

UNIVERSIDADE FEEVALE

GUSTAVO DOS SANTOS MACHADO

**CASA DA INDÚSTRIA CRIATIVA**

Novo Hamburgo  
2013

GUSTAVO DOS SANTOS MACHADO

**CASA DA INDÚSTRIA CRIATIVA**

Pesquisa do Trabalho Final de  
Graduação apresentado como requisito  
parcial à obtenção do grau de Bacharel  
em Arquitetura e Urbanismo pela  
Universidade Feevale

Professores da Disciplina: Prof.<sup>a</sup>. Me. Alessandra Migliori do Amaral Brito e Prof.<sup>a</sup>  
Me. Caroline Kehl  
Professor Orientador: Prof. Me. Juliano Caldas de Vasconcellos

Novo Hamburgo  
2013

*Aos meus pais e meu irmão.  
A todos que fizeram parte desta conquista.  
Ao meu futuro, também.*

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>6</b>
<b>2</b>	<b>O FENÔMENO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS</b>	<b>7</b>
2.1	DESCRIÇÃO	7
2.2	O PRODUTO DA INDÚSTRIA CRIATIVA	9
2.3	A ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL	11
2.3.1	Arquitetura e Design	14
2.3.2	Moda	15
2.3.3	Tecnologia da Informação	15
2.3.4	Artes Cênicas	16
2.3.5	Comunicação social	17
2.3.6	Estatísticas da Economia Criativa no Rio Grande do Sul	18
2.4	JUSTIFICATIVA	19
<b>3</b>	<b>MÉTODO DE PESQUISA</b>	<b>21</b>
<b>4</b>	<b>REFERENCIAIS ICÔNICOS</b>	<b>22</b>
4.1	MIES VAN DER ROHE E O CROWN HALL	22
4.2	MANIFESTO <i>BAUHAUS</i> : UMA NOVA VISÃO	27
<b>5</b>	<b>PROJETOS REFERENCIAIS</b>	<b>30</b>
5.1	PROJETOS ANÁLOGOS	30
5.1.1	Casa FIRJAN da Indústria Criativa	30
5.1.2	MÉCA – <i>Maison de L’Economie Créative et de La Culture en Aquitaine</i>	35
5.2	PROJETOS REFERENCIAIS FORMAIS	40
5.2.1	MIS – Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro	40
5.2.2	Beaux Arts Museum in Quebec	42
5.2.3	<i>Bibliothèque Multimédia à Régionale</i> Vocação em Caen	44
<b>6</b>	<b>ÁREA DE INTERVENÇÃO</b>	<b>46</b>
6.1	PORTO ALEGRE: UMA CIDADE CADA VEZ MAIS CRIATIVA	46
6.1.1	Contexto Histórico	47
6.2	UM CENTRO HISTÓRICO (E CONTEMPORÂNEO)	50
6.2.1	Projeto Viva o Centro	51
6.2.2	Plano piloto para o “Corredor Cultural” do Centro Histórico	52
6.2.3	Projeto da linha turística do Bonde Histórico	53

6.3	CENTRO HISTÓRICO, ESTRATÉGIAS CONTEMPORÂNEAS .....	54
6.4	O LOTE .....	55
6.5	O ENTORNO.....	58
6.6	FLUXO VIÁRIO .....	60
6.7	LEGISLAÇÃO VIGENTE E REGIME URBANÍSTICO .....	62
6.8	CONDICIONANTES CLIMÁTICOS .....	65
<b>7</b>	<b>PROJETO PRETENDIDO .....</b>	<b>66</b>
7.1	A INDÚSTRIA CRIATIVA COMO PROGRAMA ARQUITETÔNICO .....	66
7.1.1	Salas de projeção .....	66
7.1.2	Salas de espetáculos.....	69
7.1.3	Estúdio de som .....	71
7.2	PÚBLICO ALVO.....	72
7.3	PROGRAMA DE NECESSIDADES E PRÉ-DIMENSIONAMENTO .....	73
7.4	A ARQUITETURA DA CRIATIVIDADE .....	76
7.5	MATERIAIS E TÉCNICAS CONSTRUTIVAS.....	77
7.5.1	Estrutura em aço.....	77
7.5.2	Isolamento acústico .....	79
<b>8</b>	<b>NORMAS TÉCNICAS.....</b>	<b>80</b>
8.1	NBR 12179 – Tratamento acústico em recintos fechados .....	80
8.2	NBR 9050 – Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos .....	81
8.3	NBR 9077 – Saída de Emergência em Edifícios .....	83
<b>9</b>	<b>CONCLUSÕES .....</b>	<b>86</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>87</b>
<b>10</b>	<b>ANEXOS.....</b>	<b>92</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Esta Pesquisa do Trabalho Final de Graduação, tem por objetivo reunir informações relevantes para o entendimento e concepção de um projeto arquitetônico destinado ao desenvolvimento das indústrias criativas na cidade de Porto Alegre.

Primeiramente, foi necessário compreender o fenômeno das indústrias criativas, como ocorreu o seu surgimento e qual a sua importância econômica e social. Este, que por sua vez atua como um reflexo da nova sociedade globalizada, cada vez mais focada em redes de troca de conhecimento, nas novas formas de arte e cultura, meios de comunicação e possibilidades de atuação profissional devida a ascensão tecnológica, atribuindo ao conhecimento e a criatividade como os principais fatores de transformação. Os setores criativos eleitos nesta pesquisa que de forma mais efetiva representam o fenômeno são: arquitetura e design, moda, tecnologia da informação, artes cênicas e comunicação social.

Visto isso, foi constatado que Porto Alegre se configura o local ideal para a implementação de edifício desse caráter. Classificada pela FecomercioSP (2012) como a segunda cidade mais criativa do país, o município possui potencial para ser uma das cidades brasileiras que mais incentiva a produção cultural e tecnológica.

Tendo como área de intervenção o Centro Histórico da cidade, além de incentivar a promoção das indústrias criativas, o projeto pretendido tem como propósito reestruturar a paisagem urbana da região, qualificando os espaços públicos da proximidade do lote e reafirmar as relações existentes da cidade, como as proximidades da orla do Guaíba, por exemplo.

Para o entendimento dos setores da indústria criativa como concepção de um programa arquitetônico, esta Pesquisa apresentará relações e similaridades com exemplares icônicos da arquitetura mundial, como o *Crown Hall*, de *Mies Van der Rohe* e a instituição da *Bauhaus*, assim como a análise de projetos referenciais formais e análogos.

Por fim, este trabalho apresentará as informações e análises pertinentes referente ao lote de intervenção e seu entorno, dimensionamento de ambientes e programa de necessidades, legislação e normas técnicas, assim como materiais e técnicas construtivas.

## 2 O FENÔMENO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS

### 2.1 DESCRIÇÃO

O surgimento do termo indústria criativa está associado a movimentos ocorridos a partir da década de 1990 em países industrializados, tendo origem na Austrália. Motivado por mudanças sociais e econômicas, o movimento da indústria criativa surgiu junto com a emergência da sociedade da informação (ou do conhecimento) e está relacionada com a passagem de uma sociedade industrial para a sociedade pós-industrial (LIMA, 2004).

Tal passagem se deu pela mudança de uma economia voltada ao capital do trabalho e produção em massa para uma economia na qual o capital possui base intelectual, fundamentada na produção individual, de formação de redes e de troca de conhecimento (BENDASSOLINI, WOOD E CUNHA, 2009).

Pode-se observar que determinadas mudanças na economia mundial como a globalização, a tecnologia, a importância do consumo do trabalho imaterial, a importância da propriedade intelectual e as mudanças no consumo de lazer, foram os principais motivos para o desencadeamento da cultura e criatividade como elemento principal de produtividade e geração de economia (LIMA, 2004).

O Reino Unido é o caso de país industrializado que foi pioneiro no desenvolvimento do novo segmento, pois o promoveu a uma abrangência socioeconômica, inserindo o tema nas políticas definidas pelo *Department of Culture, Media and Sports of United Kingdom* (UK DCMS), com a criação do *Creative Industries Unit and Task Force*, em 1997 (LIMA, 2004).

No ano seguinte, o país foi o primeiro a mapear a indústria criativa, mostrando que estas vão além do papel fundamental da cultura e que possuem grande potencial de geração de empregos e riqueza, conforme o *Creative Industries Mapping Document* (UK DCMS, 1998).

Além disso, essa iniciativa do governo britânico buscava identificar as medidas de política que poderiam promover o seu desenvolvimento, como observou Chris Smith (1998), Ministro da Cultura, que classificou o rol da contribuição cultural e criativa como a chave do crescimento econômico, representando um importante componente da estabilidade da economia do país.

Ainda identificou as indústrias da criação, imaginação e propriedade intelectual como as que obtiveram o mais rápido crescimento, tornando-se importante fator de representação na economia do país.

[...]The role of creative enterprise and cultural contribution ... is a key economic issue ... The value stemming from the creation of intellectual capital is becoming increasingly important as an economic component of national wealth ... Industries, many of them new, that rely on creativity and imaginative intellectual property, are becoming the most rapidly growing and important part of our national economy. They are where the jobs and the wealth of the future are going to be generated (SMITH, 1998).

Logo, percebe-se que a indústria criativa transforma essas definições em propriedade intelectual, convergindo arte, negócios e tecnologia. De certo modo, essa convergência não é inédita, pois já era prevista pelos teóricos da Escola de Frankfurt, que observavam a falência de parte das artes humanísticas e a absorção capitalista e tecnológica por parte do mercado (ADORNO e HORKHEIMER, 1985). Porém, segundo os mesmos autores, foi só no final do século XX que de fato a geração do produto criativo tomou a sua devida importância no campo social e econômico.

Para entender melhor o segmento, é necessária a compreensão dos seus principais componentes. Por início, é constatado que a criatividade é o elemento principal nessas indústrias, sendo imprescindível para a produção intelectual. Observa-se hoje que a indústria criativa relaciona-se diretamente com a cultura, onde as manifestações culturais se tornam importantes dentro do segmento quando possuem valor no sentido social e econômico, tornando-se um ato de consumo (NEGRI e LAZZARATTO, 2001).

No caso do Reino Unido, a promoção de setores como a arquitetura está ligada culturalmente com o setor da preservação do patrimônio histórico, enquanto a inclusão de áreas como *design* de moda reflete a tradição do país como líder mundial de produção.

Uma recorrência do início das iniciativas da indústria criativa no Reino Unido foi a delegação das áreas que estavam diretamente ligadas à produção e ao mercado, já as áreas culturais, que mantinham o foco nas artes deveriam ser promovidas em conjunto, sem autonomia. O'Connor (1999) justifica que essa distinção pode ter surgido a partir da divisão institucional entre as áreas das artes

e das ciências, cujo setores só estiveram então associados a partir do DCMS, no ano de 1998.

Em uma definição da indústria criativa de forma mais analítica, o economista Richard Caves à se referiu como segue:

Indústrias criativas são aquelas que fornecem bens e serviços que em geral se associam com valor de entretenimento cultural, ou simplesmente artístico. Elas incluem livros e revistas, as artes visuais (pintura e escultura), artes cênicas (teatro, ópera, concertos, dança), música, cinema, filmes, televisão, assim como moda, entretenimento e jogos (CAVES, 2000).

Podemos então definir a indústria criativa como aquela que tem origem na criatividade individual, habilidade e talento e que possui potencial para a criação de emprego e renda através da geração e exploração da propriedade econômica (DCMS, 2001). Segundo o UK DCMS (1998), a indústria criativa é composta pelas seguintes áreas: publicidade, arquitetura, antiguidades, artes, *design*, *design* de moda, filme e vídeo, *softwares* interativos, música, artes performáticas, tecnologia da informação, rádio e televisão.

## 2.2 O PRODUTO DA INDÚSTRIA CRIATIVA

A partir da década de 1980, afirmava-se que a sociedade emergente mudaria os seus padrões de consumo, passando a incluir cada vez mais itens como lazer, entretenimento e cultura (GALBRAITH *apud* BENDASSOLINI, WOOD E CUNHA, 2009). Essa mudança ocorreria uma vez que, já suprida as necessidades básicas da sociedade, a mesma teria a oportunidade de usufruir de bens e serviços supérfluos (além dos básicos). No início da década de 1990, essa tendência passou a ser disseminada, modificando os hábitos do consumo padrão, ganhando cada vez mais caráter cultural.

Surgiu então o que Bourdieu (1990) identificou com uma nova classe de serviços, que combinava produção cultural e capital econômico, transformando o consumo material em consumo cultural, presente na vida cotidiana.

Conforme a definição do fenômeno, a criatividade é a primeira característica da forma de produção das indústrias criativas. De fato, a questão da criatividade vem sendo discutida há muito tempo e há várias definições, algumas levando em consideração aspectos sociais, outras aspectos psicológicos.

Segundo Howkins (2001), criatividade é a “expressão do potencial humano de realização, que se manifesta mediante atividades geradoras de produtos tangíveis”, ou então podemos conceituar a criação como a capacidade que o indivíduo tem de manipular objetos externos, através do desenvolvimento simultâneo de seus recursos pessoais, seus desejos e suas fantasias, com o intuito de gerar algo novo, incomum (SUCHMAN *apud* SOUZA, 2001).

Ainda segundo Cave (1999), podemos ver a criatividade como a tradução dos talentos humanos para uma realidade exterior que seja nova e útil, dentro de um contexto pessoal, social e cultural. Diante desse contexto, pode-se afirmar que a criatividade esteve sempre presente nas relações de produção humana.

No que se refere às indústrias criativas, quem possui a criatividade é quem dá origem e desenvolve os produtos criativos. A eles é agregado o valor de mercado, que se dá por meio de uso de novas tecnologias, recursos de produção, promoção e distribuição (BECKER *apud* BENDASSOLINI, WOOD E CUNHA, 2009).

Um aspecto recorrente na forma de produção dos produtos gerados pela indústria criativa é a valorização do trabalho em equipes multidisciplinares, condição que se dá justamente pelo modelo do processo produtivo, que pode exigir conhecimento de diferentes áreas, especialidades e talentos. Por exemplo, em produções audiovisuais há a necessidade do envolvimento de diversos profissionais de diferentes competências para que o produto final seja de qualidade.

Outras características do produto criativo são a infinita variedade e a sua perenidade. De acordo com Caves (2000), não há limites para a produção, já que a mesma se modifica e se renova com o uso de novos recursos técnicos e criativos. Já quanto à perenidade, o autor cita que frequentemente os produtos não se esgotam em seu consumo, ou seja, podem ser usufruídos durante um longo período de tempo.

## 2.3 A ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

Com o reconhecimento da importância do conhecimento como insumo de produção pelo mercado, as empresas perceberam o papel transformador que as indústrias criativas obtinham no sistema produtivo. Além do capital, da matéria-prima e da mão de obra, as áreas estratégicas do mercado voltaram os olhos para o uso das ideias como recurso não só necessário, mas essencial para a geração de lucro, consolidando a criatividade como fator determinante de competitividade. Como observado por Florida (2001), em praticamente todos os segmentos da economia, aqueles que conseguem criar e continuar inovando são os que obtêm sucesso de longo prazo.

No Brasil, os dados mostram que o país segue essa tendência internacional. No ano de 2011, mais de 243 mil empresas e associados formavam o núcleo da indústria criativa, gerando um Produto Interno Bruto equivalente a R\$ 735 bilhões, ou seja, 18% do total produzido no país (FIRJAN, 2012).

Esses números dão ao Brasil uma excelente colocação na economia criativa mundial, estando entre os maiores produtores de criatividade do mundo. Segundo os dados do *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)*, o PIB gerado pelas empresas do núcleo criativo brasileiro já superam países como a Itália, Espanha e Holanda, conforme a tabela 1 (FIRJAN, 2012):

**Tabela 1 - PIB do núcleo criativo e participação no PIB dos países selecionados – 2011**

<b>País</b>	<b>PIB Criativo (R\$ Bilhões)</b>	<b>Participação no PIB (%)</b>
Estados Unidos	1.011	3,3
Reino Unido	286	5,8
França	191	3,4
Alemanha	181	2,5
<b>Brasil*</b>	<b>110</b>	<b>2,7</b>
Itália	102	2,3
Espanha	70	2,3
Holanda	46	2,7
Noruega	32	3,2
Bélgica	27	2,6
Suécia	26	2,4
Dinamarca	21	3,1
Áustria	15	1,8
Grécia	6	1,0

**Fonte: FIRJAN,2012**

Embora ainda há muito o que se avançar no desenvolvimento das indústrias criativas a fim de alcançar patamares como os Estados Unidos e o Reino Unido, fica claro que o Brasil possui posição de destaque, se consolidando como um país criativo no âmbito mundial.

No país, o núcleo criativo do mercado formal é formado por 810 mil profissionais, o que representa 1,7% dos trabalhadores brasileiros com carteira assinada. Só as áreas da Arquitetura, da Publicidade e *Design* empregam mais de 430 mil trabalhadores. Juntos, esses três setores concentram metade dos trabalhadores criativos do Brasil (FIRJAN, 2012).

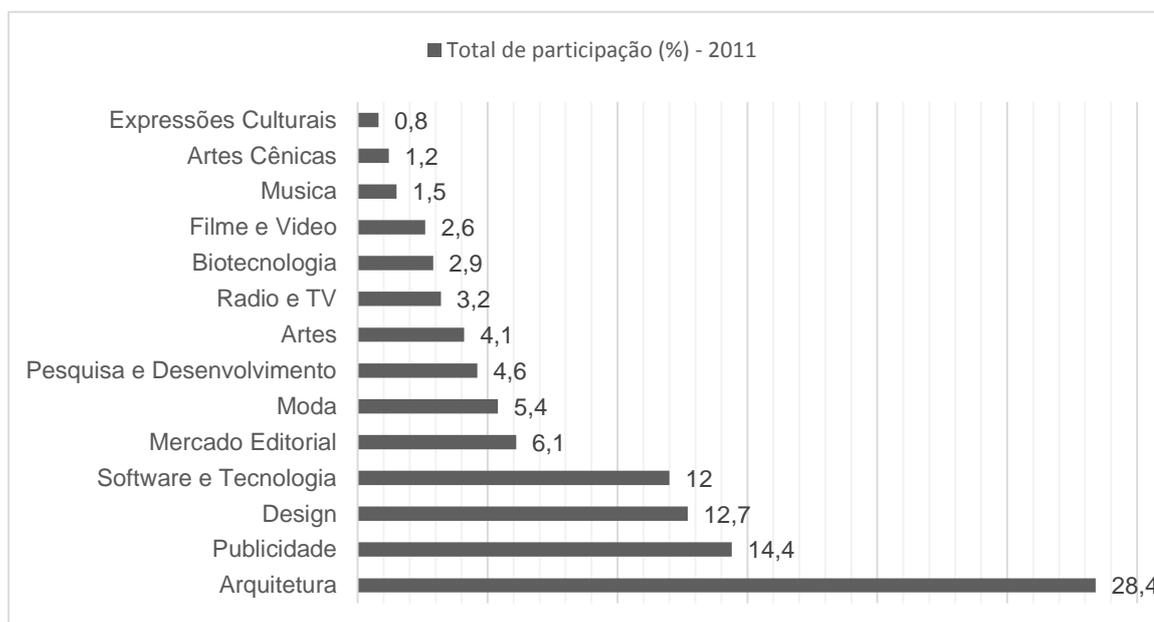
As áreas ligadas à tecnologia também representam números significativos: somados, os setores de *Software*, Computação e Tecnologia, Pesquisa e Desenvolvimento, somam mais de 150 mil profissionais, assim como os segmentos de Produção audiovisual, Televisão e Rádio, que juntos empregam quase 100 mil profissionais<sup>1</sup>.

O Brasil destaca-se também no setor de Design de Moda: são mais de 44 mil profissionais que contribuem para a solidificação da área no mercado, mostrando que o país tem condições de competir com o mercado global da moda.

Por sua vez, os setores de Artes Cênicas, Expressões Culturais e Música são os menos expressivos, representando apenas 3,5% dos trabalhadores do núcleo criativo. Esse fato pode ser explicado devido à grande parte desses profissionais serem contratados de forma informal e não através de um contrato de trabalho. Abaixo, segue o gráfico 1 que mostra a participação ativa de cada área do núcleo criativo no Brasil (FIRJAN, 2012):

---

<sup>1</sup> Valores obtidos através do Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil (FIRJAN, 2012).

**Gráfico 1 – Percentual de participação por segmento no Brasil (2011).**

Fonte: AUTOR, 2013. Valores conforme Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil (FIRJAN, 2012)

De maneira geral, ao avaliarmos a relevância econômica dos setores da indústria criativa, além de levar em conta o seu potencial econômico, é correto percebê-lo como uma cadeia produtiva. Nesse sentido, além do gerador criativo, deve-se considerar as chamadas atividades relacionadas – ou atividades de apoio (SANCHEZ *apud* FIRJAN, 2012).

Por exemplo, no âmbito da produção musical, sua criação é considerada como o núcleo criativo. Já a fabricação de instrumentos musicais e a gravação pertencem à indústria relacionada, enquanto a comercialização do produto resultante se torna uma atividade de apoio ao núcleo – completando assim o que chama-se de cadeia da indústria criativa.

Pode-se ainda mencionar como membro da cadeia da indústria criativa, as instituições que visam a formação de profissionais na área. Como visto nos dados apresentados, os setores criativos vêm em crescente expansão econômica, abrindo um novo leque de formação profissional.

As oportunidades de emprego nos ramos da indústria criativa vêm incentivando milhares de pessoas a optarem por carreiras relacionadas a área. Segundo o Ministério da Educação (MEC), no ano de 2008, do total de 737 mil formandos do ensino superior em todo o Brasil, cerca de 12,2% estavam matriculados em um dos 118 cursos relacionados ao núcleo da indústria criativa.

Os cursos com maior representatividade foram os de Ciências de informática e *Software*, Publicidade, Comunicação Social (rádio e televisão), Arquitetura e *Design* (MEC, 2008).

Em nível nacional, as universidades são o principal espaço de formação de profissionais da indústria criativa, cerca de 51,6% diante de 17,8% dos centros universitários e 18% das faculdades integradas. Dentro disso, 69% são instituições de ensino privados em relação às instituições públicas (FIRJAN, 2008). Esses resultados apontam para o potencial de crescimento também das escolas técnicas e instituições responsáveis pela formação de profissionais ligados à indústria criativa.

A fim de explicar os segmentos pertencentes à indústria criativa mais promissores, foram eleitos os setores a partir dos seguintes critérios: maior demanda do mercado, maior geração de lucro e/ou potencial transformador, no âmbito nacional – conforme análise dos dados apresentados anteriormente. Os núcleos selecionados, serão descritos a seguir.

### 2.3.1 Arquitetura e Design

O segmento de arquitetura é o que fornece as ideias e a criatividade para a indústria da construção civil, e por isso é um dos maiores e mais expressivos dos setores, reunindo no Brasil mais de 230 mil trabalhadores (FIRJAN, 2012).

A maioria dos Arquitetos e Urbanistas, elaboram projetos de arquitetura, urbanismo, interiores, projetos paisagísticos e serviços técnicos que demandam alto grau de conhecimento. Isso faz com que o setor seja o segundo mais bem remunerado em comparação aos outros temas.

Buscando cada vez mais mercados competitivos, o *design* se tornou um elemento indispensável para conquistar novos clientes e se destacar em relação aos outros produtos.

Considerada a profissão da criatividade, o setor do *design* já ocupa a posição do terceiro maior núcleo criativo do país, com mais de 103 mil profissionais em atuação. As áreas que mais se destacam são as do design gráfico e de produto, as quais também possuem as melhores remunerações (FIRJAN, 2012).

### 2.3.2 Moda

Conforme definido por Howkins (2001), o mercado da moda é uma “volátil mistura de arte, expressões culturais, design, manufatura, comércio e publicidade”. Devido a essa diversidade de conceitos referidos ao segmento, o mesmo responde por quase 30% dos estabelecimentos da cadeia da Indústria Criativa no Brasil, atrás apenas do setor de Arquitetura.

Ao todo, a cadeia criativa da moda mobiliza em torno de 1,2 milhões de pessoas, desde o processo de criação até os vendedores que disponibilizam o produto final ao grande público. Dentre as áreas da moda, os profissionais em maior número são os Designers de calçados, com aproximadamente 13 mil trabalhadores. Em termos de remuneração, os profissionais da moda estão em ascensão, com salários médios duas vezes maiores que a média do setor criativo brasileiro (FIRJAN, 2012).

### 2.3.3 Tecnologia da Informação

O núcleo de tecnologia da informação é um dos mais ascendentes do ramo das Indústrias Criativas. De fato, a sociedade vive o *boom* das novas tecnologias, das novas formas de comunicação, das redes sociais, das conexões simultâneas. Nunca antes, em um mundo globalizado, se consumiu tanta tecnologia. Conforme Leadbeater (1999), a nova economia dos softwares e tecnologia da informação se equipara aos valores dos produtos de origem manufaturada e de serviços que a sociedade consome, ou seja, tornou-se um setor completamente competitivo no novo mercado da economia moderna:

In the new economy, more of the value of manufactured products will come from the software and intelligence that they embody, and more of what we consume will be in the form of services. Across all sectors the knowledge content of products and processes is rising... Knowledge push and market pull have made know-how the critical source of competitive advantage in the modern economy (LEADBEATER, 1999).

No Brasil, os setores de software, computação e tecnologia da comunicação englobam mais de 364 mil profissionais. Além dos trabalhadores que atuam em empresas do ramo, há uma grande parte do setor que é impulsionado pela figura do empresário autônomo, que exerce individualmente a atividade criativa. Em termos profissionais, esse é o quarto maior seguimento empregador, destacando-se as áreas de programação, segurança da tecnologia de informação e desenvolvimento de sistemas (FIRJAN, 2012).

#### 2.3.4 Artes Cênicas

As artes cênicas são as manifestações que envolvem o corpo, cenário, atores e espectadores em um mesmo ambiente: teatro, dança e performance (PORTAL BRASIL, 2013).

Este setor, no âmbito das indústrias criativas, apresenta uma particularidade que a distingue da grande maioria dos setores criativos: o número de empresas é maior do que o de empregados. Enquanto as empresas somam 18 mil, o total de empregados é de 13 mil (FIRJAN, 2012). Essa diferença é explicada pelo fato dos profissionais possuírem empresas próprias, e não vínculos empregatícios.

Nesse segmento, onde todos os geradores criativos se concentram como núcleo, as atividades de produção de espetáculos de teatro e dança se destacam, assim como em termos profissionais quem se destaca são os professores de dança, apresentadores de eventos e obviamente, os atores.

Ainda na área das artes cênicas, outro setor de grande destaque são as produções audiovisuais e cinematográficas. O mercado brasileiro do cinema é o mais promissor entre todas as artes cênicas.

Em 2011, de acordo com o Informe Anual de Acompanhamento de Mercado – Filmes e Bilheterias, da ANCINE, o número total de ingressos vendidos chegou a 143,9 milhões, e a renda bruta nas bilheterias dos cinemas alcançou o valor de R\$ 1,44 bilhão, estabelecendo novos recordes e colocando o Brasil entre outros mercados mais importantes do mundo (PORTAL BRASIL, 2013).

Conforme o diretor-presidente da ANCINE (Agência Nacional de Cinema), Manoel Rangel, o desempenho satisfatório que o setor está tendo se deve ao incentivo vindo de iniciativas públicas, impulsionando também incentivos privados: “Ela estimula e articula parcerias, investe diretamente e, principalmente, induz condições favoráveis à participação dos agentes privados” (RANGEL, 2012).

Devido a isso, as produções brasileiras, tanto de curta e longa metragens quanto de documentários ocupam o mercado de forma tão consistente. Atualmente, o país possui 2.098 salas de cinema, sendo aproximadamente metade delas localizada na região sudeste do Brasil (MINC, 2012).

Conforme dados do Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, através da FIRJAN (2012), o setor que abrange as produções audiovisuais emprega mais de 30 mil trabalhadores. Compõe também o núcleo de filme e vídeo, profissionais como figurinistas, fotógrafos, roteiristas e diretores.

### 2.3.5 Comunicação social

O setor da comunicação social é um dos mais atuantes no ramo da indústria criativa. Com as políticas públicas de inclusão à tecnologia e a disseminação do acesso à internet, uma grande parcela da sociedade passou também a se beneficiar com o fácil acesso à informação.

Além disso, devido aos avanços tecnológicos, o perfil dos consumidores da informação também se modificou. Hoje em dia, com a evolução dos *smartphones* e os *tablets*, o acesso à informação é imediata, conectando o seu usuário com o mundo inteiro e tudo o que nele acontece.

Apesar de todos os benefícios que a tecnologia vem trazendo aos consumidores deste segmento, ainda se destacam como principais veículos de comunicação os setores de rádio e televisão, que hoje fazem parte de 83,4% (rádio) e 96,9% (televisão), das residências brasileiras segundo o IBGE (2011).

No Brasil há mais de 6,5 mil empresas no segmento de rádio e televisão, das quais 76% representam os veículos de rádio, seguido pelas redes de televisão aberta, com 20%. Ao todo, a cadeia criativa da comunicação social emprega em torno de 67 mil trabalhadores, dos quais 39% atuam diretamente em setores criativos (FIRJAN, 2012).

### 2.3.6 Estatísticas da Economia Criativa no Rio Grande do Sul

Com base em dados já apresentados anteriormente, o Mapeamento das Indústrias Criativas no Brasil, realizado pelo Sistema FIRJAN (2012), buscou, a partir de estatísticas do Ministério do Trabalho e Emprego<sup>2</sup>, traçar um panorama das indústrias criativas no estado do Rio Grande do Sul. Além de uma visão ampla sobre a cadeia produtiva, cujo foco são as empresas e o valor de produto gerado por elas, o estudo também analisou o perfil dos profissionais criativos.

Para fins de justificar a implementação e a valorização de iniciativas desse âmbito no estado, alguns desses resultados serão apresentados a seguir.

Além de promover e incentivar a produção dos setores criativos, o fenômeno das indústrias criativas desempenha um papel fundamental no desenvolvimento urbano e regional, estimulando a geração de empregos qualificados e produtos de alto valor de mercado. No estado do Rio Grande do Sul são mais de 18 mil empresas que utilizam a criatividade como principal insumo de produção.

Com base nos valores gerados por essas empresas, estima-se que o núcleo criativo gaúcho gere 1,9% de tudo que é produzido no estado, equivalendo a um PIB de 5,2 milhões de reais por ano. Esses valores colocam o Rio Grande do Sul como o quinto maior estado brasileiro na produção de bens e serviços criativos (FIRJAN, 2012).

Em termos de geração de emprego e participação, podemos verificar a influência de cada área da cadeia criativa no Rio Grande do Sul conforme a tabela 2 (FIRJAN, 2012):

---

<sup>2</sup> Dados retirados da RAIS – Relação anual de informações sociais.

**Tabela 2 – Número de empregados do núcleo criativo no RS, por segmento, total e participação (2011)**

Segmentos	Empregados	Participação (%)
Arquitetura & Engenharia	11.516	22,9%
Design	8.673	17,2%
Software, Computação & Telecom	7.249	14,4%
Publicidade	5.227	10,4%
Mercado Editorial	4.003	8,0%
Moda	3.991	7,9%
Televisão & Rádio	2.914	5,8%
Artes	1.709	3,4%
Pesquisa & Desenvolvimento	1.646	3,3%
Filme & Vídeo	1.129	2,2%
Biotecnologia	846	1,7%
Música	649	1,3%
Expressões Culturais	466	0,9%
Artes Cênicas	295	0,6%
<b>Total Geral</b>	<b>50.313</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: FIRJAN (2012)

Ainda segundo o Sistema FIRJAN (2012), o estado conquista o quarto lugar, ficando atrás apenas de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Com mais de 50 mil trabalhadores, os setores que mais se destacam são a Arquitetura, devido à grande expansão do mercado da construção civil, e Design e Moda, refletindo a força da indústria calçadista no estado.

## 2.4 JUSTIFICATIVA

O fenômeno das indústrias criativas acontece como uma representação das mudanças ocorridas com a sociedade moderna a partir do início do século XXI. Uma sociedade globalizada, que vive na era da comunicação, baseada na formação de novas redes de troca de conhecimento, voltada à produção de novas tecnologias, modificou os seus hábitos de consumo para a valorização da produção cultural e intelectual.

As novas formas de produção, do consumo e da convivência nas sociedades modernas têm como fatores de transformação o conhecimento e a criatividade. Por isso, esses atributos formam uma base de alta relevância no desenvolvimento social, econômico e político nos dias atuais.

Embora as iniciativas de institucionalização e implementação de políticas voltadas para a valorização e apoio das atividades de produção criativa e cultural aconteçam de forma tímida, o potencial empregador, produtivo e inovador da indústria criativa já é visível e suas potencialidades figuram entre as que mais vêm contribuindo para o crescimento da economia de muitos países em desenvolvimento (SEC, 2012).

Tornou-se, portanto, necessário e relevante gerar novos instrumentos, metodologias e formas capazes de entender e de promover economicamente tais atividades. Hoje se reconhece que quanto mais consistente, diverso e rico for o conteúdo cultural e criativo de uma sociedade, maiores são as suas possibilidades de desenvolvimento. Instigar as pequenas e grandes manifestações, geração de renda e pesquisa na área da indústria criativa significa estimular o seu desenvolvimento, potencializando o seu poder de transformação.

Nesse sentido, a implementação de um edifício próprio, que reúna condições de desenvolver este sistema faz-se necessário, visto que ainda não exista nenhum empreendimento que se proponha a cumprir essa função de forma efetiva.

Por isso, a CASA DA INDÚSTRIA CRIATIVA, surge como uma plataforma de conhecimento e informação, promoção e coordenação das indústrias criativas no estado do Rio Grande do Sul. Um equipamento educacional, cultural e empreendedor, responsável pela formação, pesquisa e desenvolvimento econômico e tecnológico das áreas mais lucrativas da cadeia criativa. Será um centro interdisciplinar, um “*hub*”, que conectará todos os principais setores da indústria criativa em um único espaço, proporcionando a interatividade, estímulo aos negócios e geração de lucro.

### 3 MÉTODO DE PESQUISA

Para a realização desta Pesquisa do Trabalho Final de Graduação, foram realizadas pesquisas bibliográficas a fim de reunir informações necessárias para o entendimento do tema “indústria criativa” e, posteriormente, o desenvolvimento de um projeto arquitetônico relacionado ao tema.

De início, foi necessário compreender o fenômeno, identificando as suas origens, seu contexto e seu poder transformador – nos âmbitos social, cultural e econômico. Para isso, foram analisados dados que mostraram o quanto o seu surgimento e a sua importância são relevantes tanto em nível mundial, nacional quanto regional. Esses dados mostraram que, de fato, a valorização desse novo sistema de geração de renda e de propriedade intelectual tende a potencializar o desenvolvimento social e econômico da região no qual está inserido.

O tema, devidamente justificado e traduzido em um programa arquitetônico, foi relacionado com produções de grande relevância na arquitetura mundial a fim de encontrar similaridades nas relações de espaço. Estas relações serão apresentadas nesta pesquisa.

Apesar de ainda não existirem diversos exemplares arquitetônicos relacionados ao tema, projetos análogos foram analisados a partir de seus programas de necessidade, dimensionamento e configuração de espaços a fim de exemplificar o entendimento e facilitar a realização de um programa arquitetônico próprio, assim como o seu lançamento como proposta de projeto. Projetos de referencial formal também serão apresentados de modo a exemplificar o carácter formal pretendido, além das relações entre espaços públicos e privados, internos e externos.

A partir da definição do programa arquitetônico, foi realizado um estudo bibliográfico sobre as normas e legislações pertinentes à correta configuração dos espaços propostos, além da indicação de índices legais relacionadas ao lote escolhido e ao lançamento de projeto.

## 4 REFERENCIAIS ICÔNICOS

Embora a justificativa do tema seja completamente plausível e de fácil compreensão, a definição de um programa arquitetônico destinado ao mesmo aconteceu de forma referencial, buscando descrever as propriedades desejadas para alguns dos espaços a serem propostos futuramente através de similaridades a grandes ícones projetuais.

Esses projetos de grande relevância na arquitetura mundial foram selecionados por obterem relações diretas com o programa de necessidades e com a metodologia funcional dos espaços a serem propostos, embora muitas vezes não cumpram literalmente a mesma função como equipamento arquitetônico. Leva-se em conta que este processo proporciona a revisão e a interpretação dos mesmos, já que as suas variáveis arquitetônicas muitas vezes transcendem o próprio programa e servem de método para a concepção do projeto pretendido.

### 4.1 MIES VAN DER ROHE E O CROWN HALL

A escolha do *Crown Hall* e de *Mies Van der Rohe* como objeto de estudo pode ser justificada pelos seguintes critérios:

- a) Corresponder a um tempo e a um arquiteto nitidamente identificáveis, onde o processo de projeto torna-se completo - quando o arquiteto delega suas intenções desde agente criador até o estruturador do projeto concluído (CARTER, 1974).
- b) Ser um edifício de leitura e composição simples e clara, mas não necessariamente de fácil concepção. É um edifício que atende as necessidades para o qual foi projetado.

Sem dúvida, o *Crown Hall* representa a primeira realização em grande escala do conceito “*less is more*” (em português, ‘menos é mais’) e as estratégias de plano aberto e espaço universal de *Mies Van der Rohe* (CARTER, 1974), além de corresponder a uma interpretação clássica com linguagem contemporânea, integrando escala, ordem e simetria com a nova espacialidade gerada pelos grandes vãos, resultado do seu partido estrutural (SALES, 2009).

A implementação do edifício, projetado e construído por Mies entre 1950 e 1956, com sede em Chicago, destinado a atender 300 alunos do Departamento de

Arquitetura e Urbanismo do Instituto Tecnológico de *Illinois*, Estados Unidos, significou também a representação do plano pedagógico do curso (DAZA, 2000).

Em outras obras do Campus também projetadas por Mies (Figura 1), porém, anteriores ao Crown Hall, o mesmo utilizou uma linguagem mais industrial, explorando o potencial arquitetônico da estrutura em aço que, integrado aos fechamentos de vidro, remeteram-no plasticamente, de certa forma, à lateral do Edifício AEG, de Peter Behrens (Figura 2).

**Figura 1 – Edifícios Minerais e Metais, 1943.**



**Fonte: SALES (2009)**

**Figura 2 – Edifício AEG, 1909**



**Fonte: SALES (2009)**

Além disso, o edifício assim como a Galeria de Berlim<sup>3</sup> e a Casa Farnsworth<sup>4</sup> buscam um nível mais elevado em relação ao solo, delegando-os uma perspectiva icônica. Mies assimilou as formas e os métodos produtivos da indústria americana, criando assim uma nova linguagem arquitetônica (DAZA, 2000).

O edifício aplica cuidadosamente o conceito, demonstrando não só flexibilidade de uso, mas também a utilidade perante aos usuários que não estavam isolados em seus diferentes níveis ou áreas, mas sim estavam em constante convívio, podendo observar o seu progresso acadêmico em todos os momentos.

Segundo Daza (2000), o *Crown Hall* é um edifício-pavilhão com cerca de 2.445,50 metros quadrados de área, tendo as suas fachadas constituídas pela repetição constante de um módulo com cerca de 3,05 metros, entre pilares metálicos. A sua composição metálica e translúcida dos módulos que formam a cortina de vidro da fachada revelam o seu interior, conforme pode-se observar na figura 3, característica a qual identifica os edifícios construídos por *Mies*.

<sup>3</sup> Neue National Galerie – Mies Van der Rohe. Berlin, 1968.

<sup>4</sup> Farnsworth House – Mies Van der Rohe. Chicago, 1929.

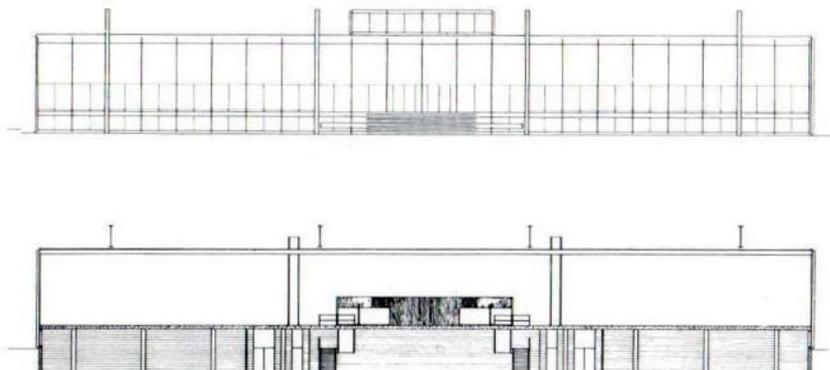
**Figura 3 - Imagem externa do Crown Hall**



**Fonte: CARTER (1974)**

Além dos módulos que preenchem as quatro fachadas do edifício, existem quatro grandes pórticos metálicos que sustentam toda a cobertura, livrando a parte interna de pilares. As entradas estão localizadas nas fachadas norte e sul, dispostas entre os pórticos centrais.

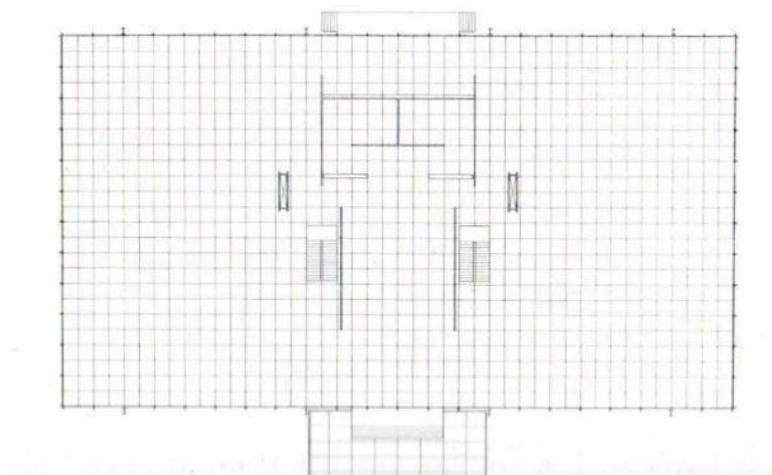
Segundo Phillip Johnson (1947), Mies “define o programa e lhe dá uma forma arquitetônica, tratando as partes do projeto como um todo”. Ainda segundo o *Crown Hall*, Johnson continua: “O *Crown* é uma grande atmosfera única, sem pilares, situado em um pavimento térreo subdividido. É a primeira escola em apenas uma sala de aula”. Sem dúvida, quando Johnson (1947) o chama de “grande pavimento térreo subdividido” ele refere-se à inteligente forma com que Mies resolveu o programa, subdividindo-o em pavimento térreo principal (situado a 1,80 metros do nível do solo), onde aconteciam as principais aulas, eventos e exposições; e em um pavimento semienterrado, que destinava-se às aulas excepcionais como os laboratórios e serviços, como mostra a figura 4.

**Figura 4 – Fachada norte e corte longitudinal**

Fonte: CARTER (1974)

De fato, a concepção de um espaço livre e de múltiplo uso foi inédito para um programa educacional. Mies Van der Rohe argumentou que um grande espaço permite ensinar várias atribuições em uma mesma sala, podendo ainda compartilhar das experiências, do mesmo ar, das mesmas visuais (CARTER, 1974).

Conforme as figuras 5 e 6, percebe-se que o projeto privilegiou as áreas abertas e comuns.

**Figura 5 – Planta baixa do pavimento térreo**

Fonte: CARTER (1974)

Observa-se que o arquiteto utilizou como estratégia de compartimentação dos ambientes divisórias baixas (cerca de 2,40 metros em relação aos 5,40 metros de pé direito), que delimitavam as funções ao mesmo tempo em que as mantinha integradas ao edifício como um todo.

**Figura 6 - Imagem interna do Crown Hall**

**Fonte: CARTER (1974)**

Embora essa relação de espaço integrado, onde são realizadas diversas funções simultaneamente, seja favorável como estratégia de projeto e uma nova alternativa educacional coletiva, não se pode deixar de citar os seus inconvenientes. Os mesmos podem parecer até óbvios: a solução tomada por Mies de adequar cerca de trezentos estudantes em um espaço feito de materiais translúcidos e reflexivos, sem qualquer controle da incidência solar ou de conforto ambiental; o fato deste espaço não ter divisões, ou quando as tem não irem até o teto, criando problemas de acústica e de iluminação; a integração dessas salas sem divisórias até o teto acaba dificultando um eficiente controle de luz natural ou artificial; ou ainda, a ousada afirmação de que Mies Van der Rohe adotou estas mesmas soluções em seus edifícios centenas de vezes, independentemente do programa envolvido.

Apesar destas questões serem pertinentes, a proposta desta análise é manter uma reflexão lógica em cima da obra de Mies, utilizando-a como instrumento de repertório. As estratégias de espaço universal utilizado por Mies Van der Rohe em um espaço dedicado ao ensino da arquitetura, mostram o cuidado do arquiteto ao traduzir em suas intenções de projeto para os resultados esperados em seus usuários: proporcionar aos mesmos o constante convívio coletivo, as trocas de informações, o contato do ambiente externo com o interno.

Essas são as estratégias que parecem tornar o Crown Hall de Mies apropriado para a construção desta analogia. Torna-se portanto desejável que o edifício a ser proposto futuramente seja dotado de ambientes que priorizem o convívio entre os seus usuários e o contato direto entre ambientes internos e externos.

Apesar de Mies apropriar-se dessas estratégias de forma linear, racional e direta, a intenção desta reflexão sobre os conceitos adotados pelo arquiteto modernista é sintetizar essas ideias além de uma teoria rígida. Nesse sentido, afirma-se que a defesa do mesmo discurso porém de forma porosa, solta e imprecisa pode ser bem mais poderosa do que totalmente rígida e definida. Essa transição entre esses conceitos proporcionam diferentes visões e posições do arquiteto com relação ao projeto, e de certa forma o guia a tomar as decisões corretas.

#### 4.2 MANIFESTO *BAUHAUS*: UMA NOVA VISÃO

De fato as estratégias e as soluções arquitetônicas apresentadas anteriormente foram as principais responsáveis pela eficiência e pela qualidade do edifício proposto por Mies Van der Rohe. Entretanto, para compreendê-las arquitetonicamente de forma plena, é imprescindível o conhecimento frente às intenções adotadas ante à concepção do projeto.

As grandes estratégias vinculadas aos projetos mostram o quão poderosos podem se tornar estes equipamentos, tanto como instituições quanto exemplos de boa arquitetura. A intenção deste capítulo não é condicionar um bom projeto de arquitetura a um ideal preestabelecido, mas sim apresentar essa relação como uma possível (e por muitas vezes bem sucedida) estratégia de projeto.

A analogia que se estabelece nesse sentido é perante a *Bauhaus* e a proposta de um edifício destinado à indústria criativa. Embora fala-se de épocas, períodos e estilos arquitetônicos visivelmente diferentes, a *Bauhaus* significou uma drástica mudança nas relações ensino e produção, contribuindo para o desenvolvimento do modernismo, refletindo fortemente não só na arquitetura como também no design.

A *Bauhaus* surgiu logo após a Primeira Guerra Mundial, em 1919, na República de Weimar, provinda da união da Escola de Artes e Ofícios e da Escola

Superior de Belas Artes, sendo o arquiteto Walter Gropius seu primeiro diretor. Por ocasião da inauguração da escola, Gropius lançou o Manifesto *Bauhaus*, contendo além de uma declaração de princípios, os objetivos da escola, o seu currículo e os requisitos de admissão.

Segundo Walter Gropius, em seu livro *Bauhaus: nova arquitetura* (1975), o objetivo específico da Bauhaus era quebrar os paradigmas entre a capacidade intelectual do homem e a rapidez de produção das máquinas. Ou seja, isto significava desenvolver produtos eliminando as desvantagens das máquinas sem sacrificar nenhuma de suas vantagens: a produção industrial.

Ao lançar sua nova instituição, Gropius (1975) no “Manifesto *Bauhaus*”, ainda esboçou o que seria o programa pedagógico de sua escola: “um ensino da arte, com o intuito de unificar o trabalho do artista, do artesão e da indústria para assim ajudar a Alemanha a se reerguer economicamente”. Além disso, propunha-se transformar os artistas livres e sem “função social”, em um ser produtivo para a sociedade.

Dentro da estrutura curricular da Bauhaus, estavam diversas oficinas que juntas compunham o curso preliminar (*Vorkurs*) dos estudantes novatos, conformando o ponto máximo desse plano pedagógico. Essas previam desde a integração à turma de estudantes até a oficinas de teatro, que embora não constasse como disciplina obrigatória do currículo, era considerada um elemento indispensável para um aluno da *Bauhaus* por atuar como um parceiro da estrutura conceitual de ensino.

Após o curso preliminar, os alunos passavam para o ensino nas oficinas, ministradas por um mestre artista e um mestre artesão. Esta técnica de ensino conhecida como o eixo principal da pedagogia da *Bauhaus*, proporcionava aos alunos a capacidade de observação e contato com os materiais, cores e formas, possibilitando conciliar no aluno a técnica dos artesãos e a criatividade dos artistas, que após isso aplicariam à indústria. A instituição se tornou então uma oportunidade de inserir a arte na vida diária de seus alunos, que aderiram plenamente ao conceito geral proposto pela *Bauhaus*: a união da arte, da técnica e da indústria.

A *Bauhaus* se consolidou na década de 20, quando se estabeleceu em sua nova sede (Figura 7), e iniciou a sua desintegração a partir do ano de 1928, quando Gropius deixou a sua direção, devido a pressões políticas. Em 1930, o arquiteto Mies Van der Rohe assumiu a presidência da instituição, mantendo os traços da

academia de arquitetura, design, teatro, pintura e fotografia. Porém, com a ascensão do regime nazista na Alemanha, em 1933, a *Bauhaus* teve que encerrar as suas atividades, pois eram consideradas antipatriotas.

**Figura 7 - Sede da Bauhaus em Wiemar**



**Fonte: BAUHAUS DESSAU (2012)**

A filosofia estabelecida pela *Bauhaus* e as novas relações da arte, da técnica e da indústria passaram a ser transferidas pelos seus professores para outras instituições de ensino em outros países mesmo após o fechamento da escola, possibilitando que a mesma se perpetuasse. Isso fez com que a pedagogia Bauhaus se mantivesse muito além do curto período de existência da escola, tornando-se referência para o ensino da arquitetura e do design contemporâneo.

Enfim, fica evidente a importância da *Bauhaus* no ensino do design, da arquitetura e das artes, no pioneirismo do conceito de formação do profissional criativo, assim como no desenvolvimento de um novo método de visão das relações entre a produção criativa e as demandas de mercado. Em um contraponto, é fato que a *Bauhaus* empenhou-se em adequar seus alunos à realidade daquela época, porém percebe-se que nos dias atuais o seu exemplo serve como um “processo inverso”, já que o produto intelectual voltou ter relevância no mercado e que as produções industriais não são mais sinônimo de lucro certo.

## 5 PROJETOS REFERENCIAIS

A fim de buscar repertório arquitetônico para a concepção do futuro projeto a ser desenvolvido, esta pesquisa apresentará projetos referenciais análogos e formais. Os projetos análogos foram selecionados, pois compreendem o mesmo tema a ser desenvolvido. Neles serão observados como se organizam os espaços em termos de programa, de dimensionamento e funcionalidade, além de aspectos formais e técnicas construtivas.

### 5.1 PROJETOS ANÁLOGOS

#### 5.1.1 Casa FIRJAN da Indústria Criativa

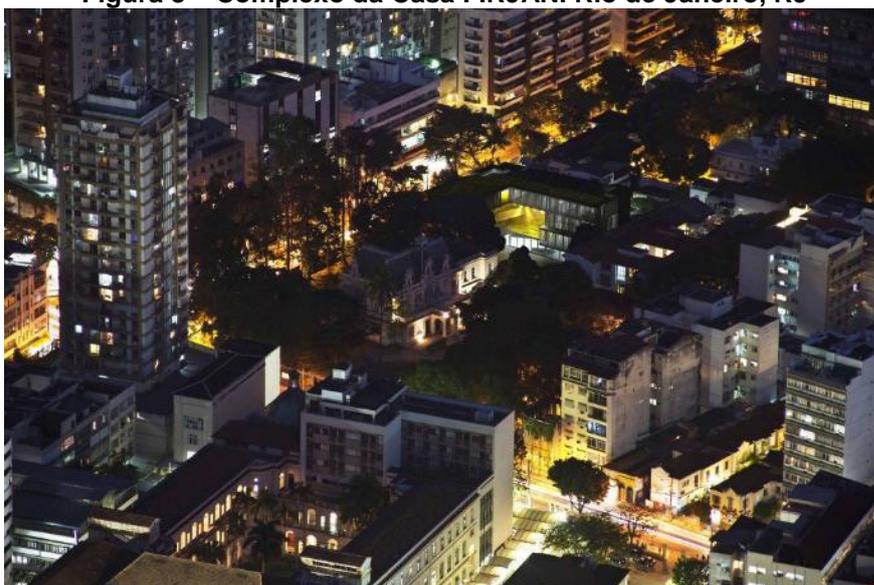
O projeto desenvolvido pelo escritório Lompreta Nolte Arquitetos foi o vencedor de um concurso promovido pelo pela FIRJAN (Federação das Indústrias do Rio de Janeiro), no ano de 2012, que procurava selecionar o melhor projeto para a Casa FIRJAN da Indústria Criativa.

A função deste equipamento seria promover a interatividade entre os setores da indústria criativa, o convívio e o estímulo aos negócios, destacando a sua importância como agente de geração de renda e cultura. A FIRJAN é um dos principais órgãos brasileiros responsável pelo mapeamento dos agentes da cadeia criativa no país, além de ser o pioneiro na promoção e incentivo destas atividades.

O centro cultural e de formação profissional para diversos seguimentos da cadeia criativa (Figura 8) possui área de aproximadamente 8.000 metros quadrados e está inserido em uma área mais remotas do movimentado bairro de Botafogo, na cidade do Rio de Janeiro.

O terreno destinado ao edifício compreende a presença do Palacete Lineu de Paula Machado, importante exemplar da arquitetura neoclássica da cidade, assim como a sua arborização centenária.

**Figura 8 – Complexo da Casa FIRJAN. Rio de Janeiro, RJ**



**Fonte: Concursos de Projeto (2012)**

O lançamento do partido arquitetônico buscou privilegiar a praça interna e as árvores preexistentes, assim como exaltar a legibilidade do conjunto, ressaltando a importância do Palacete como elemento de preservação e seu contraste com a arquitetura contemporânea do novo edifício. O mesmo, é formado por dois blocos principais, cada um destinado às principais funções do programa: educacional e corporativo. Grande parte das funções culturais foram organizadas no nível subterrâneo, com acesso pelo foyer principal, conforme pode-se verificar nas imagens abaixo (figuras 9 e 10):

**Figura 9 – Planta baixa do subsolo 1**



**Fonte: Lompreta Nolte (2012)**

**Figura 10 – Planta baixa do subsolo 2**



**Fonte: Lompreta Nolte (2012)**

O primeiro nível de subsolo destina-se ao teatro com capacidade para 240 lugares, assim como uma grande área de exposições, unidos pelo foyer, onde se dá o acesso. O teatro de médio porte tem como apoio pequenos camarins em sua parte inferior e conta com sala de projeções e controle na parte posterior. Chama-se a atenção para a circulação vertical no foyer, que acontece de forma diferenciada, com grande apelo formal. Há outras duas circulações verticais mais reservadas: uma que atende à área técnica do teatro, e outra, que dá acesso aos demais pavimentos do edifício, inclusive ao próximo nível de subsolo.

Este, por sua vez, é destinado à área de manutenção, como depósitos, sanitários e vestiários para os funcionários e algumas vagas de estacionamento. Há ainda mais um pavimento de subsolo (nível -3 metros) no edifício, do qual não foi possível anexar a sua planta baixa, pois a mesma não encontra-se disponível na bibliografia. Apesar disso, foi constatado que o mesmo destina-se exclusivamente a vagas de estacionamento. De forma aproximada, pode-se quantificar ao todo 80 vagas.

Retomando o pavimento térreo (Figura 11), o mesmo destina-se às áreas de uso comum e acessos, conectando o programa dos pavimentos superiores com o programa situado no subsolo. Todos os principais acessos acontecem por este pavimento, sendo o mais importante precedido de um grande espaço aberto coberto, convidando o usuário a ingressar ao conjunto.

**Figura 11 - Planta baixa do pavimento térreo**



**Fonte: Lompreta Nolte (2012)**

A angulação formada pela configuração deste espaço aberto coberto junto à chegada ao complexo propicia um convite aos percursos, além de privilegiar a vista para o palacete e para a praça interna. Os ambientes de uso comum são configurados por um grande foyer de entrada, que recebe os visitantes e os encaminha para os demais setores do programa. Ainda conta com um bar café e um amplo espaço de convívio.

A partir do primeiro pavimento (Figura 12), mezanino e segundo pavimento (Figura 13), o edifício se desenvolve entre os setores destinados à educação e ao empreendedorismo. O programa educacional conta com salas de aula multiuso, salas de informática e midiateca. Já, na área do empreendedorismo, o programa se resume à salas de reuniões, pequeno auditório e compartimentos para *coworking*<sup>5</sup>. Analisando a concepção do projeto, percebe-se que os arquitetos se preocuparam em zonestar os mesmos de forma independente, tornando-se praticamente edifícios isolados funcionalmente. O que o torna um edifício único é uma praça elevada, que de forma inteligente articula as diferentes funções, além de se tornar um ponto de encontro e de apresentação do que pode ser produzido dentro do edifício.

<sup>5</sup> Termo americano que representa uma nova modalidade de trabalho onde profissionais independentes e de diferentes áreas compartilham do mesmo espaço (COWORKINGBRASIL, 2012).

**Figura 12 - Planta baixa do 2º pavimento**



**Fonte: Lompreta Nolte (2012)**

**Figura 13 - Planta baixa do 3º pavimento**



**Fonte: Lompreta Nolte (2012)**

Percebe-se que a grande estratégia dos projetistas foi utilizar a praça elevada como grande elemento articulador entre as funções do edifício, promovendo a integração dos ambientes internos e externos. Esta estratégia foi reforçada pelos espaços livres, pelas fachadas transparentes de vidro (Figura 14)

e pelos percursos e circulações abertas, criando conexões, visuais, curiosidade e estimulando as atividades e os encontros.

**Figura 14 – Perspectiva eletrônica do conjunto**



**Fonte: Concursos de projeto (2012)**

Apesar do projeto representar um dos únicos exemplares da arquitetura no Brasil que se destina à produção da indústria criativa e, de fato, utilizar diversas importantes e eficazes estratégias arquitetônicas, pode-se apontar diversas carências, as quais o projeto pretendido procurará atender:

- a) Por início, foi constatado que o programa, embora atender as funções do que se propõe, ainda acontece de forma sintética. Diversas áreas da cadeia criativa necessitam de ambientes próprios para o seu desenvolvimento, como cinema, música, rádio e televisão. As salas de aula devem atender a uma função própria, já que cada uma deve possuir diferentes características;
- b) Apesar de corresponder ao contexto do qual está inserido (um conjunto do qual pertence também um edifício neoclássico), o edifício proposto traz poucas inovações em termos de tecnologia de construção, fachadas, estrutura, projeções, e avanços tecnológicos dos quais poderiam refletir a sua função como agente criador.

### 5.1.2 MÉCA – *Maison de L'Economie Créative et de La Culture en Aquitaine*

Selecionado também como o vencedor de um concurso internacional de arquitetura promovido no ano de 2012 pelo Governo de Bordeaux, município localizado na região metropolitana de Paris, na França, o projeto de autoria do renomado escritório dinamarquês BIG (Bjarke Ingels Group), em parceria com o escritório Freaks Freearchitects, reuniu três grandes instituições culturais do país em apenas um edifício: a MÉCA, *Maison de L'Economie Créative et de La Culture* (Casa da Economia Criativa e da Cultura, em português). A intenção do mesmo também é promover as iniciativas criativas, utilizando-as como veículo de transformação social e econômico.

O edifício, localizado na orla de um importante rio que corta a cidade (Figura 15), possui 12.350 metros quadrados de área, caráter icônico, forma arrojada, e significou uma grande transformação para a arquitetura do contexto no qual está inserido.

**Figura 15 - Perspectiva eletrônica**

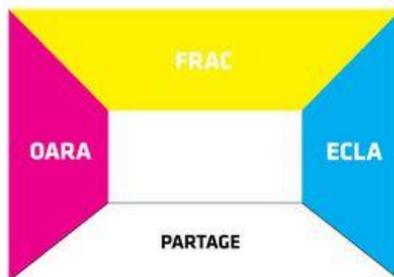


**Fonte: Bjarke Ingels Group (2012)**

A sua localização é privilegiada. Localizado às margens do rio em Bordeaux, o edifício tira partido da orla na sua concepção. Ao unir as três instituições (OARA, FRAC<sup>6</sup> e ECLA), os arquitetos organizaram o programa de modo a formar um *looping*, tendo como elemento central um grande vazio, que os autores denominam de “sala urbana” (Figura 16).

---

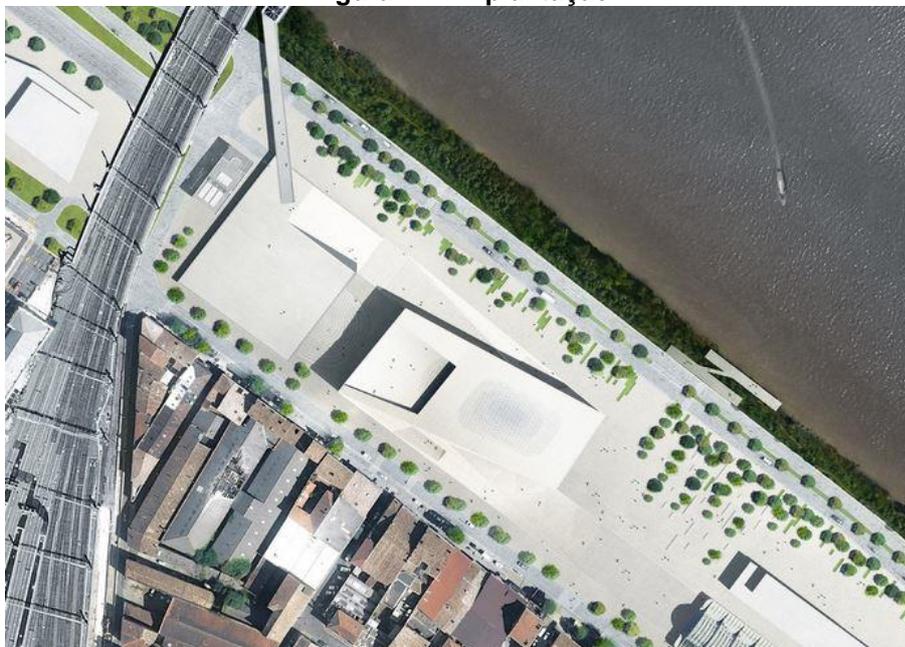
<sup>6</sup> Fundo Regional de Arte Contemporânea – Bordeaux, França.

**Figura 16 - Organização do programa**

Urban room

Fonte: BIG (2012)

Como o edifício está implantado na calçada da orla do rio (Figura 17), o mesmo propõe uma continuação da mesma, convidando a sociedade a usufruir do equipamento. Mais uma vez, pode-se ver o espaço coberto aberto como grande articulador das funções, e nesse caso, além disso, como um articulador entre o edifício e a cidade.

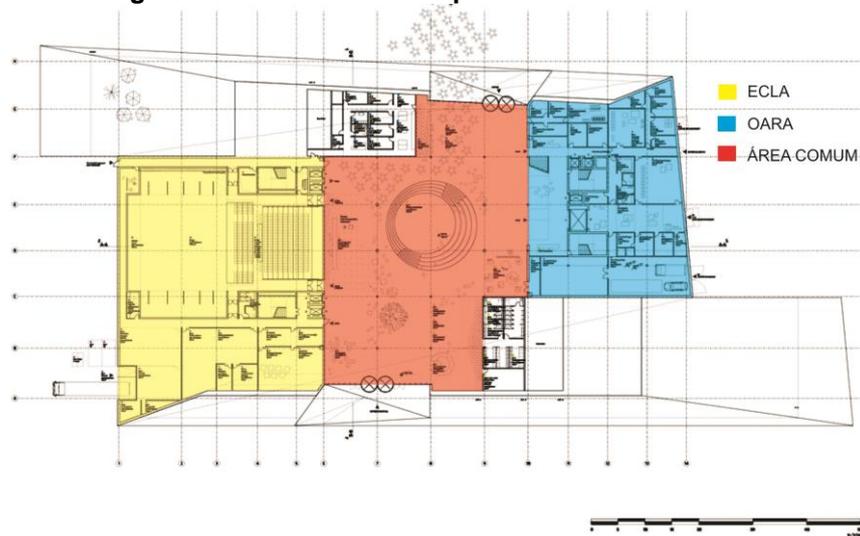
**Figura 17 - Implantação**

Fonte: BIG (2012)

No pavimento térreo (Figura 18), encontra-se o grande espaço interno de convivência e articulação entre as três instituições presentes no edifício. Chama-se

a atenção a este, pois o mesmo caracteriza um dos principais elementos que o torna um projeto passível de analogia ao projeto pretendido.

**Figura 18 - Planta baixa do pavimento térreo**



**Fonte: BIG (2012)**

Percebe-se que, da mesma forma como acontece no outro projeto já analisado, o espaço de convívio localiza-se no pavimento térreo e é o articulador das demais funções, ganhando novamente um importante papel como estruturador do programa (Figura 19). O mesmo, ganha também vinculação com as circulações e com o restaurante, conforme pode-se observar na imagem abaixo:

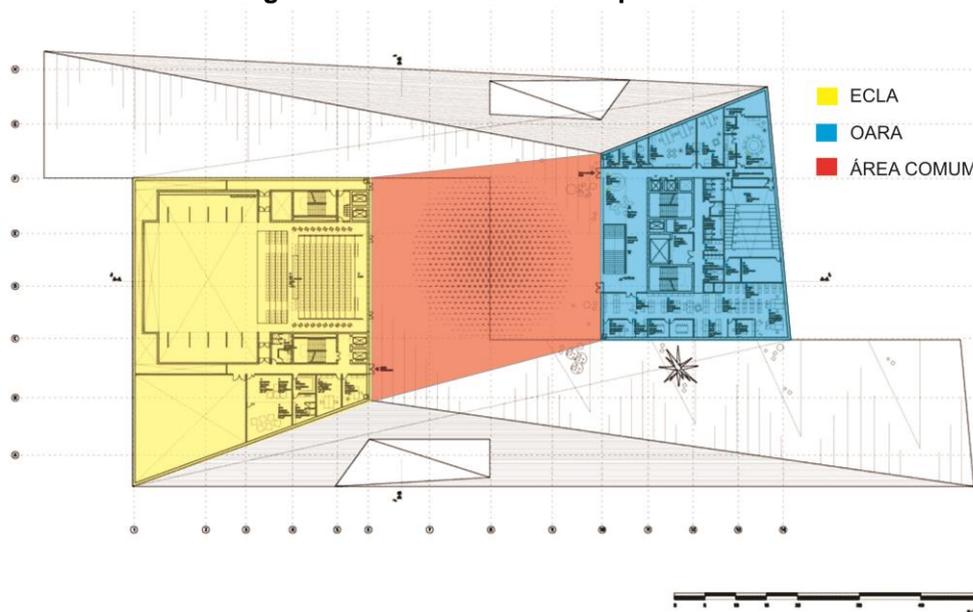
**Figura 19 - Perspectiva eletrônica interna**



**Fonte: BIG (2012)**

No primeiro pavimento, conforme mostra a figura 20, encontra-se o espaço aberto coberto do qual os arquitetos denominam “sala urbana”. O objetivo desse espaço, segundo eles, era proporcionar uma direta conexão do edifício com a cidade, fazendo com que a arte produzida em seu interior fosse transmitida ao exterior (BIG, 2012).

**Figura 20 - Planta baixa do 1º pavimento**



**Fonte: BIG (2012)**

Na fachada, inteligentemente, os arquitetos propuseram um revestimento presente nas típicas edificações históricas da cidade. Esse gesto permitiu que o grande edifício de arquitetura arrojada e contemporânea estivesse ligado à arquitetura já existente, contextualizando-a.

Embora o edifício em questão apresente diversas estratégias, conceitos e soluções possíveis a serem empregadas no projeto arquitetônico a ser realizado após esta pesquisa, deve-se chamar a atenção para o fato de que o mesmo possui uma metragem quadrada muito além da expectativa do porte do empreendimento pretendido. Apesar dos programas de necessidades dos projetos se assemelharem ao ponto de vista funcional (ambos se propõem a promover e proporcionar o desenvolvimento das indústrias criativas), o edifício projetado por Bjarke Ingels prevê a união de três instituições isoladas em apenas um espaço, gerando uma grande proporção de escala, tanto em porte quanto em programa.

## 5.2 PROJETOS REFERENCIAIS FORMAIS

### 5.2.1 MIS – Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro

A nova sede do Museu da Imagem e do Som do Rio de Janeiro, desenvolvido a partir da iniciativa do governo do estado do Rio e da Fundação Roberto Marinho, teve seu projeto arquitetônico escolhido em um concurso internacional vencido pelo estúdio Diller Scofidio + Renfro, de Nova York, no ano de 2011.

Implementado na Avenida Atlântica, em Copacabana, o edifício substituirá as instalações do museu aberto em 1965, que atualmente funciona em dois endereços, abrigando ainda o Museu Carmen Miranda, hoje localizado no bairro do Flamengo (ARCOWEB, 2011).

O grande diferencial do edifício proposto pelos arquitetos norte-americanos está na forma com que o museu se desenvolve em um bulevar vertical com sete pavimentos, com percurso contínuo na parte externa e volumetria que se assemelha ao traçado de rampas e patamares sequenciais (Figura 21). Inteligentemente, os projetistas tiraram partido da orla de Copacabana, utilizando a estratégia do percurso externo. A fachada também é dotada de painéis fixos responsáveis pela proteção solar e pelo fechamento de ambientes dos quais não é desejado a entrada de luz natural, já que se trata de um museu.

**Figura 21 - Perspectiva eletrônica externa**

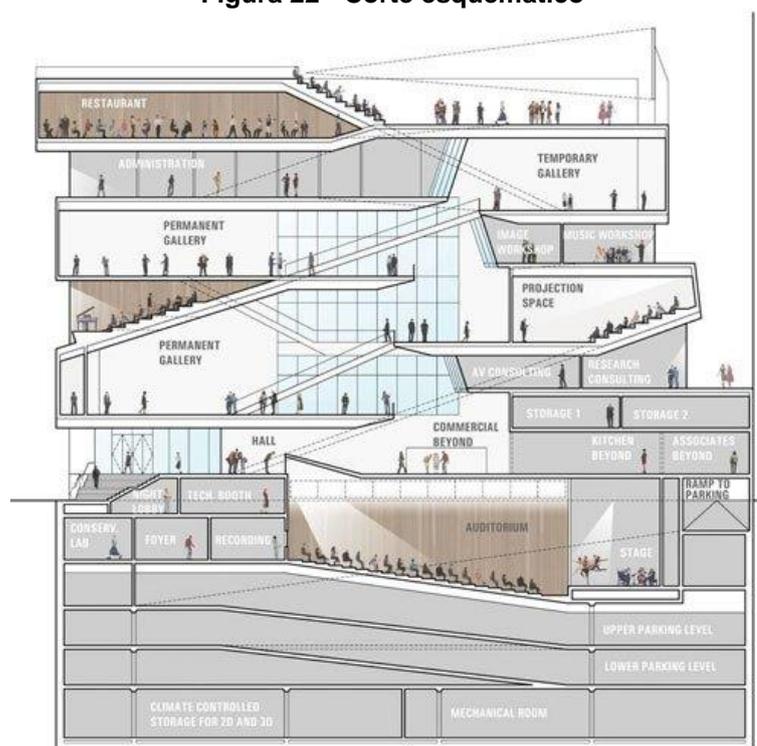


**Fonte: ARCOWEB (2011)**

Para explicar a concepção arquitetônica resultante para a fachada, os autores usam analogicamente a imagem do famoso calçadão de Copacabana, que é dobrado e transformado em elemento vertical. Certamente esta não é a única referência do projeto, que apresenta conceito e linguagem semelhantes à proposta que o mesmo escritório desenvolveu em 2001 para outro museu para a cidade de Nova York, o qual não foi executado (DILLER & SCOFIDIO, 2011).

Ao analisar em corte a estrutura dos ambientes internos, percebe-se que o elemento de circulação-circuito presente na fachada interfere diretamente na sua concepção (Figura 22). A angulação das rampas conforma os pés-direitos das galerias, tornando-os ambientes por vezes cênicos, promovendo diferentes visuais e percepções ao usuário, integrando também o ambiente interno com o externo.

**Figura 22 - Corte esquemático**



**Fonte: Concursos de projetos (2011)**

Considerado o primeiro museu audiovisual brasileiro (ARCOWEB, 2011), o Museu da Imagem e do Som conduzirá o visitante a um passeio pela rica história cultural da cidade e do país, conhecidos pela criatividade de suas manifestações artísticas e pela diversidade de ritmos musicais. A divisão interna das galerias prevê três grandes eixos, a começar pelas exposições, pelas salas de interação

dos usuários com as exposições (Figura 23), e pelas salas de projeções (Figura 24).

**Figura 23 - Perspectiva interna**



Fonte: ARCOWEB (2011)

**Figura 24 – Salas de projeção**



Fonte: ARCOWEB (2011)

### 5.2.2 Beaux Arts Museum in Quebec

O famoso escritório OMA, chefiado pelo arquiteto Rem Koolhaas, foi anunciado como o vencedor de um concurso internacional realizado para eleger o projeto para a expansão do Museu Nacional de Belas Artes de Québec (MNBAQ). O projeto vencedor, além de ser eleito pelo júri também foi consultado aos moradores locais, onde obteve cerca de 82% de aprovação.

A concepção do projeto consiste em uma série de caixas empilhadas de forma escalonada, gerando um grande espaço que além de hall de acesso ao edifício, adquire grande importância como espaço urbano (Figura 25).

**Figura 25 - Perspectiva eletrônica geral**

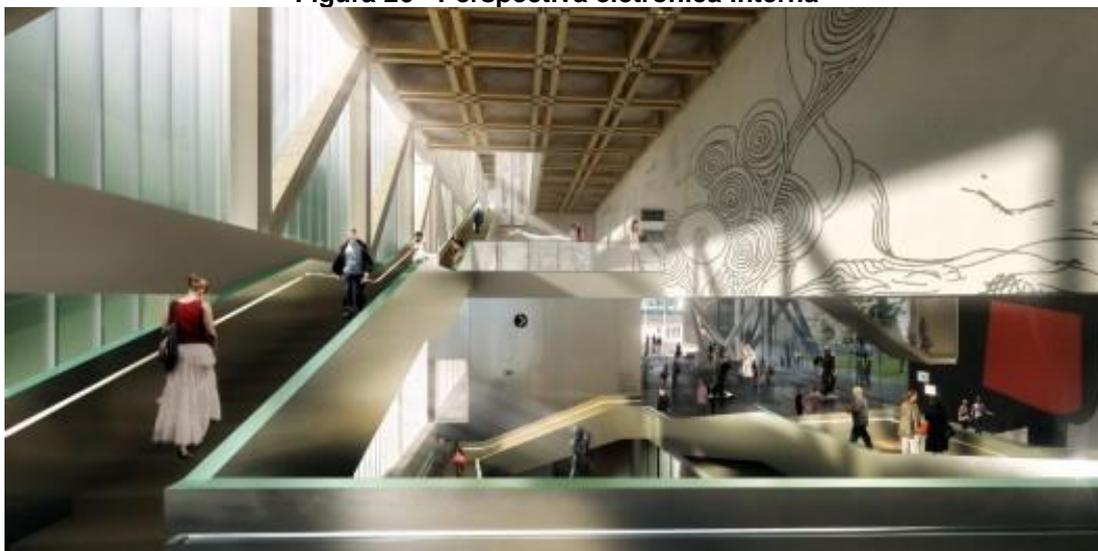


Fonte: ARCHDAILY (2012)

Os três volumes empilhados que abrigam as galerias variam em tamanho, conforme o programa: exposições contemporâneas (dimensão 50m x 50m), a exposição contemporânea permanente (dimensão 45m x 35m) e projeto/exposições (dimensão de 42.5mx 25m). O balanço que se sobressai sobre a rua e cria o grande hall, um espaço transparente com 14 metros de altura ligado diretamente ao parque, se torna um ponto de partida do percurso ascendente ao museu através das caixas-galerias.

Segundo Rem Koolhaas (2012), idealizador do projeto juntamente com a sua equipe, "a ambição era criar uma nova presença dramática para a cidade, mantendo uma abordagem respeitosa, diferenciando a arquitetura dos edifícios vizinhos e do museu existente propriamente dito". A forma resultante do escalonamento das galerias-caixas melhora a vivência do museu, criando uma clareza nas circulações (Figura 26), permitindo que a luz natural adentre nas galerias.

**Figura 26 - Perspectiva eletrônica interna**



**Fonte: ARCHDAILY (2012)**

Estruturado em treliças metálicas com fechamento em fachadas translúcidas, o projeto também visa a integração do espaço interno com o externo. O edifício será executado pelo escritório OMA de Nova York em colaboração com Provencher Roy + Associés Architectes, escritório francês, tendo conclusão prevista para o outono de 2013.

### 5.2.3 *Bibliothèque Multimédia à Régionale* Vocação em Caen

Igualmente ao projeto anterior, o edifício explanado a seguir também foi vencedor de um concurso promovido para a Nova Biblioteca Regional (*Bibliothèque Multimédia à Régionale Vocação*) de Caen, na França. O projeto com cerca de 12 mil metros quadrados de área será o primeiro edifício cultural promovido pelo escritório OMA na França.

A nova biblioteca, localizada na ponta da península de Caen (Figura 27), é concebida a partir de quatro eixos principais que apontam para quatro dos marcos históricos da cidade: as abadias *Abbaye-aux-Dames* no norte e *Abbaye-aux-Hommes*, no leste, a estação ferroviária central ao sul, e a oeste o lote para futuras propostas de ampliações.

**Figura 27 - Perspectiva eletrônica externa**



**Fonte: ARCHDAILY (2012)**

No cruzamento dos dois eixos, acontecem as salas de leitura, que incentivam relação máxima entre as disciplinas programadas: ciências humanas, ciências tecnológicas, literatura e artes, cada uma zoneada em uma das quatro extremidades do edifício.

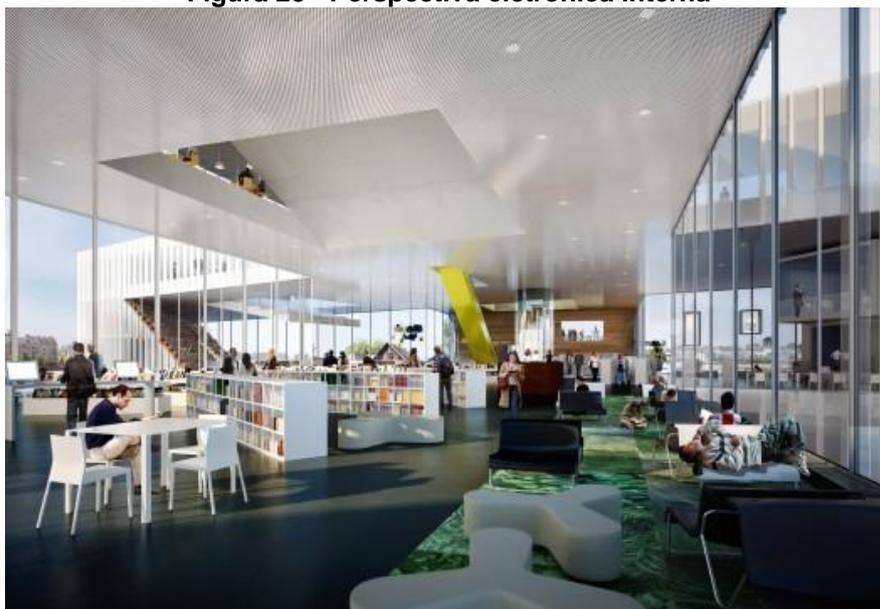
Segundo Rem Koolhaas (2012), responsável pelo escritório OMA: “[...] em vez de ter quatro áreas distintas ligadas por pontes, o espaço está estruturado em

dois eixos se cruzam, criando um espaço de confluência para o conhecimento e as pessoas” (KOOLHAAS apud ARCHDAILY, 2012).

Nos espaços exteriores criados onde estas salas de leitura se cruzam, o edifício interage com o ambiente externo, abrindo-se para o parque, mantendo contato direto com o pedestre, a orla e o mar (Figura 28). Grandes rasgos nas fachadas abrangem todo o pé direito da sala de leitura a fim de fornecer luz natural. Com isso, o edifício gera vistas dinâmicas para a orla de Caen assim como as fachadas assumem transparência simultânea, tornando o edifício em um observatório do conhecimento.

Ele estimula a contemplação da paisagem urbana ou cultural, ao mesmo tempo que serve papel tradicional da biblioteca como um espaço para a leitura, estudo e interação com demais usuários.

**Figura 28 - Perspectiva eletrônica interna**



**Fonte: ARCHDAILY (2012)**

Em uma abordagem sustentável, o projeto responde às condições climáticas locais para garantir a eficiência energética. As plantas delgadas maximizam a luz natural disponível, criando o ambiente ideal de leitura essencial para uma biblioteca.

## 6     **ÁREA DE INTERVENÇÃO**

### 6.1    PORTO ALEGRE: UMA CIDADE CADA VEZ MAIS CRIATIVA

Hoje em dia é evidente a importância das cidades como um dos fatores decisivos na economia e no desenvolvimento de um país. Além de se constituírem como os espaços de convívio e organização social, proporcionam cada vez mais elementos fundamentais para a promoção da competitividade, da criatividade e da cidadania. Além disso, as cidades devem se beneficiar dos fatores que as diferenciam e as tornem únicas, apostando nas estratégias que visem qualificá-las, de modo a criar um espaço mais diversificado não só no âmbito cultural como também econômico.

Em uma abordagem geral sobre as cidades criativas pode-se citar a importância em que as políticas públicas devem estar ligadas à inovação de seu planejamento, assim como a revitalização de grandes centros urbanos em estado de degradação. Ressalta-se que, a uma cidade criativa, deve-se privilegiar a construção de espaços urbanos de qualidade, proporcionando a seus habitantes qualidade de vida e condições a prática de atividades culturais e de lazer (SILVA, 2010).

Segundo a mesma autora, pode-se citar exemplos de cidades que mantêm em seu planejamento os aspectos que as configuram como cidades criativas, como Barcelona na Espanha, que atualmente é reconhecida como “cidade cultural por excelência, centro de produção criativa e polo de atração de negócios e talentos, desde o audiovisual até a biotecnologia” (REIS, 2009). Outros exemplos são Bilbao, também na Espanha, Lisboa em Portugal, e no Brasil, a cidade de Belo Horizonte.

As cidades criativas são também aquelas que possuem o poder de maximizar suas oportunidades de negócios com a criação de novos bens e produtos, atingindo novos mercados, assim como aquelas que se preocupam em qualificar seus serviços de cultura e lazer.

Para que estas continuem progredindo nesse quesito é necessário que as mesmas desenvolvam estratégias capazes de conectar seus habitantes às oportunidades da cidade e sua região, e por sua vez com o mercado mundial. Conforme Silva (2010), é preciso entender o que faz a cidade ser peculiar,

diagnosticar sua identidade, seu caráter e por fim desenvolver seu potencial para a inovação, a produção tecnológica e cultural.

Nesse sentido, a cidade de Porto Alegre, além de possuir um importante papel na formação histórica no país, possui potencial para ser uma das cidades brasileiras que mais incentiva a produção cultural e tecnológica do país, considerada pela FecomercioSP (2012), a segunda cidade mais criativa do Brasil. Segundo essa mesma fonte, Porto Alegre poderia facilmente melhorar essa colocação se ampliasse quesitos básicos de incentivo, como o planejamento e requalificação de seus espaços e equipamentos públicos principalmente na região de seu centro histórico.

A fim de contextualizar essas informações e mostrar um panorama geral da cidade, mais especificamente do bairro Centro Histórico, o próximo capítulo apresentará um breve histórico da formação do município de Porto Alegre.

#### 6.1.1 Contexto Histórico

Fundada em 1772 por imigrantes vindos da Ilha dos Açores (Portugal), Porto Alegre é capital do estado do Rio Grande do Sul, na região sul do Brasil (Figura 29). Possui, atualmente, 1,46 milhões de habitantes, sendo a décima cidade mais populosa e uma das capitais mais arborizadas do Brasil, com 17m<sup>2</sup> de área verde/habitante, conforme IBGE (2000).

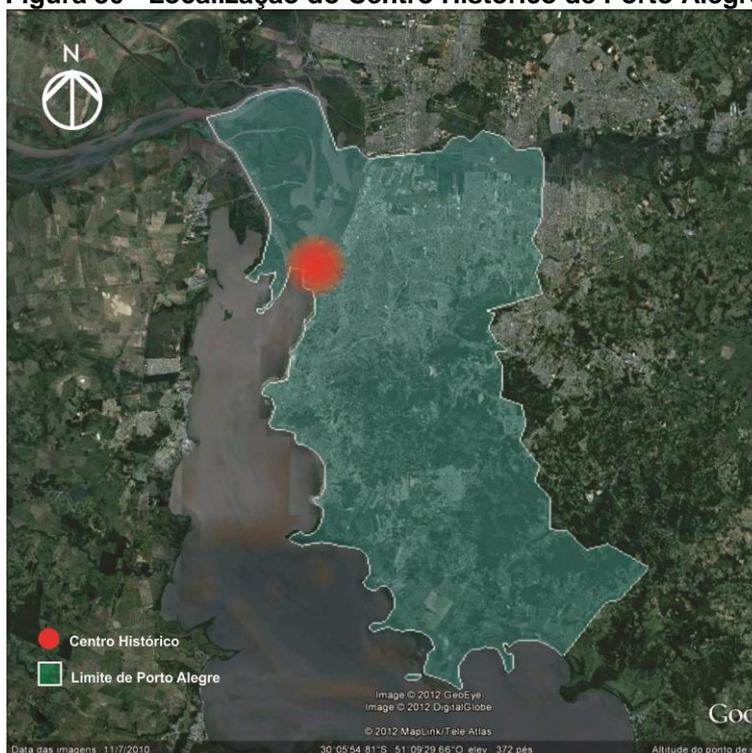
**Figura 29 - Localização de Porto Alegre**



**Fonte: WIKIPEDIA (2013)**

Construída originalmente sob as diretrizes de uma cidade colonial, teve sua formação inicial na península à beira do Lago Guaíba, onde hoje encontra-se o seu centro histórico (Figura 30). Através do tempo, a cidade passou por uma mudança drástica de perfil urbano com a metropolização ocorrida entre o período de 1889 até meados da década de 40, incentivada pelos primeiros governos da república (PREFEITURA MUNICIPAL DE PORTO ALEGRE, 2013).

**Figura 30 - Localização do Centro Histórico de Porto Alegre**



**Fonte: ADAPTADO DE GOOGLE EARTH (2013)**

Durante os primeiros anos da República, foram construídos edifícios como o do Correios e Telégrafos - atual Memorial do Rio Grande do Sul e a Delegacia Fiscal - atual Museu de Artes do Rio Grande do Sul - o ajardinamento da Praça da Alfândega e a construção do Pórtico de Ferro do Cais (Figura 31).

Na década de 40, a inauguração do Viaduto Otavio Rocha representou um divisor de águas: a partir de então, Porto Alegre passou a ser considerada uma cidade moderna. Com incentivo do governo municipal e a especulação de novas tecnologias de construção e industrialização, passou-se a privilegiar a construção de edifícios em altura, demonstrando o sentimento de modernização que a capital almejava. Com isso, ocorreu uma degradação da cidade colonial, já que tudo que representava o antigo regime passou a ser considerado retrógrado e de gosto

duvidoso. Assim a tipologia colonial portuguesa foi sendo substituído por diferentes formas arquitetônicas, que utilizavam novas tecnologias e materiais de construção de última geração (SILVA, 2010).

**Figura 31 - Praça da Alfândega na década de 30**



**Fonte: Revista de História (2010)**

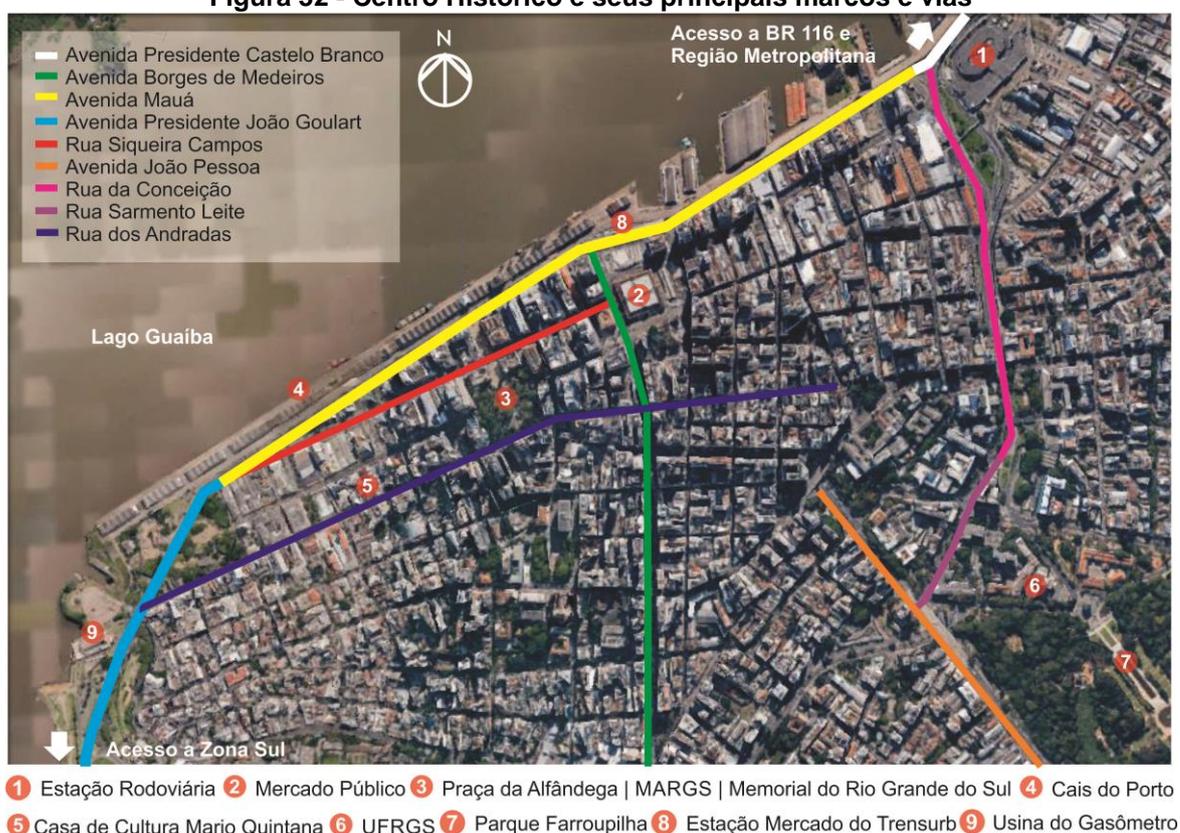
Desde a primeira formação até a década de 70, o centro histórico abrigava o polo político, administrativo e comercial, sendo a região mais frequentada e valorizada da cidade. A partir desse período, o poder público propôs uma descentralização administrativa e comercial, com o objetivo de diminuir o tráfego na área, passando a deslocar para novos bairros os investimentos públicos. Somado ao advento dos *shoppings centers*, que propiciaram uma nova e segura opção de compras, foi inevitável a migração dos principais estabelecimentos de comércio para os centros comerciais modernos, perdendo o centro histórico grande parte da sua importância como polo político administrativo e comercial (SILVA, 2010).

Desde então, a região passou a sofrer com a degradação na infraestrutura e o abandono de seus prédios históricos, tendo como principais pontos de conflito a insegurança, o comércio informal, a falta de qualidade dos espaços urbanos e a não valorização do patrimônio histórico-cultural, características que desqualificam a imagem do centro histórico da cidade de Porto Alegre.

## 6.2 UM CENTRO HISTÓRICO (E CONTEMPORÂNEO)

O centro histórico de Porto Alegre localiza-se em uma península à beira do Rio Guaíba tendo, a partir desta ponta, começado a propagação da urbanização da cidade. Esta região central da cidade tem caráter heterogêneo em que o principal atrativo é a diversidade cultural, dispondo dos mais variados serviços de comércio e entretenimento, com destaque para as atividades histórico-culturais (Figura 32). Um passeio pelas suas ruas permite reconstruir a história de Porto Alegre e do Rio Grande do Sul, uma vez que ali se concentra em torno de 80% dos marcos históricos, tendo 50 prédios tombados (IPHAN, 2010).

**Figura 32 - Centro Histórico e seus principais marcos e vias**



**Fonte: ADAPTADO DE GOOGLE EARTH (2013)**

De fato a cidade de Porto Alegre, em especial o seu Centro Histórico, é dotado de uma quantidade significativa de lugares e prédios públicos onde seus usos e condições não contribuem para o boa qualidade dos locais onde se encontram. A maioria deveriam ser tratados de maneira totalmente diferente das quais se encontram, visando a melhoria da arquitetura da cidade, ao mesmo tempo

que assim substituiriam as atividades atuais por outras que mais condizentes, além de suprir as necessidades dos habitantes da cidade.

Embora muito já se tenha feito pela requalificação dos espaços públicos e de edificações de valor cultural da região, as tímidas estratégias ainda são insuficientes para que por meio delas se trate de todos os problemas a serem enfrentados, visando a devolução da qualidade da arquitetura urbana e de seus serviços oferecidos (BICCA, 2013). Nesse sentido, as palavras da ex-ministra da Cultura, Ana de Holanda, reforçam a ideia de que a arquitetura e o urbanismo devem agregar valor cultural ao espaço público no presente, e não apenas quando se trata de uma situação de restauração, enaltecendo a importância da requalificação dos centros históricos das cidades brasileiras.

Na visão tradicional, arquitetura e urbanismo só são cultura quando a gente olha para trás, na hora de tombamento e restauração. Isso é importante, mas não é tudo. Arquitetura e urbanismo são cultura também no momento presente de cada cidade e na criação de seus desenhos e possibilidades futuras. Hoje, diante da crise geral das cidades brasileiras, isso vale mais do que nunca (HOLANDA apud BICCA, 2013).

No que se refere a reabilitação da área central de Porto Alegre, o poder público municipal tem se mostrado interessado à desenvolver estratégias que visam requalificar os espaços públicos, embora ainda apresentem resultados tímidos. Para exemplificar, serão citados a seguir alguns desses projetos.

#### 6.2.1 Projeto Viva o Centro

O Projeto Viva o Centro é coordenado pela Secretaria do Planejamento Municipal em parcerias com Secretaria Municipal do Meio ambiente, da Cultura, da Indústria e Comércio, Secretaria Especial de Acessibilidade e Inclusão Social e com a Empresa Pública de Transporte e Circulação (EPTC). Entende-se que o centro histórico é um lugar com diversidades e potencialidades, e que pode trazer retornos positivos para a cidade uma vez que sejam feitas mudanças no processo de desenvolvimento da região. Para tanto, é necessário reforçar e qualificar a atratividade que sempre existiu.

O Projeto procura estimular, além do seu caráter predominantemente de comércio e serviços da área central, outras vocações importantes e compatíveis com seu potencial econômico, cultural e ambiental, melhorando as condições gerais do bairro. Volta-se, desta forma, para questões como a paisagem, a recuperação de prédios e áreas públicas, o transporte coletivo e individual, a segurança, a moradia e o comércio informal (PMPA, 2013).

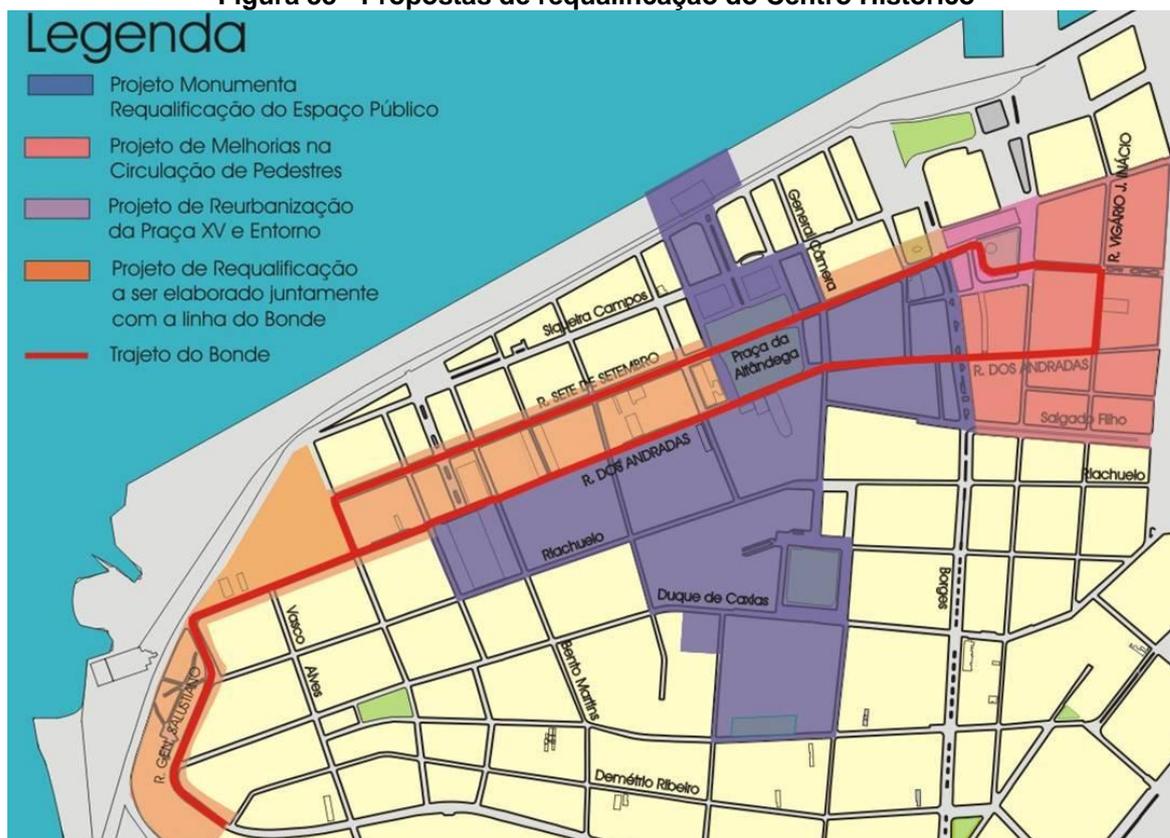
#### 6.2.2 Plano piloto para o “Corredor Cultural” do Centro Histórico

O Projeto de revitalização e promoção do centro histórico, parte integrante do Plano de Reabilitação da Área Central, tem como área de abrangência o chamado “Corredor Cultural”, onde se concentram os principais exemplares do patrimônio edificado incluindo referências culturais porto-alegrenses como museus, memoriais, teatros e casas de cultura. A área de intervenção (Figura 33) compreende as ruas Sete de Setembro, Andradas e adjacências, integrando as praças XV de Novembro, Alfândega, Brigadeiro Sampaio e Júlio Mesquita, tangendo o Programa Monumenta e o projeto da Praça XV, já em face de implementação (PMPA, 2013).

As intervenções visam a requalificação em áreas já consolidadas e envolvem ações em diversos níveis, escalas e agentes diversos. Assim sendo, o produto final não é expresso apenas por um projeto de intervenção física, mas também por um conjunto de ações integradas que constituam uma parceria a ser implantada. A requalificação urbana do centro histórico traz como consequência um ambiente urbano qualificado, podendo representar suas potencialidades (SILVA, 2010).

Dessa forma é possível renovar a economia local com atividades culturais integradas e potencializadas, visando uma dinamização econômica, compatível com as características paisagísticas e as potenciais da área, que hoje encontram-se totalmente subutilizadas. Além disso, visa promover o turismo através da otimização dos recursos econômicos, culturais e de lazer, visando integral utilização, tanto dos edifícios quanto dos espaços públicos abertos.

**Figura 33 - Propostas de requalificação do Centro Histórico**



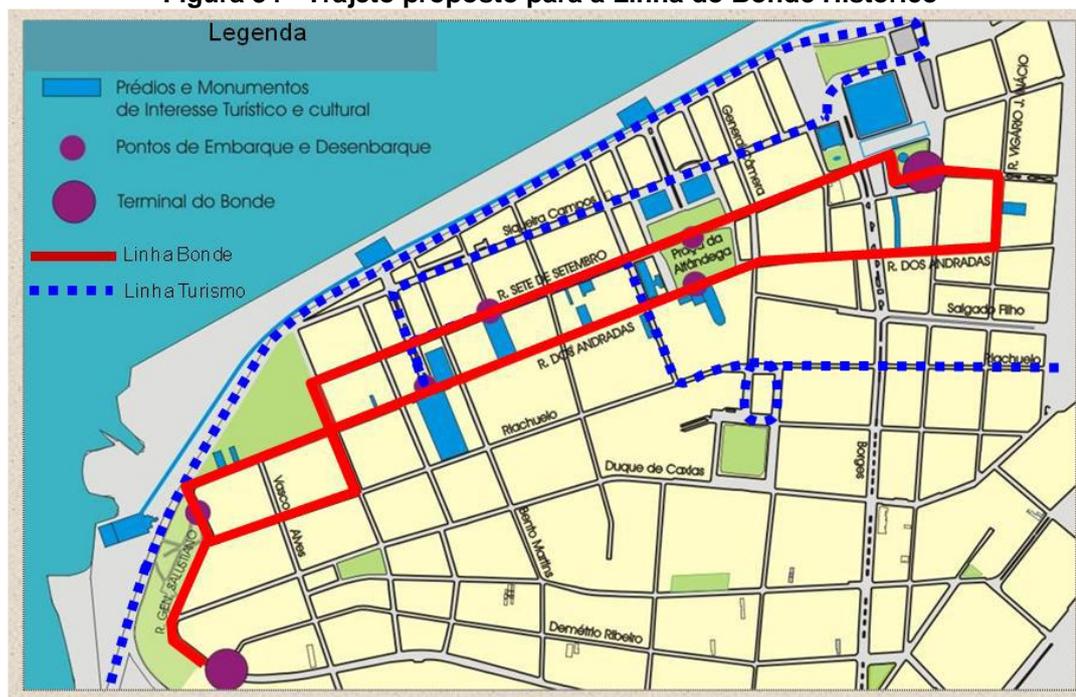
Fonte: PMPA (2013)

### 6.2.3 Projeto da linha turística do Bonde Histórico

O projeto da linha turística do Bonde Histórico, que visa articular cultura, arquitetura e transporte com a interligação das instituições de caráter histórico e cultural, potencializam o plano piloto para o corredor cultural pois propõe a reurbanização e qualificação paisagística da área a ser caracterizada pelo circuito cultural proposto com a implantação da Linha Turística do Bonde Histórico (Figura 34).

O objetivo geral é implementar um museu em conjunto a linha turística de bondes em Porto Alegre. A linha é de fato o acervo vivo do museu e, a partir deste, seguem os objetivos específicos: proporcionar o resgate da memória dos transportes à cidade e valorizar o patrimônio cultural, criar um espaço atrativo ao turismo, valorizar o centro histórico da capital e integrar-se a outras ações de requalificação da área central.

**Figura 34 - Trajeto proposto para a Linha do Bonde Histórico**



Fonte: PMPA (2013)

### 6.3 CENTRO HISTÓRICO, ESTRATÉGIAS CONTEMPORÂNEAS

Em um panorama geral sobre as estratégias de requalificação da área central de Porto Alegre, percebe-se que, de fato, elas concentram-se nas proximidades das quadras que conformam o eixo paralelo ao Cais do porto, que vai desde o Mercado Público Municipal até a Usina do Gasômetro, abrangendo diversos edifícios significativos da cidade.

Logo, é pudente afirmar que qualquer intervenção que vise qualificar a área esteja nos intermédios desse perímetro, já que já há interesse pelo poder público municipal de devolver o espaço urbano de qualidade para os habitantes. Além disso, é necessário avaliar as oportunidades arquitetônicas oferecidas nesse contexto, uma vez que há, no Centro Histórico, diversas situações que, apesar de potenciais, não contribuem para a qualidade da paisagem urbana.

Conforme Bicca (2013), “para que o Centro Histórico de Porto Alegre seja expressivo culturalmente, deve absorver obras arquitetônicas contemporâneas de qualidade”. Neste contexto, essa situação não é só necessária como possível, já que existem locais disponíveis para que isso aconteça sem pôr em risco o

patrimônio que necessita ser preservado, pelo contrário, as intervenções devem contribuir para a valorização das pré-existências.

Nesse sentido, é impossível não citar os polêmicos projetos que serão realizados no cais do porto e na parte da orla próxima ao Centro Cultural da Usina do Gasômetro, no sentido zona sul. Muito se fala que não tem se dedicado a devida importância dessa intervenção com a cidade propriamente dita, já que as relações, quando existentes e óbvias, não valorizam o contexto do Centro Histórico e seus elementos arquitetônicos (BICCA, 2013).

É sabido que, além do portão principal do Cais, que se dá pela Avenida Sepúlveda (já valorizado em recentes intervenções urbanas), muito pouco foi pensado para resolver a existência do polêmico muro da Mauá, que permanece como uma barreira inconveniente de contato entre a cidade e a orla do Guaíba. Assim como existe o eixo ligando a Rua dos Andradas (mais conhecida como Rua da Praia) e a Praça da Alfândega, por meio da Avenida Sepúlveda, outras duas situações poderiam ser tratadas de maneira semelhante. Uma delas é a que parte do adro da Igreja das Dores, conduzida pela Avenida Padre Tomé no sentido do cais. A outra situação será abordada como problemática deste trabalho e será explanada no capítulo a seguir.

#### 6.4 O LOTE

A outra situação será enfrentada por este trabalho como a área de intervenção do Trabalho Final de Graduação. A mesma é conformada pela relação do antigo Hotel Majestic, hoje atual Casa de Cultura Mário Quintana e a sua ligação, através da Travessa Araújo Ribeiro, até as instalações do Cais do Porto. Nesse contexto, é necessário citar que, para que seja efetuada uma intervenção minimamente adequada, é imprescindível a retirada dos galpões da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, localizados entre as ruas Sete de Setembro e Siqueira Campos (Figura 35).

**Figura 35 - Localização do lote em estudo**



**Fonte: ADAPTADO DE GOOGLE EARTH (2013)**

Retomando a ideia de que o Centro Histórico deve ser atendido por estratégias que visem melhorar a qualidade urbana do local, atendendo a sua vocação cultural e histórica, é justificável dizer que a função exercida por esses galpões não se enquadram e não contribuem para a cidade na forma que se encontram atualmente. Além disso, a sua má “arquitetura” soma-se a incompatibilidade do local de sua existência. Os mesmos, deveriam ser substituídos por novas edificações que, com novos usos, qualificariam um espaço que sem sombra de dúvida merece um melhor tratamento (Figura 36 e 37).

**Figura 36 - Vista do lote a partir da Rua Siqueira Campos**



**Fonte: GOOGLE EARTH (2013)**

**Figura 37 - Vista do lote a partir da Rua Sete de Setembro**

**Fonte: GOOGLE EARTH (2013)**

Destaca-se ainda que, ao longo do mesmo eixo, encontram-se dois exemplares significativos da arquitetura para a cidade. O já citado, na ponta do eixo, o prédio da Casa de Cultura Mário Quintana, o maior exemplar da arquitetura eclética de Porto Alegre, tombado pelo patrimônio estadual. O outro, o edifício da Superintendência do DNIT, um dos poucos exemplares da arquitetura moderna da cidade que hoje encontra-se rodeado por grades que conformam um estacionamento, perdendo o caráter do pavimento térreo permeável, que ao invés de conectar as duas ruas, atua como uma grande barreira.

A proposta é substituir os atuais galpões dos correios por um novo exemplar da arquitetura contemporânea, com um uso específico e condizente com o Centro Histórico (em questão nesta pesquisa), visando conformar um conjunto harmônico entre ambos os edifícios, requalificando a paisagem urbana da região. Junto a isso, essa intervenção visaria reforçar a ligação da cidade com o Guaíba, como acontece no eixo da Avenida Sepúlveda e deveria ser tratado da mesma forma nessa situação, buscando novas formas de lidar com o polêmico muro da Mauá e a sua inconveniente barreira entre a cidade e a orla (Figura 38).

Figura 38 - Estratégia projetual



Fonte: ADAPTADO DE GOOGLE EARTH (2013)

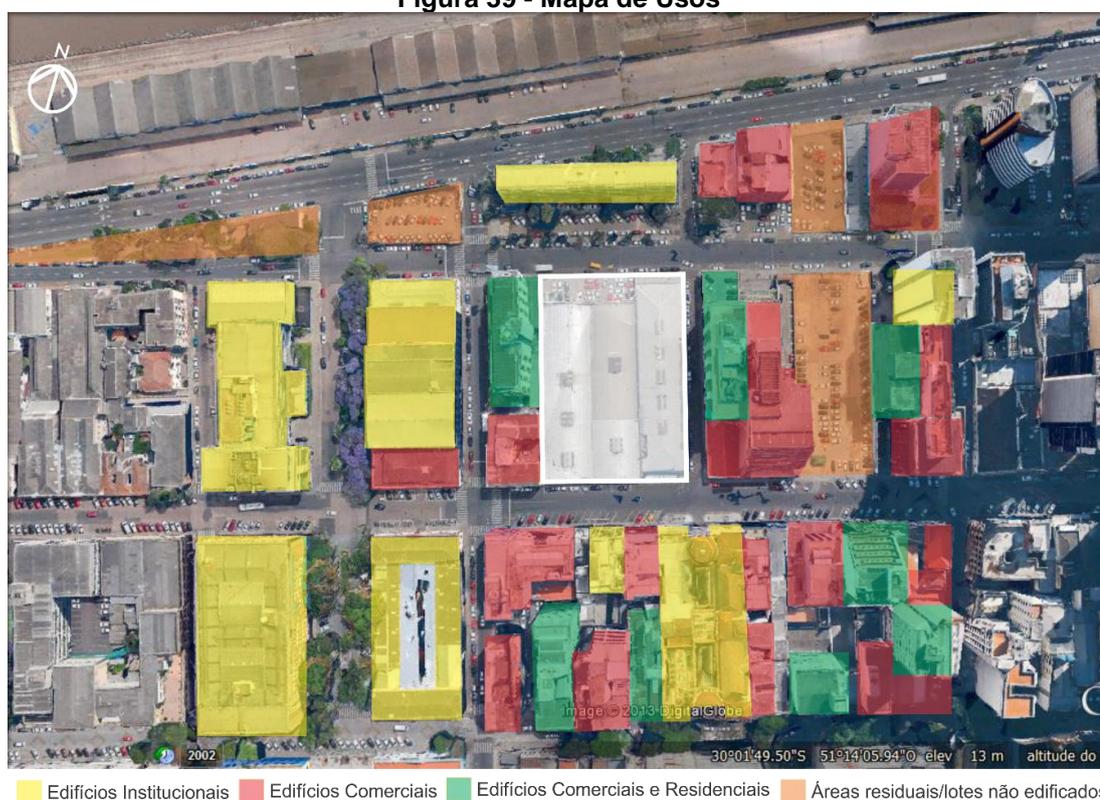
Não foi possível ter acesso a levantamentos topográficos e cadastrais do lote e do seu entorno visto que a Prefeitura Municipal de Porto Alegre não disponibiliza esses dados. Sem informações mais precisas, porém conhecidas as características físicas do local, este trabalho adotará o lote como plano (sem desníveis, cota 0), e seu alinhamento a 4 metros a partir do meio-fio das ruas lindeiras. Ainda nesse sentido, de forma aproximada, as dimensões adotadas para o lote serão de 58 metros de largura por 86 metros de comprimento, totalizando 4.998,00 m<sup>2</sup>.

Isso significa que o lote é capaz de atender as necessidades exigidas para a construção da Casa da Indústria Criativa, a qual se insere a uma área cultural e criativa da cidade, visando ainda a requalificação da paisagem do centro de Porto Alegre, devolvendo aos seus habitantes a vivência da cultura, da inovação e de novas tecnologias.

## 6.5 O ENTORNO

Conforme já citado anteriormente, o lote em estudo está inserido no Centro Histórico de Porto Alegre, em meio a edificações representativas para a cidade. O bairro, possui característica heterogênea, tendo o seu entorno rodeado por edifícios institucionais e de serviços, assim como edifícios que abrigam outras funções ao invés dos quais realmente foram projetados. Essa característica é bem comum em centros históricos de grandes cidades, uma vez que, com o passar dos anos, é preciso dar um novo uso as certas edificações. Um grande exemplo disso é o edifício da Casa de Cultura Mário Quintana, que foi originalmente projetado para ser um hotel (Hotel Majestic) e hoje cumpre a função de Centro Cultural. Conforme o mapa de usos das edificações próximas ao lote (Figura 39), percebe-se que há grande heterogeneidade de funções. Apesar disso, grande parte dos edifícios cumprem a função institucional, diretamente relacionada com a função do projeto pretendido. Destaque para os edifícios da Superintendência do DNIT, da Casa de Cultura Mário Quintana e logo mais a oeste o edifício do Tribunal de Contas do Estado.

**Figura 39 - Mapa de Usos**

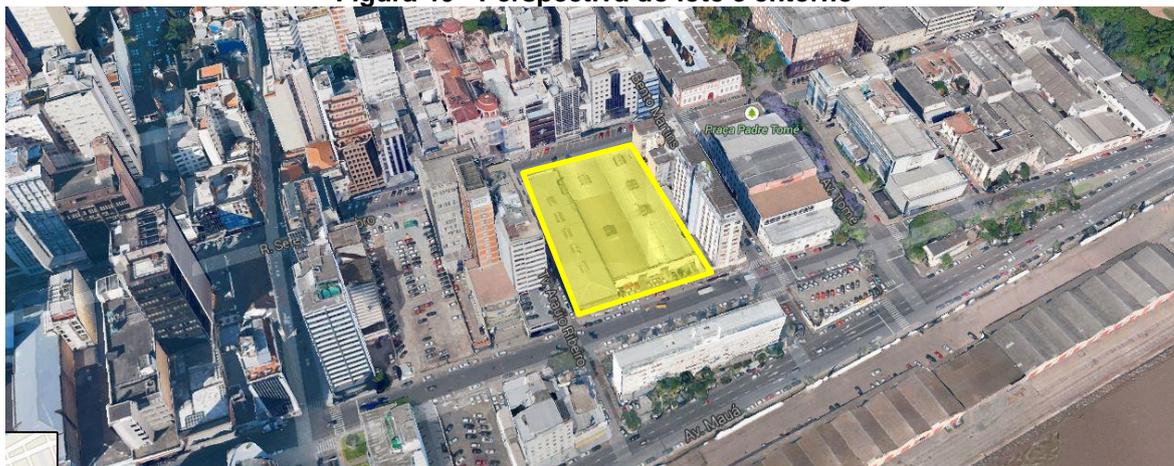


**Fonte: ADAPTADO DE GOOGLE EARTH (2013)**

Outra característica do entorno do lote é o gabarito de altura que os edifícios lindeiros a quadra possuem. Embora alguns edifícios se destaquem em relação à

altura, possuindo até 10 pavimentos, a principal relação de altura que será levada em conta ao projeto pretendido vêm dos edifícios da Superintendência do DNIT e da Casa de Cultura Mário Quintana. Embora um ser representante do período eclético da arquitetura de Porto Alegre, e outro da modernista, percebe-se que há entre ambos uma relação de altura (cerca de 5 pavimentos), conforme a figura 40:

**Figura 40 - Perspectiva do lote e entorno**

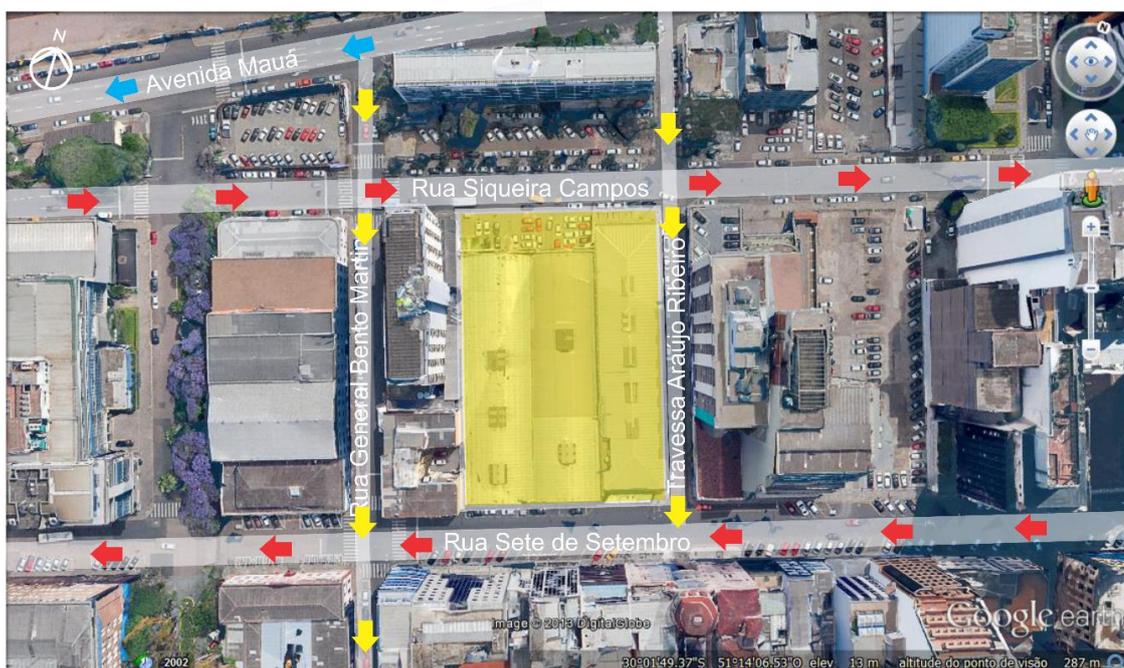


Fonte: ADAPTADO DE GOOGLE MAPS (2013)

## 6.6 FLUXO VIÁRIO

Para melhor entendimento das conexões que abrangem a região do lote, foi verificado os fluxos viários das proximidades pertinentes à intervenção (Figura 41).

**Figura 41 - Esquema do fluxo viário**



**Fonte: ADAPTADO DE GOOGLE EARTH (2013)**

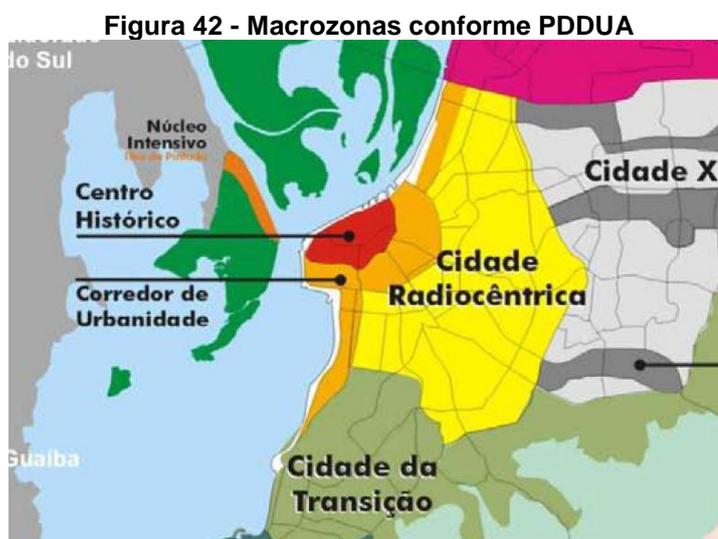
Foi constatado que as vias de maior fluxo de carros são as ruas Sete de Setembro (no sentido Mercado-Gasômetro) e a rua Siqueira Campos (no sentido Gasômetro-Mercado), conectando dois pontos importantes da cidade: o Mercado Público e a região da Estação Rodoviária, que serve como uma rótula da cidade, distribuindo o fluxo em grandes avenidas para as demais regiões; e a região da Usina do Gasômetro, que junto com o aterro da Área Administrativa do Estado encaminham para a zona sul da cidade (Parque Marinha do Brasil, Museu Iberê Camargo, Estádio Beira-rio, Ipanema e bairros adjacentes). Destaca-se também a proximidade do lote com a Avenida Mauá, que junto com a Avenida Presidente Castelo Branco configura um dos principais acessos diretos ao centro da cidade.

Outro ponto importante da área é o grande fluxo de pedestres nas vias, característica de todo o Centro Histórico, no geral. É visto que frequentemente as pessoas se deslocam pela região à pé, e que uma das patologias da área são as más condições dos passeios públicos. Isso implica na readequação destes, visando melhor qualidade paisagística e urbana nesses percursos pertencentes à área de intervenção.

## 6.7 LEGISLAÇÃO VIGENTE E REGIME URBANÍSTICO

Para que se possa obter o melhor aproveitamento do terreno, é necessário que seja conhecida a legislação vigente do município, de modo a respeitar as diretrizes gerais e o regime urbanístico. Desta forma, foi consultado PDDUA (Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano Ambiental de Porto Alegre), através da Lei Complementar Nº 646 de 22 de julho de 2010.

Com base nas características lógicas já apresentadas e no plano citado, o lote escolhido está inscrito no Centro Histórico da cidade de Porto Alegre (Figura 42), onde possui a mesma nomenclatura conforme o PDDUA (2010).



Fonte: PDDUA (2010)

Segundo o PDDUA (2010), a macrozona do Centro Histórico é definido pela área mais antiga de desenvolvimento do território urbano de Porto Alegre onde se desenvolve espaços de serviços diversificados e de interesse cultural.

[...] área de urbanização mais antiga do território do Município, com limites entre o lago Guaíba e o contorno da I Perimetral, desenvolvendo-se como um espaço de diversidade comercial, que contém equipamentos públicos e privados, instituições financeiras, parte da área portuária e concentração de áreas e bens de interesse cultural PDDUA (2010).

Como já citado de anteriormente, é constatado que o PDDUA (2010) também prevê a recuperação da paisagem urbana e dos edifícios históricos que

ociosamente não contribuem para a dinâmica da cidade. Há em vigência, proposto pelo Plano Diretor, o Programa de Incentivo à Recuperação de Prédios Ociosos do Centro Histórico, buscando procedimentos alternativos para a adequação dessas edificações às atuais exigências de habitabilidade, visando ao atendimento da demanda de HIS<sup>7</sup> (Lei Complementar nº 646, de 22 de julho de 2010).

No que tange ainda a região do lote e do Centro Histórico, o Plano Diretor ainda o caracteriza como Macrozona 1 ou Cidade Radiocêntrica (Figura 43), na subclassificação de Área de Interesse Cultural (Mista 02), que: “engloba o território compreendido pelo Centro Histórico e sua extensão até a III Perimetral, constituindo a área mais estruturada do Município, com incentivo à miscigenação e proteção ao patrimônio cultural (PDDUA, 2010)”.

**Figura 43 - Zonas de Uso conforme PDDUA**

CÓDIGO	ZONAS DE USO
01	Área Predominantemente Residencial, Centro Histórico
03	Mista 01
05	Mista 02, Centro Histórico
07	Mista 03, Centro Histórico
09	Mista 04
11	Mista 05
13	Área Predominantemente Produtiva
15.1	Área de Interesse Cultural - Área Predominantemente Residencial
15.3	Área de Interesse Cultural - Mista 01
15.5	Área de Interesse Cultural - Mista 02

**Fonte: PDDUA (2010)**

Nas intenções de revitalização planejadas pelo Plano Diretor do Município (2010), a região é identificada como: “local de origem da cidade e de concentração de grande diversidade de atividades urbanas; deverá ser objeto de plano específico envolvendo a multiplicidade de situações que o caracterizam”. Ou seja, em uma breve análise sobre as subclassificações adotadas pelo PDDUA (2010) da região em qual o lote está inserido, justifica-se a implementação do futuro projeto pretendido, uma vez que o mesmo, além de possuir caráter cultural, dinâmico e múltiplo, irá privilegiar a reconstrução do contexto urbano de parte do Centro Histórico.

Em uma análise mais direta em relação ao lote em estudo, foi constatado, segundo o PDDUA (2010), que, além de se tratar de uma área de interesse cultural,

<sup>7</sup> Habitação de Interesse Social

toda e qualquer intervenção na região deve ser submetida à aprovação do IPHAN<sup>8</sup>. Isso significa que, por essas condições, o projeto pretendido não está condicionado diretamente com as estipulações do Regime Urbanístico do Município. De uma forma menos ampla, o edifício deve seguir o caráter cultural e privilegiar a reconstrução do contexto histórico da região, seguindo um Regime Urbanístico próprio (Figura 44). Ainda segundo o PDDUA (2010), as únicas observações referente à legislação das edificações são:

- O índice de aproveitamento (IA) não deverá ser superior à 2,5;
- Não são permitidas vias com entradas diretas a garagens;
- Não é necessário afastamentos ou recuos de jardim.

Logo, a legislação pertinente não cita em nenhum momento restrições quanto à altura das edificações ou possíveis afastamentos laterais nem valores máximos de taxa de ocupação do lote (TO).

**Figura 44 - Tabela de Índices Construtivos conforme PDDUA**

ÁREA DE OCUPAÇÃO	CÓDIGO	ÍNDICE DE APROVEITAMENTO				QUOTA IDEAL
		IA	SC	TPC	IA MÁXIMO	
INTENSIVA <sup>(1)</sup>	01	1,0	Não	Sim <sup>(4)</sup>	1,5	75m <sup>2</sup>
	02a	1,0	Sim	Sim	1,5	300m <sup>2</sup>
	02b	1,0	Sim	Sim	1,5	150m <sup>2</sup>
	03	1,3	Não	Sim <sup>(4)</sup>	2,0	75m <sup>2</sup>
	04	1,3	Sim	Sim	2,0	150m <sup>2</sup>
	04a	1,3	Sim	Sim	2,0	300m <sup>2</sup>
	05	1,3	Sim	Sim	2,0	75m <sup>2</sup>
	06	1,3	Sim	Sim	2,0	150m <sup>2</sup>
	07	1,3	Sim	Sim	3,0	75m <sup>2</sup>
	09	1,3	Sim	Sim	3,0	75m <sup>2</sup>
	11	1,6	Sim	Sim	3,0	75m <sup>2</sup>
	13	1,6	Sim	Sim	3,0	75m <sup>2</sup>
	15	1,9	Sim	Sim	3,0	75m <sup>2</sup>
	17	1,9	Sim	Sim	3,0	75m <sup>2</sup>
	19	2,4	Sim <sup>(5)</sup>	Sim	3,0	75m <sup>2</sup>
	21	0,65	Sim	Sim	2,0	-
	23	Regime urbanístico próprio a critério do SMGP <sup>(2)</sup>				-
25	Regime urbanístico próprio <sup>(2)</sup>				-	
RAREFEITA	31	0,1	-	-	20.000m <sup>2</sup>	
	33	0,1	-	-	5.000m <sup>2</sup>	
	35	0,2 <sup>(3)</sup>	-	-	2.000m <sup>2</sup>	
	37	0,5	-	-	-	
	39	Regime urbanístico próprio				-
INT / RAR	41	Regime urbanístico próprio definido por Lei Específica				-

Fonte: PDDUA (2010)

<sup>8</sup> Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

## 6.8 CONDICIONANTES CLIMÁTICOS

Conforme as informações de orientação solar e ventos predominantes do lote é possível afirmar que a melhor orientação (norte) corresponde a fachada da rua Siqueira Campos junto com a Travessa Araújo Ribeiro; já a fachada sul se localiza na divisa do lote com demais edifícios. Embora seja extremamente pertinentes essas informações, percebe-se que como o lote está inserido em um contexto de edifícios relativamente altos, pode-se ter problemas de insolação se não respeitado um recuo adequado. O mesmo pode se conferir com a análise dos ventos predominantes, que na região provém de sudeste (SE), já que o entorno edificado vem a influenciar essa característica. Outro ponto a ser levado em consideração é a proximidade do lote com o Lago Guaíba e a influência climática que o mesmo pode exercer.

## 7 PROJETO PRETENDIDO

### 7.1 A INDÚSTRIA CRIATIVA COMO PROGRAMA ARQUITETÔNICO

A intenção deste capítulo é sintetizar todas as informações apresentadas nesta pesquisa a fim de apresentar repertório para a concepção de um programa de necessidades próprio ao projeto pretendido. Além disso, serão apresentados os condicionantes de cada ambiente, sua descrição e especificações mínimas para que o mesmo tenha o desempenho adequado.

Primeiramente, ao retomar as analogias realizadas com o Crown Hall e a instituição *Bauhaus*, concluiu-se que os espaços de convívio assumem o papel de articulador do restante do programa, recebendo grande relevância. O espaço de chegada, de recepção e de encaminhamento às demais áreas do programa passou a desempenhar também o papel de convívio, do encontro e da inspiração.

Os espaços múltiplos proporcionam a interação entres os usuários, assim como a interação dos mesmos com a arquitetura do edifício. Promover a criatividade através da arquitetura vem a ser a estratégia principal do projeto pretendido, assim como a interação entre as áreas abrangidas através do espaço único. Ao analisar o fenômeno das indústrias criativas e o seu importante poder de transformação econômico e social, esta pesquisa selecionou, por ordem de relevância, as áreas que serão atendidas pelo programa de necessidades.

Visto isso, destina-se a estas áreas ambientes e laboratórios próprios que possibilitem a sua produção tecnológica. Esses laboratórios excepcionais necessitam de uma adequada concepção como ambiente, devendo respeitar certos critérios que os tornem funcionais, os quais serão listados a seguir.

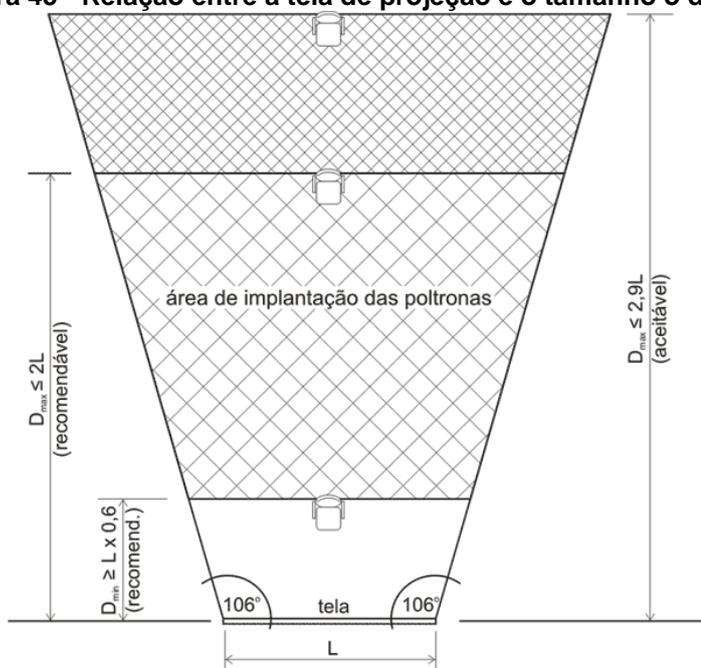
#### 7.1.1 Salas de projeção

Esta seção tem por objetivo determinar as características arquitetônicas básicas para salas de projeções com boa qualidade técnica e conforto dos espectadores de acordo com as características da mídia cinematográfica e da ergonomia. Inicialmente, foi consultada a norma técnica NBR 12237 (Projetos e instalações de salas de projeção cinematográfica), elaborada por pela Associação

Brasileira de Normas Técnicas, ABNT, em 1988. Alguns parâmetros desta norma foram revistos visando à adequação as melhorias resultantes do desenvolvimento da tecnologia cinematográfica, além de explicar outros aspectos de acordo com parâmetros definidos por normas e recomendações técnicas nacionais e internacionais.

Primeiramente, deve-se levar em conta o tamanho da tela de projeção que será projetada, pois esta guiará os demais fatores condicionantes da sala. O ideal é que a tela seja igual ou preferencialmente superior a metade da distância entre a mesma e a última fileira de poltronas (ABC, 2012), conforme a figura 45:

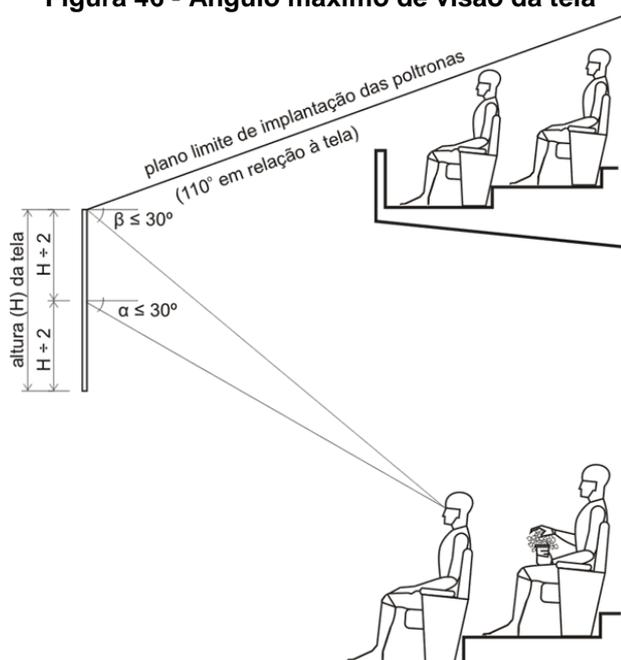
**Figura 45 - Relação entre a tela de projeção e o tamanho o da sala**



**Fonte: ABC (2002)**

A tela de projeção pode ser reta ou curva. Quando curva, o raio deve ser superior a duas vezes a distância entre a tela e a última fileira de cadeiras. As poltronas devem ser implementadas de maneira que a primeira fileira fique preferencialmente distante 60% do tamanho da tela. Também devem ser respeitados os ângulos de visão da tela, que devem ser no máximo 30° ou 45° (ABC, 2002), conforme a figura 46:

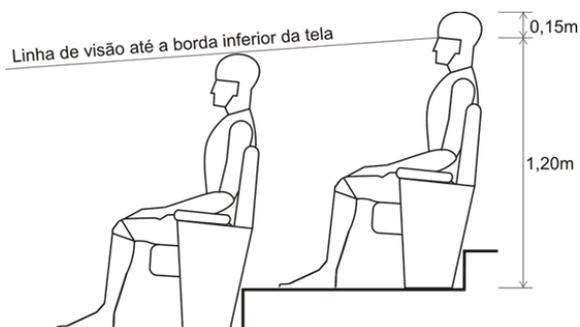
**Figura 46 - Ângulo máximo de visão da tela**



Fonte: ABC (2002)

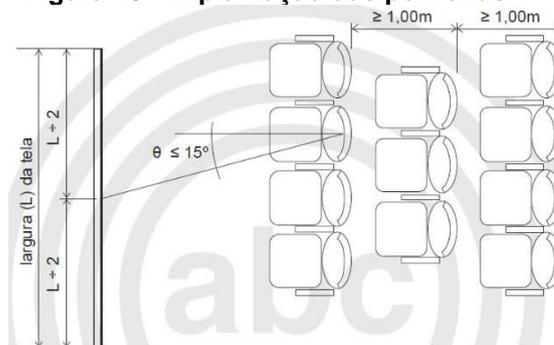
As poltronas devem ser dispostas de modo que formem um escalonamento visual igual ou superior a 15 centímetros (correspondente à distância entre o topo da cabeça e o nível dos olhos), considerando-se uma altura de 1,20m entre o nível dos olhos e o piso (Figura 31). Conforme ABC (2012), as poltronas devem ser intercaladas entre fileiras dispondo-as de modo que num grupo de cinco poltronas quatro formem um retângulo e uma fique no centro. (Figura 47) O espaçamento entre as mesmas, medido da face anterior de um determinado encosto até a face anterior do encosto imediatamente à frente (ou atrás), deve ser igual ou, preferencialmente, superior a 1,00m (Figura 48).

**Figura 47 - Escalonamento das fileiras**



Fonte: ABC (2002)

**Figura 48 - Implantação das poltronas**



Fonte: ABC (2002)

Outro fator importante que implica no escalonamento da plateia é a relação entre ao plano de implantação das poltronas e circulação do público com o feixe de projeção, que deve se manter no mínimo 1,90 metros (ABC, 2002), conforme a figura 49.



Fonte: ABC (2002)

### 7.1.2 Salas de espetáculos

Por definição, teatro é um espaço para ver e auditório é um espaço para ouvir. Define-se como auditório o espaço projetado e equipado para atender à realização de eventos que não envolvam caixa cênica, devendo ser atendidas apenas as necessidades básicas de som e luz (SERRONI *apud* SOLER, 2004), diferentemente do espaço do teatro.

Ambos têm semelhanças e princípios comuns, como aspectos formais, qualidade ambiental e materiais de revestimentos, mas a principal delas é que a plateia mantenha-se em conforto, segurança e que consiga desfrutar plenamente do espetáculo.

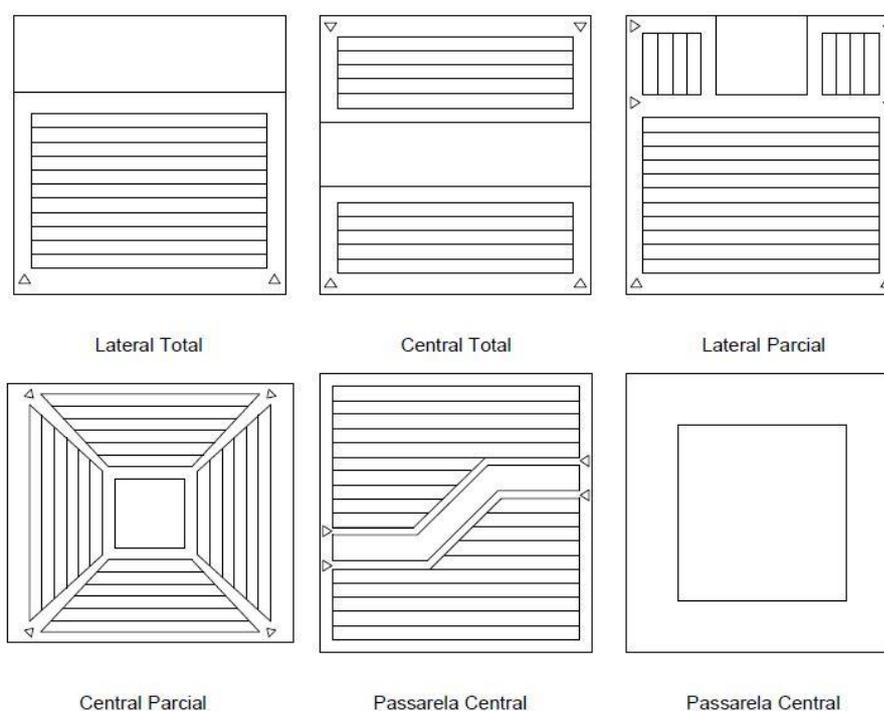
Retomando a analogia feita anteriormente nesta pesquisa, as relações entre a *Bauhaus* e os espaços a serem propostos no projeto pretendido se equivalem também em relação à sala de espetáculos. No início do desenvolvimento da instituição *Bauhaus*, juntamente com o desenvolvimento da arquitetura moderna, Gropius definiu que o teatro não era apenas um local para divertimento, pois o dinamismo da função teatral qualificava criativamente os seus praticantes e expectadores (SOLER, 2004).

Defendia ainda que o teatro deveria atuar como um centro educativo social, cuja arquitetura deve ser concebida em função da arte, onde o público não é apenas espectador, mas participa do espetáculo (GROPIUS, 1975). Gropius (1975)

acreditava que, no ambiente urbano, o teatro tem função de promover o convívio social. Trabalhar a relação do homem com o espaço que o cerca e com os objetos que ele produz foi a preocupação primordial da Bauhaus e esse conceito também norteou o projeto de teatros (LIMA *apud* SOLER, 2004).

Atualmente, na arquitetura contemporânea, são exploradas novas formas de concepção destes ambientes, com requisitos como múltiplo uso dos espaços e novas tecnologias de materiais de construção. Para o projeto pretendido, o grande objetivo projetual de uma sala de espetáculo é fazer com que a plateia e o palco estejam integrados, dentro de um mesmo espaço arquitetônico, possibilitando uma relação de contato direto. Nesse sentido, os chamados teatros múltiplos são caracterizados por essa possibilidade de montagem do palco em diversas posições, proporcionando essa interação ao público (Figura 50). Os equipamentos de cenografia, iluminação e balcões são colocados visíveis aos olhos dos espectadores, distribuídos por toda a extensão do espaço possibilitando liberdade de escolha do local e configuração do palco e plateia a ser instalada.

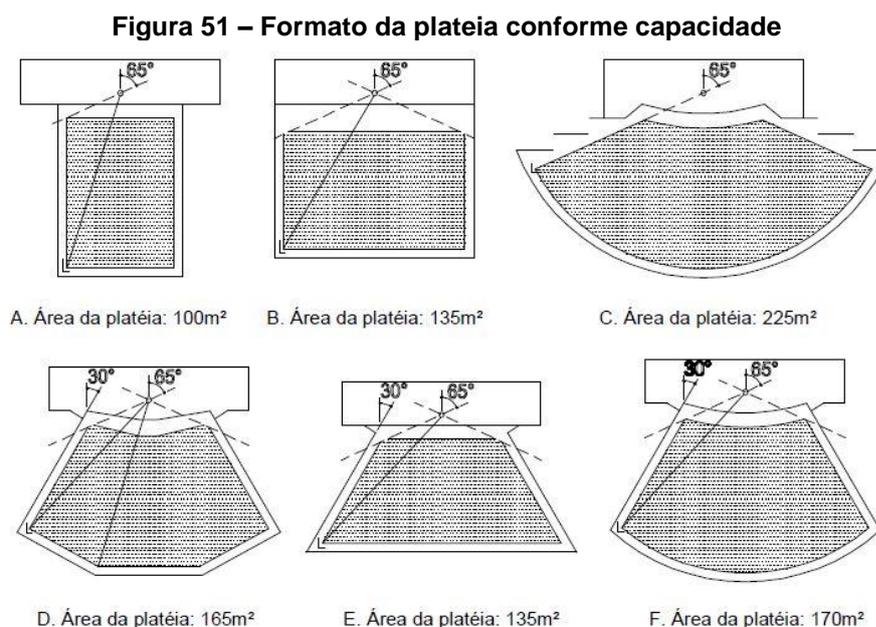
**Figura 50 – Esquemas de montagem do teatro múltiplo**



**Fonte: SOLER (2004)**

O conceito de sala de espetáculo deve sugerir em suas características de projeto, um espaço prazeroso, acolhedor e acima de tudo, cênico e teatral. Para

iniciar o projeto de uma sala de espetáculos, deve primeiramente dimensionar o tamanho da plateia. Conforme Metha (1999), a área de piso da plateia deve ser determinada considerando de  $0,55 \text{ m}^2$  a  $0,70 \text{ m}^2$  por poltrona. A forma do piso da plateia deve ser de acordo com a sua capacidade, sempre respeitando o ângulo máximo de visibilidade, conforme a figura 51:



**Fonte: SOLER (2004)**

A distância máxima entre o palco e a última fileira de poltronas deve ser de acordo com as expressões humanas, conforme a relação estabelecida por Metha (1999): para expressões faciais, distância máxima de 12 metros; para gestos, 20 metros e para gestos corporais maiores, 30 metros.

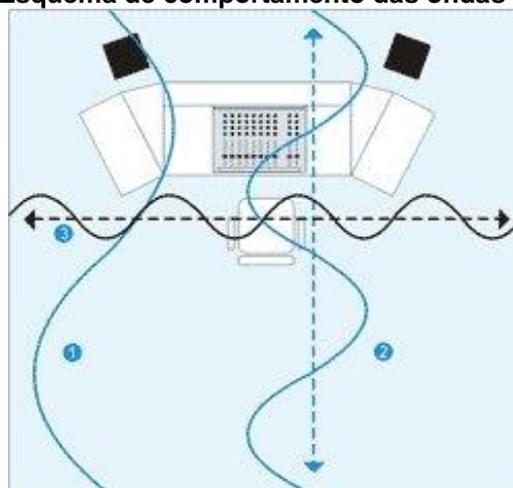
Além disso, deve-se observar o escalonamento da plateia a partir da sua curva de visibilidade, garantindo a boa visão de todas as fileiras ao centro do palco. Junto a isso, deve-se projetar as placas refletoras do teto verificando o comprimento do trajeto dos raios sonoros diretos e refletidos, para que não excedam a diferença de 20 metros entre eles.

### 7.1.3 Estúdio de som

Uma das primeiras condicionantes que devem ser observadas ao projetar um estúdio de som ou de música é o paralelismo entre as superfícies do ambiente.

É sabido que recintos com mesmas dimensões entre paredes, piso e teto tendem a produzir o fenômeno das ondas estacionárias<sup>9</sup>, as quais não são desejáveis para o controle de áudio (Figura 52).

**Figura 52 – Esquema de comportamento das ondas estacionárias**



**Fonte: MUSICENTER (2013)**

Assim, em primeiro lugar, deve-se evitar recintos com distâncias iguais entre paredes e entre piso e teto, uma vez que isto intensifica as ondas estacionárias. Além disso, a maior dimensão, ou o comprimento do estúdio não deve ser mais de quatro vezes maior do que a menor dimensão (diga-se, a altura do teto). Por outro lado, um ambiente muito pequeno poderá tornar difícil o tratamento acústico, já que salas maiores em geral são mais fáceis de ser tratadas acusticamente.

É de conhecimento que a alta sensibilidade dos equipamentos de gravação costuma captar e amplificar certos sons em determinadas frequências que acabam interferindo negativamente nas gravações. Por esse motivo, estúdios de gravações são os ambientes onde o tratamento acústico deve desempenhar seu papel de forma mais eficaz.

## 7.2 PÚBLICO ALVO

Ao avaliar todas as informações já apresentadas nesta Pesquisa, certifica-se que o dispositivo arquitetônico a ser projetado posteriormente, denominado

<sup>9</sup> Ondas estacionárias são um fenômeno acústico conhecido como ondas resultantes da interferência de duas outras ondas sonoras iguais, que se propagam no mesmo meio porem em sentidos contrários (INFOESCOLA, 2013).

“Casa da Indústria Criativa”, desempenhará um papel fundamental como produtor e difusor da produção das indústrias criativas, sendo ela cultural ou tecnológica. Assim sendo, o projeto terá como alvo um público de diversas faixas etárias, em diversos níveis de abrangência.

O primeiro grupo se configura em um público jovem, ligado as produções de âmbito criativo (arquitetura e design, moda, tecnologia da informação, artes cênicas e comunicação social), com caráter tecnológico e inovador. O programa proporcionará desde o primeiro contato deste público com os setores criativos, até espaços para a sua produção plena. A intenção é que os usuários aprendam e pratiquem os ofícios dos setores da criatividade, proporcionando a profissionalização dos mesmos.

O segundo grupo configura-se pelos usuários que frequentarão o edifício a fim de consumir o produto que é produzido pelas áreas criativas a fim de movimentá-lo economicamente. Este grupo estará diretamente relacionado com a área de *coworking* presente no programa de necessidades.

Por fim o último grupo de público alvo se resume aos apreciadores das produções criativas, da tecnologia, inovação e da cultura em geral. O edifício proporcionará diversos métodos de integrar a cultura criativa com seu público, assim como a cultura com a cidade e seu entorno.

### 7.3 PROGRAMA DE NECESSIDADES E PRÉ-DIMENSIONAMENTO

Conforme as informações explanadas durante o desenvolvimento desta pesquisa, esta seção apresentará o programa de necessidades desenvolvido para o projeto pretendido. O mesmo foi concebido a partir das analogias realizadas e com base nos projetos análogos apresentadas anteriormente, podendo sofrer alterações conforme necessário.

O programa de necessidades foi dividido em três grandes áreas: artístico-cultural, educacional e corporativo. O primeiro se destinará à apreciação do que será produzido no edifício, contando com galerias de exposições, sala de espetáculo e de projeções. Proporcionará o contato da população com a produção criativa. O setor educacional será responsável pela qualificação, pesquisa e desenvolvimento das áreas da indústria criativa. Já o corporativo, pela promoção e geração de renda. Junto a isso, somam-se as áreas de administração e de

infraestrutura necessárias para o funcionamento do edifício. Segue abaixo a tabela 3, com o programa de necessidades e o pré-dimensionamento, respectivamente.

**Tabela 3 – Programa de Necessidades e Pré-Dimensionamento**

SETOR	AMBIENTE	DESCRIÇÃO	QUANT.	ÁREA (m <sup>2</sup> )	ÁREA TOTAL (m <sup>2</sup> )
Administrativo	Recepção	Atendimento ao público	1	40,00	40,00
	Espera para recepção	Espaço de espera à ser atendido	1	20,00	20,00
	Sala de reunião	Sala de reunião para 8 pessoas	2	18,00	36,00
	Administração	Atividades administrativas	3	15,00	45,00
	Depósito	Materiais administrativos	1	6,00	6,00
	Sala do zelador	Espaço para zeladoria	1	6,00	6,00
	Copa e Cozinha	Refeições rápidas dos funcionários	2	10,00	20,00
	Sanitários	Uso dos funcionários	1	15,00	15,00
	Vestiários	Higiene dos funcionários	2	30,00	60,00
	Circulação	Circulação entre os ambientes	1	30,00	30,00
					<b>278,00</b>
Educativo	Biblioteca midiática	Deverá permitir atividades diferenciadas	1	120,00	120,00
	Sala de estudo	Sala de estudo padrão	2	40,00	80,00
	Sala de desenho	Laboratório com mesas de desenho	2	40,00	80,00
	Sala de aula flexível	Espaços adaptáveis a diversas atividades	3	40,00	120,00
	Laboratório de informática	Laboratório padrão de informática	2	40,00	80,00
	Estúdio de gravação	Laboratório de produção televisiva	1	60,00	60,00
	Estúdio de som	Gravações de música/teatro	1	50,00	50,00
	Sala de edição	Laboratório de edição imagens	1	40,00	40,00
	Estúdio de rádio	Laboratório de transmissão radiofônica	1	40,00	40,00
	Estúdio de moda	Ateliê de costura e modelagem	1	60,00	60,00
	Sala de coordenação	Estar para funcionários	2	30,00	60,00
	Sanitários para alunos	Conjunto de sanitários	2	15,00	30,00
	Vestiários	Higiene dos funcionários e alunos	2	30,00	60,00
	Sala para Servidor Geral (CPD)	Estação de trabalho informatizada	1	20,00	20,00
	Circulação	Circulação entre os ambientes	1	30,00	30,00
					<b>930,00</b>

<b>Artístico - Cultural</b>	Sala de Espetáculos	Teatro para 250 lugares	1	450,00	450,00
	Foyer	Foyer para recebimento do público	1	45,00	45,00
	Cabine de projeção	Cabine de projeção, som e luz	1	20,00	20,00
	Camarins unissex	Camarins completos	2	30,00	60,00
	Sala de apoio	Depósito para material cênico	1	10,00	10,00
	Sala de ensaios	Ensaio pré apresentações	1	30,00	30,00
	Galeria de exposições	Que sugiram percursos ao usuário	1	100,00	100,00
	Depósito	Depósito para materiais variados	1	30,00	30,00
	Sanitários	Conjunto de sanitários visitantes	2	15,00	30,00
	Circulação	Circulação entre os ambientes	1	30,00	30,00
					<b>805,00</b>
<b>Corporativo</b>	Recepção	Diferenciada, sem espera, articuladora	1	20,00	20,00
	Espaço coffe break	Para lanches, com pequena copa	1	50,00	50,00
	Sala de reunião	Conferências e fóruns - médio porte	2	40,00	80,00
	Sala de coworking	Máxima integração entre os setores	1	60,00	60,00
	Sala multiuso	Flexíveis e combináveis entre si	2	30,00	60,00
	Depósito	Depósito para materiais variados	1	4,00	4,00
	Sanitários	Conjunto de sanitários	2	15,00	30,00
	Circulação	Circulação entre os ambientes	1	30,00	30,00
					<b>334,00</b>
<b>Infraestrutura</b>	Depósito	Materiais de manutenção	1	6,00	6,00
	Área de serviços	Materiais de limpeza	1	10,00	10,00
	Casa de máquinas	Equipamentos e ar condicionado	1	12,00	12,00
	Reservatórios	Inferior e Superior	1	*	*
	Geradores	Geradores de energia	1	8,00	8,00
	Estacionamento	Verificar PDDUA conforme lote	*	*	*
					<b>36,00</b>
<b>ÁREA TOTAL</b>					<b>2.383,00</b>

Fonte: AUTOR (2013)

## 7.4 A ARQUITETURA DA CRIATIVIDADE

A criatividade não é uma característica exclusiva da arquitetura. A ação de criar está em tudo e em todos, não apenas para poucos privilegiados e é tão importante para as descobertas científicas como para a arte. A característica da criatividade é romper continuamente os modelos preestabelecidos, provocando rupturas, representando de uma forma ou de outra, uma nova etapa, uma renovação.

Desde o passado, tem-se associado a criatividade às atividades expressivas, às artes, ao lazer, em oposição às áreas científicas exatas, pois alimentava-se o mito de que a criatividade se manifesta apenas em poucas pessoas, como uma dádiva, um dom. Karl Marx já compreendia que a habilidade criativa provinha do trabalho, do desenvolvimento do intelecto e principalmente da educação.

Para muitos estudiosos do assunto, a criatividade associa-se à liberdade: para sermos criativos não podemos viver numa sociedade conservadora, repressora. A natureza da criatividade é ser mesmo revolucionária e envolve um comprometimento muito sincero entre o eu e suas representações.

A criatividade não é propriedade da imaginação, do inconsciente, da emoção, mas da mente e do corpo como um todo, está presente também na inteligência, na consciência e no raciocínio lógico. Para a ciência tem sido mais fácil alimentar essas oposições. O problema é que muitos ainda continuam acreditando que a lógica da criatividade é oposta ao pensamento lógico, tal como a falsa oposição entre razão e emoção.

Criatividade é a ação de criar, de dar mais vida, inventar, descobrir. Criaram-se muitos mitos em cima da criatividade como, por exemplo: os criativos se emocionam com facilidade e são pessoas normalmente sensíveis; já os lógicos, os racionais, agem exclusivamente através da inteligência, como se não tivessem emoções, ou que os criativos não tivessem razão ou inteligência.

Partindo dessa avaliação dos diversos conceitos sobre a criatividade e seus fatores psicológicos, sociais e principalmente ambientais, percebe-se que é possível proporcionar através da arquitetura ambientes que estimulam a criatividade. Essas intenções vão muito além de propor apenas ambientes lúdicos e criativos pelo seu mobiliário, cor ou efeitos de iluminação. A concepção de um

ambiente criativo deve apresentá-la como sua essência, proporcionando ao usuário uma nova perspectiva de sensações ao usufruí-lo. Um ambiente pode ser criativo pela sua conformação formal, pelo não paralelismo entre as suas superfícies, pelas relações que o mesmo possui com o ambiente externo e principalmente interno. A criatividade pode ser proporcionada desde ambientes que privilegiem a criação solitária até aos que tem a integração dos indivíduos como ponto principal.

Existem espaços que podem ser projetados a fim de acomodar ou condicionar o surgimento de outro, uma outra nova atmosfera. Geralmente, nestes ambientes, onde o local torna-se um espaço com um valor agregado e está associado a percepções, emoções e sentimentos. O espaço projetado pela arquitetura surge em relação ao redor do nosso corpo e com isso não afeta só o “o que somos” mas também o “como estamos” em uma arquitetura.

Os cenários geralmente são associados as produções artísticas que necessitam de uma estrutura física móvel para reproduzir outro ambiente ou outro estado de espírito. Em uma tentativa de explorar um cenário, e não na sua concepção lógica, é possível projetar cenários através da arquitetura, ou seja, o arquiteto tem o poder de decisão de quais sensações ele necessita (ou deseja) submeter os usuários do ambiente. Nesse sentido “emulação” significa justamente a condição pela qual submete-se os indivíduos em um cenário, quando o mesmo se posiciona de forma diferente da sua realidade.

## 7.5 MATERIAIS E TÉCNICAS CONSTRUTIVAS

A fim de selecionar possíveis materiais e técnicas construtivas a serem utilizados no projeto pretendido, foram pesquisados os que cumprissem certas exigências estruturais, tivessem boa eficiência em conforto térmico e acústico, e que apresentassem qualidade estética, agregando valor ao projeto arquitetônico.

### 7.5.1 Estrutura em aço

Um dos condicionantes para a definição do sistema construtivo está relacionado à necessidade de vencer grandes vãos, conformando grandes espaços

livres (Figura 53), ideais para os ambientes de integração, assim como as salas de projeção e a sala de espetáculos.

**Figura 53 - Esquema da estrutura metálica**



**Fonte: CBCA (2013)**

Aliando ao fato do grande apelo tecnológico envolvido no projeto pretendido, faz-se interessante demonstrá-la também na estrutura do edifício. Desse modo estabeleceu-se o uso de um sistema construtivo em aço que, segundo o Centro Brasileiro de Construção em Aço (CBCA, 2013) apresenta características significativas, como:

- a) Liberdade no projeto de arquitetura: a tecnologia do aço confere total liberdade criadora, permitindo a elaboração de projetos arrojados e de expressão arquitetônica marcante.
- b) Maior área útil: as seções dos pilares e vigas de aço são substancialmente mais esbeltas do que as equivalentes em concreto, resultando em melhor aproveitamento do espaço interno e aumento da área útil, fator muito importante principalmente em garagens (CBCA 2013).
- c) Flexibilidade: mostra-se especialmente indicada nos casos onde há necessidade de adaptações, ampliações, reformas e mudança de ocupação de edifícios. Além disso, torna mais fácil a passagem de utilidades como água, ar condicionado, eletricidade, esgoto, telefonia, informática, etc.
- d) Compatibilidade com outros materiais: o sistema construtivo em aço é perfeitamente compatível com qualquer tipo de material de

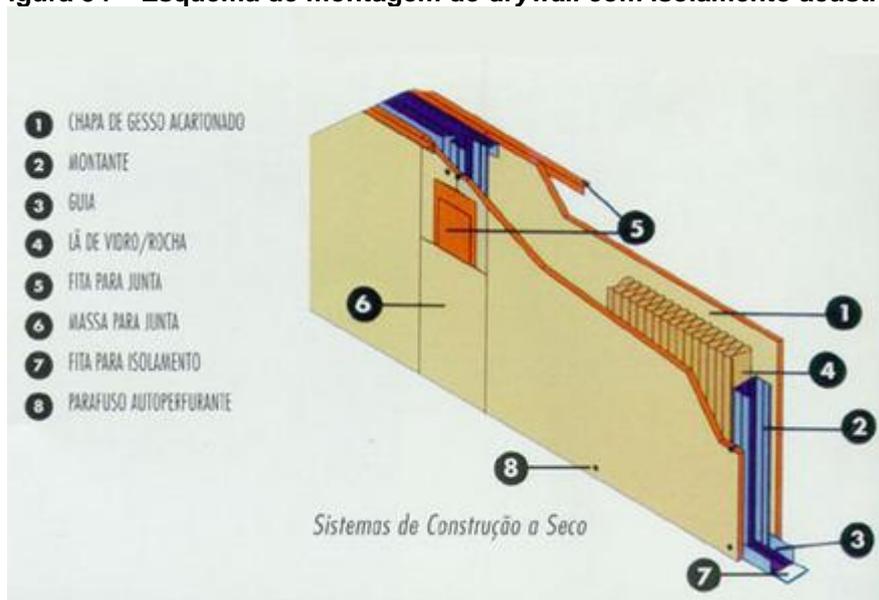
fechamento, tanto vertical como horizontal, admitindo desde os mais convencionais até componentes pré-fabricados (lajes e painéis de concreto, painéis "drywall").

### 7.5.2 Isolamento acústico

Todos os espaços que produzirão elevado nível sonoro deverão receber isolamento acústico, o que também contribui para um bom condicionamento térmico dos mesmo. Para isso, foram pesquisados materiais que garantam o bom condicionamento acústico, a fim de conhecer as suas características, formas de execução e níveis de absorção.

Em uma breve pesquisa pode-se afirmar que as divisórias acústicas, do tipo "drywall", são bastante eficazes, sendo capazes de isolar entre 49 e 56dB, considerando também o uso de lã de vidro (material bastante conhecido pelo poder de absorção sonoro), como mostra a figura 54 (ISOLINE, 2013). A espessura dessas divisórias podem variar dependendo do nível de ruído que as mesmas deverão isolar acusticamente, mas geralmente não possuem espessura menor do que 14 centímetros em ambientes de grande necessidade de isolamento, como teatros, cinemas e salas de projeção (ISOLINE, 2013).

**Figura 54 – Esquema de montagem de drywall com isolamento acústico**



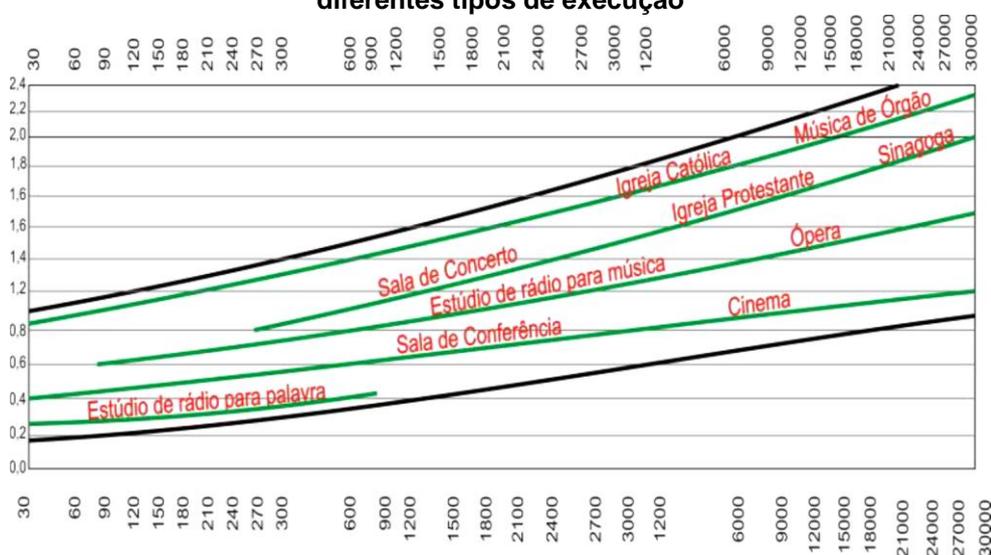
Fonte: ISOLINE (2013)

## 8 NORMAS TÉCNICAS

### 8.1 NBR 12179 – TRATAMENTO ACÚSTICO EM RECINTOS FECHADOS

Esta norma será utilizada para o correto dimensionamento dos espaços, visando alcançar o Tempo de Reverberação (TR) para as salas de aula, para o auditório e para o bar-café. O TR será verificado através da fórmula de Sabine, que considera o volume do recinto e os materiais de revestimento interno do mesmo. O TR ótimo pode ser conferido na figura 55.

**Figura 55 - Relação entre volume do recinto e Tempo de Reverberação indicado para diferentes tipos de execução**



Fonte: NBR 12179 (1992)

Fórmula de Sabine:

$$TR = \frac{0,1608 \cdot V}{\text{absorção total}}$$

Onde:

1,1608= Constante de cálculo.

V= Volume do recinto

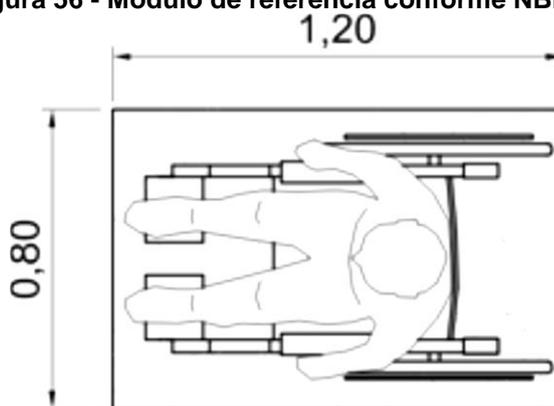
Absorção total ou  $\Sigma A$ = somatório das áreas de absorção multiplicado por seus respectivos coeficiente de absorção em determinada frequência.

## 8.2 NBR 9050 – ACESSIBILIDADE A EDIFICAÇÕES, MOBILIÁRIO, ESPAÇOS E EQUIPAMENTOS URBANOS

Qualquer edificação deve ser projetada permitindo que todas as pessoas, sem exceção, consigam acessar os espaços, visando a inclusão de todas as parcelas presentes na sociedade. Assim sendo, foi analisada a NBR 9050, documento que estabelece as normas para que pessoas de diferentes idades, estatura ou limitação física, possam utilizar de forma segura os espaços e equipamentos urbanos atendendo os padrões universais de acessibilidade<sup>10</sup>.

Um dos aspectos citados na norma em questão e que deve ser levado em conta durante toda a fase de projeto, é o módulo de referência de uma pessoa que utiliza cadeira de rodas, que é a medida de 0,80m por 1,20m de projeção sobre o piso, conforme a Figura 56:

**Figura 56 - Módulo de referência conforme NBR 9050**



**Fonte: NBR 9050 (2004)**

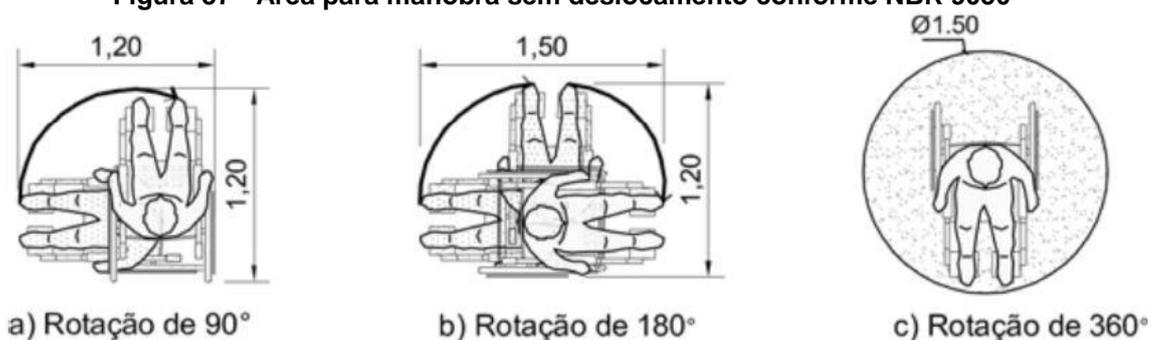
Todos ambientes deverão possuir uma área sem obstáculos para que os cadeirantes possam fazer a manobra com a cadeira de rodas dentro do mesmo de acordo com a rotação estas medidas são (Figura 57):

- para rotação de 90° = 1,20 m x 1,20 m;
- para rotação de 180° = 1,50 m x 1,20 m;
- para rotação de 360° = diâmetro de 1,50 m.

---

<sup>10</sup> Acessibilidade: Possibilidade e condição de alcance, percepção e entendimento para a utilização com segurança e autonomia de edificações, espaço, mobiliário, equipamento urbano e elementos (NBR 9050, 2004).

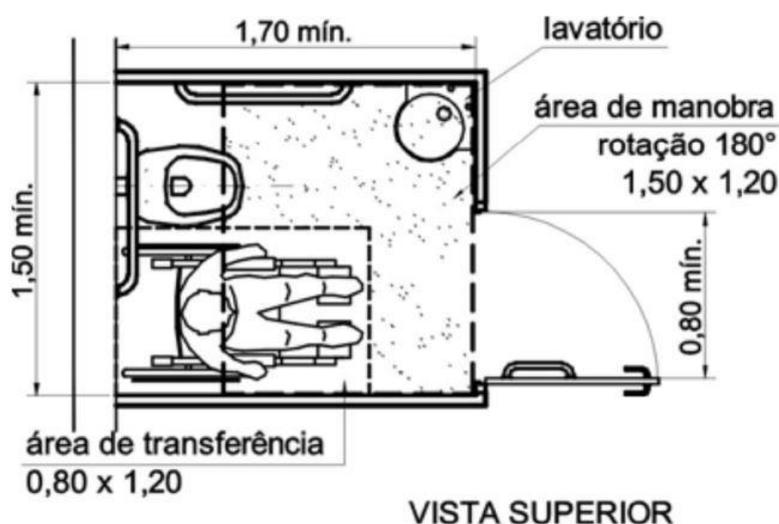
**Figura 57 - Área para manobra sem deslocamento conforme NBR 9050**



Fonte: NBR 9050 (2004)

Os banheiros acessíveis devem garantir as áreas para transferência do cadeirante de forma diagonal, lateral ou perpendicular, bem como uma área de manobra para rotação de 180°, conforme Figura 58:

**Figura 58 - Boxe para bacia sanitária com transferência lateral conforme NBR 9050**



Fonte: NBR 9050 (2004)

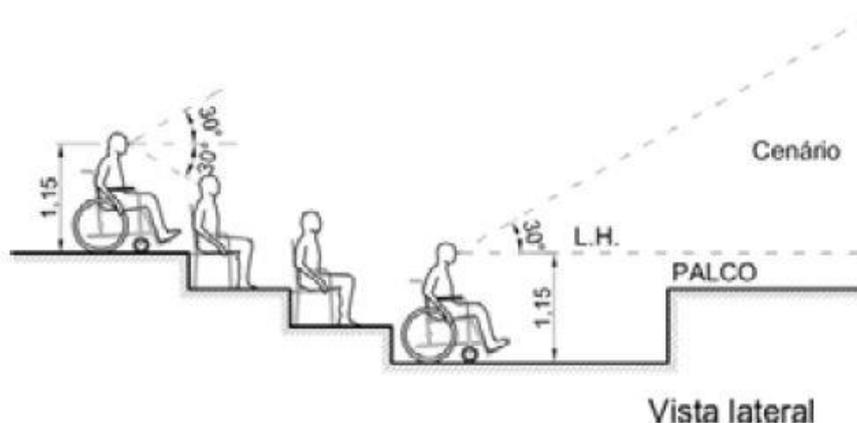
Quando houver a necessidade de rampas para vencer os desníveis, estas deverão ter inclinação de acordo com os limites que a norma estabelece (Figura 59). Ressalta-se que para inclinação entre 6,25% e 8,33% devem ser previstas áreas de descanso nos patamares, a cada 50 metros de percurso.

**Figura 59 - Dimensionamento de rampas conforme NBR 9050**

Inclinação admissível em cada segmento de rampa $i$ %	Desníveis máximos de cada segmento de rampa $h$ m	Número máximo de segmentos de rampa
5,00 (1:20)	1,50	Sem limite
$5,00 (1:20) < i \leq 6,25 (1:16)$	1,00	Sem limite
$6,25 (1:16) < i \leq 8,33 (1:12)$	0,80	15

Fonte: NBR 9050 (2004)

Além disso, a norma será utilizada a fim de estabelecer parâmetros para adequar as curvas de visibilidade (Figura 60) das Salas de Projeção assim como da Sala de Espetáculos.

**Figura 60 - Curva de visibilidade conforme NBR 9050**

Fonte: NBR 9050 (2004)

### 8.3 NBR 9077 – SAÍDA DE EMERGÊNCIA EM EDIFÍCIOS

Foi realizada uma análise a norma de saídas de emergência em edifícios (NBR 9077) de modo a desenvolver o futuro projeto dentro destas especificações. Esta estipula as exigências a fim de que a população possa abandonar uma edificação em caso de incêndio, protegida em sua integridade física e também garantindo fácil acesso de auxílio externo para o combate ao fogo e retirada das pessoas (NBR, 2001).

Através desta norma, foi possível dimensionar as rotas de fuga da edificação. Esse dimensionamento pode ser verificado nas Figuras 61 a 64. O dimensionamento das saídas de emergência será calculado pela seguinte fórmula:

$$N=P/C$$

Onde: N = número de unidades de passagem, arredondado para número inteiro; P = população, conforme estabelecido pela figura 61.

**Figura 61 - Classificação da edificação quanto a suas características**

Classificação	Grupo	Código	Descrição	Exemplos
Ocupação	Educação e cultura física	E-2	Escolas especiais	Escolas de artes e artesanatos, de línguas, de cultura geral, de cultura estrangeira.
	Locais de reunião de público	F-8	Locais para refeições	Restaurantes, lanchonetes, bares, cafés, refeitórios, cantinas e outros.
Altura	Edificação de média altura	M	12m < H < 30m	
Dimensões em planta	Dimensões do maior pavimento: grande pavimento	Q	Sp > 750m <sup>2</sup>	
	Área total: Edificações grandes	V	1500m <sup>2</sup> < St < 5000m <sup>2</sup>	
Características construtivas	Edificação com mediana resistência ao fogo	Y	Edificações com estrutura resistente ao fogo, mas com fácil propagação de fogo entre os pavimentos	Edificações com paredes-cortinas de vidro; edificações com janelas sem peitoris (distância entre vergas e peitoris das aberturas do andar seguinte menor do que 1,00m); lojas com galerias elevadas e vãos abertos e outros.

Fonte: NBR 9077 (2001)

**Figura 62 - Dados para dimensionamentos das saídas**

Ocupação	População	Capacidade da U. de passagem		
		Acessos e descargas	Escadas e rampas	Portas
E-2	Uma pessoa por 1,50m <sup>2</sup> de área*	100	60	100
F-2; F-8	Uma pessoa por m <sup>2</sup> de área**	100	75	100

Fonte: NBR 9077 (2001)

\*Auditórios de escolas classificam-se no grupo F-2.

\*\* Cozinhas e áreas de apoio tem sua ocupação admitida como uma pessoa por 7m<sup>2</sup> de área.

**Figura 63 - Distâncias máximas a serem percorridas**

Tipo da edificação	Sem chuveiros automáticos		Com chuveiros automáticos	
	Saída única	Mais de uma saída	Saída única	Mais de uma saída
Y	10,00m	20,00m	25,00m	35,00m

Fonte: NBR 9077 (2001)

**Figura 64 - Números de saídas e tipos de escadas**

Dimensão	Q (área do pavimento > 750m <sup>2</sup> )	
Altura	M	
Ocupação	Nº	Tipo de escada
E-2	2	EP
F-8	2	EP

Fonte: NBR 9077 (2001)

## 9 CONCLUSÕES

Com as análises realizadas foi possível concluir que, de fato, o fenômeno das indústrias criativas desempenha cada vez mais um papel transformador, tanto nos âmbitos sociais e econômicos das regiões das quais se insere. Valorizar as ações deste movimento significa potencializar o seu poder de modificação e a sua abrangência, colocando a cultura, a tecnologia e a inovação como instrumentos de ensino, capacitação e geração de renda.

A escolha de Porto Alegre como o município sede do empreendimento se mostrou justificável uma vez que a cidade se mostra com um incrível potencial de desenvolvimento da cultura e de novas tecnologias, além de se consagrar com uma das cidade mais criativas do país. Além disso, a estratégia de recuperação da área prevista no Centro Histórico da cidade proporcionará a requalificação da paisagem urbana do região, a partir da inserção de um novo elemento da arquitetura contemporânea.

Concluiu-se também que, embora tratar-se de períodos distintos, foi possível relacionar o projeto pretendido com ícones da arquitetura mundial, onde a relação com o *Crown Hall*, de *Rohe*, tornou-se extremamente referencial à medida da disposição do espaço integrado como uma nova estratégia de aprendizado. Ainda nesse quesito, o referencial da instituição *Bauhaus* mostrou a importância da filosofia institucional adotada, que por si só tornou-se, por assim dizer, o tema do projeto pretendido porém aos moldes da arquitetura modernista da década de 30.

Por fim, ressalta-se a importância da valorização das indústrias criativas e da implementação de um edifício próprio, que além de promover o seu potencial empregador, produtivo e inovador, reúna condições necessárias para estimular a cultura, a inovação e a criatividade na cidade, potencializando ao máximo o seu poder de transformação.

## REFERÊNCIAS

ABC – Associação Brasileira de Cinematografia. **Recomendação Técnica. Arquitetura de Salas de Projeção Cinematográfica.** São Paulo, 2002.

ADDICT – **Creative Industries Portugal.** Portugal, 14 out. 2008. Disponível em <<http://www.addict.pt/pt/quem-somos/addict/>>. Acesso em: 08 ago. 2013.

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento.** Disponível em:

<[http://www.nre.seed.pr.gov.br/umuarama/arquivos/File/educ\\_esp/fil\\_dialetica\\_esc\\_larec.pdf](http://www.nre.seed.pr.gov.br/umuarama/arquivos/File/educ_esp/fil_dialetica_esc_larec.pdf)>. Acesso em: 28 ago. 2013.

ALENCAR F. Augusto. **A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil.** Rio de Janeiro, maio 2008. Sistema FIRJAN. Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, maio 2008.

ARCHDAILY. **OMA Breaks Ground on BMVR Library in Caen.** Disponível em: <<http://www.archdaily.com/401080/oma-breaks-ground-on-bmvr-library-in-caen/>>. Acesso em: 05 out. 2013.

ARCOWEB. **Museu da Imagem e Som, Rio de Janeiro.** Disponível em: <<http://www.arcoweb.com.br/arquitetura/diller-scofidio-renfro-museu-rio-16-03-2011.html>>. Acesso em: 05 out. 2013.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 9050:** Acessibilidade universal. Rio de Janeiro, 2004.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 9077:** Saída de Emergência em edifícios. Rio de Janeiro, 2004.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 12179:** Tratamento acústico em recintos fechados. Rio de Janeiro, 2004.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 12237**: Projetos e instalações de salas de projeção cinematográfica. Rio de Janeiro, 1998.

BENDASSOLINI, Pedro F., WOOD JR. Thomaz, KIRSCHBAUM Charles, CUNHA P. Miguel. **Indústrias Criativas: definição, limites e possibilidades**. São Paulo, 13 nov. 2008. Disponível em:

<[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-75902009000100003](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902009000100003)>. Acesso em: 13 ago. 2013.

BENDASSOLINI, Pedro F; BORGES, Andrade; J Eduardo. Significado do trabalho nas indústrias criativas. **RAE - Revista de Administração de Empresas** [On-line] 2011, 51 (Março-Abril): [Data de consulta: 28 / agosto / 2013] Disponível em:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=155118710003>> Acesso em: 28 ago. 2013.

BICCA, Paulo. Um centro contemporâneo (e histórico). **Zero Hora**, Porto Alegre, 18 maio 2013. Acesso em 18 maio 2013.

BIG – Bjarke Ingels Group. MÉCA, Maison de L’Economie Créative et de La Culture. Disponível em: < <http://www.big.dk/#projects-meca>>. Acesso em: 10 set. 2013.

CARMEL-ARTHUR, Judith. **Bauhaus**. São Paulo: Cosac & Naify Edições. 2001. 80 p.

CARTER, Peter. **Mies Van der Rohe at work**. Londres: 1 ed. 1974. 191 p.

CAVE, Charles. Creativity web. Disponível em: <<http://members.ozemail.com.au/caveman/Creative>>. Acesso em 29 ago. 2013.

CONCURSOS DE PROJETO. Casa Firjan da Indústria Criativa. Disponível em: < <http://concursosdeprojeto.org/2012/10/06/resultado-concurso-nacional-da-casa-firjan-da-industria-criativa/>>. Acesso em: 15 ago. 2013.

DAZA, Ricardo. **Buscando a Mies**. Barcelona, Espanha: Actar Publishers, 2000. 256 p.

DCMS – Department of Culture, Media and Sports of United Kingdom. **Creative Industries Economic Estimates**: Full Statistical Release: Reino Unido, 8 dez. 2011. Disponível em: <[https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/77959/Creative-Industries-Economic-Estimates-Report-2011-update.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/77959/Creative-Industries-Economic-Estimates-Report-2011-update.pdf)>. Acesso em: 09 ago. 2013.

FIRJAN. **Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro, Brasil. Disponível em: <<http://www.firjan.org.br/data/pages/2C908CE9215B0DC401216AFC0AD551E3.htm>>. Acesso em: 05 ago. 2013.

FLORIDA, Richard; **A Ascensão da Classe Criativa – e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade e do cotidiano**. Porto Alegre: L&PM Editores, 2011

GROPIUS, Walter. **Bauhaus: nova arquitetura**. São Paulo: Perspectiva S. A, 1972.

HOWKINS, John; **The Creative Economy – How People Make Money from Ideas**. Londres: Penguin Books, 2007

KANDINSKY, Wassily. **Curso da Bauhaus**. Título original: *Cours du Bauhaus*. Lisboa, Portugal. 2 ed. 1975. 261 p.

LIMA, Carmem Lucia Costa. **Debate sobre indústrias criativas: uma primeira aproximação**. 2004. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2004. Disponível em:<[http://www.desenbahia.ba.gov.br/uploads/0906201110047656Industria\\_Criativa.pdf](http://www.desenbahia.ba.gov.br/uploads/0906201110047656Industria_Criativa.pdf)>. Acesso em 28 ago. 2013.

LIMA, E. F. W. Concepções espaciais: o teatro e a Bauhaus. **O percevejo online**, [Rio de Janeiro], Unirio, 1999. Disponível em <<http://www.unirio.br/opercevejoonline/7/artigos/3/artigo3.htm>>. Acesso em 10 abr. 2004.

MEHTA, M.; JOHNSON, J.; ROCAFORT, J. **Architectural Acoustics**: principles and design. New Jersey: Courier Kendallville Inc., 1999. 446p.

MinC - MINISTÉRIO BRASILEIRO DA CULTURA – Secretaria da Economia Criativa. Brasil, 01 jun. 2012. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/secretaria-da-economia-criativa-sec>>. Acesso em: 08 ago. 2013.

MUSICENTER. **Noções básicas de acústica para estúdios**. Disponível em: <[http://www.music-center.com.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1:acustica-de-estudios&catid=1:acustica&Itemid=5](http://www.music-center.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=1:acustica-de-estudios&catid=1:acustica&Itemid=5)>. Acesso em: 07 out. 2013.

NEGRI, Antonio; LAZZARATO, Maurizio. **O trabalho imaterial**. Disponível em: <<http://copyfight.tk/Acervo/livros/LAZZARATO,%20Maurizio%3B%20NEGRI,%20Anto%CC%82nio.%20Trabalho%20imaterial.pdf>>. Acesso em: 28 ago. 2013.

PDDUA. **Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano Ambiental**. L.C. 434/99, atualizada e compilada até a L.C. 667/11, incluindo a L.C. 646/10. 2010

PMPA. **Prefeitura Municipal de Porto Alegre**. Disponível em: [http://www2.portoalegre.rs.gov.br/portal\\_pmpa\\_novo/](http://www2.portoalegre.rs.gov.br/portal_pmpa_novo/). Acesso em: 10 out. 2013.

RIBEIRO, Sônia Marques Antunes. Bauhaus: uma pedagogia para o design. **Estudo em Design**. Rio de Janeiro, RJ, v. 20, n. 1, p. 1-24. 2012. Disponível em: [http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/estudos\\_em\\_design.php?strSecao=INPUT](http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/estudos_em_design.php?strSecao=INPUT)>. Acesso em: 17 set. 2013.

RODRIGUES, Antonio Jacinto. **A Bauhaus e o Ensino Artístico**. Lisboa: 1 ed. 1989. 229 p.

ROHE, Mies Van Der. **Museu para uma pequena cidade**. Título original: A museum for small city. Publicado na revista Architectural Forum, 78. 1943. Pág. 84-85.

SALES, Emanuel Belisário da Cunha. **Estrutura e espacialidade de Mies Van der Rohe**. 2009. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Arquitetura. Porto Alegre, 2009. Disponível em: < <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/24765>>. Acesso em: 17 set. 2013.

SEC – Secretaria da Economia Criativa. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: planos, diretrizes e ações 2011 a 2014**. 2ª edição revisada. Brasília. 2012.

SILVA, Denise Rejane Mello da. **Economia da cultura e cidades criativas: uma abordagem do centro histórico de Porto Alegre**. 2010. (Graduação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2010.

SISTEMA FIRJAN. **Indústria Criativa – Análise Especial: Rio Grande do Sul**. Rio de Janeiro, maio 2008. Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, jan. 2012.

SOLER, Carolina. **Contribuição ao processo de projeto de auditórios: avaliação e proposta de procedimento**. 2004. Dissertação (Mestrado). Universidade Estadual de Campinas. Faculdade de Engenharia Civil e Arquitetura e Urbanismo. Campinas, 2004. Disponível em: <<http://www.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Arquitetural/Pesquisa/Contribui%E7%E3o%20ao%20processo%20de%20projeto%20de%20auditorios.pdf>>. Acesso em: 05 out. 2013.

UNCTAD – United Nations Conference on Trade and Development. **Creative Economy Report 2010 – Creative Economy: A Feasible Development Option**. UN, 2010

10 ANEXOS

Mapa de localização do lote em arquivo DWG

