-da-economia-criativa/>. Acesso em: 02 jun 2019

MELO, Clayton. **Galeria do Rock**. São Paulo, 2018. Fotografia.

MELZ, Talita. **Prédio comercial de Palmas é interditado e comerciantes têm dez dias para retirar mercadorias**. Jornal do Tocantins. Palmas, 4 jul 2019. Disponível em: <https://www.jornaldotocantins.com.br/editorias/vida-urbana/pr%C3%A9dio-comercial-de-palmas-%C3%A9-interditado-e-comerciantes-t%C3%AAm-dez-dias-para-retirar-mercadorias-1.1835375>. Acesso em: 5 jul 2019.

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO TOCANTINS. **Acordo proposto pelo MPTO estabelece prazo de 20 dias para centro empresarial apresentar laudo técnico sobre segurança de sua estrutura.** [S. l.], 17 jul 2019. Disponível em: <https://mpto.mp.br/portal/2019/07/17/acordo-proposto-pelo-mpto-estabelece-prazo-de-20-dias-para-centro-empresarial-apresentar-laudo-tecnico-sobre-seguranca-de-sua-estrutura>. Acesso em: 13 ago 2019.

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO TOCANTINS. **Centro comercial de Palmas compromete-se com MPE a adotar medidas de segurança e combate a incêndio.** [S. l.], 28 jun 2018. Disponível em: <https://mpto.mp.br/portal/2018/06/28/centro-comercial-de-palmas-compromete-se-com-mpe-a-adotar-medidas-de-seguranca-e-combate-a-incendio>. Acesso em: 4 jul 2019.

MORAES, Virgínia; QUELHAS, Osvaldo Luiz (ed.). O desenvolvimento da metodologia e os processos de um "retrofit" arquitetônico. **Revista Eletrônica Sistemas & Gestão**, [S. l.], v. 7, n. 3, p. 448-461, 2012. Programa de Engenharia de Produção, Universidade Federal Fluminense (UFF), 2012, Niterói, RJ.

MUMFORD, Lewis. **A cidade na história: suas origens, transformações e perspectivas.** 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

NOVAES, Camila. **PIXEL COWORKING: Espaço de trabalho compartilhado.** 2013. TCC (Graduação) (Bacharelado em Arquitetura e Urbanismo) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2013.

OLIVEIRA, Sílvia. **Mercado da Ribeira: o que tem e quanto custa comer no complexo gastronômico mais disputado de Lisboa.** [S. l.], 10 mar. 2018. Disponível em: <https://www.matraqueando.com.br/mercado-da-ribeira-lisboa-restaurantes-horarios-precos>. Acesso em: 8 out. 2019.

ORSI, Giuliano; SANTOS JÚNIOR. **As galerias de Juiz de Fora como fator decisivo de sua urbanidade.** 2006. 94p. Dissertação de Mestrado – Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Centro de Ciências Exatas, Ambientais e de Tecnologias, Pós-Graduação em Urbanismo, Campinas, 2006.

PALÁCIO Araguaia. Palmas. Disponível em: <https://turismo.to.gov.br/regioes-turisticas/serras-e-lago-/principais-atrativos/palmas/praca-dos-girassois/palacio-araguaia/>. Acesso em: 5 jul 2019.

PALMAS A União do Estado, Prefeitura e Comunidade faz o progresso da cidade. Palmas: [s. n.], 2000.

PALMAS Rumo ao Progresso VII. Palmas: [s. n.], 2001.

PAUNÉ, Meritxell. **Las Galerías Maldà inician su remodelación.** [S. l.], 29 set 2011. Disponível em: <https://www.lavanguardia.com/vida/20110929/54223012229/las-galerias-malda-inician-su-remodelacion.html>. Acesso em: 14 jun 2019.

PAZ, Hildebrando. Entrevista concedida a Roberto de Almeida Bottura. Palmas, 28 maio 2019.

PEREZ, Jorge Luis Sosa. As galerias comerciais de Pelotas e a percepção de lugar. 2009. 63f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade Federal do Rio Grande, Rio Grande, 2009. Disponível em: <http://repositorio.furg.br/handle/1/2272?show=full>. Acesso em: 3 nov. 2019.

PINHEIRO, Philippe de Sousa. **QG espaço de coworking:** O espaço de trabalho contemporâneo e a influência do conceito colaborativo. 2014. TCC (Graduação) (Bacharelado em Arquitetura e Urbanismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2014.

SCHERE, Rolando. **Pasajes.** Buenos Aires: Ediciones Colihue, 1998.

SEGAWA, Hugo. **Vista Geral do Conjunto Nacional, Avenida Paulista, 2073, Consolação.** São Paulo, 1978. Fotografia.

SILVA, Graziela. **Com dupla função, steel deck racionaliza e acelera a obra.** Disponível em: https://www.aecweb.com.br/cont/m/rev/com-dupla-funcao-steel-deck-racionaliza-e-acelera-a-obra_8558_10_0. Acesso em: 20 nov. 2019.

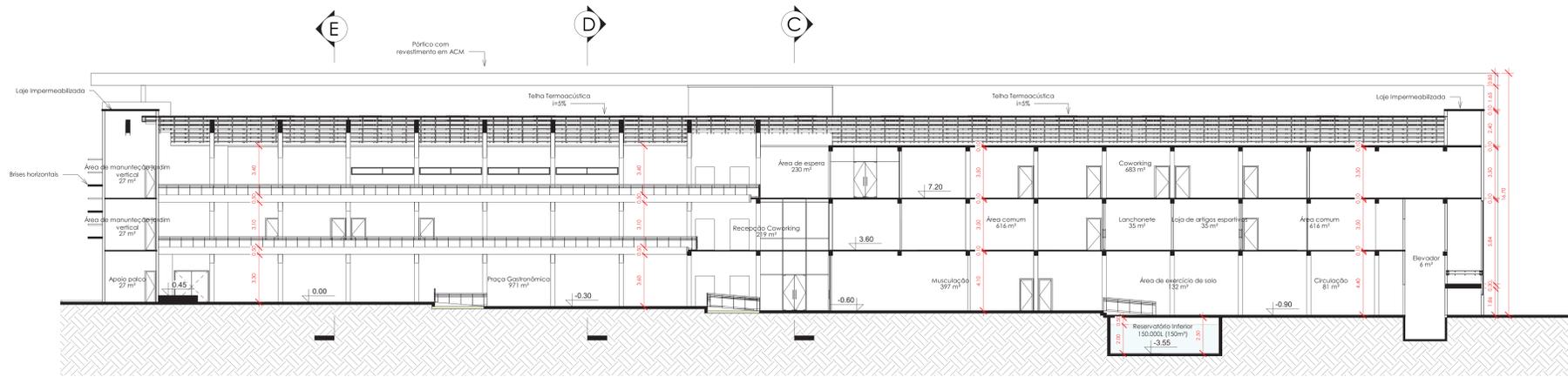
TIEDT, Amanda; CORDEIRO, Fabíola. **O Que é Retrofit e Como Aplicar Essa Tendência na Arquitetura.** [S. l.], 28 ago. 2018. Disponível em: https://www.homify.com.br/livros_de_ideias/5822534/o-que-e-retrofit-e-como-aplicar-essa-tendencia-na-arquitetura. Acesso em: 3 set. 2019.

TRIPADVISOR. **Entrada a Galerías Maldá.** 2019. Fotografia. Disponível em: https://www.tripadvisor.com/LocationPhotoDirectLink-g187497-d13448534-i302683464-Carrero_Malda-Barcelona_Catalonia.html. Acesso em: 8 jul 2019.

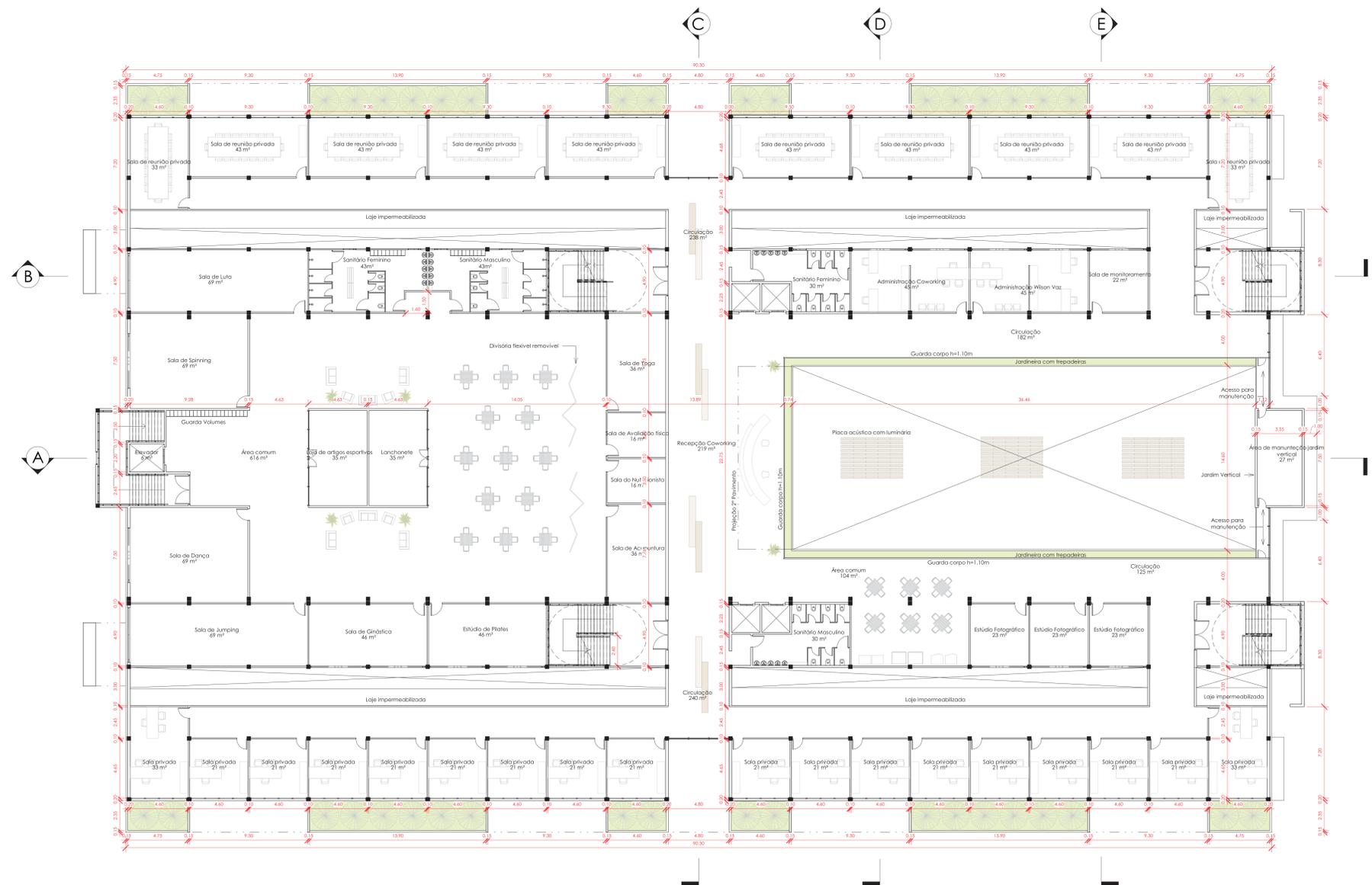
VARGAS, Heliana. Comércio e Cidade: Uma relação de origem. **Portal do Estado de São Paulo**, São Paulo.

VARGAS, Heliana. **Espaço Terciário:** o Lugar, a Arquitetura e a Imagem do Comércio. São Paulo: Ed. Senac, 2001.

VIÉGAS, Fernando. **Conjunto Nacional, de David Libeskind.** [S. l.], dez 2013. Disponível em: <http://au17.pini.com.br/arquitetura-urbanismo/237/conjunto-nacional-de-david-libeskind-302145-1.aspx>. Acesso em: 6 jun. 2019.



Corte A
Escala 1:150



Planta Baixa 1º Pavimento
Escala 1:150



Fachada Oeste



Fachada Leste



Fachada Leste



Fachada Sul



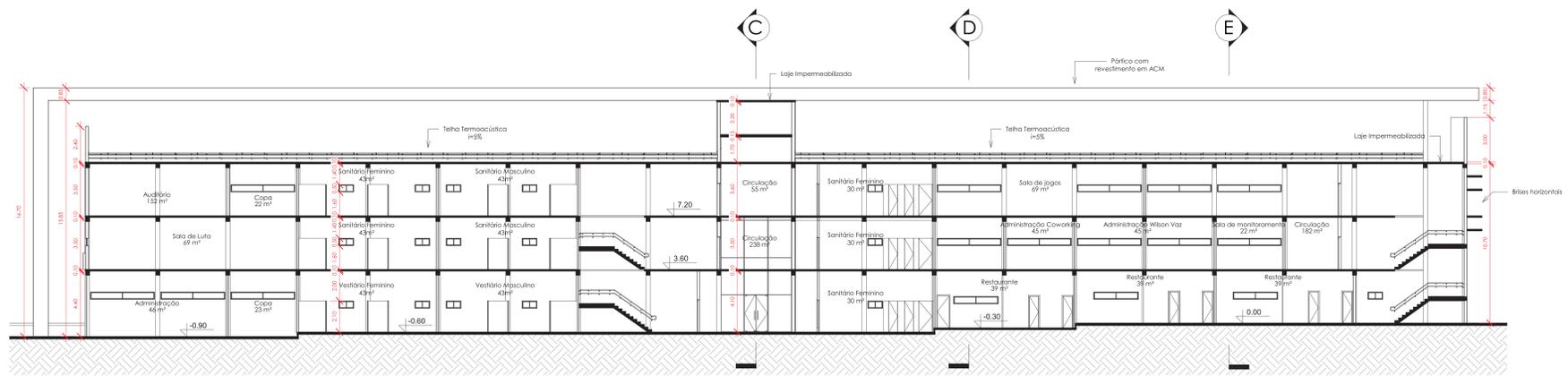
Fachada Norte



Fachada Sul

GALERIA WILSON VAZ		FOLHA: 02/04
OBRA: COMERCIAL		
ENDEREÇO: ACSE 11 (104 SUL), CONJ. 04, LOTE 1-A		
ÁREAS Do Terreno: 6.400,00 m ² Da Construção: 12.942,67 m ²		TEMA: UMA NOVA VISÃO PARA A GALERIA WILSON VAZ. O Retrofit como ferramenta para requalificação de um ícone comercial de Palmas - TO
Terreno: 4.407,12 m ² 1º Pavimento: 4.349,05 m ² 2º Pavimento: 3.986,50 m ²	ALUNA: Isabela Cerqueira Andrade	ORIENTADOR: Prof. Ara. Me. Rodrigo Botelho de Holanda Vasconcelos
Escala: 1:150		Data: NOVEMBRO/2019
Conteúdo: PLANTA BAIXA 1º PAVIMENTO CORTE A PERSPECTIVAS		 





Corte B
Escala 1:150



Interior Praça Gastronômica



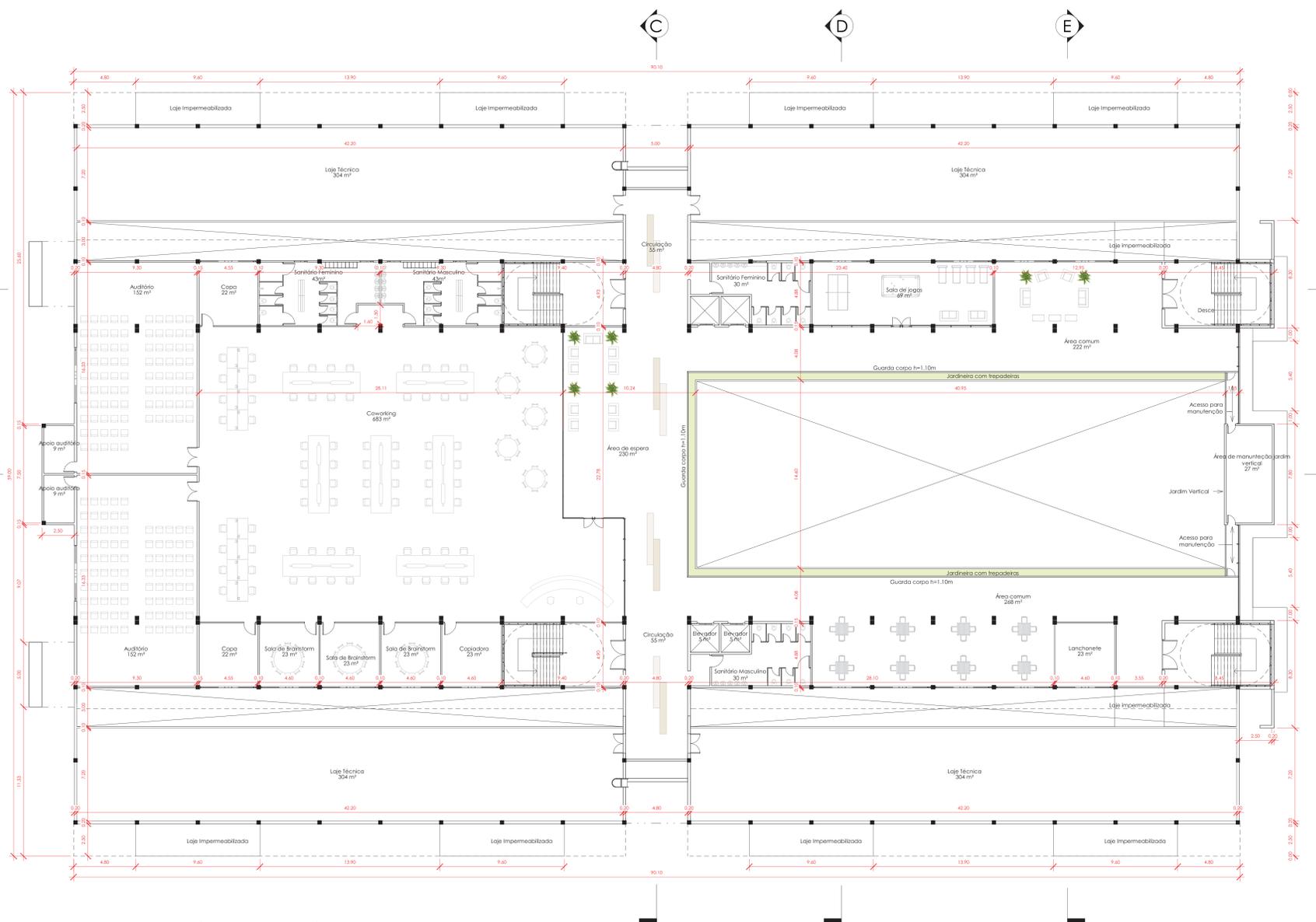
Interior Praça Gastronômica



Interior Praça Gastronômica



Interior Academia



Planta Baixa 2º Pavimento
Escala 1:150



Interior Coworking



Área comum

GALERIA WILSON VAZ		FOLHA: 03/04
OBRA: COMERCIAL		
ENDERECO: ACSE 11 (104 SUL), CONJ. 04, LOTE 1-A		
ÁREAS		TEMA: UMA NOVA VISÃO PARA A GALERIA WILSON VAZ. O Retrofit como ferramenta para requalificação de um ícone comercial de Palmas - TO
Do Terreno:	6.400,00 m ²	
Da Construção:	12.942,67 m ²	ALUNA: Isabela Cerqueira Andrade
Térreo:	4.407,12 m ²	
1º Pavimento:	4.349,05 m ²	ORIENTADOR: Prof. Ara. Me. Rodrigo Botelho de Holanda Vasconcelos
2º Pavimento:	3.986,50 m ²	
Escala: 1:150		Data: NOVEMBRO/2019
Conteúdo:		
PLANTA BAIXA 2º PAVIMENTO CORTE B PERSPECTIVAS		





GALERIA
WILSON VAZ