



**FAPAC – FACULDADE PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS
INSTITUTO TOCANTINENSE PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS LTDA
CURSO DE ARQUITETURA E URBANISMO**

KAIQUE LOPES MARTINS

**ACOMODANDO A INFORMALIDADE:
SHOPPING POPULAR EM PORTO NACIONAL - TO**

PORTO NACIONAL – TO

2017

KAIQUE LOPES MARTINS

ACOMODANDO A INFORMALIDADE:

SHOPPING POPULAR EM PORTO NACIONAL - TO

Memorial de Pesquisa apresentado ao curso de Arquitetura e Urbanismo da Faculdade Presidente Antônio Carlos, Instituto Tocantinense Presidente Antônio Carlos Porto Nacional – FAPAC/ ITPAC PORTO – como requisito parcial para a aprovação na disciplina de TCC1.

Orientador: Prof. Me. Roberto Bottura

PORTO NACIONAL – TO

2017

KAIQUE LOPES MARTINS

**ACOMODANDO A INFORMALIDADE:
SHOPPING POPULAR EM PORTO NACIONAL - TO**

Memorial de Pesquisa apresentado ao curso de Arquitetura e Urbanismo da Faculdade Presidente Antônio Carlos, Instituto Tocantinense Presidente Antônio Carlos Porto Nacional – FAPAC/ ITPAC PORTO – como requisito parcial para a aprovação na disciplina de TCC1.

BANCA EXAMINADORA



Me. Roberto de Almeida Bottura
Orientador(a)



Esp. Márcio Ribas Moraes
Examinador(a)



Me. Regina Barbosa Lopes Cavalcante
Examinador(a)

Porto Nacional, 22 de Maio de 2017

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar um estudo detalhado sobre o comércio informal na cidade de Porto Nacional - TO, através de pesquisas bibliográficas, estudos de casos e análise das condicionantes projetuais. Este Trabalho conta ainda com a implantação de um shopping popular, que atenda aos princípios basilares da Arquitetura e Urbanismo. Após um diagnóstico atual, verificou-se a necessidade do mesmo, devido ao grande número de comerciantes informais, e da inexistência de um local adequado que atenda as exigências mínimas necessárias. Outro fator relevante para a escolha foi a existência de um shopping que se encontra em péssimas condições, devido ao descaso em relação ao mesmo. Para a realização deste trabalho foram adotadas metodologias de pesquisa bibliográfica em sites de internet, trabalhos de graduação, livros, revistas, artigos científicos, visitas in loco e estudos de casos, para dar embasamento para a elaboração do mesmo.

Palavras-chave: Comércio Informal, Arquitetura e Urbanismo, Shopping Popular.

SÚMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
1.1 PROBLEMATIZAÇÃO	8
1.2 HIPÓTESES	8
2 OBJETIVOS	10
2.1 GERAL	10
2.2 ESPECÍFICOS	10
3 JUSTIFICATIVA	11
4 REFERENCIAL TEÓRICO	12
4.1 URBANIDADE	12
4.2 ESPAÇO PÚBLICO	13
4.2.1 A Utilização Do Espaço Público	13
4.2.2 Apropriação Do Comércio Informal Nos Espaços Públicos E Os Problemas Por Eles Gerados	14
4.3 A ERGONOMIA E O ESPAÇO URBANO	15
4.3.1 As Condicionantes	16
4.4 O COMÉRCIO INFORMAL	17
4.5 INCLUSÃO SOCIAL	18
5 LEVANTAMENTO	20
5.1 ESTUDOS DE CASO	20
5.1.1 Rodoshopping (PALMAS – TO) (ESTUDO DIRETO)	20
5.1.2 Camelódromo (JK PALMAS) (ESTUDO DIRETO)	24
5.1.3 Mercat Del Encants (BARCELONA) (ESTUDO INDIRETO)	28
5.1.4 Comércio Informal Existente Em Porto Nacional – TO	34
6 AREA DE INTERVENÇÃO	39
6.1 LOCALIZAÇÃO	39
6.2 CARACTERIZAÇÕES URBANAS DO TERRENO	40
6.2.1 Análise Bioclimática	44
6.3 LEGISLAÇÃO E CONDICIONANTES LEGAIS	44
7 PROGRAMA DE NECESSIDADES	46
8 PROPOSTA	48
8.1 PARTIDO ARQUITETÔNICO	48
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	51

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Vista aérea do Rodoshopping Palmas	20
Figura 2 - Lojas/ Rodoshopping Palmas	21
Figura 3 - Lojas/ Rodoshopping Palmas	21
Figura 4 - Lojas/ Rodoshopping Palmas	22
Figura 5 - Espaço livre/ Rodoshopping Palmas.....	22
Figura 6 - Blocos/ Rodoshopping Palmas	23
Figura 7 - Fachada Rodoshopping Palmas	23
Figura 8 - Vista aérea do Camelódromo Palmas.....	24
Figura 9 - Vendedores e Produtos/ Camelódromo Palmas	25
Figura 10 - Vendedores e Produtos/ Camelódromo Palmas	25
Figura 11 - Espaço para eventos/ Camelódromo Palmas	26
Figura 12 - Circulação interna/ Camelódromo Palmas.....	27
Figura 13 - Espaço de convivência/ Camelódromo Palmas	27
Figura 14 - Estacionamento/ Camelódromo Palmas	28
Figura 15 - Fachada Frontal do Mercat del Encants - Barcelona	29
Figura 16 - Localização do Mercat del Encants - Barcelona	30
Figura 17 - Vista interna do Mercat del Encants - Barcelona	31
Figura 18 - Projeto do Mercat del Encants - Barcelona.....	31
Figura 19 - Praça de alimentação do Mercat del Encants - Barcelona.....	32
Figura 20- Cobertura espelhada/ Mercat del Encants - Barcelona.....	33
Figura 21 - Cobertura espelhada/ Mercat del Encants - Barcelona.....	34
Figura 22 - Venda de roupas - Feira Porto Nacional	35
Figura 23 - Venda de redes no canteiro das ruas/ Porto Nacional	36
Figura 24 - Venda de Salada de frutas/ Porto Nacional	36
Figura 25 - Vendedor ambulante nas ruas de Porto Nacional.....	37
Figura 26 - Banca de produtos importados/ Porto Nacional	37
Figura 27 - Venda de frutas e verduras/ Porto Nacional	38
Figura 28 - Localização do terreno proposto/ Porto Nacional - TO	39
Figura 29 - Equipamentos	40
Figura 30 - Área de Intervenção.....	40
Figura 31 - Mapa de Uso e Ocupação	41

Figura 32 - Sistema viário do entorno	42
Figura 33 - Mapa Topográfico da área de intervenção.....	42
Figura 34 - Vista da Área de Intervenção	43
Figura 35 - Vista da Área de Intervenção	43
Figura 36 – Estudos de manchas Planta Têrreo (Croqui)	49
Figura 37 – Estudos de manchas Planta 1º Pavimento (Croqui).....	49

1 INTRODUÇÃO

A presente proposta de estudo traz por tema a “Acomodação da Informalidade: Shopping Popular em Porto Nacional - TO”, tendo como foco a problemática advinda do comércio informal. Acomodar, segundo o dicionário Luft (2001, p. 36) significa pôr em ordem, tornar cômodo, hospedar, ajeitar bem, adequar e adaptar.

O comércio informal é aquele que não segue as normas e leis relativas às transações de bens e serviços na sociedade. De acordo com GALVÃO e MONTEIRO (1990), em seu artigo “Espaços de comércio informal: uma análise morfológica” traz o conceito do que seria o comércio informal:

O comércio informal é tido como aquele que se exerce no espaço público (ruas, praças, calçadas) ou privado, não atendendo às normas estabelecidas para o comércio oficial ou formal, tais como pagamento de impostos, tributos, porte de licenças, etc. Trata-se de uma forma de comércio também conhecida como comércio de rua e/ou comércio ambulante, sendo os seus agentes indistintamente chamados de ambulantes ou, mais frequentemente, camelôs. (1990, pág.02).

Podemos citar como exemplos de comércio informal, os vendedores ambulantes, que não possuem um local fixo, bem como os feirantes e camelôs. Essas atividades não possuem um modelo específico de acomodação, já que não utilizam de um planejamento adequado para sua criação e implantação.

Em função do que acima foi exposto, foi pensada como proposta, para melhor acomodação dos informais e sua clientela, a construção de um espaço que supra essas deficiências, atendendo aos critérios de inclusão, urbanidade e ergonomia, sobre os quais falaremos ao longo deste estudo.

O local para construção do espaço citado é a cidade de Porto Nacional, que fica a aproximadamente 60 km de Palmas, capital do estado do Tocantins. O município de Porto Nacional, cuja origem remonta a meados de 1738, sempre apresentou uma vocação comercial forte e diversificada. Desde o projeto de colonização observou-se este potencial. Fatos estes proporcionados pelo grande fluxo pluvial e suas riquezas naturais. Segundo SILVA e SOUZA (2014), em seu artigo “REORDENAMENTO TERRITORIAL NO MUNICÍPIO DE PORTO NACIONAL/TO: UM RECORTE HISTÓRICO, DISCURSO E PODER” asseguram que:

Porto Nacional apresenta desde sua fundação uma relação direta com o minério, criação de gado extensiva e o comércio através do Rio Tocantins, por onde chegavam os gêneros necessários para subsistência nas áreas auríferas. Com a decadência do ouro, o município concentra-se na atividade agropastoril. Porto Nacional foi por longo tempo referência no então Norte goiano, em função de posição estratégica, localizada a margem direita do Rio Tocantins, e que foi utilizado como rota de deslocamento e comércio com Maranhão e Pará, principais centros consumidores. As atividades econômicas eram sustentadas, principalmente pelo comércio e a facilidade de transporte via fluvial, pois o transporte via terrestre, na época era praticamente inexistente. Durante aproximadamente dois séculos o município permaneceu usufruindo apenas do rio e de parcas picadas utilizadas para o transporte em mulas. (2014, pág.10)

Entretanto com a construção da usina hidrelétrica Luiz Eduardo Magalhães (Lajeado - TO), o comércio de Porto Nacional tomou outros rumos, reduzindo significativamente o número de empregos, devido à escassez do ouro e o fim da rota comercial (rio).

Por essa razão o presente trabalho visa conceituar, caracterizar, diferenciar e evidenciar o mercado informal, bem como a realocação destes comerciantes para um shopping popular.

Este shopping terá o intuito de atender toda a população, principalmente aquelas que querem fugir do tradicional (convencional), como por exemplo, a praça de alimentação que terá como objetivo trazer opções diferenciadas, e dando prioridade ao comércio de produtos regionais.

1.1 PROBLEMATIZAÇÃO

Como todo estudo deriva de uma dúvida, a pesquisa proposta traz em seu esboço a seguinte indagação: “Que tipo de instalação melhor acomodaria o comércio informal de Porto Nacional - TO?”; “Um modelo de Shopping Center atenderia á essa demanda, ocasionando a inclusão social dos informais e da população em si?”; “Um empreendimento desta natureza auxiliaria na administração de problemas ligado a urbanidade e ergonomia local?”.

1.2 HIPÓTESES

A cidade de Porto Nacional carece de pontos atrativos que possam despertar o interesse da população, surgindo dessa maneira à necessidade de implantação de edificações de qualidade, que possam tornar-se um referencial turístico.

Em paralelo a isso, é fundamental que o ambiente seja acolhedor e que atenda as normas de construção e funcionalidade, um espaço projetado para disponibilizar conforto, segurança e facilidade de acesso. Uma infraestrutura completa, para que comerciantes assim possam adequadamente divulgar e vender seus produtos, facilitando o acesso da clientela.

Os shoppings centers são exemplos de atratividade que uma cidade pode apresentar, na qual a cidade em estudo não possui. Tornando-se uma alternativa cabível. A criação do mesmo atenderia aos requisitos de inclusão tanto para os comerciantes como para os clientes. Sem contar do breve planejamento de elaboração e distribuição dos ambientes.

A presença de um Shopping Popular, que acomodassem estes comerciantes, distribuídos atualmente em toda a cidade, solucionaria alguns problemas urbanos e ergonômicos. Criando assim ambientes de trabalho ergonomicamente satisfatório, sem contar da possível padronização da distribuição e estética destes ambientes.

2 OBJETIVOS

2.1 GERAL

Compor um memorial de pesquisa consistente para, posteriormente, propor, via projeto arquitetônico, a construção de um centro comercial, estilo Shopping Center, no município de Porto Nacional, para acomodar os vendedores informais e seus clientes, atendendo aos critérios de inclusão social, urbanidade e ergonomia.

2.2 ESPECÍFICOS

- Realizar levantamento bibliográfico;
- Estudar os aspectos urbanos, ergonômicos e comerciais do município de Porto Nacional, acrescentando registros fotográficos;
- Levantar soluções para a questão da acomodação do comércio informal em outras localidades;
- Apontar a área/local ideal para a execução do projeto arquitetônico em Porto Nacional;
- Apresentar benefícios de um Shopping popular.

3 JUSTIFICATIVA

“Acomodando a Informalidade: Shopping Popular em Porto Nacional - TO”. Este tema surgiu primeiramente da visível necessidade de mudanças no comércio local, tendo como base as experiências vividas dos moradores. Outro fator preponderante para a escolha do tema foi à visita ao Mercado Central, na cidade de Fortaleza – CE, ambiente diversificado e acolhedor, demonstrando assim a importância com o comércio informal regional.

Sem contar que a elaboração desse Memorial partiu do desejo pessoal de buscar, na arquitetura, alternativas de proporcionar ambientes urbanizados, haja vista a experiência adquirida ao longo do curso.

Após a escolha do tema e o estudo bibliográfico realizado, foi possível finalmente reconhecer e identificar o comércio informal de Porto Nacional – TO, que por sinal é bem abundante e diversificado, contribuindo indiretamente para a economia e cultura local, entretanto o mesmo carece de melhor planejamento, para que assim tornem-se ambientes agradáveis e adequados as exigências legais.

Frente a isto surge a necessidade deste trabalho, que tem como foco a realocação destes comerciantes, para um shopping popular, que atenda todas as condições mínimas necessárias a estes trabalhadores, fazendo com que tenha uma maior visibilidade e atratividade. Sem contar que beneficiará também o mundo acadêmico, servindo como base para futuras investigações e execuções deste Memorial.

4 REFERENCIAL TEÓRICO

4.1 URBANIDADE

A palavra urbanidade possui como significado a relação harmoniosa entre pessoas, edifícios, ruas e cidades, ou seja, é a forma como cada componente cumpre o seu papel social, para que assim surjam ambientes agradáveis e receptíveis na sociedade. Além do mais AGUIAR (2012) conceitua urbanidade como o modo que os espaços da cidade acolhem as pessoas. Para ele espaços com urbanidade são espaços hospitaleiros.

A urbanidade, portanto, está relacionada diretamente ao bem estar da sociedade, que é influenciada por diversos fatores, dentre eles a cortesia, conforto, qualidade de vida, vitalidade, meio ambiente, entre outros.

Entretanto este termo é recente no campo da arquitetura. Foi ao longo da segunda metade do século XX, que tomou grandes proporções, devido ao fracasso do movimento urbanístico. Por essa razão foram realizados diversos estudos e discussões. A autora que abordou com ênfase este tema foi Jane Jacobs, trazendo em seu livro os requisitos considerados necessários para a manifestação e existência da Urbanidade.

Abordou também a problemática advinda do mau planejamento, assegurando que a falta do mesmo poderá acarretar consequências desastrosas na criação da cidade como se pode perceber em varias cidades que se tornaram em centros urbanos hostis, inseguros.

A concepção da cidade que se tem produzido é um espaço chamado urbano, porém totalmente desurbano e também desumano, pois não há espaço para as manifestações interpessoais, não há sociabilidade, visto que as pessoas vivem em ambientes blindados de qualquer possibilidade de aproximação, as praças são tomadas para dar lugar às avenidas, pois assim favorecerá o fluxo dos automóveis, pois na verdade eles se tornaram os protagonistas da cidade.

Para Grostein (2001), o espaço, seja do edifício, seja da cidade devem exalar a amabilidade, assim permitindo a reciprocidade das relações humanas. Que tenha a característica de um lugar, familiar que expressa à sensação de bem estar e que gera o desejo de retornar e estar sempre perto.

Os espaços amáveis que ocuparão estas páginas são os lugares onde a amabilidade se manifesta, e para que isso aconteça, são necessários alguns atributos específicos que, comunicativos e atraentes, os tornam “apropriáveis” pelas intervenções: elas só se desencadearão caso exista no espaço algum componente de atração. Determinadas características físicas podem resultar tanto em um espaço hostil quanto em um espaço potencialmente atraente. A qualidade urbana se cria, portanto, através da união dos atributos do lugar. (FONTES, 2011, p. 12)

As relações urbanas estão ligadas as atividades entre o comércio e a cidade. Ao observar a história da humanidade percebe-se que a cidade surge com a necessidade da troca de produtos e serviços, assim dando origem as relações urbanas.

Desde sua origem até os dias atuais é possível perceber que ao longo de sua trajetória comercial esses espaços, da cidade, assumiram diferentes formatos, porém mantendo-se a sua mesma essência.

Assim essa multiplicidade de tempo, espaço e atividade conduz a temática da cidadania, onde são exercidos os direitos e deveres de cada pessoa, contudo a elaboração e cumprimento de códigos de posturas e leis que regem o controle e conduta acerca da origem e da prática comercial.

4.2 ESPAÇO PÚBLICO

De acordo (Vargas, 2002 apud Gastelaars, 1993), o espaço público necessita apresentar características de acessibilidade aos usuários, além de permitir a interação independentemente da condição social.

A definição tipológica do espaço é a primeira premissa a se considerar, se é uma praça, terminal rodoviário ou parque etc. Com base nisso definir se serão espaços abertos ou fechados, cobertos ou não. Além de analisar a localidade, acessibilidade, integração dos ambientes. Essas características são determinantes para arquitetura e para inserção urbana.

4.2.1 A Utilização Do Espaço Público

Conforme Galvão (2003), o comércio informal é todo aquele que pratica sua função no espaço público como: ruas, praças, calçadas, ponto de ônibus etc.

Segundo Vargas (2014), o uso do espaço público reflete as características da vida urbana, assim pode-se traçar um perfil dessa população.

Atualmente, a utilização do espaço público sofre modificações devido a consequências relacionadas à estagnação econômica e com o alto nível de desemprego, forçando a população a buscar outros meios de sobrevivência. Considerando tal situação tanto a moradia quanto o trabalho nas ruas, acabam por apropriar-se do espaço público indevidamente. A priori em casos isolados ou até mesmo chegar à condição de Estado paralelo como, por exemplo, no caso dos ambulantes e também do mercado da publicidade nas ruas.

Bem como a ocupação dos espaços abertos em que muitas vezes são utilizados para a instalação de *out doors*. O objetivo é atrair e induzir possíveis clientes que transitam pelas ruas da cidade.

Uma das atividades que não requer muito conhecimento é a de vendas, seja de produtos ou serviços, e é por isso uma das mais difundidas. Portanto, isso explica a variedade de produtos serviços e ofertas do comércio informal, como: das bancas de jornal, dos quiosques, dos vendedores de produtos têxtil, etc.

E também, o peso da carga tributária e a quantidade de leis trabalhistas que dificultam e aumentam os custos para manter-se na formalidade, mediante tais empecilhos optam pela informalidade.

Além disso, falta a atuação do Estado em fiscalizar a prática do comércio informal. O que favorece a disputas e discussões acerca da apropriação do espaço público, pois essa parcela populacional não arca com os mesmo deveres que os comércios formais, dessa forma não há arrecadação, não há serviços urbanos etc.

4.2.2 Apropriação Do Comércio Informal Nos Espaços Públicos E Os Problemas Por Eles Gerados

Um dos grandes problemas que ocorrem em decorrência da apropriação indevida do comércio informal no espaço público são disputas entre comerciantes formais e informais. Visto que concorrerem com a mesma clientela numa disputa acirrada, pois os custos de manutenção são incomparáveis. Uma vez que há grande disparidade na arrecadação tributária, sendo este um dos problemas gerados.

Mais ainda, têm-se problemas do ponto de vista espacial, pois na maioria das vezes esses comerciantes se instalam em áreas de circulação, como calçadas,

impedindo assim a fluidez da circulação e também dificultando o acesso as lojas. Outro problema comum é o desordenamento e variedade tipológica das estruturas utilizadas para exposição dos produtos, que acabam por poluir visualmente o espaço público.

4.3 A ERGONOMIA E O ESPAÇO URBANO

De acordo Mattos (2016), a ergonomia é definida como uma disciplina científica que busca compreender as interações entre os seres humanos e outros elementos ou sistemas, e à aplicação de teorias, princípios, dados e métodos em projetos a fim de otimizar o bem-estar humano e o desempenho global do sistema.

A ergonomia compreende aspectos da relação entre o homem e o trabalho e conseqüentemente a concepção organizacional do espaço é fundamental. Conferi a ele o conforto do ambiente proporcionando harmonia, qualidade e bem estar e sobre tudo que garanta os resultados satisfatórios e necessários na a atuação da atividade determinada para tal ambiente.

A ergonomia é o estudo da adaptação do trabalho ao homem. O trabalho aqui tem uma acepção bastante ampla, abrangendo não apenas aqueles executados com máquinas e equipamentos, utilizados para transformar os materiais, mas também toda a situação em que ocorre o relacionamento entre o homem e uma atividade produtiva. Isso envolve não somente o ambiente físico, mas também os aspectos organizacionais. A ergonomia tem uma visão ampla, abrangendo atividades de planejamento e projeto, que ocorrem antes do trabalho ser realizado, e aqueles de controle e avaliação, que ocorrem durante e após esse trabalho. Tudo isso é necessário para que o trabalho possa atingir os resultados desejados. (LIDA, 2005 p. 2)

A ergonomia é um termo dos mais utilizados na arquitetura e é sem dúvida um dos mais fundamentais ao projetar qualquer tipo de empreendimento. No espaço público não é diferente pelo contrario faz-se ainda mais necessário à observância de seus fundamentos e requisitos, sendo que os espaços públicos agregam maior diversidade e quantidade de pessoas.

Considerando esses aspectos vale ressaltar que o espaço público, lugar de encontro para coletividade, deve atender a toda a coletividade com suas múltiplas necessidades. A morfologia é fator determinante na produção do espaço público quando ele não é observado no projeto pode causar sérios danos à sociedade, como problemas de saúde psicológicos, comportamentais e biológicos.

Segundo Mattos (2016), A cidade precisa estar preparada para abrigar as pessoas. Por isso é necessário que se adéquem aos parâmetros ergonômicos principalmente nos aspectos de segurança, acessibilidade e autonomia reduzindo riscos e garantindo melhor qualidade de vida e a inclusão social da população.

Com base nas referencias anteriores entende-se que ao planejar um projeto seja arquitetônico ou urbano alguns princípios devem ser observados e aplicados, como as características do entorno.

O conforto é um conjunto de princípios que deve atuar de igual forma na construção de um ambiente seja de que caráter for, conferindo a ele o maior proveito para a execução da atividade que lhe foi designada, portanto alguns fatores devem ser considerados.

4.3.1 As Condicionantes

- Condições Térmicas: Dados climáticos, Materiais do Espaço Público.

Adequar o urbanismo e a arquitetura ao clima de um determinado local significa construir espaços que possibilitem ao homem condições de conforto (LIMA, 2005).

As características bioclimáticas são fatores necessários para a qualidade do ambiente esses fatores são: a orientação, temperatura, época do ano, radiação solar, ventos, umidade, vegetação etc. Portanto um recurso bastante utilizado é o uso de vegetação como gerador do microclima que proporciona o sombreamento e também atua como controlador do vento para ambientes muito expostos. Segue algumas condicionantes importantes na produção do espaço público.

- Escala Urbana: Largura da Seção, Altura das Edificações.

A escala urbana diz respeito altura das edificações e a distancia entre elas, essa relação é analisada com intuito de mensurar a quantidade de insolação das edificações, porém pouco utilizada no desenho urbano. Mas muito utilizada na distribuição da vegetação e suas proporções dimensionais, de grande porte, médio ou pequeno, se em praças, calçadas, canteiros e parques.

A proporção é calculada por meio da equação h/d onde, h = altura da edificação e d = a largura da secção. Para climas frios a relação esta compreendida entre 0,5 e 1,2 e para climas quentes é 0,8 e 1,5. Nesse sentido uma medida apropriada é adequar a proporção da escala para determinada atividade, fracionar

os espaços superdimensionados usufruir dos elementos temporários e ou definitivos, como: bulevares.

- Ocupação do Espaço Público

O resultado da produção do espaço urbano dependerá da atividade que será executada em tal espaço. Porém algumas condições que devem ser previstas na produção do espaço público. Deve-se planejar espaço que subsidia o encontro a interação entre as pessoas conferindo a ele segurança, diversidade e conforto intensificando as áreas destinadas aos pedestres.

- Percepção de Segurança

Na produção do espaço público outro condicionante que se deve focar é a segurança. Pensar em espaços livre de riscos, torná-los visíveis, e pensar em elementos que favoreçam a percepção dos usuários optando pela diversidade de ocupação conferindo assim fluxos variáveis ao longo o dia. Elementos topográficos são recursos projetivos que favorecem a proteção e delimitação dos espaços, barreiras vegetais, sendo outra solução atrativa para o espaço público, e também um traçado urbano que promova visibilidade e transparência do espaço em questão.

A aplicação da ergonomia no espaço e seus equipamentos urbanos permitem melhor acessibilidade e correta proporção, distribuição e quantidade dos espaços conferindo a eles qualidade em seu usufruto.

4.4 O COMÉRCIO INFORMAL

De acordo Cruz (2014), o surgimento do comércio informal no Brasil se deu num momento de crise econômica o que ocasionou alto índice de desemprego, contudo a população engajou-se na informalidade.

Segundo Galvão (2003), a atividade informal esta associada ao comercio de rua. É uma das atividades mais difundidas, pois não requer um montante expressivo de recursos financeiro para o ingresso ao mercado, e também pelo baixo custo de manutenção comparado ao setor formal, logo não há custos com o trabalho assalariado, não há nenhum regimento que regulamente as práticas para o funcionamento de tal comércio.

Conforme Camargo (2009), adeptos ou defensores dessa atividade apontam que a falta de incentivo por parte dos governantes e custos excessivos do

trabalho assalariado e da carga tributária são alguma das razões que esses indivíduos optam pela informalidade.

Segundo Cruz (2014), esses trabalhadores do setor informal é o verdadeiro exemplo de empreendedores, pois encontra nessa atividade uma forma de produção de renda mensal.

Para DORNELAS (2005, p.22):

“Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”.

De acordo Santos e Cleps (2010), o surgimento dessa classe de empreendedor informal trouxe impactos significativos na organização do espaço urbano. O desenho urbano tem a finalidade de ordenar e compor o espaço de modo a considerar todos os aspectos que permeiam o uso do espaço com o objetivo de proporcionar qualidade, bem estar e funcionalidade aos usuários.

4.5 INCLUSÃO SOCIAL

É um conjunto de ações que permite a atuação da sociedade de igual forma, sob qualquer aspecto seja de raça, credo, condição física, gênero, formação acadêmica ou classe social.

Segundo Domingos e Ribeiro (2015), o processo de industrialização e a grande concentração migratória em decorrência das oportunidades de empregos nos chamados, centros urbanos, é uma das consequências geradoras da informalidade do setor, pois nem todos conseguiam ingressar no comércio formal, sendo embargados para as periferias do mercado à mercê da própria sorte abraçando a atividade informal para a sobrevivência.

Segundo a Organização Internacional do Trabalho – OIT. (2006, p. 7, 8)

Os trabalhadores da economia informal incluem trabalhadores assalariados e trabalhadores por conta própria. A maior parte dos trabalhadores por conta própria são tão vulneráveis e carecem de tanta segurança como os assalariados, e passam de uma situação a outra. Sofrendo de falta de proteção, de direitos e de representação, estes trabalhadores são frequentemente atingidos pela pobreza. (...)

(...) A economia informal absorve os trabalhadores que de outra forma não teriam trabalho nem rendimentos, particularmente nos países em

desenvolvimento caracterizados por uma mão-de-obra numerosa e em rápida expansão como, por exemplo, os países onde os trabalhadores foram despedidos no seguimento da aplicação de programas de ajuste estrutural.

A maior parte daqueles que entram na economia informal não o fazem por escolha, mas por necessidade absoluta. Nomeadamente em situações de forte desemprego, de sub-emprego e de pobreza, a economia informal é uma fonte potencial de criação de empregos e de rendimentos, pelo fato de ter um acesso relativamente fácil, mesmo sem muita instrução ou qualificações, nem grandes meios técnicos ou financeiros. É raro, porém, que os empregos assim criados correspondam aos critérios de trabalho digno. A economia informal permite também satisfazer as necessidades dos consumidores pobres, oferecendo bens e serviços acessíveis a preços baixos.

Conforme Souza (2013), o trabalho formal, aquele amparado por leis e políticas de proteção social, sendo algumas delas a previdência social, o fundo de garantia por tempo de serviço (FGTS), seguro desemprego entre outros, tem reduzido e conseqüentemente aumentado o setor informal que não tem nenhum respaldo na lei, nem mesmo políticas de proteção social, logo, estão desamparados, vulneráveis, expostos a todo tipo de ameaças, como, por exemplo, por acidente de trabalho.

De acordo Tissi (2000), os protagonistas do mercado informal sofrem conflitos pela ausência de direitos, sentindo-se vulneráveis à violência, à tirania, sem representatividade política, econômica e social sentem-se invisíveis na sociedade.

Comissão Das Comunidades Europeias COM (2003, p. 24; Silva, 2008, p. 5) relata:

A inclusão social através do trabalho gera maior envolvimento participativo do indivíduo na sociedade, visto que o emprego possibilita a capacidade de decisão, de escolhas relativamente à utilização dos recursos sociais e de pleno exercício da cidadania. Por outro lado, o desemprego, sobretudo de longa duração, causa danos psicossociais, tais como a perda de competência e autoestima.

Contudo entende-se que essa parcela populacional vive excluída da condição participativa da sociedade. Expostos as condições de insalubridade e sem nenhum tipo de amparo social, legislativo.

5 LEVANTAMENTO

5.1 ESTUDOS DE CASO

O estudo de caso foi realizado de acordo com o conteúdo proposto, por essa razão foram escolhidos o Rodoshopping (Palmas – TO), Camelódromo (JK) e o *Mercat del Encants* (Barcelona). Os estudos foram feitos de forma direta (visitas aos locais) e indireta, através de pesquisa bibliográfica em livros e na internet.

5.1.1 Rodoshopping (PALMAS – TO) (ESTUDO DIRETO)

O estudo direto tem como foco a demonstração de situações similares ao tema. Seguindo esse raciocínio foram escolhidos locais próximos, para que pudesse ser feito o levantamento *in loco*, e assim evidenciar o potencial, qualidade e eventuais problemas.

O Rodoshopping foi criado em 2002, devido ao clamor da população, que almejava um ponto de apoio, para a venda de seus produtos. Está localizado na capital do estado do Tocantins, Palmas, na quadra 1212, Avenida NS – 10, Plano Diretor Sul.

Figura 1 - Vista aérea do Rodoshopping Palmas



Fonte: www.google.com.br/maps/@-10.2570234,-48.3151334,554m/data=!3m1!1e3

Conta com aproximadamente 130 lojas, e tem como foco a venda de equipamentos eletrônicos, até o famoso artesanato de Capim Dourado. O horário de funcionamento é das 08:00 às 17:00, e nos sábados, 08:30 às 12:00.

Figura 2 - Lojas/ Rodoshopping Palmas



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

Figura 3 - Lojas/ Rodoshopping Palmas



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

Figura 4 - Lojas/ Rodoshopping Palmas



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

Conta ainda, com pontos de alimentação, e um amplo espaço destinado a eventos e manifestações culturais. Outro ponto forte é a localização, pois o mesmo se encontra perto da Rodoviária e do Atacadão, fazendo com que aumente o fluxo de pessoas visitantes todos os dias.

Figura 5 - Espaço livre/ Rodoshopping Palmas

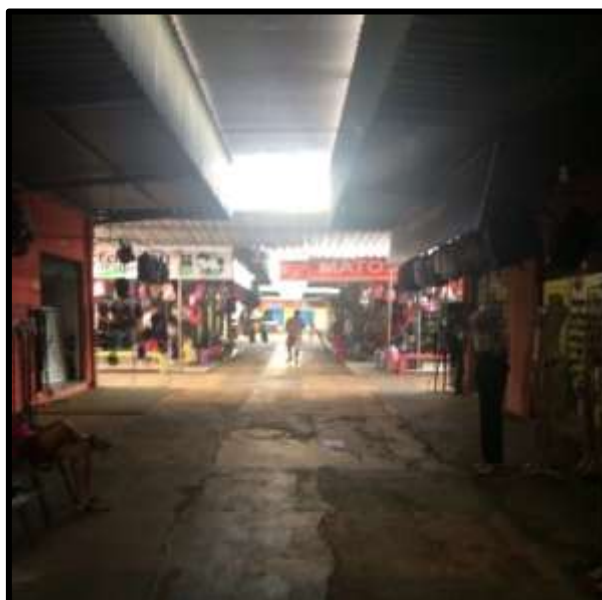


Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

A respeito da edificação esta foi construída pela prefeitura de Palmas – TO, tendo como secretário de obra Wagner Ferreira de Cunha, que trouxe o conceito de blocos, que se interligam por meio da cobertura, criando dessa maneira um corredor, onde são expostas as mercadorias.

Toda edificação é térrea, possuindo apenas um nível, entretanto não é visualmente atrativa, mas atende as necessidades de uso. Outro ponto que merece discussão é a fachada, que foi mal planejada, não possuindo qualquer ornamento, que chamasse a atenção da população.

Figura 6 - Blocos/ Rodoshopping Palmas



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

Figura 7 - Fachada Rodoshopping Palmas



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

5.1.2 Camelódromo (JK PALMAS) (ESTUDO DIRETO)

Como principal contribuinte para a realização deste trabalho de conclusão de curso, o Camelódromo da JK, é um exemplo de qualidade no quesito organização e distribuição. O mesmo está localizado na 104 sul, rua NS – 03, próximo a praça dos Girassóis, o que facilitou bastante ao fluxo de pessoas, por se tratar de um local de grande concentração de atividades.

Figura 8 - Vista aérea do Camelódromo Palmas



Fonte: Google Maps 2011.

Sem contar que se tornou um contribuinte de grande valia para o aumento de empregos, pois cada ponto necessitou de no mínimo 02 (duas) pessoas para atender a grande demanda.

Figura 9 - Vendedores e Produtos/ Camelódromo Palmas



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

É notória ainda a preocupação em fornecer produtos de última geração, tornando-se assim um ponto de referência para toda a cidade. A variedade é outro marco deste local, pois cada barraca se preocupou em atender as exigências do mercado atual.

Figura 10 - Vendedores e Produtos/ Camelódromo Palmas



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

Segundo Antônio, responsável por essa associação, o camelódromo possui 60 lojas, e está dividido em 6 blocos. Afirmou ainda, que todos os comerciantes estão devidamente cadastrados e pagam os impostos necessários.

Já a respeito da arquitetura, esta pode ser considerada simples ao olhar de muitos, devido à padronização e a falta de ornamentos. Entretanto a edificação possui algo peculiar, uma “arena” ao centro, destinada a eventos, valorizando assim o seu potencial, sem contar que é localizada em uma praça, dando ao local um ar mais agradável.

Figura 11 - Espaço para eventos/ Camelódromo Palmas



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

Outro quesito que merece indagação é a estrutura em blocos, muito comum no mercado, mas que utilizada de forma correta, propicia um ambiente urbanizado. Cada bloco deste é dividido em dois, sendo interligados por uma cobertura, formando assim um amplo corredor.

Figura 12 - Circulação interna/ Camelódromo Palmas



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

Conta ainda com espaços de convivência arborizados, que dão um toque especial ao camelódromo, pois na sociedade atual o consumismo objetivou as pessoas, e lugares como esse demonstram a importância do ser humano.

Figura 13 - Espaço de convivência/ Camelódromo Palmas



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

Nota-se também que o mesmo possui 38 vagas de estacionamento, beneficiando dessa maneira o cliente. Outra preocupação é a acessibilidade, por essa razão foi utilizada rampas.

Figura 14 - Estacionamento/ Camelódromo Palmas



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

Por fim, pode-se utilizar esse camelódromo como referência para criação do shopping popular, porque tem a proposta de oferecer o bem estar aos clientes, do ponto de vista social e comercial.

5.1.3 Mercat Del Encants (BARCELONA) (ESTUDO INDIRETO)

O estudo indireto foi inspirado no *Mercat del Encants*, pois o mesmo passou por um processo de realocação dos comerciantes informais para um determinado ponto, que atendesse as normas de acessibilidade, segurança, sinalização e logística e, em particular, contribuir para a estética e bem estar da cidade.

Figura 15 - Fachada Frontal do Mercat del Encants - Barcelona

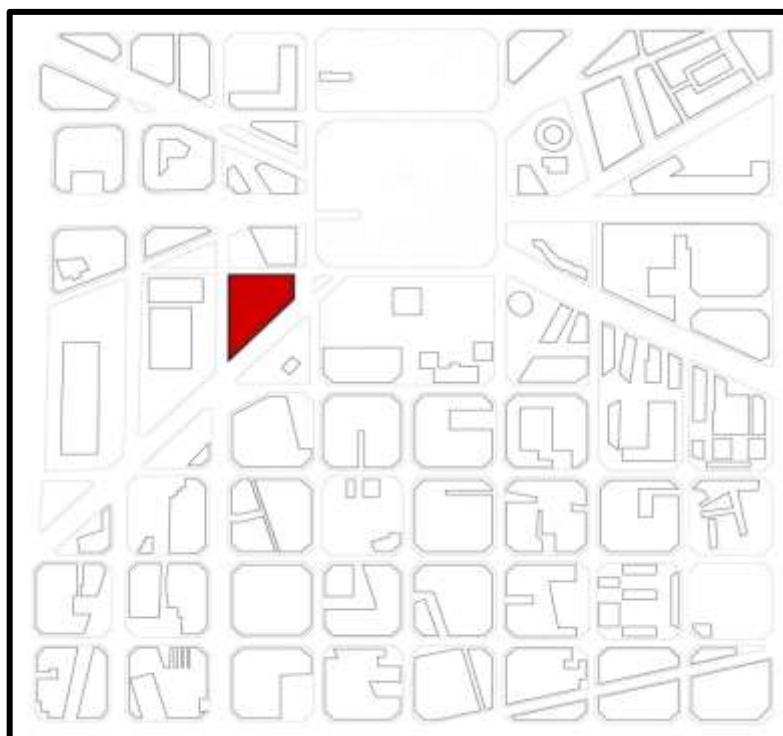


Fonte: Hicarquitectura Acesso em 20/04/2017

Outro ponto predominante para escolha deste mercado foi o projeto arquitetônico arrojado, que uni beleza e praticidade. Sem contar que é o foco deste trabalho de conclusão de curso.

O *Mercat del Encants* está localizado no bairro Eixample, entre a Avenida Meridiana e a praça de Las Glorias, na cidade de Barcelona (Espanha). Sua principal atividade é a venda de antiguidades e produtos com preços reduzidos.

Figura 16 - Localização do Mercat del Encants - Barcelona



Fonte: b720.com/es/portfolio/mercat-dels-encants/ acesso em 05/04/2017.

A maioria das vendas é realizada ao ar livre, e todos os seus comerciantes são previamente cadastrados. Este mercado é composto por 273 espaços, dos quais são 78 lojas, 156 paradas e 39 espaços de leilões, onde são leiloados produtos novos e também de segunda mão. O horário de funcionamento é das 9 às 20 horas, na segunda, quarta, sexta e sábado.

Figura 177 - Vista interna do Mercat del Encants - Barcelona



Fonte: <http://www.publicspace.org/en/works/h078-nou-mercat-dels-encants> acesso em 05/04/2017

Figura 18 - Projeto do Mercat del Encants - Barcelona



Fonte: hicarquitectura.com/2014/02/b720-mercat-dels-encants-de-barcelona/ acesso em 05/04/2017.

A nova edificação do *El Encants* trouxe consigo uma nova abordagem, contando ainda com nove locais para alimentação, que são distribuídos entre os pavimentos.

Essa nova abordagem influenciou no aumento significativo de visitantes, pois o local passou a ser mais atrativo e saboroso, devido a um cardápio bem diversificado, ocasionando dessa maneira um maior rendimento para os comerciantes.

Figura 19 - Praça de alimentação do Mercat del Encants - Barcelona



Fonte: <http://www.publicspace.org/en/works/h078-nou-mercat-dels-encants> acesso em 05/04/2017.

No que tange ao projeto arquitetônico, este foi desenvolvido por b720 Fermín Vázquez, equipe de arquitetos renomados, que trouxeram como proposta a inovação nos centros comerciais, para isto utilizaram uma área equivalente a 35,440 m², projetando dessa maneira, um espaço comercial contínuo, com planos levemente inclinados, que se entrelaçam, dando a ideia de estar passeando pelas ruas.

Já a cobertura, que é o destaque do projeto, possui em média 25 metros de altura, e dá aos comerciantes, visitantes e admiradores, a sensação de estar flutuando, sem contar que a mesma utiliza material refletivo, e protege da radiação solar, ou seja, não é somente estética, mas também funcional, que é o que se busca em um projeto arquitetônico de qualidade.

Figura 20- Cobertura espelhada/ Mercat del Encants - Barcelona



Fonte: <http://b720.com/es/portfolio/mercat-dels-encants/> acesso em 05/04/2017.

Figura 21 - Cobertura espelhada/ Mercat del Encants - Barcelona



Fonte: <http://b720.com/es/portfolio/mercat-dels-encants/>_acesso em 05/04/2017.

5.1.4 Comércio Informal Existente Em Porto Nacional – TO

Como já citado anteriormente o comércio informal é aquele que não atende as normas técnicas e formais pré-estabelecidas na sociedade atual. Seguindo essa linha de pensamento foi possível identificar e caracterizar este comércio na cidade de Porto Nacional – TO, que por sinal é bastante abundante e diversificado.

Nota-se ainda as diversas formas de venda, que são:

- Vendedores ambulantes;
- Camelôs;
- Feirantes.

Já em relação ao espaço de trabalho, utilizam como artifícios os seguintes itens:

- Carros;
- Motos;

- Bicicletas;
- Barracas;
- Canteiros;
- Locais desativados;
- E locais em frente a outras lojas.

A maioria dos produtos vendidos são:

- Verduras;
- Frutas;
- Hortaliças;
- Produtos importados;
- Comida;
- Roupas;
- Redes;
- Acessórios e entre outros.

Figura 22 - Venda de roupas - Feira Porto Nacional



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

Figura 23 - Venda de redes no canteiro das ruas/ Porto Nacional



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

Figura 24 - Venda de Salada de frutas/ Porto Nacional



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

Figura 25 - Vendedor ambulante nas ruas de Porto Nacional



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

Figura 26 - Banca de produtos importados/ Porto Nacional



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

Figura 27 - Venda de frutas e verduras/ Porto Nacional

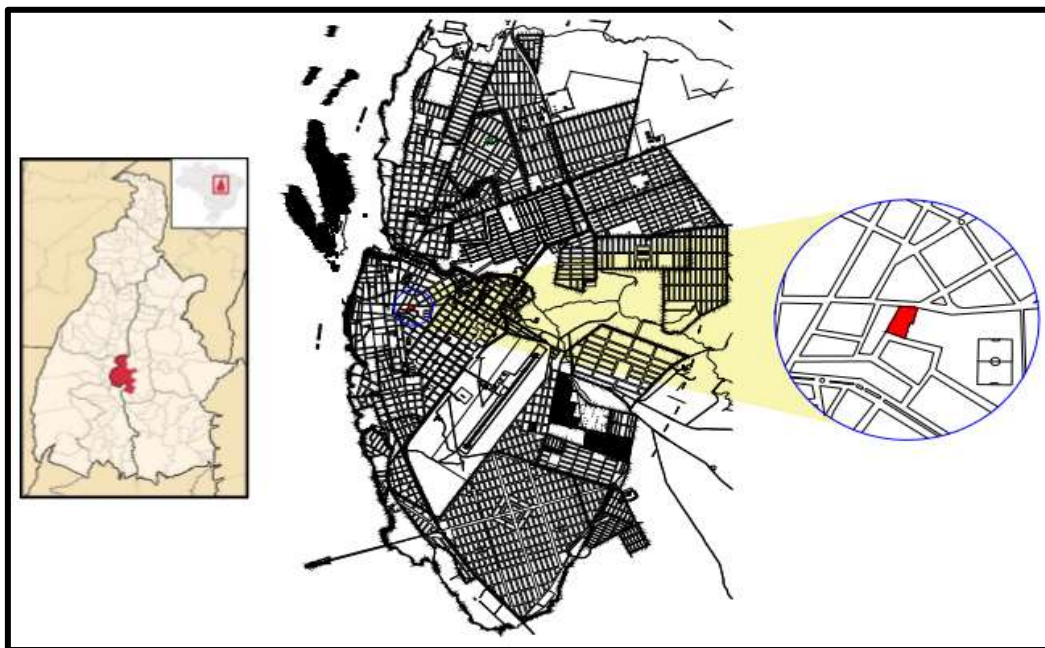


Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

6 AREA DE INTERVENÇÃO

6.1 LOCALIZAÇÃO

Figura 28 - Localização do terreno proposto/ Porto Nacional - TO



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

A área escolhida para a intervenção está situada no município de Porto Nacional – TO, na parte central da cidade próxima a importantes equipamentos para o mesmo, como; supermercados, farmácias, prefeitura, mercado municipal e entre outros.

Localizado entre a Avenida Frederico Lemos e a Rua da Feira. O terreno proposto possui uma área de aproximadamente 2.591,28 m², distribuída em um perímetro de 256,89 metros. Entretanto o terreno é de propriedade privada, abrigando o antigo Shopping Wanda Christina, que embora possua algumas lojas instaladas, parte de sua estrutura foi desativada, devido à falta de comprometimento por parte do proprietário.

Em virtude disso e a análise de alguns pontos relevante para a elaboração da proposta, dentre eles o entorno, que é fator determinante para um bom desempenho, pôde-se concluir que o local é adequado para a implantação do projeto, pois apresenta fatores essenciais para o bom funcionamento e execução da

obra, devido estar em local com grande fluxo de movimento; possuir mecanismo de acesso; possuir área plana; grande extensão e diversidade de uso.

Figura 29 - Equipamentos

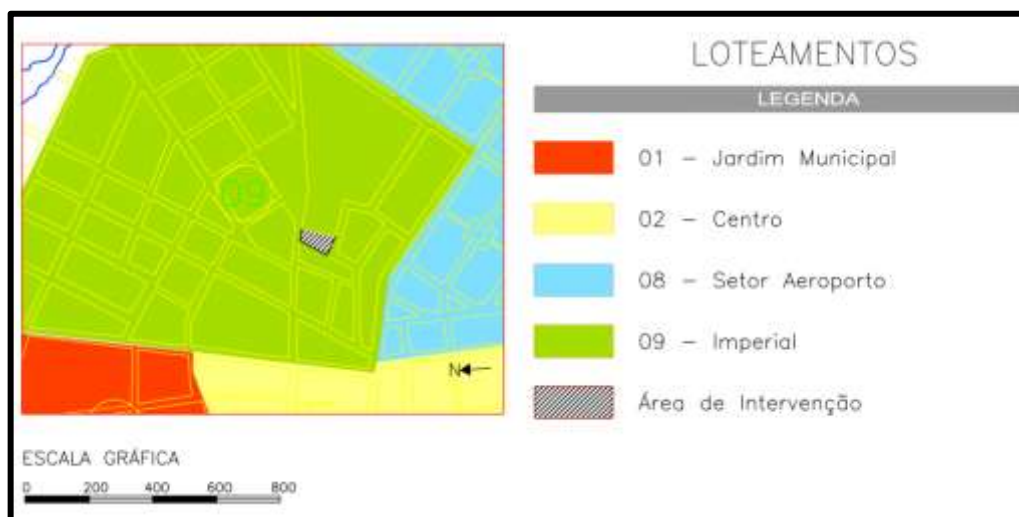


Fonte: Google Maps.

6.2 CARACTERIZAÇÕES URBANAS DO TERRENO

A área de implantação do terreno está localizada no setor Imperial, fazendo divisa com os seguintes setores: Centro, Aeroporto, Jardim Municipal e Santa Helena. Conforme imagem abaixo:

Figura 30 - Área de Intervenção



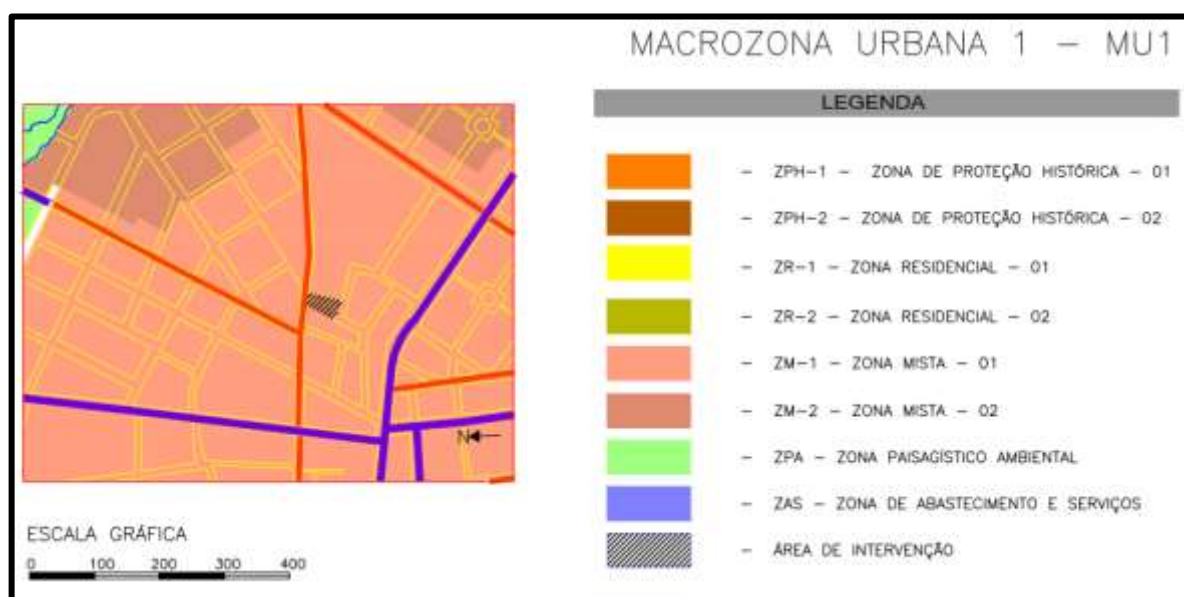
Fonte: Plano Diretor de Porto Nacional.

O plano diretor da respectiva cidade, enquadra esta área de intervenção na Zona Mista 1, na qual pode se desenvolver atividades de cunho comercial, serviços e habitação.

Atualmente apresenta uma grande diversidade de uso, o que faz do ponto escolhido ser de grande importância para a cidade. Esta questão foi primordial para proposta de implantação, por entender que o Shopping Popular deve fazer parte da cidade, assim como a cidade deve invadir o Shopping.

Por se tratar de uma área plana é possível a elaboração de uma edificação acessível e agradável a todos, visando o bem estar e lazer. Por essa razão o acesso deve ser favorável aos moradores, para que assim possam desfrutar do ambiente que foi desenvolvido.

Figura 31 - Mapa de Uso e Ocupação



Fonte: Plano Diretor de Porto Nacional

O terreno selecionado tem acesso pela Avenida Frederico Lemos (para a qual está voltada a Testada Norte) e pela Rua da Feira (Testada Sul) sendo a primeira classificada pelo Código de Obras como via Coletora e a segunda via Local.

A Avenida Frederico Lemos é asfaltada, já a Rua da Feira é constituída com paralelepípedos, ambas possuindo sentido único de direção. Na Av. Frederico Lemos é possível perceber o maior tráfego de veículos e pedestres, devido à presença de pontos comerciais.

Figura 32 - Sistema viário do entorno



Fonte: Plano Diretor de Porto Nacional

Figura 183 - Mapa Topográfico da área de intervenção



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

Figura 34 - Vista da Área de Intervenção



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

Figura 35 - Vista da Área de Intervenção



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

6.2.1 Análise Bioclimática

A análise bioclimática é um dos requisitos que auxiliam a Arquitetura frente ao planejamento de uma edificação agradável. Segundo BARBOSA e LIMA (2010):

A Arquitetura bioclimática é o estudo que busca a harmonização das construções ao clima e características locais. Manipula o desenho e elementos arquitetônicos a fim de otimizar as relações entre homem e natureza, tanto no que se diz respeito à redução de impactos ambientais quanto à melhoria das condições de vida humana, conforto e racionalização. (2010, pág. 01).

Para que a edificação atenda então aos requisitos de conforto térmico é necessário este levantamento, onde será possível traçar as estratégias de construção para melhor aproveitamento dos recursos naturais.

Após este estudo foi possível constatar que a cidade de Porto Nacional – TO apresenta clima seco de savana. A temperatura média anual oscila entre 28°C e 29°C, sendo a parte oeste ligeiramente mais quente do território. (PORTO NACIONAL, 2006). Foi possível identificar ainda que a predominância dos ventos em Porto Nacional é Sudeste.

Por essa razão é necessária que a obra possua alguns requisitos, dentre eles:

- Aberturas para ventilação cruzada;
- Sombreamento das aberturas;
- Vedações externas pesadas;
- Resfriamento evaporativo.

6.3 LEGISLAÇÃO E CONDICIONANTES LEGAIS

Para a realização de um projeto arquitetônico, algumas premissas devem ser analisadas, dentre elas a legislação pertinente. No que se refere à construção de uma edificação na cidade de Porto Nacional – TO, esta deve seguir o Plano diretor respectivo e as Leis complementares.

As leis utilizadas para a elaboração deste projeto foram:

- Plano Diretor (2006);
- Lei Complementar 06/2006;
- NBR 9050 (Lei de Acessibilidade a Edificações, Mobiliário, Espaços e Equipamentos Urbanos).

7 PROGRAMA DE NECESSIDADES

O projeto do Shopping Popular pretende compreender espaços necessários que visam não apenas o desenvolvimento comercial, mas que possam também fomentar aspectos sociais com vista à diversidade e vitalidade dos agentes participantes.

Qt	ESPAÇO	DESCRIÇÃO	Dimensionamento
Zona pública			
01	Praça	Espaço para apresentação ao ar livre Paisagismo Espaço de estar/ descanso	200 m ²
01	Estacionamento	Veículos de público em geral + Trabalhadores local – 50 vagas	1.250 m ²
04	Sanitários	Sanitário acessível 2 Masculino e 2 Feminino	26 m ²
Zona cultura e aprendizado			
02	Salas multiuso	Espaço para abrigar diversas tarefas, como palestras e oficinas.	40 m ²
01	Atelier	Espaço para desenvolvimento de oficinas de artesanato e reciclagem.	40 m ²
Zona comércio/ lazer			
40	Bancas	Espaço para comércio	9 m ²
01	Restaurante (ÂNCORAS)	Espaço atrativo, principalmente à noite, local para alimentação.	220 m ²
10	Bares/ Lanchonetes (ÂNCORAS)	Espaços atrativos, principalmente à noite, local para alimentação.	25 m ²
Zona administrativa			

01	Diretoria	Sala da administração geral	10 m ²
01	Secretaria/ Arquivo	Atendimento	20 m ²
Infraestrutura			
01	Descarga	Local para descarga de produtos	35 m ²
01	Depósito de lixo	Depósito para lixo	9 m ²
01	D.M.L	Depósito geral de materiais	6 m ²

8 PROPOSTA

8.1 PARTIDO ARQUITETÔNICO

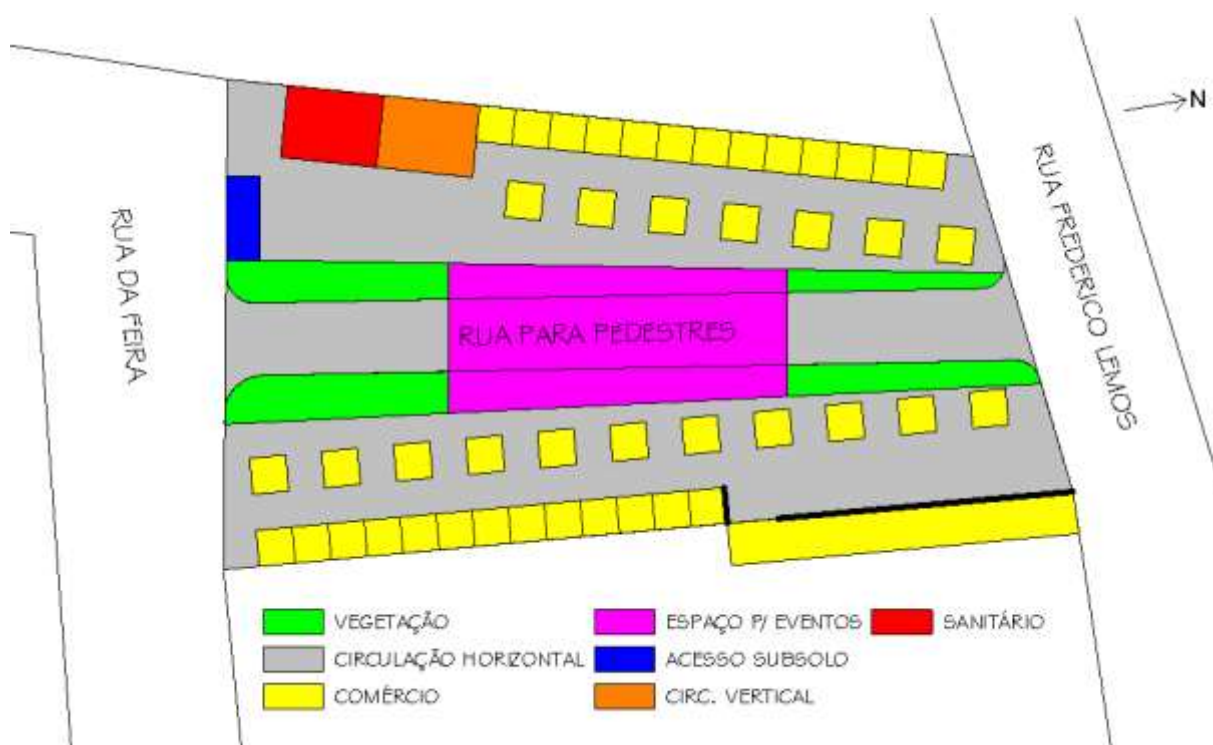
O Shopping Popular sempre foi referência de encontros e desencontros para a população, por se tratar de um ambiente agradável e diversificado. Por essa razão o partido arquitetônico em questão, levou em consideração à necessidade de se projetar ambientes hospitaleiros, que possam acolher adequadamente esses usuários.

Outra preocupação foi em relação à inclusão, tema bastante relevante para a constituição de uma sociedade urbanizada, pois a mesma necessita atender a toda população, através de um local de fácil acesso, para que os próprios comerciantes informais também desejem estar neste local.

Quanto ao projeto, este terá uma estrutura orgânica, diferente das estruturas existentes na região, para que assim se torne um diferencial na cidade. O projeto teve como contribuinte os estudos de caso realizado, onde foram extraídos requisitos para o seu bom funcionamento, tendo com exemplo a área de convívio ao centro, destinada a eventos.

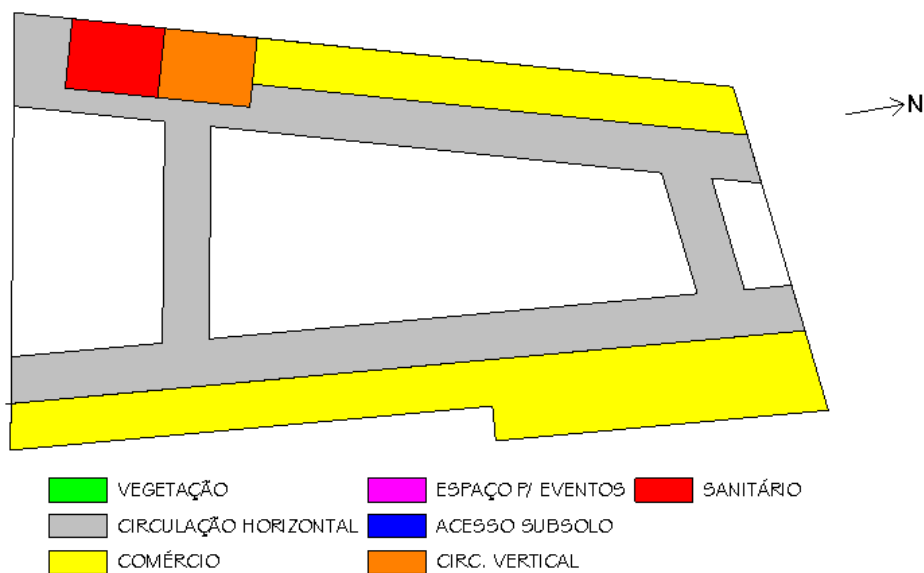
Para um melhor projeto arquitetônico, onde o foco é a escala humana, foi necessário à exclusão da rua existente no terreno, para que pudesse dar lugar aos pedestres.

Figura 36 – Estudos de manchas Planta Térreo (Croqui)



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

Figura 37 – Estudos de manchas Planta 1º Pavimento (Croqui)



Fonte: Kaique L. Martins, 2017.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente Memorial tomou como partida a caracterização do comércio informal na cidade de Porto Nacional – TO, através dos estudos de casos realizados. Após a análise dos dados colhidos, foi possível identificar a grande diversidade existente e os impactos advindos desse ramo tão difundido nos dias atuais.

No que tange à arquitetura, foi possível identificar ainda a precariedade das estruturas físicas e a má distribuição desses locais de vendas, demonstrando claramente a deficiência ou omissão estatal no processo de urbanização da cidade. Por essa razão este trabalho tem como objetivo a construção de um Shopping popular que atenda todos os requisitos necessários para construção de um espaço público, que apresente urbanidade, inclusão e seja ergonomicamente satisfatório.

No desenvolvimento da proposta arquitetônica foram levadas em consideração principalmente as referências estudadas, observando dessa maneira que urbanidade está inteiramente ligada à relação harmoniosa entre pessoas, edifícios, ruas e cidades, ou seja, é a forma como cada componente cumpre o seu papel social, para que assim surjam ambientes agradáveis e receptíveis.

Portanto a Arquitetura está além da elaboração do projeto. Pensar arquitetura é pensar não apenas o projeto da construção do edifício em si. Sua relação com seu entorno, a cidade, é uma necessidade na arquitetura que se configura como uma ação num espaço consolidado e urbano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, Douglas. **Urbanidade e a qualidade da cidade**, 2012. Disponível em: <http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/12.141/4221>. Acesso em: 15/maio/2017

CAMARGO, J. M. C. **Desemprego, informalidade e rotatividade: reformas que fazem a diferença**. In: GIAMBIAGI, F.; BARROS, O. (Org.). *Brasil Pós crise: agenda para a próxima década*. Campus, 2009.

COMISSÃO Das Comunidades Europeias. **Relatório conjunto sobre a inclusão social, que sintetiza os resultados da análise dos planos de acção nacionais para a inclusão social**, (2003-05), Bruxelas, 12/12/2003, COM (2003) 773 Final, 2003.

CRUZ, Cleide Ane Barbosa da. **O Desenvolvimento Do Mercado Informal Como Elemento De Geração De Novos Empreendedores**, 2014. Disponível em: <http://www.itpac.br/arquivos/Revista/74/artigo1.pdf>. Acesso em: 15/maio/2017

DOMINGOS, Bianca Siqueira Martins, RIBEIRO, Rosinei Batista. **Geração de Renda Informal e Desenvolvimento Econômico: Tecnologias Sociais como uma Alternativa à Precarização**, 2015. Disponível em: <http://www.aedb.br/publicacoes/index.php/comunicacao/article/view/11/10>. Acesso em: 18/ maio/2017.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando idéias em negócios**, 3ª. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

FONTES, Adriana Sansão. **Intervenções temporárias, marcas permanentes: a amabilidade nos espaços coletivos de nossas cidades**, Rio de Janeiro: UFRJ / FAU, 2011.

GALVÃO, Thyana Farias, **Espaços de comércio informal: uma análise morfológica**, 2003. Disponível em: <http://www.anpur.org.br/anaisAbrir/62/1/anais-do-x-ena>. Acesso em: 15/maio/2017.

LIDA, Itiro. **Ergonomia: projeto e produção** – 2ª edição rev. e ampl. - São Paulo: Edgard Blücher, 2005.

LIMA, Mariana Brito de, MACEDO, Ilanna Paula de Oliveira, ARAÚJO, Virgínia Maria Dantas de, PEDRINI, Aldomar. **Proposta de habitação bioclimática para o clima quente e seco**, 2005, Maceió. Disponível em: http://www.ifto.edu.br/jornada_cientifica/wp-content/uploads/2010/12/17-ARQUITETURA-B.pdf. Acesso em 18/ maio/2017.

MATTOS, Bruna de. **Ergonomia de espaços públicos - Parte 03**. IMED Comunicação, 2016. Disponível em: <https://imed.edu.br/Comunicacao/Noticias/ergonomia-de-espacos-publicos---parte-03>. Acesso em: 19/maio/2017.

OIT. **A OIT e a economia informal. O trabalho digno e a economia informal**, 2006. Disponível em: http://www.ilo.org/public/portugue/region/eurpro/lisbon/pdf/economia_informal.pdf. Acesso em: 16maio/2017.

PEREIRA, Cássia Correa. **Arte e a Condição de Urbanidade**. 2015. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/gthistoriaculturals/12CDCassiaCorreaPereira.pdf>. Acesso em: 20/maio/2017.

SANTOS, Lais De Souza, CLEPS, Geisa Daise Gumiero. **Os Shoppings Populares E O Comércio Informal Em Uberlândia (Mg)**, 2010. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/horizontecientifico/article/view/8130>. Acesso em: 18/maio/2017.

SILVA, Mauricio Alves da, SOUZA, Neila Nunes de. **Reordenamento Territorial no município de Porto Nacional/TO: um recorte histórico, discurso e poder**, 2014. Disponível em: [http://www.congressohistoriajatai.org/anais2014/Link%20\(191\).pdf](http://www.congressohistoriajatai.org/anais2014/Link%20(191).pdf). Acesso em 05/maio/2017.

SOUZA, Maciela Rocha (Des) **Proteção Social na Informalidade: O Acesso dos Trabalhadores à Política Previdenciária em Aracaju-Se**, 2013. Disponível em: [http://www.estudosdotrabalho.org/texto/gt2/\(des\)protecao.pdf](http://www.estudosdotrabalho.org/texto/gt2/(des)protecao.pdf). Acesso em: 16/maio/2017.

TISSI, María Cristina. **Deficiência e Trabalho no Setor Informal: Considerações Sobre Processos de Inclusão e Exclusão Social**, 2000. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/sausoc/v9n1-2/06.pdf>. Acesso em: 15/maio/2017.

VARGAS, Heliana Comin. **Comércio, Espaço público e Cidadania**, 2002. Disponível em: http://fau.usp.br/deprojeto/labcom/produtos/2002_vargas_comercio_espacocid.pdf. Acesso em: 15/maio/2017.