



CENTRO UNIVERSITÁRIO LUTERANO DE PALMAS

Rede credenciado pela Portaria Ministerial nº 1.162, de 13/10/16, D.O.U. nº 198, de 14/10/2016
AELBRA EDUCAÇÃO SUPERIOR - GRADUAÇÃO E PÓS-GRADUAÇÃO S.A.

MARIANA HOLANDA BENTO SOBREIRA

PROPOSTA DE REQUALIFICAÇÃO PARA O RODOSHOPPING EM PALMAS - TO

PALMAS – TO
2021

MARIANA HOLANDA BENTO SOBREIRA

PROPOSTA DE REQUALIFICAÇÃO PARA O RODOSHOPPING EM PALMAS - TO

Monografia elaborada e apresentada como requisito parcial para aprovação na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso (TCC II) do curso de bacharel em Arquitetura e Urbanismo pelo Centro Universitário Luterano de Palmas (CEULP/ULBRA).

Orientador (a): Prof. Me. Camila de Queiroz Pimentel Lopes.

MARIANA HOLANDA BENTO SOBREIRA

PROPOSTA DE REQUALIFICAÇÃO PARA O RODOSHOPPING EM PALMAS - TO

Monografia elaborada e apresentada na disciplina de TCC II como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Arquitetura e Urbanismo pelo Centro Universitário Luterano de Palmas (CEULP/ULBRA).

Orientador (a): Prof. Me. Camila de Queiroz Pimentel Lopes.

Aprovada em ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Camila de Queiroz Pimentel Lopes
(Orientador)
Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP

Prof. Me. Lúcio Milhomem Cavalcante Pinto
(Membro Interno)
Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP

Evercino Moura dos Santos Júnior
(Membro Externo)

Palmas – TO
2021

RESUMO

SOBREIRA, Mariana Holanda Bento. **Proposta de Requalificação para o Rodoshopping em Palmas - TO**. 2021. XX f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Curso de Arquitetura e Urbanismo, Centro Universitário Luterano de Palmas, Palmas/TO, 2021.

O presente trabalho tem como objetivo embasar um projeto de requalificação para o Rodoshopping, shopping popular, localizado no plano diretor sul da cidade de Palmas, no Estado do Tocantins. Este, consiste em propor a requalificação e reestruturação do local, com base nos princípios da arquitetura e urbanismo e das normas legislativas vigentes, uma vez que, após a realização do diagnóstico atual, comprovou-se que o empreendimento se encontra em más condições estruturais, possui baixo atrativo populacional, além de não atender, satisfatoriamente, às necessidades da população, tampouco dos comerciantes que se sentem abandonados. Para a realização deste trabalho, foram adotadas metodologias de pesquisas bibliográficas em sites de internet, trabalhos de graduação, livros e artigos científicos. Também foram realizados estudos de casos bem como de viabilidade social, econômica e ambiental, além de visitas *in loco* e análise das condicionantes projetuais da área objeto de estudo e da paisagem urbana, para dar embasamento para a elaboração da proposta que possui um estilo aberto, térreo, horizontal e moderno, com forte apelo a integração dos espaços e dos usuários com a vegetação, dando ênfase a sustentabilidade, que se tornou prioridade no modelo de vida atual da sociedade, contribuindo para uma maior visibilidade, funcionalidade e atratividade local.

Palavras-chave: Arquitetura e urbanismo, *opens malls*, requalificação, *shopping* popular.

ABSTRACT

SOBREIRA, Mariana Holanda Bento. **Requalification proposal for the Rodoshopping in Palmas - TO.** 2021. XX f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Curso de Arquitetura e Urbanismo, Centro Universitário Luterano de Palmas, Palmas/TO, 2021.

This work aims to support a requalification project for Rodoshopping, a popular shopping mall, located in the southern master plan of the city of Palmas, in the State of Tocantins. This consists of proposing the requalification and restructuring of the site, based on the principles of architecture and urbanism and current legislative standards, since, after carrying out the current diagnosis, it was proven that the project is in poor structural condition, it has a low population attraction, in addition to not meeting the needs of the population or traders who feel abandoned. To carry out this work, bibliographic research methodologies were adopted on internet sites, graduation works, books and scientific articles. Case studies were also carried out, as well as social, economic and environmental feasibility studies, in addition to on-site visits and analysis of the design constraints of the study area and the urban landscape, to support the preparation of the proposal, which has an open style, ground floor, horizontal and modern, with a strong appeal to the integration of spaces and users with vegetation, emphasizing sustainability, which has become a priority in society's current way of life, contributing to greater visibility, functionality and local attractiveness.

Key-words: Architecture and urbanism, opens malls, popular shopping, requalification.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1. Vista aérea do Camelódromo.....	11
Figura 2. Área central destinada a eventos.....	11
Figura 3. Fachada Principal do Serramar.....	13
Figura 4. Praça de alimentação.....	14
Figura 5. Pátio interno arborizado.....	15
Figura 6. Planta de Implantação.....	16
Figura 7. Shopping Jardins Open Mall.....	16
Figura 8. Fachada Principal Torres Garden.....	17
Figura 9. Fachada lojas.....	17
Figura 10. Mapa de localização.....	18
Figura 11. Mapa de equipamentos do entorno e acessos.....	19
Figura 12. Ponto de ônibus.....	20
Figura 13. Iluminação, rede elétrica e coleta de lixo	34
Figura 14. Rede de esgoto.....	34
Figura 15. Vista aérea do local.....	21
Figura 16. Patologias.....	35
Figura 17. Descolamento de pintura.....	35
Figura 18. Oxidação das esquadrias.....	35
Figura 19. Fachada Principal.....	36
Figura 20. Entrada Principal.....	36
Figura 21. Fachada das lojas.....	37
Figura 22. Cobertura.....	37
Figura 23. Tipo de Cobertura.....	37
Figura 24. Estacionamento.....	37

Figura 25. Acúmulo de lixo.....	37
Figura 26. Incidência solar e ventilação.....	22
Figura 27. Vegetação do entorno 1.....	38
Figura 28. Vegetação do entorno 2.....	38
Figura 29. Vegetação existente.....	23
Figura 30. Elevações.....	23
Figura 31. Curvas de nível.....	38
Figura 32. Funcionograma.....	24
Figura 33. Forro PVC.....	41
Figura 34. Painel metálico.....	41
Figura 35. Telha termoacústica.....	42
Figura 36. Telha policarbonato.....	42
Figura 37. Pergolado em madeira.....	42
Figura 38. Vidro temperado.....	42
Figura 39. Asfalto poroso.....	42
Figura 40. Piso concreto.....	42
Figura 41. Bloco intertravado.....	42
Figura 42. Piso cerâmico.....	42
Figura 43. Granito.....	42

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Classificação.....	34
Tabela 2 - Programa de necessidades.....	39

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

a.C.	antes de Cristo
Av.	Avenida
CE	Ceará
n°	Número
NBR	Norma Brasileira
p.	Página
RS	Rio Grande do Sul
SP	São Paulo
TO	Tocantins

“A arquitetura é a arte que determina a identidade do nosso tempo e melhora a vida das pessoas.”

(Santiago Calatrava)

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, por me permitir concluir este trabalho, dando-me forças, saúde e capacidade para alcançar a minha meta.

A mim, por não ter desistido e por conseguir sempre o que me proponho, apesar das adversidades.

Aos meus pais Herbert e Juciária, que me proporcionaram esta grande oportunidade e pelo apoio incondicional.

Aos demais familiares, que acreditaram na minha capacidade e me incentivaram através de gestos e palavras.

Ao meu namorado Junior, que sempre me apoiou e amparou quando precisei.

As minhas amigas Camila e Tainara, pela amizade e ajuda quando necessário; e aos demais amigos da universidade.

A minha orientadora Camila, que me deu suporte e auxílio na execução deste trabalho. E, homenageando-a, agradeço também aos demais membros do corpo docente do curso de Arquitetura de Urbanismo.

E a todos que, direta ou indiretamente, fizeram parte da minha formação, o meu profundo agradecimento.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	5
1.1	Problemática.....	6
1.2	Justificativa.....	6
1.3	Objetivos:.....	7
1.3.1	Objetivo geral.....	7
1.3.2	Objetivos específicos.....	7
2	METODOLOGIA	7
3	REFERENCIAL TEÓRICO.....	8
3.1	Histórico dos Shoppings Populares.....	8
3.2	Shoppings e Centros Comerciais.....	9
3.3	Opens Malls.....	12
4	ESTUDOS DE CASO	12
4.1	Serramar Parque Shopping (São Paulo, Brasil)	13
4.2	Shopping Jardins Open Mall (Ceará, Brasil)	15
4.3	Open Mall Torres Garden (Rio de Janeiro, Brasil)	17
5	DESENVOLVIMENTO PROJETUAL.....	18
5.1	Análise do sítio.....	18
5.2	Área de estudo.....	18
5.2.1	Transporte Público.....	19
5.2.2	Infraestrutura existente.....	20
5.3	Análise da área.....	20
5.3.1	Análise do local.....	20
5.3.2	Estudo de ventilação e insolação.....	22
5.3.3	Vegetação existente.....	22
5.3.4	Topografia.....	23
6	DIRETRIZES PROJETUAIS.....	23
6.1	Caracterização dos usuários.....	24
6.2	Programa de Necessidades.....	24
6.3	Funcionograma.....	24
6.4	Sistemas construtivos, estruturais e materiais.....	24
6.5	Normas e Legislação.....	27
7	PARTIDO ARQUITETÔNICO.....	28

8	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	28
9	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	29
10	APÊNDICES.....	29
	APÊNDICE A.....	34
	APÊNDICE B.....	34
	APÊNDICE C.....	34
	APÊNDICE D.....	38
	APÊNDICE E.....	38
	APÊNDICE F.....	38
	APÊNDICE G.....	41

1 INTRODUÇÃO

A presente proposta de estudo versa sobre a requalificação do Rodoshopping em Palmas - TO, tendo como foco propor um projeto que atenda às necessidades de seu público alvo. Requalificação, segundo o dicionário Infopédia da língua portuguesa, significa o ato ou efeito de requalificar, ou ainda, o conjunto de atividades que visam melhorar uma zona pública a nível urbanístico, ambiental, paisagístico e etc.

De acordo com Moura et. al. (2006), a requalificação urbana é, sobretudo, um instrumento para a melhoria da qualidade de vida da população, promovendo a construção e recuperação de equipamentos e infraestruturas e a valorização do espaço público com medidas de dinamização social e econômica, através de melhorias urbanas, de acessibilidade ou centralidade.

Logo, dizer que um espaço público será requalificado significa dizer que será atribuído um novo uso ao mesmo, buscando o desenvolvimento de novas atividades. Portanto, como cita Lopes:

“O objetivo dessas intervenções é dinamizar a economia urbana, atraindo não somente investimentos, mas também usuários, turistas, gerando condições de acessibilidade e habitabilidade...” (LOPES, p.3).

Desta forma, tem-se uma reestruturação e reorganização da malha urbana, a partir do melhoramento do espaço, que proporciona, além de tudo, uma articulação dos ambientes na cidade, fornecendo a população um convívio urbano mais inclusivo, participativo, equilibrado, coerente e sustentável. Com isso, a requalificação valoriza o espaço urbano, através do melhoramento da qualidade ambiental das cidades, bem como da estimulação entre habitação, cultura, mobilidade e união social. (SEGUETTO, 2017).

Conforme explanado acima, foi pensada como proposta para melhor acomodação dos comerciantes e da população, a requalificação de um espaço que supra essas deficiências, atendendo aos princípios da arquitetura e urbanismo como inclusão, urbanidade e ergonomia.

Segundo Coelho (2010), o Rodoshopping foi criado a partir da realocação de comerciantes que antes trabalhavam no antigo centro comercial da cidade, conhecido como “Pé Inchado”, localizado em frente à antiga rodoviária improvisada. Com a construção das secretarias prevista para o mesmo local, os comerciantes

deixaram a área e passaram a acompanhar a rodoviária provisória de Palmas, se instalando próximo a mesma, antes localizada na quadra 403 Sul (Arse 41).

Com a sua inauguração em 2001 e com novo endereço, conforme Viana (2011), um ano depois, foi inaugurado o Rodoshopping, localizado na Quadra 1212 sul, Avenida NS – 10, Plano Diretor Sul, em Palmas – TO.

1.1 Problemática

Como qualquer estudo deriva de uma dúvida, a pesquisa proposta traz em seu esboço a seguinte indagação: “Que tipo de projeto ou como seria uma proposta de requalificação que atenderia às necessidades dos comerciantes e da população no Rodoshopping em Palmas - TO?”

1.2 Justificativa

Este tema surgiu, à princípio, da visível necessidade de mudanças no ponto comercial citado, tendo em vista que este não atende às necessidades dos comerciantes nem da população, uma vez que sua estrutura se encontra bastante danificada, contribuindo para o baixo atrativo populacional. Outro fator que contribuiu para o baixo fluxo de pessoas, foi a localização do Rodoshopping que, na época, foi escolhida devido a implantação do Antigo Terminal de Transporte Público e, com o fim desse local, a edificação acabou ficando isolada.

Após a escolha do tema e do estudo bibliográfico realizado, constatou-se que a área necessita de um melhor planejamento para que se torne um ambiente agradável e adequado às exigências legais. Perante o exposto, surgiu a necessidade deste trabalho, que tem como foco a requalificação do Rodoshopping, de forma que proporcione instalações satisfatórias para os trabalhadores, através da readequação de sistemas elétricos, hidráulicos, rede de internet e telefonia, proporcionando ao empreendimento uma maior visibilidade, funcionabilidade e atratividade.

Para tanto, foram levadas em consideração as contribuições social, econômica e ambiental. A primeira, diz respeito ao movimento da economia e sua contribuição com o desenvolvimento do comércio local. A segunda, levou em conta a infraestrutura existente, logo, não houve a necessidade de iniciar um projeto do zero; fazendo com que a readequação contribua para a economia, gerando retorno

econômico. E por fim, a terceira, através do uso de materiais e tecnologias sustentáveis.

1.3 Objetivos:

1.3.1 Objetivo geral

Propor um projeto de requalificação para o Rodoshopping, para acomodar os comerciantes e a população, atendendo aos critérios de inclusão social, urbanidade e ergonomia.

1.3.2 Objetivos específicos

- Estudar acerca dos *shoppings* populares e projetos de requalificação;
- Averiguar a demanda dos atuais comerciantes do Rodoshopping em Palmas;
- Propor soluções que visam a melhora no que diz respeito ao atrativo populacional, condição estrutural e necessidade dos comerciantes no local.

2 METODOLOGIA

Para o desenvolvimento da metodologia, foram utilizadas fontes bibliográficas que tiveram grande relevância ao tema proposto, através de livros, artigos, trabalhos de graduação e meios eletrônicos; servindo de base para o projeto como constituição do instrumental teórico.

Também foi realizada uma pesquisa de campo na área objeto de estudo, onde foram levantadas informações acerca da edificação existente e da paisagem urbana, bem como a análise de suas condicionantes, utilizando-se da topografia, estudos climáticos e levantamentos fotográficos. Foi realizada ainda, a verificação de viabilidade, que conduz a compreensão dos impactos sociais, econômicos e ambientais da implantação do projeto.

As bibliografias, abordaram assuntos referentes aos *shoppings* populares e *opens malls*, sendo que a pesquisa foi dividida em etapas. A primeira, foi destinada a contextualização teórica, voltada a temas relacionados ao histórico dos *shoppings* populares (explicando a sua origem e trazendo informações sobre a evolução do segmento), arquitetura comercial (apontando suas principais características e formas de implantação) e *opens malls* (apresentando a sua conceituação.)

A segunda, foi destinada aos estudos de caso, ressaltando as suas qualidades no que concerne ao zoneamento, funcionalidade, circulações, volumetria,

tecnologias, materiais e medidas de conforto ambiental; que tiveram grandes contribuições e serviram de embasamento para a elaboração do projeto. Posteriormente, com os dados obtidos, foi feita a proposta de requalificação por meio de desenhos técnicos, perspectivas e detalhamentos.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Histórico dos shoppings populares

Resultado das transformações do comércio varejista ao longo de séculos de história, os *shoppings centers* são equipamentos urbanos que se destacam na paisagem urbana, pois diferem dos demais estabelecimentos comerciais, sobretudo, devido a sua grande dimensão espacial. (SILVA, 2012, p. 27).

Conforme Silva (2012, p. 27), os *shoppings* são constituídos em complexos comerciais que concentram em seu interior uma grande diversidade comercial, bem como uma série de serviços e espaços de lazer voltados para seus consumidores. Representam a concentração espacial do comércio, que pode ser entendida também como concentração do capital, uma vez que os shopping centers reúnem em um mesmo espaço grande diversidade de estabelecimentos comerciais, serviços, lazer e entretenimento, que garantem importante retorno financeiro aos empreendedores.

Em países como Estados Unidos, Portugal e França, os termos empregados a estes estabelecimentos são *mall* ou *shopping mall*, centro comercial e centre commercial, respectivamente. Denominados por diversos autores como “templos do consumo” ou “templos da mercadoria”, os *shoppings* podem ser entendidos como agrupamentos de estabelecimentos de comércio varejista e de alguns serviços, como, por exemplo, serviços bancários, educacionais, cinemas, lazer e entretenimento. (SILVA, 2012, p. 28).

No entanto, Fábio Coelho define o *Shopping Center* como sendo:

Um empreendimento peculiar, em que espaços comerciais são alugados para empresários com determinados perfis, de forma que o complexo possa atender diversas necessidades dos consumidores. (COELHO, p. 115).

Os centros comerciais não são uma inovação recente. Conforme Paulo (2019, p. 22), os primeiros grandes centros surgiram por volta do século X a.C. e tiveram

início com o *Grande Bazaar*, uma estrutura comercial de dez quilômetros, localizada no Irã. Outro importante centro de compras, foi o *Oxford Covered Market* (Mercado Coberto de Oxford), aberto, oficialmente, na Inglaterra em 1 de novembro de 1774, que existe até os dias atuais.

Para Paulo (2019, p. 22), só após a Segunda Guerra Mundial, com a reconstrução dos países desenvolvidos, surge o termo *shopping center*. Os primeiros *shoppings centers*, ancorados por lojas de departamento, surgiram nos Estados Unidos, no início dos anos 50. O modelo dessas edificações comerciais teve origem em outras, tais como, lojas, galerias e mercados. Passaram a proliferar-se pelo mundo a partir da popularização desses centros nos Estados Unidos, na década de 50 e 60.

Segundo Chubatsu (2018), inicialmente, os *shoppings centers* foram criados nos Estados Unidos como uma alternativa aos centros comerciais urbanos tradicionais. Eram instalados nas comunidades mais afastadas para atender à demanda daquela população e, também, para diminuir o tráfego intenso nas áreas comerciais tradicionais.

De acordo com o Semma Group (2012), a era de *Shopping Centers* no Brasil, formalmente, começou em novembro no ano de 1966, com a inauguração do *Shopping Center Iguatemi*, em São Paulo. Já Chubatsu (2018), defende que no país, os *shoppings centers* foram criados em regiões que viabilizassem o atendimento das classes com maior poder aquisitivo.

Porém, com o decorrer dos anos e a saturação deste mercado, os empreendedores perceberam também a capacidade de consumo das classes C e D, enxergando, nesse público, uma oportunidade de negócio. Assim, nasceram os *shoppings* populares no país (CHUBATSU, 2018).

Em grande parte das cidades, os *shoppings* populares foram construídos com o intuito de substituir os camelôs de rua em parcerias, muitas vezes, com as prefeituras, ou ainda, com empresários que notaram nesse ramo uma oportunidade de empreender. (CHUBATSU, 2018).

3.2 Shoppings e Centros Comerciais

O escritório espanhol, Ecosystema Urbano, analisa o auge e a decadência dos *shoppings* como uma autêntica tipologia estadunidense do século XX e com

amplo êxito comercial no restante do mundo, ainda que a mesma não sofra alterações significativas em "seus espaços, soluções e elementos" (SOUZA, 2017).

É entendido que:

Esta tipologia, atualmente, atravessa um momento de inflexão por conta dos novos paradigmas econômicos e urbanos que os obrigam a reinventar-se ou morrer. (SOUZA, 2017, n.p.).

A maior parte dos *shoppings* populares apresenta uma atmosfera própria somente para consumir, onde não existem espaços de descanso, tampouco, condições para que os espaços comuns funcionem como espaços públicos; configurando, assim, uma arquitetura padronizada, muitas vezes em blocos e interligados pela cobertura, sem muitos ornamentos, com um espaço interior e normas de utilização muito restritivas (SOUZA, 2017).

Para a Associação Portuguesa de Centros Comerciais, os centros comerciais são classificados por formatos e tipologias (ver apêndice A); e definidos em duas categorias básicas: Centro Tradicional, cujo formato que inclui retalho indiferenciado, integrado em empreendimento fechado ou "a céu aberto", sendo classificado segundo a sua dimensão e Centro Especializado, cujo formato integrado em empreendimento fechado ou "a céu aberto", sendo classificado segundo o tipo de retalho especializado ou atividade dominante e sua dimensão.

Segundo Souza (2017), os *shoppings* se configuram ainda como modelos implantados em diferentes áreas geográficas e culturas com variações limitadas:

As mesmas marcas, a mesma gastronomia em uma atmosfera absolutamente genérica, controlada, climatizada e desconectada do exterior, tanto física como culturalmente. (SOUZA, 2017, n.p.).

Em muitos locais, os *shoppings* populares bem como os camelódromos são implementados de forma improvisada, sem a realização da análise das condicionantes projetuais. A exemplo, o Camelódromo de Palmas, no Tocantins, localizado na quadra 104 Sul, próximo à Avenida JK:

Figura 1 – Vista aérea do Camelódromo



Fonte: Google Maps, 2021.

Neste, observa-se a inadequação dos espaços no que diz respeito a funcionalidade, sendo que o corredor central não atende à demanda, não houve a previsão de estacionamento e, há ainda, uma área central (ver figura 2) destinada a eventos que também não é utilizada.

Figura 2 – Área central destinada a eventos



Fonte: Kaique Martins, 2017.

3.3 Opens Malls

Conceito vindo dos Estados Unidos nos anos 80, os *Opens Malls* estão ganhando cada vez mais força no mercado brasileiro. A tendência mundial, que está recriando os *shoppings centers* e transformando-os em centros comerciais a céu aberto, além de ser uma solução arquitetônica que viabiliza a redução de custos de manutenção, é uma opção que resulta em um espaço mais agradável ao público. (ZAFFARI, 2012).

De acordo com Vaccari (2015), o conceito dos centros comerciais abertos (*Opens Malls*), visa estreitar a relação do edifício com o paisagismo e com a sustentabilidade, que também se torna economicamente mais viável em razão do menor gasto energético e de água.

Para Zaffari (2012), o consumidor está cada vez mais interessado em uma interação com o meio ambiente. Esse novo formato de centro comercial, com uma estrutura mais aberta e com mais áreas de convivência verdes, proporciona ao público uma sensação de estar passeando ao ar livre, porém com a mesma segurança e conforto que os *shoppings centers* oferecem.

O projeto paisagístico é um dos grandes diferenciais dos *Opens Malls*. Além de estar aliado à sustentabilidade, os espaços são agradáveis, geralmente, bem arborizados, com jardins e espelhos d'água. Assim, além de oferecer um espaço interessante ao público, esse empreendimento também reduz custos com manutenção, devido ao aproveitamento de ventilação e luz natural com a criação das áreas verdes. (ZAFFARI, 2012).

Os *Opens Malls* ainda agregam as funções que os *shoppings centers* tradicionais contêm, como praças de alimentação, opções de entretenimento e serviços, procurando atender às necessidades mais rotineiras dos consumidores. (ZAFFARI, 2012).

Em sua maioria, são construções horizontais, que necessitam de uma área maior para serem projetados. Como o investimento para aquisição de terrenos desse porte é muito alta em centros urbanos, as cidades menores estão cada vez mais na mira desses investidores. (ZAFFARI, 2012).

4 ESTUDOS DE CASO

Os três estudos de caso tiveram grande embasamento para a concepção do projeto, onde ambos dispõem de espaços abertos com forte presença da vegetação.

Para isso, foram escolhidos: Serramar Parque *Shopping*, *Shopping Jardins Open Mall* e *Open Mall Torres Garden*.

4.1 Serramar Parque Shopping (São Paulo, Brasil)

Localizado em Caraguatatuba – SP, conforme Helm (2012), o Serramar Parque *Shopping* foi projetado em 2011, pela equipe Aflalo e Gasperini Arquitetos; possui aproximadamente 20,3 mil metros quadrados de área bruta locável, conta com 100 lojas, entre âncoras, megalojas e lojas satélites (comércios menores), além de um hipermercado, home center, praça de alimentação com redes de fast food e restaurantes, quatro salas de cinema e 1000 vagas para estacionamento.

Figura 3 – Fachada Principal do Serramar



Fonte: ArchDaily - Edição do autor a partir do PowerPoint, 2021.

Sua proposta buscou atender tanto turistas quanto a população de Caraguatatuba e das cidades vizinhas no litoral norte de São Paulo. O primeiro aspecto considerado para a sua concepção, foi a sua localização, por se tratar de uma cidade litorânea. Dessa forma, foi criado um conceito de espaço aberto e integrado com a natureza, negando o conceito de *shopping* fechado.

A opção por um *shopping* térreo mais aberto, com pátios internos arborizados, foi desenvolvida a fim de salientar o clima praiano. Os blocos das lojas foram

implantados de forma irregular e angulada, soltos uns dos outros a fim de permitir uma ventilação natural e possibilitar uma circulação dinâmica. (HELM, 2012).

Mantendo o partido do projeto, trabalhou-se com a volumetria dos blocos das lojas com o mesmo desenho angulado. Essa forma simples e expressiva, atribuiu personalidade à fachada, chamando atenção de todos que passam pela frente.

Para privilegiar a vista panorâmica da Serra da Mantiqueira, a praça de alimentação é aberta para fora do *shopping* (ver figura 4 abaixo), composta por uma área fechada com vidros transparentes e climatizada, e um deck externo que permite um espaço de contemplação agradável para as montanhas. Os revestimentos dos blocos são simples, com massa especial texturizada e os detalhes revestidos com chapa metálica ondulada marrom. (HELM, 2012).

Figura 4 – Praça de alimentação



Fonte: ArchDaily - Edição do autor a partir do PowerPoint, 2021.

Optou-se por uma não climatização dos corredores, somente ventiladores mecânicos para potencializar a circulação do ar. As únicas áreas climatizadas são a praça de alimentação e as lojas. Utilizou-se brises de bambu para sombrear e proteger melhor as áreas de circulação. A cor amarelada do bambu, junto com os tons de madeira encontrados nas praças internas foram inseridos para se ter um ambiente mais aconchegante, em composição a predominância dos tons claros do *shopping*. (HELM, 2012). (Ver figura 5 abaixo):

Figura 5 – Pátio interno arborizado



Fonte: ArchDaily - Edição do autor a partir do PowerPoint, 2021.

Pensando na integração visual dos ambientes internos e externos, o Serramar Parque *Shopping*, serviu de inspiração para a criação da praça de convivência e praça de alimentação do projeto, destacando a vegetação.

4.2 Shopping Jardins Open Mall (Ceará, Brasil)

Localizado em Fortaleza – CE, conforme o site *Jardins Open Mall*, o *shopping* possui uma área de 2.148m², é composto por 23 lojas, 02 quiosques e 03 restaurantes; e surgiu com a proposta de consolidar na região o conceito de lojas de rua com alto padrão de consumo, prática vitoriosa em outros mercados no Brasil e exterior. É o primeiro *shopping center* aberto da cidade, com projeto diferenciado, tendo como ponto forte o apelo paisagístico na natureza.

Segundo a plataforma, o paisagismo é assinado por Sérgio Santana e André Sá, onde surgiu da ideia de criar um conceito de *shopping* voltado para a natureza com a criação de um riacho e de um jardim com iluminação natural. Os jardins do *shopping* se estendem no decorrer dos ambientes, entre as lojas e restaurantes. O verde está presente em todo o empreendimento e conta com uma enorme variação de espécies de plantas, árvores e coqueiros. (Ver figura 6 abaixo):

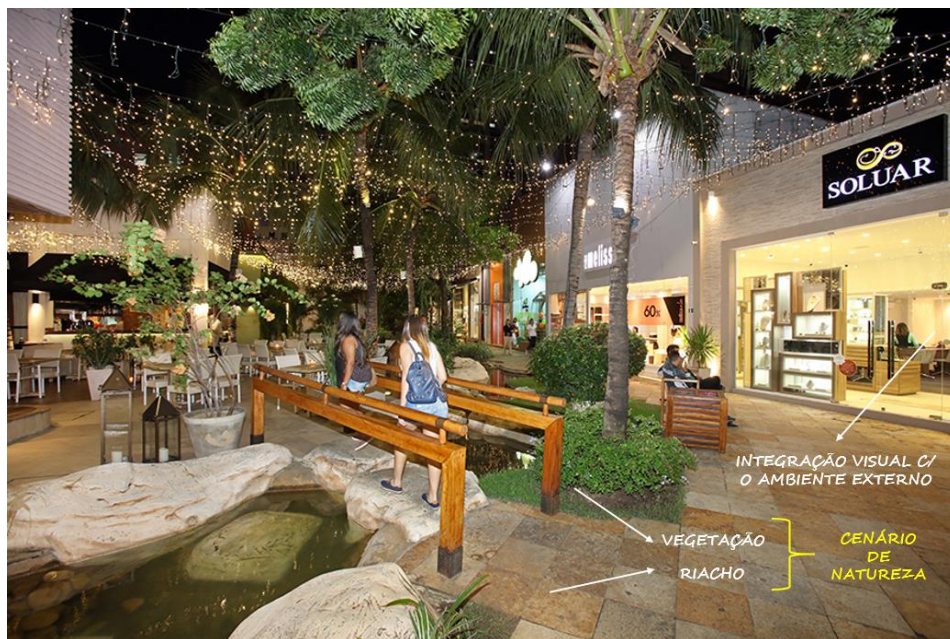
Figura 6 – Planta de Implantação



Fonte: Jardins Open Mall – Edição do autor a partir do PowerPoint, 2021.

Além disso, também há jardineiras e vasos espalhados em todo o *shopping* para deixar o ambiente ainda mais aconchegante e verde para o visitante. O riacho e as fontes, são atrações à parte que desenham todo o entorno da galeria das lojas, com água cristalina e flores, completando o cenário de natureza (ver figura 7) que vem somar ao conceito de sofisticação e beleza do espaço.

Figura 7 – Shopping Jardins Open Mall



Fonte: Google - Edição do autor a partir do PowerPoint, 2021.

A implantação do projeto, seguiu o modelo do *shopping* acima: uma construção de estilo aberto, com blocos de pavimentos térreos e grandes circulações a fim de integrar os ambientes com espaços mais arborizados, permitindo ventilação e iluminação natural.

4.3 Open Mall Torres Garden (Rio Grande do Sul, Brasil)

Segundo a Construtora R Dimer, o *Garden Torres*, possui 22 lojas de alto padrão, distribuídas em mais de 9mil m² e cerca de 139 vagas de estacionamento rotativo. Está localizado em Torres – RS, no principal acesso à cidade, possui um projeto paisagístico diferenciado assim como a sua moderna fachada com a predominância de madeira e tijolos aparentes, tornando grande a sua visibilidade e atratividade. (Ver figuras 8 e 9 abaixo):

Figura 8 – Fachada Principal Torres Garden



Fonte: Google, 2021.

Figura 9 – Fachada lojas



Fonte: Google – Edição do autor a partir do PowerPoint, 2021.

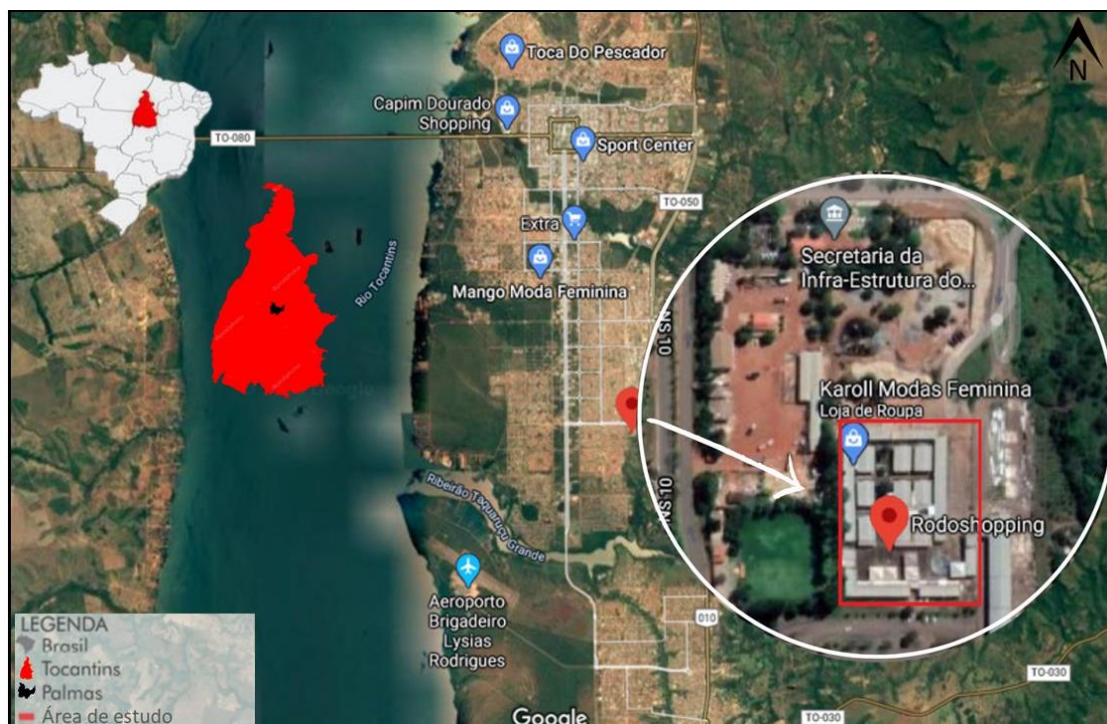
Assim como o *Open Mall Torres Garden*, o projeto dispõe de uma fachada com um estilo mais moderno e horizontal, com a predominância de materiais sustentáveis.

5 DESENVOLVIMENTO PROJETUAL

5.1 Análise do sítio

A área de estudo (conforme a figura 10) está localizada em Palmas – TO, na Quadra 1212 sul, Avenida NS – 10, Plano Diretor Sul e possui uma área de aproximadamente 17.659,99m² (medição com base no *Google Earth*).

Figura 10 – Mapa de Localização



Fonte: Google Maps – Elaborado pelo autor, 2021.

5.2 Análise do entorno

O entorno é composto, em sua maioria, por construções residenciais e comerciais, com tipologia de até dois pavimentos. Dentre os principais pontos comerciais, destacam-se: Terminal Rodoviário de Palmas, Antigo Terminal de Transporte Público (que antes era ligado ao Rodoshopping, porém não tem funcionalidade atualmente), Secretária Municipal de Infraestrutura e Serviços Públicos, Supermercado Atacadão, Hotel Pousada Mosaico, Auto Posto Cantão,

Colégio Estadual São José, Escola Municipal Antônio Carlos Jobim, Feira Comunitária 1106 Sul, dentre outros.

As principais vias que delimitam a área de estudo são: Av. NS-10, Av. LO-27, Av. TO-050 e Av. NS-04, que possuem grande fluxo. (Ver figura 11 abaixo):

Figura 11 – Mapa de equipamentos do entorno e acessos



LEGENDA:	
 Área Residencial	 Hotel Pousada Mosaico
 Área de estudo	 Auto Posto Cantão
 Área Comercial	 Colégio Estadual São José
 Área de Preservação Permanente	 Feira Comunitária 1106 Sul
 Av. NS-04	 Secretaria Municipal de Infraestrutura e Serviços Públicos
 Av. LO-27	 Antigo Terminal de Transporte Público
 Av. NS-10	 Terminal Rodoviário de Palmas
 Av. TO-050	 Supermercado Atacadão
 Escola Municipal Antônio Carlos Jobim	

Fonte: Google Maps – Elaborado pelo autor, 2021.

5.2.1 Transporte Público

Conforme o levantamento feito, os pontos de ônibus mais próximos da área de estudo estão identificados na figura 12, sendo que as principais linhas coletivas para chegar até lá são: 620 – Expresso Miracema; 010, 020, 190, 540 (Estação Javaé); 180, 190 (Estação Krahô).

Figura 12 – Ponto de ônibus



Fonte: Google Maps – Elaborado pelo autor, 2021.

5.2.2 Infraestrutura existente

No que tange a infraestrutura existente no entorno e na área de estudo, há iluminação pública e pavimentação nas vias de acesso, coleta de lixo, rede de esgoto e drenagem pluvial para escoamento da água (ver apêndice B).

5.3 Análise da área

5.3.1 Área de estudo

O Rodoshopping é composto por 16 blocos nomeados de A a P, sendo 130 lojas comerciais, 2 restaurantes, 1 lava-jato, 3 estacionamentos, além das circulações e áreas de convivência. O empreendimento possui 3 entradas, sendo duas principais e uma lateral, e 2 acessos (conforme a figura 15).

Figura 15 – Vista aérea do local



Fonte: Google Earth – Elaborada pelo autor, 2021.

Das confrontações: a frente está voltada para a Secretaria Municipal de Infraestrutura e Serviços Públicos, o fundo para a quadra 1312 sul (vazio urbano), a lateral esquerda para a Av. NS 10 e a lateral direita para o Antigo Terminal de Transporte Público. O horário de funcionamento é das 08:00 às 19:00, e nos sábados, das 08:30 às 19:00.

Em relação a estrutura do local, notou-se que a mesma apresenta más condições. Lesões estruturais (rachaduras), descolamento de pintura, bolor, oxidação de esquadrias, infiltração e vandalismo foram algumas das patologias encontradas (ver apêndice C).

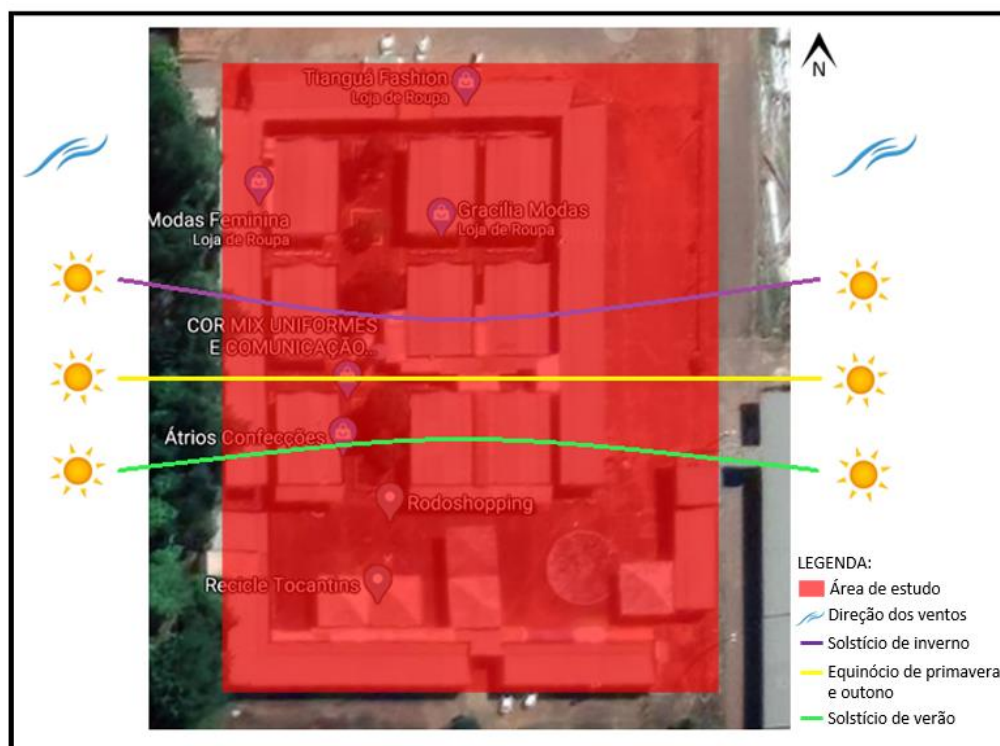
Também foi observado que tanto as fachadas do empreendimento quanto das lojas são simples e não possuem nenhum elemento estético que chame a atenção

do público. Logo, necessitam de uma reforma. Verificou-se ainda, que o atrativo populacional é baixo e que há acúmulo de lixo próximo ao local, conforme mostram as imagens no apêndice C.

5.3.2 Estudo de ventilação e insolação

Com base no estudo de ventilação e insolação, observou-se que os ventos e a direção do sol ocorrem com maior predominância nos sentidos Leste-Oeste da edificação e que as fachadas mais quentes são Norte e Oeste, conforme a figura 27.

Figura 26 – Incidência solar e ventilação

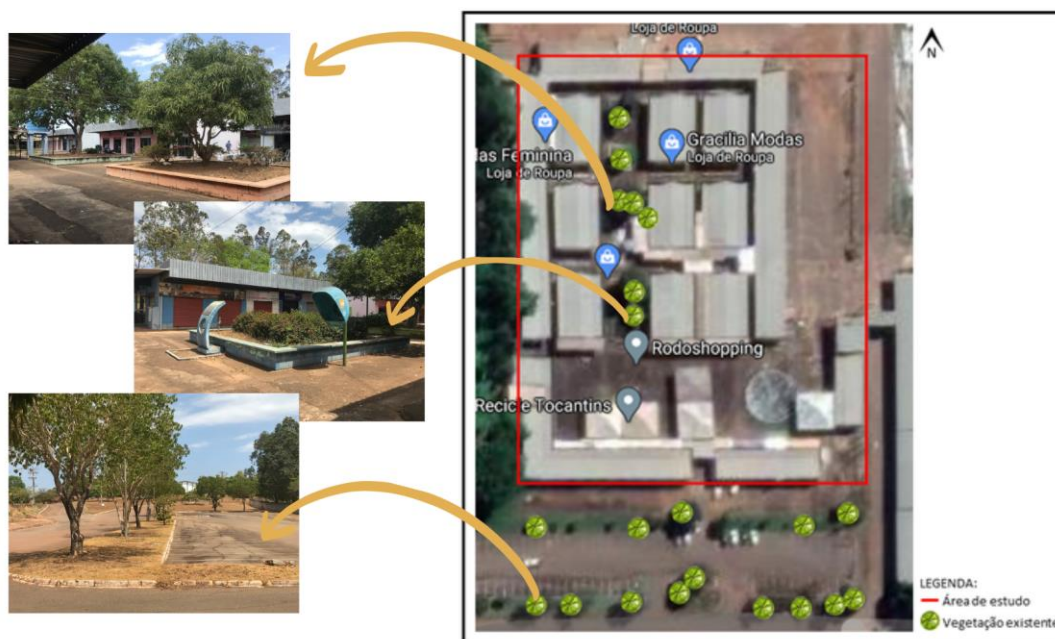


Fonte: Google Maps – Elaborado pelo autor, 2021.

5.3.3 Vegetação existente

A área dispõe de vegetação de grande e pequeno porte no seu interior, no estacionamento e nas áreas vizinhas (ver apêndice D). Em relação ao paisagismo, será feito o plantio de novas espécies a fim de melhorar o microclima local e integrar os ambientes.

Figura 29 – Vegetação existente



Fonte: Google Maps – Elaborada pelo autor, 2021.

5.3.4 Topografia

Em relação a topografia, o terreno possui um desnível de, aproximadamente, -0,82m no sentido norte-sul e -4,05m no sentido leste-oeste, conforme mostra a figura 30. (Ver apêndice E).

Figura 30: Elevações



Fonte: Google Earth – Elaborado pelo autor, 2021.

Contudo, atualmente, o terreno encontra-se aterrado. Sendo assim, essa característica foi levada em consideração no desenvolvimento do projeto.

6 DIRETRIZES PROJETUAIS

6.1 Caracterização dos usuários

O projeto buscará atender os comerciantes e a população, com o foco principal voltado para as classes C e D.

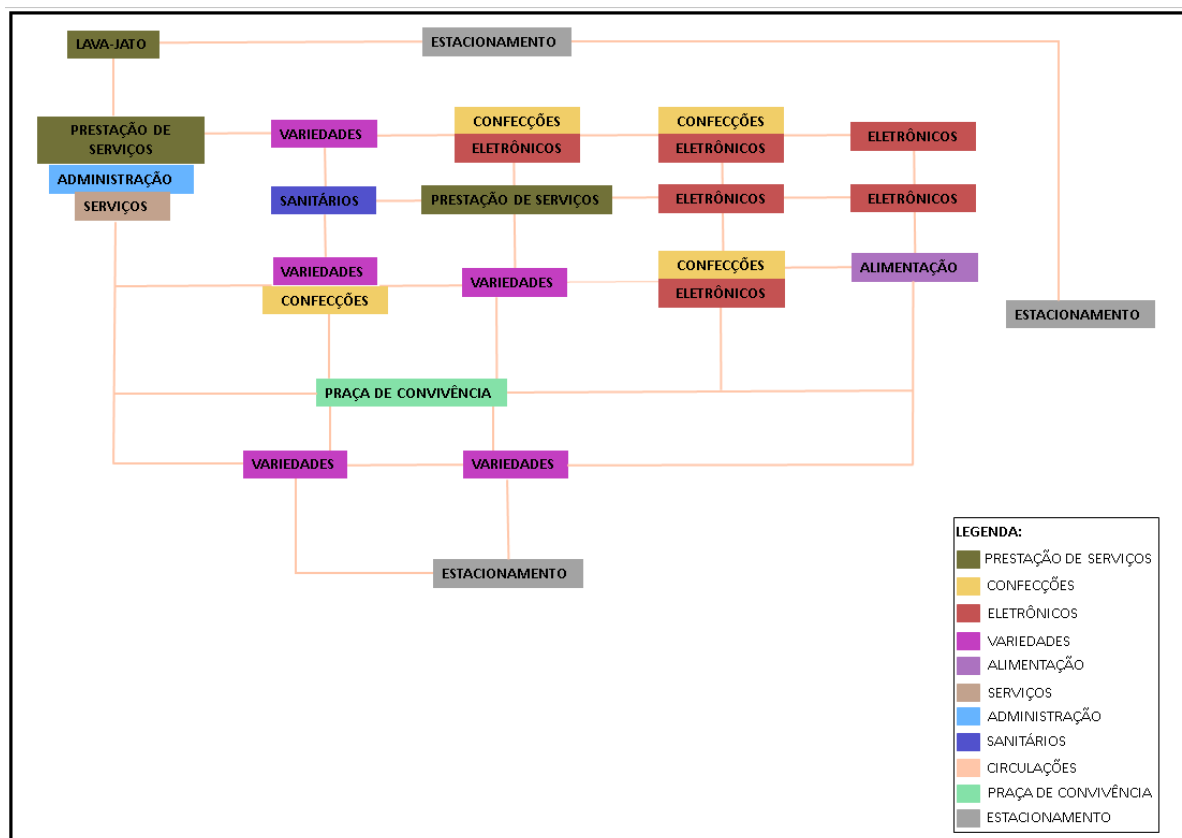
6.2 Programa de Necessidades

O programa de necessidades será composto pelos ambientes descritos na tabela, conforme o apêndice F.

6.3 Funcionograma

O funcionograma abaixo demonstra as principais atividades a serem desempenhadas no empreendimento:

Figura 32 - Funcionograma



Fonte: PowerPoint – Elaborado pelo autor, 2021.

6.4 Sistemas construtivos, estruturais e materiais

A tipologia implantada no local possui sistema construtivo convencional, onde as paredes são de alvenaria convencional e a cobertura em telha metálica. Para a proposta de requalificação, foram escolhidos os seguintes materiais:

SOLUÇÕES ESTRUTURAIS:

- **Concreto armado:** Dentre as principais vantagens do concreto armado está o fato dele ser econômico, já que conta com matéria-prima com o custo não muito alto, e da relativa rapidez na construção. Como é um material que necessita de equipamentos simples para preparo, transporte, adensamento e vibração, não exige mão de obra muito especializada. É uma estrutura durável, impermeável se dosada de forma correta e que resiste ao fogo, às influências atmosféricas, ao desgaste mecânico, ao choque e vibrações. (HEPTA BSB PROJETO ESTRUTURAL).

MEDIDAS DE SUSTENTABILIDADE:

- Forro

Forro PVC: Além de sustentável, o forro de PVC tem como característica principal a impermeabilidade, segundo o site Mapa da Obra. Será utilizado em todos os ambientes que terão forro. (Ver apêndice G).

- Pintura das paredes

Tinta PVA: Escolhida para os ambientes internos, suas principais vantagens são a secagem rápida, o cheiro discreto após a pintura e não exige manutenção constante. (POINTER BLOG, 2017).

Tinta acrílica: Por possuir resinas acrílicas, o resultado é um produto impermeável, ideal para pinturas externas e utilização em áreas internas molhadas, como cozinhas e lavabos. (POINTER BLOG). Foi escolhida para os ambientes externos, além dos banheiros e cozinhas.

- Fachada

Painel metálico em aço galvalume pré-pintado: Conforme o site Benchmark, o painel possui excelente acabamento arquitetônico proporcionado pelo sistema de encaixes com afastamento em forma de frisos de 25 mm, criando uma borda infinita nos painéis. Vantagens: Maior durabilidade de cor e brilho na fachada, versatilidade arquitetônica, obras até 6x mais rápidas que os sistemas convencionais. (Ver apêndice G).

MEDIDAS DE CONFORTO TÉRMICO E ACÚSTICO:

- Cobertura

Telha termoacústica: A telha termoacústica se caracteriza pela sua função de isolar a temperatura e o som. Essa telha, de acordo com a Mundial Telhas Termoacústicas (2019), é composta de duas chapas metálicas e um material isolante entre elas, sendo, por isso, também conhecida como telha sanduíche. Em outra versão, ela pode ter apenas uma chapa metálica com um revestimento inferior. Dentre suas principais vantagens estão: a redução significativa do ruído externo, possui um ótimo isolamento térmico e ação retardante de chamas, além de dificultar a absorção de água, evitando a infiltração. (Ver apêndice G).

- Vidro nas fachadas

Vidro temperado: É um material mais resistente, o que o torna bastante indicado para ser usado na construção civil. (MULTPAINEL BLOG, 2018). Esse tipo de vidro traz modernidade e leveza, permite um maior aproveitamento da luz natural no ambiente, podendo gerar menos gasto de energia, além de permitir a integração visual dos ambientes internos e externos. (Ver apêndice G).

Pergolado em madeira com vegetação: Será utilizado para a cobertura das passarelas externas que liga os blocos. (Ver apêndice G).

- Plantio de árvores no terreno

O emprego da arborização promove além do paisagismo, a valorização do ambiente, sombreamento do terreno, maior conforto climático, além de ser uma medida de sustentabilidade e contribuir com o meio ambiente. Portanto, o projeto será de forma que haja um melhor aproveitamento do uso das árvores no terreno.

OUTROS ACABAMENTOS:

Piso Asfáltico poroso: Para a pavimentação do estacionamento, será usado o asfalto poroso que é excelente para a drenagem pluvial, segundo a Escola Politécnica da USP (2010), pois absorve com facilidade e rapidez a água da chuva, evitando o acúmulo de água, contribuindo para reduzir os impactos das enchentes. (Ver apêndice G).

Piso de concreto: Escolhido para algumas circulações externas, o piso de concreto, conforme o site Tudo Construção, é conhecido e muito utilizado devido a sua durabilidade, resistência e o acabamento incrível que ele proporciona. É uma das tendências do mercado, suas cores são neutras e ficam perfeitas em qualquer conceito decorativo. É fácil de limpar e não exige uma manutenção frequente. (Ver apêndice G).

Piso de bloco intertravado: Por contar com fissuras entre as peças e ser sustentável, o piso intertravado permite que a água escoe e não danifique as estruturas. Este tipo de piso, de acordo com a Tetracon Pisos Intertravados (2016), pode durar cerca de 20 anos e caso necessite reparos ou troca, o processo é simples; será aplicado na praça e nas demais circulações externas. (Ver apêndice G).

Piso cerâmico: Escolhido para áreas molhadas (banheiros e cozinhas), o piso cerâmico, segundo o Blog Pointer (2017), tem um preço acessível e oferece um ótimo design, além de possuir durabilidade e ser fácil de limpar. (Ver apêndice G).

- Bancadas

Granito: Utilizado nos banheiros e demais bancadas. (Ver apêndice G).

ITENS DE SEGURANÇA:

- Sensor de presença para iluminação nos banheiros;
- Câmeras de segurança;
- *Sprinklers* no jardim.

6.5 Normas e legislação

As normas que orientaram o desenvolvimento projetual e as decisões de projeto foram:

- Lei nº 1.787 de 15 de maio de 2007 – Legislação de Segurança contra incêndio e Pânico no Estado do Tocantins;
- NBR 90/50 de 2015 – Acessibilidade a edificações, mobiliários, espaços e equipamentos;
- Lei Complementar nº 310, de 31 de dezembro de 2014 - Código Municipal de Obras;
- Lei Complementar nº 400 de 02 de abril de 2018 – Plano Diretor Participativo de Palmas;
- Lei nº 1876, DE 4 DE MAIO DE 2012 – Declarada de Utilidade Pública Municipal a Associação dos Microempresários do Rodoshopping de Palmas;
- NBR 6492 - Representação de projetos de arquitetura de 1994.

7 PARTIDO ARQUITETÔNICO

O partido arquitetônico que norteou o projeto partiu do princípio da arquitetura biofílica, buscando oferecer vantagens funcionais e climáticas a edificação e, principalmente, a integração da arquitetura com a natureza, permitindo o contato dos usuários com o meio ambiente.

Conforme Sbeghen (2019), o termo “biofilia” é traduzido como “amor às coisas vivas” no grego antigo (*philia* = amor a/inclinação a). Embora o termo pareça relativamente novo e esteja se tornando uma tendência gradual nos campos da arquitetura e design de interiores, a biofilia foi usada pela primeira vez pelo psicólogo Erich Fromm, em 1964, e, depois, popularizada nos anos 80 pelo biólogo Edward O. Wilson, detectando como a urbanização começou a promover uma forte desconexão com a natureza.

Comprovado pela ciência, o convívio com o verde proporciona uma agradável sensação de acolhimento, bem-estar e felicidade; reduz o estresse; contribui para a qualidade de vida das pessoas; além de aumentar a produtividade e criatividade no ambiente corporativo. (Vertical Garden, 2019).

Segundo Rangel (2018), um estudo realizado nos Estados Unidos descobriu que, em média, os compradores valorizavam os bens em 9,2%, quando vendidos em

ambientes mais biofílicos. Para Sbeghen (2019), a principal estratégia para alcançar a conexão entre seres humanos e a natureza é incorporar as características do mundo natural aos espaços construídos, como água, vegetação e luz natural.

Para isso, serão utilizados materiais naturais como a madeira (que oferece conexões visuais com a natureza, devido à sua abundância de tipos, texturas e cores), pedras, espelhos d'água e jardins com a variação de espécies que se estenderão no decorrer dos blocos da edificação.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho tem como finalidade embasar o projeto de requalificação do Rodoshopping em Palmas – TO, partindo da necessidade de mudanças do mesmo. Para isso, foram realizados estudos aprofundados acerca da tipologia e histórico dos shoppings populares, estudos de caso, além do levantamento da área de estudo em questão.

Após a análise dos dados obtidos, foi possível identificar problemas relacionados a estrutura e ao baixo atrativo populacional, demonstrando a deficiência ou omissão estatal da gestão no processo de urbanização da cidade. Com isso, a proposta de requalificação buscou atender aos requisitos necessários à edificação e às necessidades dos comerciantes e da população.

No desenvolvimento da proposta arquitetônica, foram levados em consideração, principalmente, as referências estudadas, as contribuições social, econômica e ambiental e, o partido adotado, buscando a integração da edificação e dos seus usuários com a vegetação, contribuindo para o microclima local.

9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA USP DE NOTÍCIAS. **Asfalto poroso absorve água e reduz risco de enchentes, 2010.** Disponível em: <http://www.usp.br/agen/?p=19876> Acesso em: 1 jul. 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6492:** Representação de projetos de arquitetura, 1194. Disponível em: <https://docente.ifrn.edu.br/albertojunior/disciplinas/nbr-6492-representacao-de-projetos-de-arquitetura> Acesso em: 3 de out. 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 9050:** Acessibilidade a edificações, mobiliários, espaços e equipamentos urbanos. Rio de Janeiro, 2015.

Disponível em: <http://www.mpf.mp.br/atuacao-tematica/pfdc/temas/inclusao-de-pessoas-com-deficiencia/legislacao/abnt-nbr-9-050-2015/view> Acesso em: 1 out. 2020.

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE CENTROS COMERCIAIS. **Definição de centro comercial.** Disponível em: [http://www.apcc.pt/centros-comerciais/definicoes-e-tipologias/definicao-de-centro-comercial/3#:~:text=Um%20Centro%20Comercial%20%C3%A9%20um,\(ABL\)%20e%2012%20lojas](http://www.apcc.pt/centros-comerciais/definicoes-e-tipologias/definicao-de-centro-comercial/3#:~:text=Um%20Centro%20Comercial%20%C3%A9%20um,(ABL)%20e%2012%20lojas). Acesso em: 7 nov. 2020.

BENCHMARK. **Beleza e desempenho em um só produto – Informações técnicas.** Disponível em: <https://benchmark.kingspan-isoeste.com.br/evolution/> Acesso em 1 jul. 2021.

CHUBATSU, Diogo. **Shoppings populares no Brasil: entenda porque fazem tanto sucesso.** 2018. Disponível em: <https://www.chubatsusaito.com.br/shoppings-populares-no-brasil/> Acesso em: 27 ago. 2020.

DANTAS, Tiago. **História do Shopping Center.** Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/historia/historia-shopping-center.htm>. Acesso em: 7 nov. 2020.

DESSOY, Eduardo Martens. **Trabalho de Conclusão de Curso – Etapa 1 – Revitalização do Clube de Reservistas,** 2017. Disponível em <https://www.univates.br/bdu/bitstream/10737/2303/1/2017EduardoMartensDessoyTC1.pdf> Acesso em: 8 set. 2020.

DOCUMENTÁRIO resgata história de pioneiros da capital. In: Conexão Tocantins, 2010. Disponível em: <https://conexaoto.com.br/2010/03/20/documentario-resgata-historia-de-pioneiros-da-capital> Acesso em: 27 mar. 2021.

HELM, Joanna. **Serramar Parque Shopping / Aflalo & Gasperini Arquitetos,** 2012. ArchDaily Brasil. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/01-29619/serramar-parque-shopping-aflalo-e-gasperini-arquitetos> Acesso em: 8 set. 2020.

HEPTABSP PROJETO ESTRUTURAL. **Concreto armado – Solução durável e instantânea.** Disponível em: http://www.hepta.eng.br/blog_da_hepta/concreto-armado-solucao-duravel-e-economica/#:~:text=Dentre%20as%20principais%20vantagens%20do,de%20relativa%20rapidez%20na%20constru%C3%A7%C3%A3o. Acesso em 1 jul. 2021.

LOPES, Francisco Willams Ribeiro. **Patrimônio e “requalificação” urbana: concepções e conflitos.** Disponível em: <http://anais.anpur.org.br/index.php/anaisenanpur/article/view/438/428> Acesso em: 24 jun. 2021.

MAPA DA OBRA. **Forro de PVC: Vantagens e desvantagens.** Disponível em: <https://www.mapadaobra.com.br/negocios/forro-de-pvc/> Acesso em: 1 jul. 2021.

MARTINS, Kaique Lopes. **Acomodando a informalidade: Shopping popular em Porto Nacional – TO,** 2017. Disponível em:

<http://www.itpacporto.com.br/arquivos/biblioteca/Acomodando%20a%20informalidad e%20Shopping%20popular.pdf> Acesso em: 10 set. 2020.

MARTINS SOCIEDADE INDIVIDUAL DE ADVOCACIA. **Conceito de shopping center.** Disponível em: <https://ivofpmartins.com.br/locacao-em-shopping-center-origem-historica/> Acesso em: 7 out. 2020.

MONDOARQ. **Os shoppings centers e as cidades, 2015.** Disponível em: <https://mondoarq.wordpress.com/2015/07/10/os-shopping-centers-e-as-cidades/> Acesso em: 7 nov. 2020.

MOURA, Dulce; et.al. **A revitalização urbana:** contributos para a definição de um conceito operativo. In: Cidades, Comunidades e Territórios, n.0 12/13, 2006, pp. 13-32 15. Disponível em <https://repositorio.iscte.pt/bitstream/10071/3428/1/Cidades2006-12-13_Moura_al.pdf> Acesso em: 27 ago. 2020.

MUNDIAL TELHAS TERMOACÚSTICAS. **O que é telha termoacústica e quais seus benefícios? 2019.** Disponível em: <http://www.mundialtelhastermicas.com.br/2019/10/08/o-que-e-telha-termoacustica-e-quais-os-seus-beneficios/> Acesso em: 1 jul. 2021.

MULTPAINEL BLOG. **Diferença entre vidro comum, vidro laminado, e vidro temperado, 2018.** Disponível em: <https://www.multipainel.com.br/blog/diferenca-entre-vidro-comum-vidro-temperado-e-vidro-laminado/#:~:text=O%20vidro%20temperado%20%C3%A9%20um,usu%C3%A1rio%20em%20caso%20de%20estilha%C3%A7amento> Acesso em 1 jul. 2021.

OPEN MALL Torres Garden. **R Dimer Inc. & Construtora, 2018.** Disponível em: <https://www.rdimer.com.br/empreendimento/6> Acesso em: 11 set. 2020.

O SHOPPING mais verde e famoso de Fortaleza. **Jardins Open Mall.** Disponível em: <http://www.jardinsopenmall.com.br/o-shopping/conceito> Acesso em: 11 set. 2020.

PALMAS. **Lei Complementar nº 310, de 31 de dezembro de 2014:** Código Municipal de Obras, 2014. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/to/p/palmas/lei-complementar/2014/31/310/lei-complementar-n-310-2014-altera-a-lei-complementar-305-de-2-de-outubro-de-2014-que-dispoe-sobre-o-codigo-municipal-de-obras-na-parte-que-especifica> Acesso em: 1 out. 2020.

PALMAS. **Lei Complementar nº 400 de 02 de abril de 2018:** Plano Diretor Participativo de Palmas, 2018. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/to/p/palmas/lei-complementar/2018/40/400/lei-complementar-n-400-2018-plano-diretor-participativo-do-municipio-de-palmas-to> Acesso em: 3 out. 2020.

PALMAS. **Lei nº 1876, de 4 de maio de 2012:** Declarada de Utilidade Pública a Associação dos Microempresários do Rodoshopping de Palmas, 2012. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/to/p/palmas/lei-ordinaria/2012/187/1876/lei-ordinaria-n-1876-2012-declara-de-utilidade-publica-municipal-a-associacao-dos-microempresarios-do-rodoshopping-de-palmas> Acesso em: 3 de out. 2020.

PAULO, Eduardo Nunes dos Santos. **Centro Comercial Bagatella, 2019**. Disponível em:

https://assets.uninovafapi.edu.br/arquivos/old/arquivos_academicos/repositorio_Biblioteca/arquitetura/20191/CENTRO%20COMERCIAL%20BAGATELLA.pdf Acesso em: 24 jun. 2021.

PAVIMENTAÇÃO ASFÁLTICA para estacionamento. **HMGPAV**. Disponível em: <https://www.hmgpav.com.br/pavimentacao-asfaltica-estacionamento> Acesso em: 9 out. 2020.

PISO DE CONCRETO. **Tudo construção**. Disponível em: <https://www.tudoconstrucao.com/piso-de-concreto-o-que-e-vantagens-preco-tipos/> Acesso em: 3 out. 2020.

POINTER BLOG. **Entenda a diferença entre 4 tipos de tinta e acerte na escolha**. Disponível em: <https://pointer.com.br/blog/tipos-de-tinta/#:~:text=Tinta%20acr%C3%ADlica,a%20impermeabilidade%2C%20que%20j%C3%A1%20comentamos> Acesso em: 1 jul. 2021.

POINTER BLOG. **Porcelanato ou cerâmica? Descubra qual é a melhor opção para você, 2017**. Disponível em: <https://pointer.com.br/blog/porcelanato-ou-ceramica/> Acesso em: 1 jul. 2021.

RANGEL, Juliana. **Biofilia: o que é e como aplicar na arquitetura, 2018**. Disponível em: <https://sustentarqui.com.br/biofilia-na-arquitetura/> Acesso em: 16 out. 2020.

REQUALIFICAÇÃO. In: Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa. Porto: Porto Editora, 2003-2020. Disponível em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/requalificação> Acesso em: 27 ago. 2020.

SBEGHEN, Camilla. **Os benefícios da biofilia para a arquitetura e os espaços interiores, 2019**. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/927908/os-beneficios-da-biofilia-para-a-arquitetura-e-os-espacos-interiores> Acesso em: 25 out. 2020.

SEGHETTO, Vanessa. **PARQUE DAS ARAUCÁRIAS: ESTUDO DA IMPLANTAÇÃO DE UM PARQUE URBANO NO MUNICÍPIO DE CONCÓRDIA – SC, 2017**. Disponível em: <file:///C:/Users/marih/Downloads/13750-Texto%20do%20artigo-44866-1-10-20170622.pdf> Acesso em: 24 jun. 2021.

SEMMA GROUP. **História dos Shoppings Centers no Brasil, 2012**. Disponível em: <http://www.semma.com.br/historia-dos-shopping-centers-no-brasil/> Acesso em: 7 nov. 2020.

SILVA, Renata Rodrigues da. **Centros Comerciais e Shoppings Centers: Transformações no espaço urbano de Uberlândia (MG), 2012**. Disponível em: http://www.lagea.ig.ufu.br/biblioteca/dissertacoes/renata_rodrigues_da_silva.pdf Acesso em: 24 jun. 2021.

SOUZA, Eduardo. **Reinventar-se ou morrer: a transformação dos shoppings sob um novo paradigma econômico/urbano, 2017**. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/871024/reinventar-se-ou-morrer-a-transformacao->

dos-shoppings-sob-o-novo-paradigma-economico-urbano# Acesso em: 27 ago. 2020.

TETRACON PISOS INTERTRAVADOS. **10 vantagens do pavimento intertravado, 2016.** Disponível em: <https://tetraconind.com.br/blog/10-vantagens-do-pavimento-intertravado/#:~:text=Comparado%20ao%20piso%20asf%C3%A1ltico%20e,troca%20C%20o%20processo%20%C3%A9%20simples>. Acesso em: 1 jul. 2021.

TOCANTINS. **Lei nº 1.787 de 15 de maio de 2007:** Legislação de Segurança contra incêndio e Pânico no Estado do Tocantins, 2007. Disponível em: <https://distec.bombeiros.to.gov.br/pags/menu/legi/> Acesso em: 1 out. 2020.

TUDO CONSTRUÇÃO. **Piso de concreto: O que é? Vantagens, preço, tipos.** Disponível em: <https://www.tudoconstrucao.com/piso-de-concreto-o-que-e-vantagens-preco-tipos/> Acesso em: 1 jul. 2021.

VERTICAL GARDEN. **Arquitetura biofílica: Entenda os conceitos aplicados nas cidades, residências e corporações, 2019.** Disponível em: <https://www.verticalgarden.com.br/post/arquitetura-biofilica-entenda-os-conceitos-aplicados-nas-cidades-residencias-e-corporacoes#:~:text=Arquitetura%20Biof%C3%ADlica%20em%20projetos%20Residenciais,e%20ilustram%20bem%20esse%20caso>. Acesso em: 16 out. 2020.

VIANA, Eddy. **Rodoshopping: histórias de lutas e superações, 2011.** Disponível em: <https://edinaldoviana.wordpress.com/2011/07/01/lojistas-do-primeiro-shopping-popular-de-palmas-vivem-historia-de-luta-e-superacao/> Acesso em: 27 mar. 2021.

ZAFFARI, Vera. **Open Mall: Uma tendência de varejo no Brasil, 2012.** Disponível em: <https://www.verazaffari.com.br/mercado/open-mall-uma-tendencia-de-varejo-no-brasil/> Acesso em: 11 set. 2020.

10 APÊNDICES

A – SHOPPINGS E CENTROS COMERCIAIS:

Tabela 1 - Classificação

Formato	Tipo	ABL em m ²	
Tradicional	Muito Grande	80.000 e superior	
	Grande	40.000 – 79.999	
	Médio	20.000 – 39.999	
	Pequeno	s/Âncora Dominante	5.000 – 19.999
		c/Âncora Dominante	5.000 – 19.999
	Muito pequeno		500 – 4.999
Especializado	Grande	20.000 e superior	
	Retail Park	Médio	10.000 - 19.999
		Pequeno	5.000 - 9.999
	Factory Outlet Centre		5.000 e superior
	Centro Temático	Baseado em Lazer	5.000 e superior
		Não Baseado em Lazer	5.000 e superior

Fonte: Google, 2021.

B – INFRAESTRUTURA EXISTENTE:

Figura 13 – Iluminação, rede elétrica e coleta de lixo



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

Figura 14 – Rede de esgoto



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

C – ANÁLISE DO LOCAL:

Figura 16 – Patologias



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

Figura 17 – Descolamento de pintura



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

Figura 18 – Oxidação das esquadrias



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

Figura 19 – Fachada Principal



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

Figura 20 – Entrada Principal



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

Figura 21 – Fachada das lojas



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

Figura 22 – Cobertura



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

Figura 23 – Tipo de Cobertura



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

Figura 24 – Estacionamento



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

Figura 25 – Acúmulo de lixo



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

D – VEGETAÇÃO EXISTENTE:

Figura 27: Vegetação do entorno 1



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

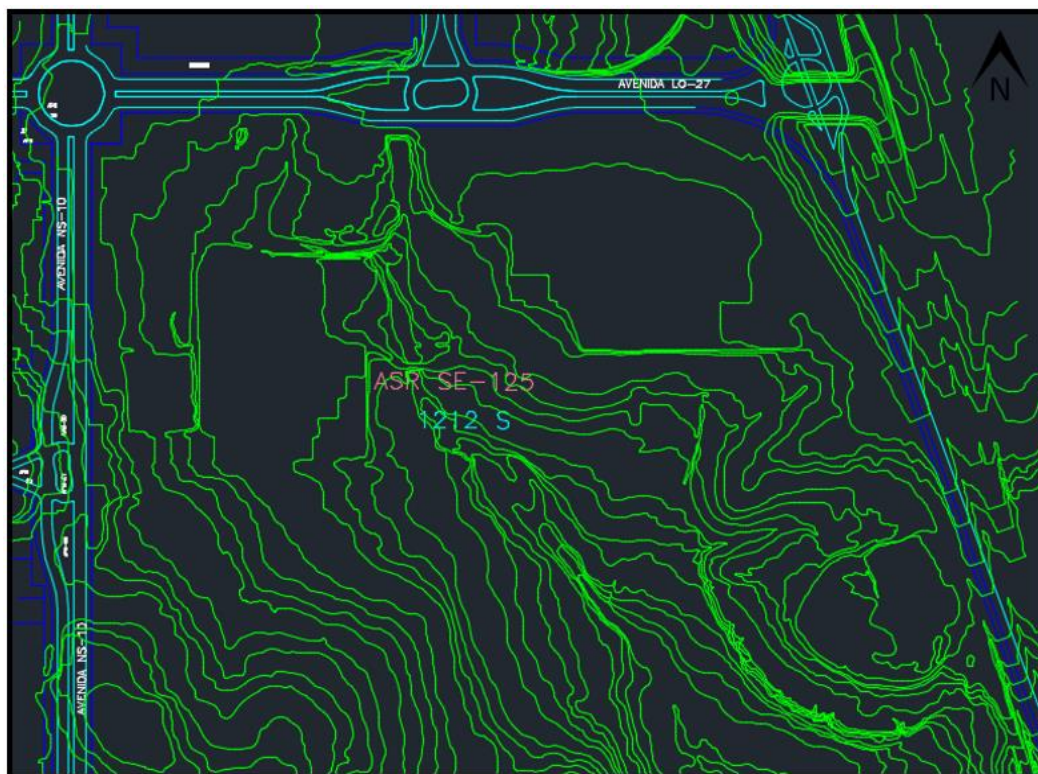
Figura 28: Vegetação do entorno 2



Fonte: Elaborada pelo autor, 2021.

E – TOPOGRAFIA:

Figura 31 – Curvas de nível



Fonte: AutoCAD – Elaborado pelo autor, 2021.

F – PROGRAMA DE NECESSIDADES:

Tabela 2 – Programa de Necessidades

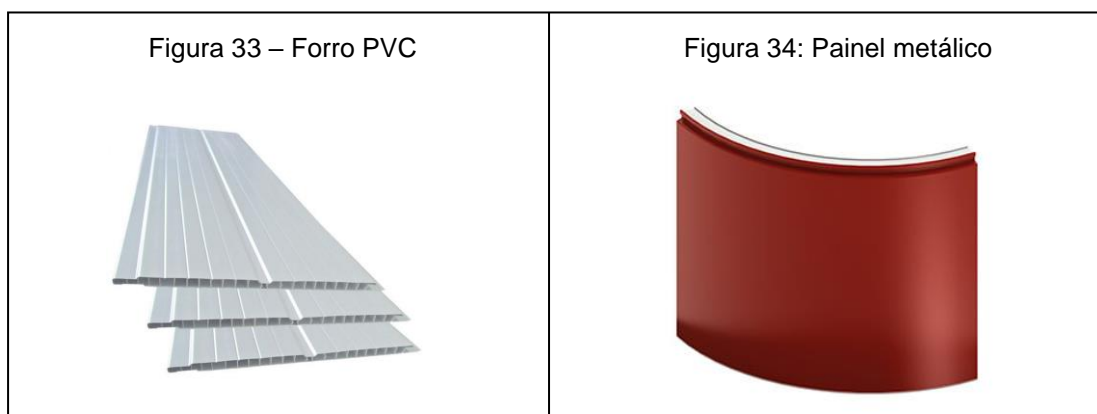
Setor	Bloco/Ambiente	Ambiente	Área	Quantidade	Total (m²)
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS	A	Sala prestador tipo 1	12,69	13	164,97
		Sala prestador tipo 2	6	1	6
		Depósito 1	5,94	13	77,22
		Depósito 2	6,05	1	6,05
	SUBTOTAL:				
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS	G	Sala prestador tipo 3	14,03	2	28,06
		Sala prestador tipo 4	13,73	10	137,3
	SUBTOTAL:				
PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS	LAVA-JATO	Atendimento	104,72	1	104,72
		Administração	14	1	14
		Depósito	10,75	1	10,75
		Lavabo	2,25	1	2,25
		Lava-jato	254,18	1	254,18
SUBTOTAL:					385,9
SERVIÇOS	SERVIÇOS	Galpão de carga e descarga	63,74	1	63,74
		Depósito Rodoshopping	33,79	1	33,79
		Depósito Serviços	16,9	1	16,9
		DML	3,34	1	3,34
		Banheiro fem	3,54	1	3,54
		Banheiro masc	3,34	1	3,34
		Banheiro PCD Unissex	7,27	1	7,27
		Refeitório	17,1	1	17,1
		Sala de manutenção	8,55	1	8,55
		Sala terceirizados	11,97	1	11,97
		Sala de rádio	8,55	1	8,55
		Enfermaria	8,55	1	8,55
Circulação de serviço	74,56	1	74,56		
SUBTOTAL:					261,2
ADMINISTRATIVO	ADMINISTRATIVO	Recepção	21,34	1	21,34
		Correspondência	3,75	1	3,75
		Achados e perdidos	8,55	1	8,55
		Secretaria	11,97	1	11,97
		Diretoria	11,97	1	11,97
		Apoio administrativo	11,97	1	11,97
		Administração	11,97	1	11,97
		Arquivo	12,82	1	12,82
		Sala de reuniões	25,65	1	25,65
		Sala de TI	10,92	1	10,92
		Almoxarifado	11,92	1	11,92
		Banheiro masc	3,4	1	3,4
		Banheiro fem	3,6	1	3,6
		Banheiro PCD Unissex	5,29	1	5,29
		DML	2,24	1	2,24
		Copa/Descanso	18,02	1	18,02
Circulação	56,89	1	56,89		
SUBTOTAL:					254,58

VARIÉDADES	B	Sala comercial	12,74	16	203,84
		Sala comercial	13,09	2	26,18
		SUBTOTAL:			230,02
VARIÉDADES	J	Sala comercial	10,71	2	21,42
		Sala comercial	10,52	2	21,04
		Sala comercial	10,5	4	42
		Sala comercial	10,61	2	21,22
SUBTOTAL:				105,68	
VARIÉDADES	O	Sala moda	33,9	1	33,9
		Sala moda	33,47	4	133,88
		Sala moda	33,78	1	33,78
SUBTOTAL:				201,56	
VARIÉDADES	N	Loja âncora	549,73	1	549,73
		Depósito	149,66	1	149,66
		Mezanino	149,66	1	149,66
SUBTOTAL:				849,05	
ELETRÔNICOS	C	Sala comercial	14,45	2	28,9
		Sala comercial	14,24	8	113,92
		Sala comercial	14,55	2	29,1
SUBTOTAL:				171,92	
ELETRÔNICOS	D	Sala comercial	14,45	2	28,9
		Sala comercial	14,24	8	113,92
		Sala comercial	14,55	2	29,1
SUBTOTAL:				171,92	
ELETRÔNICOS	H	Sala moda	14,03	2	28,06
		Sala moda	13,73	8	109,84
		Sala moda	13,94	2	27,88
SUBTOTAL:				165,78	
ELETRÔNICOS	L	Sala comercial	10,71	2	21,42
		Sala comercial	10,52	2	21,04
		Sala comercial	10,5	2	21
		Loja	21,54	2	43,08
SUBTOTAL:				106,54	
CONFECÇÕES	C	Loja	60,56	1	60,56
		Mezanino	29,31	1	29,31
SUBTOTAL:				89,87	
CONFECÇÕES	D	Loja	60,56	1	60,56
		Mezanino	29,31	1	29,31
SUBTOTAL:				89,87	
CONFECÇÕES	E	Sala moda	36,28	1	36,28
		Sala moda	35,95	3	107,85
		Sala moda	36,27	1	36,27

					SUBTOTAL:	180,4
CONFEÇÕES	I	Sala moda	33,91	1	33,91	
		Sala moda	33,59	2	67,18	
		Sala moda	34,1	1	34,1	
						SUBTOTAL:
ALIMENTAÇÃO	M	Sala alimentação	19,1	8	152,8	
		Cozinha	24,41	8	195,28	
						SUBTOTAL:
SERVIÇOS	Guarita	Guarita	5,69	1	5,69	
		Segurança	5,08	1	5,08	
		Lavabo	1,68	1	1,68	
						SUBTOTAL:
SERVIÇOS	F	DML Rodoshopping	21,46	1	21,46	
					SUBTOTAL:	21,46
SANITÁRIOS	F	Banheiro masc	44,45	1	44,45	
		Banheiro fem	44,45	1	44,45	
		Espaço família	38,83	1	38,83	
		Banheiro PCD masc	5,72	1	5,72	
		Banheiro PCD fem	5,74	1	5,74	
PRAÇA DE CONVIVÊNCIA	PRAÇA	Praça de convivência	1.697,54	1	1.697,54	
					SUBTOTAL:	1.697,54
CIRCULAÇÃO	CIRCULAÇÃO	Circulação	8.490,04	1	8.490,04	
					SUBTOTAL:	8.490,04
UNIDADE RESOLVE PALMAS	K	Resolve Palmas	128,28	1	128,28	
		Coordenação	11,26	1	11,26	
		Sala de TI	14,08	1	14,08	
		Protocolo	8,07	1	8,07	
		Arquivo	7,72	1	7,72	
					TOTAL:	4.415,34m ²

Fonte: Excel – Elaborado pelo autor, 2021.

G – MATERIAIS:



<p data-bbox="344 282 735 315">Figura 35 – Telha termoacústica</p> 	<p data-bbox="906 282 1283 315">Figura 36 - Telha policarbonato</p> 	
<p data-bbox="336 645 756 678">Figura 37 – Pergolado em madeira</p> 	<p data-bbox="922 645 1267 678">Figura 38 – Vidro temperado</p> 	
<p data-bbox="360 1037 751 1070">Figura 39 – Piso asfáltico poroso</p> 	<p data-bbox="922 1037 1267 1070">Figura 40 – Piso de concreto</p> 	
<p data-bbox="284 1440 651 1473">Figura 41 – Bloco intertravado</p> 	<p data-bbox="691 1440 1002 1473">Figura 42 – Piso cerâmico</p> 	<p data-bbox="1074 1440 1310 1473">Figura 43 – Granito</p> 

Fonte: Google – Elaborado pelo autor, 2021