



CIEC

CENTRO DE INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO CRIATIVO

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS**  
**FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO**  
TRABALHO FINAL DE GRADUAÇÃO I

**CIEC**

CENTRO DE INOVAÇÃO  
E EMPREENDEDORISMO  
CRIATIVO

**Acadêmica**

Karina Schmidt Nunes

**Orientadora**

Prof.<sup>a</sup> Isabel Salamoni

Pelotas, RS  
novembro/2022

# *agradecimentos*

Agradeço aos meus pais e minha família,  
pelo suporte e ajuda em chegar até aqui;

Às ex-colegas e amigas Andressa e Tanise  
que compartilharam essa trajetória  
comigo e foram essenciais;

À minha orientadora, pelos  
direcionamentos nesse período;

E um agradecimento especial a todos  
que me fortalecem de alguma forma;  
eles sabem quem são.

## resumo

Este trabalho consiste na síntese dos estudos realizados na disciplina de Trabalho Final de Graduação I – Ênfase em Espaços Construídos, do Curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) e se desenvolve em torno da proposta de um Centro de Inovação e Empreendedorismo Criativo, na cidade de Pelotas/RS. A temática das cidades criativas e espaços inovadores tem se tornado cada vez mais importantes, de uma maneira multidisciplinar, uma vez que investir na economia criativa e em espaços que fomentem o desenvolvimento intelectual e tecnológico é explorar uma matéria prima e recurso inesgotável. Assim, o presente trabalho surge na ideia de propor um local que valorize a produção intelectual das mentes criativas na cidade de Pelotas, um ambiente adequado para a inovação e novos negócios em potencial, bem como o desenvolvimento e materialização de ideias e conexões criativas, sejam elas físicas ou imateriais.

### **PALAVRAS CHAVES:**

Economia Criativa, Incubadoras, Empresas,  
Empreendedorismo, Tecnologia, Espaços Colaborativos

# sumário

---

## 01 introdução

contexto	01
criatividade	02
as cidades criativas	03
a economia criativa	04
panorama	06
incubadoras	07
justificativa do tema	08

---

## 02 o local

a cidade	09
a terreno	10
levantamento fotografico	12
análise do entorno	13
legislação	19

---

## 03

### referencial

praça das artes	21
casa firjan	22
faculdade criativa	23
youtube space	24
new academic	25
instituto caldeira	26
estudo de caso	27

---

## 04 o programa

pré dimensionamento	29
o fab lab	31
huddle rooms	32
fluxograma	33

---

## 05 o projeto

34	conceito e estratégias
35	brainstorm projetual
36	fluxos
37	conexões e adjacências
38	processo de projeto
39	zoneamento
42	plantas baixas
46	perspectivas
51	moodboard
52	apontamentos

---

## 06

bibliografia	53
--------------	----

# 01

# Introdução

*“Criatividade é uma faísca  
Pode ser excruciante  
quando estamos esfregando  
duas pedras juntas  
e não conseguindo nada.*

*E pode ser intensamente satisfatório  
quando a chama pega e  
uma nova ideia varre o mundo.”*

**Johan Lehner**

# contexto

## Novas formas de produzir

A dinâmica das mudanças no mundo impactam diretamente a sustentabilidade das organizações. Com isso, as empresas, a cada dia mais, precisam colocar no mercado produtos criativos e inovadores (SOARES, 2010). Para isso, é necessário **repensar o ambiente de trabalho e suas influências**, de modo a propiciar o desenvolvimento desse tipo de atividade.

Os avanços na tecnologia, desenvolvimento dos meios de produção, a globalização, a busca pelo bem estar-social, ocasionaram mudanças no comportamento e na cultura. Além desses, outros fatores passaram a exigir a **necessidade de flexibilidade** no mundo contemporâneo, posicionando o homem em um novo âmbito de trabalho, ocasionando assim, principalmente no começo do século XXI, mudanças significativas no espaço de trabalho e nas formas de produzir.

Para Chiavenato (2008), no passado, as organizações exigiam um comportamento burocrático e repetitivo dos seus colaboradores, e a eficiência se dava apenas em agir de acordo com as regras e processos das empresas. As pessoas **não precisavam pensar e apenas executavam ordens e tarefas repetitivas**. Com as transformações no mundo, foram necessárias rápidas mudanças e adaptações nas organizações.

O que se destaca no atual contexto empresarial é que não basta seguir ordens e repetir processos, faz-se necessário estar sempre mudando seus produtos, serviços, tecnologia, estrutura organizacional e, principalmente, a maneira de agir e pensar das pessoas. Esta mudança de paradigma justifica o **surgimento de um novo modelo de gestão de pessoas que incentiva a criatividade e inovação**.

“Dentre os diversos tipos de espaços contruídos pelo homem, os ambientes destinados ao trabalho foram os que passaram por transformações mais profundas nas últimas décadas. Assim como a indústria, os critérios sofreram uma verdadeira revolução, motivada, em grande parte, pelo advento da informática.” (CALDEIRA, 2005).

Em suma, temos hoje ocupações que demandam mais criatividade e que se afastam cada vez mais do ambiente físico. Basta observar a dinâmica do trabalho remoto, com as vídeo-chamadas, computação em nuvem e outras tecnologias. Nesse sentido, **as empresas começaram a se adaptar e buscar novos métodos para o desenvolvimento da atividade laboral**. Os novos espaços e dinâmicas de trabalho, portanto, buscam além da tecnologia: buscam induzir a colaboração, a criatividade e o rendimento dos seus usuários. São “biosferas que oferecem infraestrutura para execução de diferentes atividades” (SILVA, 2017).

## Panorama do empreendedorismo

Segundo Beni (2006) o empreendedorismo no Brasil ganhou força na década de 1920, com a implantação e o desenvolvimento de mais de 4.000 indústrias que eram subsidiadas e protegidas possuindo autorização do governo. Com a abertura da economia brasileira na década de 1990 o empreendedorismo volta a ser destaque com a implantação do SEBRA (antes CEBRAE), tornando-se cada vez mais efetivo alavancando o desenvolvimento empresarial. De acordo com Dornelas (2003), o movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar mais forma somente na década de 1990, quando entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas.

Podemos entender o empreendedorismo como a capacidade que uma pessoa tem de identificar **problemas e oportunidades**, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade. Pode ser um negócio, um projeto ou mesmo um movimento que gere mudanças reais e impacto no cotidiano das pessoas. Segundo o teórico Joseph Schumpeter, empreendedorismo está **diretamente associado a inovação**. A introdução de um novo bem, a criação de um método de produção ou comercialização e até a abertura de novos mercados, são algumas atividades comuns do empreendedorismo.

De acordo com os recentes levantamentos feitos pelo **SEBRAE** (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e o próprio Governo Federal, o empreendedoris-

mo no Brasil vem crescendo muito nos últimos anos. Só na última década, obteve-se um significativo aumento do número de empreendedores brasileiros nos mais diversos segmentos e atividades econômicas.

Segundo a **GEM** (Global Entrepreneurship Monitor), em uma pesquisa global sobre empreendedorismo realizada pelo Sebrae e pelo IBQP (Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade), são 14 milhões de pessoas pessoas de 18 a 64 anos, ou 9,9% da população adulta, que comandam um negócio do tipo no país. O percentual representa uma alta de 1,2 ponto percentual em relação a 2020. Com isso, o Brasil saiu da 13ª posição no ranking de empreendedorismo mundial para a **7ª colocação**. O total de empreendedores iniciais (com negócios de até 3,5 anos de operação) passou de 32,2 milhões em 2019 para 32,6 milhões em 2020, atingindo a taxa de 23,4% da população adulta.

A importância do empreendedorismo é indiscutível para o desenvolvimento do país, pois **ajuda na geração de novos postos de trabalho formais, criação de produtos e serviços para o mercado, entre outras riquezas**. Atitudes empreendedoras têm o poder de criar bem estar social, especialmente quando visam apresentar soluções para determinados problemas da sociedade. Empreendedores são visionários, responsáveis pela inovação tecnológica que sustenta países em pleno desenvolvimento.

Faz-se necessário o suporte, não somente físico, mas no **âmbito multidisciplinar de apoio ao desenvolvimento** desses empreendedores que crescem exponencialmente no Brasil.

# criatividade

## o que entendemos como ser criativo

Numa perspectiva bastante abrangente, a criatividade pode ser definida como processo mental de **geração de novas idéias** por indivíduos ou grupos. Uma nova ideia pode ser um novo produto, uma nova peça de arte, um novo método ou a solução de um problema. Esta definição tem uma implicação importante, pois, como processo, a criatividade pode ser **estudada, compreendida e aperfeiçoada**, não trata-se portanto de um evento mágico e transcendental como pensava-se antigamente.

“Nós somos todos criativos... aqui no Brasil principalmente. Eu entendo a criatividade como a capacidade de lidar com o imprevisível, lidar com o desconhecido e solucionar ou lidar com o imprevisível de uma forma, que não é uma fórmula... é a capacidade de inventar...” Sternberg e Lubart

De acordo com Cruz (2005), a atividade criativa pode se manifestar no ser humano precocemente, acompanhando-o ao longo de toda a vida, em menores ou maiores proporções dependendo de vários fatores que podem ser esses: pessoais ou contextuais, sendo que, algumas experiências traduzidas em conhecimento conduzem ao argumento de que o ato criador também se constrói através de elementos da realidade que a pessoa conhece ao longo do tempo.

A criatividade é uma propriedade ou característica dos seres humanos que se converteu num valor de câmbio importante na sociedade. Trata-se portanto de uma característica indelével do povo brasileiro, a criatividade pode ser percebida na música, na literatura, na dramaturgia, na dança, no cinema e em todas as formas em que a cultura se manifesta.

Segundo Jairo (2007), a criatividade pode ser desenvolvida, resultante da combinação de vários fatores internos e externos ao indivíduo, como: **Personalidade** – a disposição para correr riscos; **Temperamento** – a capacidade de enfrentar críticas e incompreensão e persistir em seus planos; **Motivação** – o firme desejo de fazer algo diferente, ignorar a multidão e explorar novos caminhos, profundamente e sem restrições; **Habilidades Mentais** – os talentos e as inclinações naturais que definem nossas habilidades de produzir valor.

Além disso, outros fatores são levados em conta no desenvolvimento da criatividade de um indivíduo: a harmonia entre trabalho e suas habilidades intelectuais, competências profissionais, o domínio dos conhecimentos, ambiente de trabalho que estimule a procura de novas ideias, bem como o conhecimento do processo criativo, quais suas etapas, que obstáculos podem bloquear a mente e que técnicas usar para superá-los.

## criatividade x inovação

Inovação e criatividade não são a mesma coisa. Criatividade é pensar coisas novas, **inovação é fazer coisas novas e valiosas**. Inovação é a implementação de um novo ou significativamente melhorado produto (bem ou serviço), processo de trabalho, ou prática de relacionamento entre pessoas, grupos ou organizações. Os conceitos de produto, processo e prática são totalmente genéricos, se aplicando a todos os campos da atividade humana, como indústria, comércio, governo, medicina, engenharia, artes, entretenimento, etc. O termo implementação implica em ação: **só há inovação quando a nova idéia é julgada valiosa e colocada em prática**.

Inovação constitui processo coletivo e colaborativo com base em conhecimento, como afirmam Calle e Silva, autores focados em inovação como fomento para o desenvolvimento social. Desta forma, a inovação se torna uma vantagem competitiva no mercado. Não porque lançou um produto novo para consumo, mas, sim, porque a inovação gerou novos comportamentos coletivos que geraram algum tipo de transformação para o grupo, desta maneira, o grupo se apropria da inovação porque entendeu o seu valor. qual faz parte. Dela, se valem a tecnologia, a ciência, a cultura, e tantos outros pontos fundamentais da vida humana.



Figura 01  
Fonte: Google Imagens  
Adaptado pela autora



# as cidades criativas

“

*“A cidade criativa é um lugar onde as pessoas criam soluções e oportunidades que equilibram tradição e inovação na cidade, ou seja, há inovação, mas sem descartar a tradição. A nostalgia originada pelo passado e o legado da cidade não são amarras da cidade criativa, mas pontos de partida para as mudanças e o progresso” (DEPINÉ, 2021)*

Para Martins (2008), as cidades criativas são aquelas que estimulam talentos, as diversidades e oferecem condições para que se **agregue valor econômico e dê vazão à geração de negócios a partir da criatividade**. Segundo o autor, uma cidade criativa, une várias ferramentas e cria uma política para o desenvolvimento, utilizando o setores culturais e criativos.

De acordo com Jaime Lerner (2009), nem toda cidade é criativa hoje, mas qualquer cidade poderia tornar-se criativa. Esse processo seria baseado na construção de um sonho coletivo, indutor de uma aspiração coletiva e na mobilização de esforços para sua realização. Esse processo incrementaria a qualidade de vida urbana expressa em três conceitos: sustentabilidade, mobilidade e solidariedade.

Outros fatores relevantes seriam: diversidade de idades, rendas, usos, funções e tipologias; **identidade, sentimento de pertencimento, conexão entre a pessoa e seu ambiente urbano**. Segundo o autor, o elemento mais característico sobre uma cidade criativa é o de **integração**. Integração entre lazer e trabalho, entre ambiente natural e ambiente construído, entre áreas e pessoas, entre as camadas do presente e do futuro (através do desenho urbano), na recuperação de áreas marginalizadas (intervenções pontuais e estratégicas, capazes de gerar nova energia e consolidá-la uma “acupuntura urbana”).

O termo acupuntura urbana propagado por Jaime Lerner seu livro de mesmo título, publicado no começo do século XXI, apresenta uma visão mais preocupada com a **humanização da cidade**. Uma visão intimista dos lugares, propondo uma análise que não se restringe a projetos urbanísticos. Um exemplo de acupuntura citada é o Paley Park em Nova Iorque.

Acupuntura urbana portanto se configura como toda e qualquer intervenção de caráter específico, seja de grande ou pequeno porte. “Nem sempre se traduz em obras. Em alguns casos, é a **introdução de um novo costume** que cria condições positivas para a transformação (LERNER, 2013).

*“Um terreno, quando vazio, tem que ser preenchido imediatamente, de preferência com alguma animação. Lerner defende a instalação de estruturas provisórias para consolidar algumas atividades até que surjam novos projetos. A mistura de funções é importante. (LERNER, 2003).*



Figura 02 | Fortaleza  
Fonte: Google Imagens



Figura 03 | Paley Park  
Fonte: Google Imagens



Figura 04 | Av. Paulista  
Fonte: Google Imagens



Figura 05 | Festival Place des Terreaux  
Fonte: Adobe Stock



Os sistemas de classificação para as indústrias criativas podem estar sujeitos a adequações de um país para outro, mas são baseados na classificação feita pela Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento. No caso do Brasil, o último mapeamento da indústria criativa foi feito pela Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN, julho de 2022).

Nesse mesmo documento, entre outras informações, a FIRJAN fez um levantamento detalhado da cadeia produtiva, no qual apresenta quatro categorias ou áreas criativas que agrupam todos os segmentos ligados à indústria criativa. Essas quatro categorias ou áreas criativas são:

**consumo, cultura, mídias e tecnologia, colocando, no caso do consumo, os segmentos: publicidade, arquitetura, design e moda.** Na categoria de cultura, considera os segmentos: expressões culturais, patrimônio e artes, música e artes cênicas. Enquanto que, na categoria mídias, os segmentos editorial e audiovisual.

Por último, na categoria tecnologia, considera os segmentos: pesquisa e desenvolvimento (P&D), biotecnologia e tecnologias da informação e da comunicação (TIC). As atividades que são agrupadas em cada um dos segmentos, assim como as atividades relacionadas a essas e o apoio dos ofertantes são mostradas na figura abaixo:

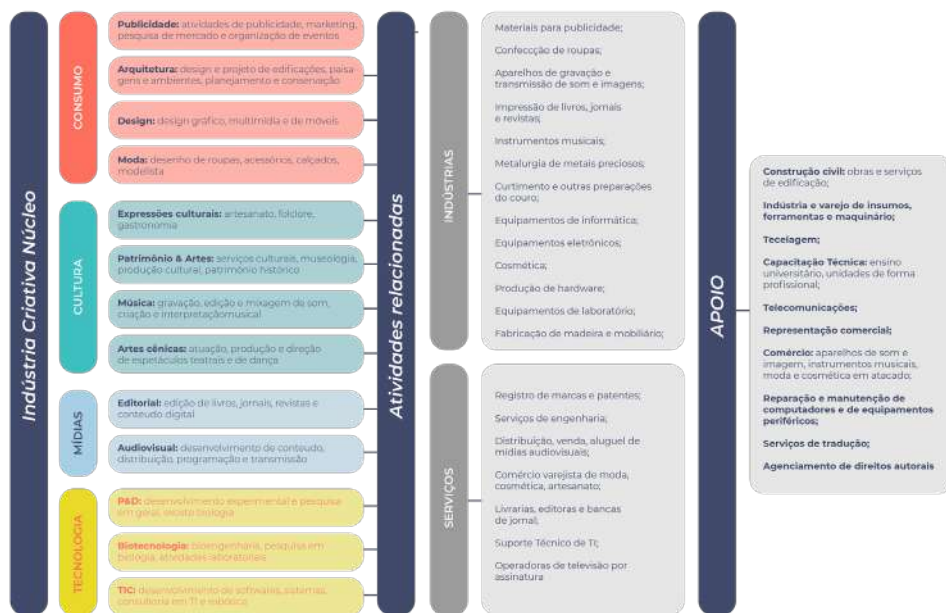


Figura 07  
Fonte: FIRJAN 2022  
Adaptado pela autora

O fluxograma da cadeia da indústria criativa no Brasil (Figura XX), organiza os conceitos acima expostos. O conceito de Indústria Criativa (Núcleo) é definido como aquele que é formado pelas atividades profissionais e/ou econômicas que têm as ideias como insumo principal para geração de valor.

Enquanto que as atividades relacionadas, referem-se aos profissionais e estabelecimentos que provêm diretamente bens e serviços à Indústria Criativa. Esses são representados em grande parte por indústrias, empresas de serviços e profissionais fornecedores de matéria e elementos fundamentais para o funcionamento do núcleo criativo.

O termo apoio refere-se aos ofertantes de bens e serviços de forma indireta à Indústria Criativa.

Assim, segundo a FIRJAN (2022), a indústria criativa formada por todos esses elementos apresenta uma estimativa da participação do PIB Criativo em relação ao PIB Total (2017 - 2022), que passa a ser 2,91%. Como resultado, em 2020, o PIB Criativo totalizou R\$ 217,4 bilhões – valor comparável à produção total do setor de construção civil e superior à produção total do setor extrativista mineral (FIRJAN, 2022). O gráfico abaixo representa o crescimento do PIB da indústria criativa entre os anos de 2004 e 2020, respectivamente, até o último mapeamento realizado:

## PIB Criativo 2020 estimado: R\$ 217,4 Bi

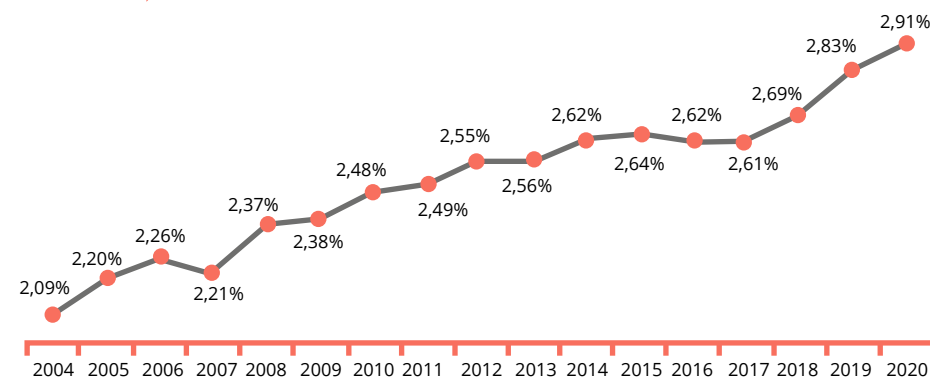


Figura 08  
Fonte: FIRJAN 2022  
Adaptado pela autora

# o panorama

## atual da indústria criativa pós pandemia no Brasil

O último Mapeamento da Indústria Criativa foi escrito em um ambiente cercado de mudanças e incertezas. O mundo enfrentou choque severo e inesperado no início de 2020, com a eclosão da pandemia de Covid-19 - choque do qual ainda não emergimos por completo, e que levou a **profundas mudanças na economia e na sociedade globalmente**, com efeito no curto prazo, no médio prazo e, provavelmente, no longo prazo.

Nessa era em que as engrenagens da economia são menos tangíveis, as transformações tecnológicas e de hábitos são velozes e ações governamentais podem alterar o panorama de diversos setores, a capacidade de adaptação é uma vantagem competitiva dos profissionais criativos. Além de mapear comportamento e lançar tendências, **é o profissional criativo que promove, muitas vezes, a sinergia entre inovação, produção, distribuição e consumo nas mais diversas cadeias produtivas.**

As tendências observadas no número de vínculos empregatícios de cada área e de cada segmento que compõem a Indústria Criativa sugere

claramente, modificações estruturais nas relações de trabalho, não somente dentro das áreas criativas, como também da economia como um todo, - surgem novas formas de interação com os consumidores e novas experiências de criação, formatação e distribuição de produtos, em linha com inovações tecnológicas e mudanças de preferências que foram observadas nos últimos anos.

Em termos práticos, os vínculos nas áreas de **Consumo e Tecnologia crescem a taxas robustas**, enquanto os vínculos nas áreas de Cultura e Mídia apresentam quedas relevantes. Tais movimentos são reflexos diretos da forma como a **digitalização de processos e ascensão de novas tecnologias impactam os modelos operacionais das empresas**, modificando suas estruturas no mercado.

São novos tempos que demandam **flexibilidade e adaptação**, de empregadores e de colaboradores. Quando se consideram os vínculos ocupacionais criativos que mais cresceram no período, fica evidente uma concentração da **expansão nas áreas de Consumo e Tecnologia.**

Segmento	Empregos			Variação %		Composição do Núcleo Criativo		
	2017	2019	2020	2020/2017	2020/2019	2017	2019	2020
Total mercado de trabalho	46.281.590	46.716.492	46.236.176	-0,10%	-1,03%	-	-	-
<b>Núcleo Criativo</b>	837.206	919.010	935.314	11,7%	1,8%	100,0%	100,0%	100,0%
<b>Cultura</b>	64.853	64.423	60.166	-7,2%	-12,1%	7,7%	7,4%	6,4%
Expressões Culturais	28.403	32.958	30.621	7,8%	-7,1%	3,4%	3,6%	3,3%
Artes Cênicas	10.802	9.852	7.930	-26,6%	-19,5%	1,3%	1,1%	0,8%
Música	11.478	11.961	10.369	-9,7%	-13,3%	1,4%	1,3%	1,1%
Patrimônio e Artes	14.170	13.652	11.246	-20,6%	-17,6%	1,7%	1,5%	1,2%
<b>Tecnologia</b>	310.439	338.053	350.330	12,8%	3,6%	37,1%	36,8%	37,5%
TIC	123.415	137.695	146.263	18,5%	6,2%	14,7%	15,0%	15,6%
Tecnologia	31.012	34.880	38.044	22,7%	9,1%	3,7%	3,8%	4,1%
Pesquisa & Desenvolvimento	156.012	165.478	166.023	22,7%	0,3%	18,6%	18,0%	17,8%
<b>Consumo</b>	366.352	419.949	439.517	20,0%	4,7%	43,8%	45,7%	47,0%
Publicidade & Marketing	150.794	199.491	223.497	48,2%	12,0%	18,0%	21,7%	23,9%
Design	76.090	81.666	81.458	7,1%	-0,3%	9,1%	8,9%	8,7%
Arquitetura	94.801	97.317	97.424	2,8%	0,1%	11,3%	10,6%	10,4%
Moda	44.667	41.475	37.138	-16,9	-10,5	5,3%	4,5%	4,0%
<b>Mídia</b>	95.562	92.585	85.301	-10,7%	-7,9%	11,4%	10,1%	9,1%
Editorial	54.678	51.680	46.815	-14,4%	-9,4%	6,5%	5,6%	5,0%
Audiovisual	40.884	40.905	38.486	-5,9%	-5,9%	4,9%	4,5%	4,1%

Figura 09  
Fonte: FIRJAN 2022  
Adaptado pela autora

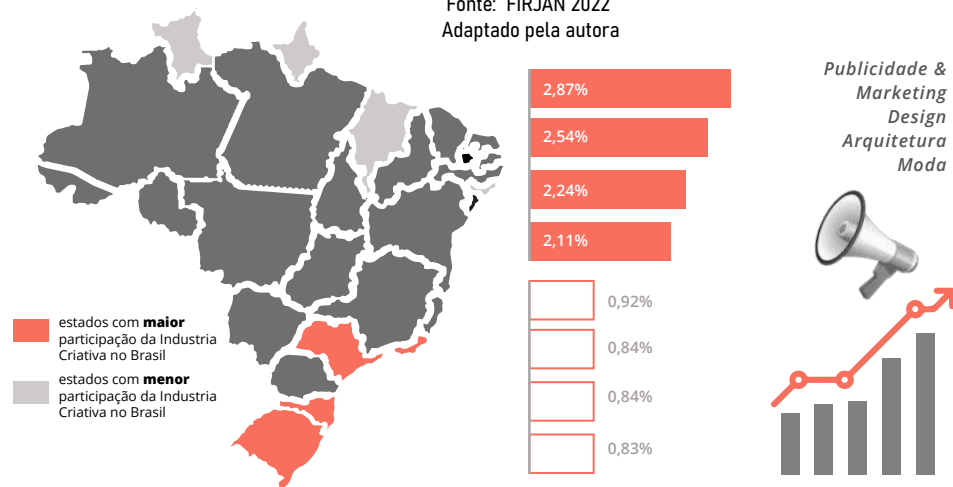


Figura 10  
Fonte: FIRJAN 2022  
Adaptado pela autora

# incubadoras

## de empresas

O termo incubadora é usado em referência ao **aparato hospitalar, que oferece o suporte necessário ao recém nascido**, para que este tenha ajuda nas primeiras semanas de vida quando possui algum problema ou fragilidade. Em outras palavras, uma incubadora, é uma empresa que tem como finalidade a criação e desenvolvimento de pequenas empresas nas suas **primeiras etapas de vida**.

No caso de uma incubadora no ramo criativo e tecnológico, ela abriga empresas com ideias inovadoras que geralmente são frutos de pesquisas científicas e tecnológicas que nasceram dentro do ambiente universitário ou em outros locais.

Estas fornecem um ambiente instigante para que empresas possam se desenvolver, fornecendo assessoria empresarial, contábilística, financeira e jurídica, além de serviços em comum com outras empresas tais como acesso a internet, áreas em comum e salas para diversos tipos de atividades.

As incubadoras podem receber empresas de diversos ramos de pesquisa e desenvolvimento, no projeto em questão, **o nicho de consumo será o enfoque**. Para ser uma empresa incubada, deve-se primeiramente pensar em um esboço de um projeto inovador, definir uma equipe inicial, para que então os profissionais da incubadora possam avaliar o projeto e então divulgar o resultado da aprovação.

*As incubadoras são as pontes de ligação entre o mundo das ideias (universidade) e o mundo da prática (sociedade). Nos próximos itens são justificados esta ponte de ligação e a contextualização do mundo atual e como a partir desse contexto, é fundamentado o papel da incubadora na sociedade.*

O processo pode ser dividido em 4 etapas importantes:

processo de incubação:

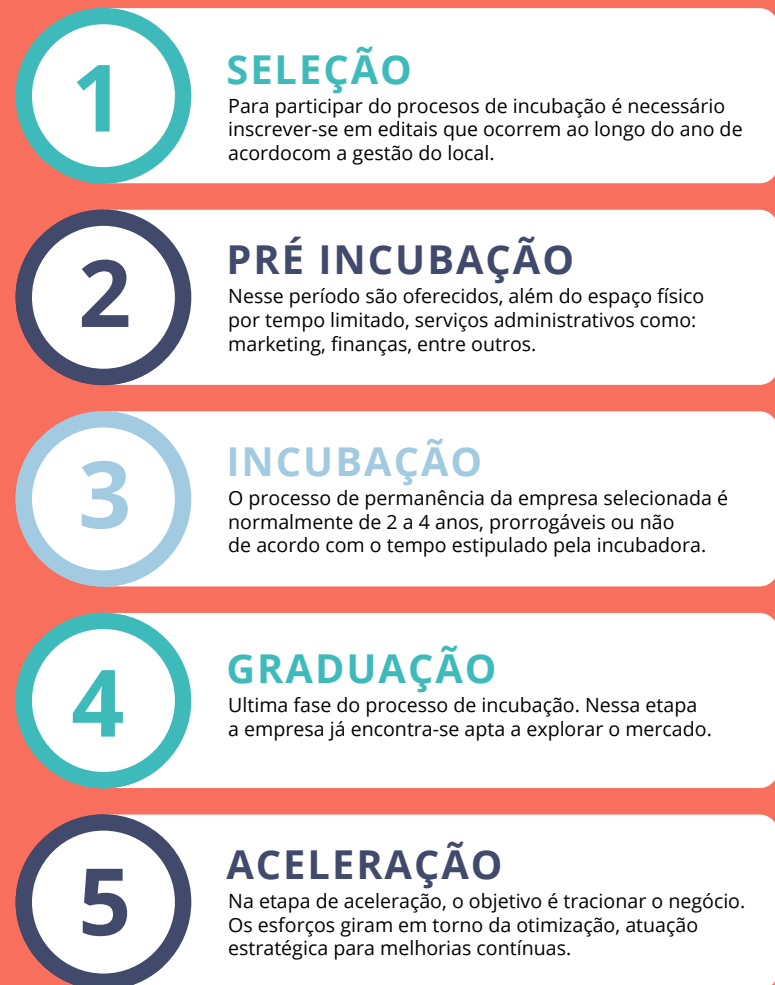


Figura 11  
Fonte: via.ufsc.br  
Adaptado pela autora

# justificativa

## do tema

A economia criativa representa hoje um dos setores que mais rápido cresce no mundo. **Trabalhar com criatividade significa possuir fonte ilimitada de matéria-prima**, uma vez que o que move a sua produção é a capacidade intelectual do indivíduo. O desenvolvimento das cidades está diretamente relacionado com a **capacidade de criação**.

A cidade de Pelotas avança rapidamente com investimentos na cultura, patrimônio e desenvolvimento tecnológico. Com diversos cursos da área criativa, movimenta diariamente estudantes de cidades próximas e outros estados, pessoas que trazem pra cidade novas perspectivas, ideias, olhares curiosos e grande potencial de desenvolvimento criativo e intelectual.

De acordo com os dados levantados anteriormente, a crescente evolução dos bens e serviços de **consumo, bem como o aumento das taxas de vínculos empregatícios no nicho da economia criativa**, se faz pertinente a criação de um centro capaz de proporcionar o apoio e **desenvolvimento desse público**. A proposta visa permitir que a criatividade das pessoas seja explorada e incentivada, que as ideias sirvam como combustível para a inovação. **Favorecer o trabalho em equipes, a colaboração em rede, a troca de conhecimentos e a exploração das ideias (materiais e imateriais)** são alguns dos objetivos do Centro.

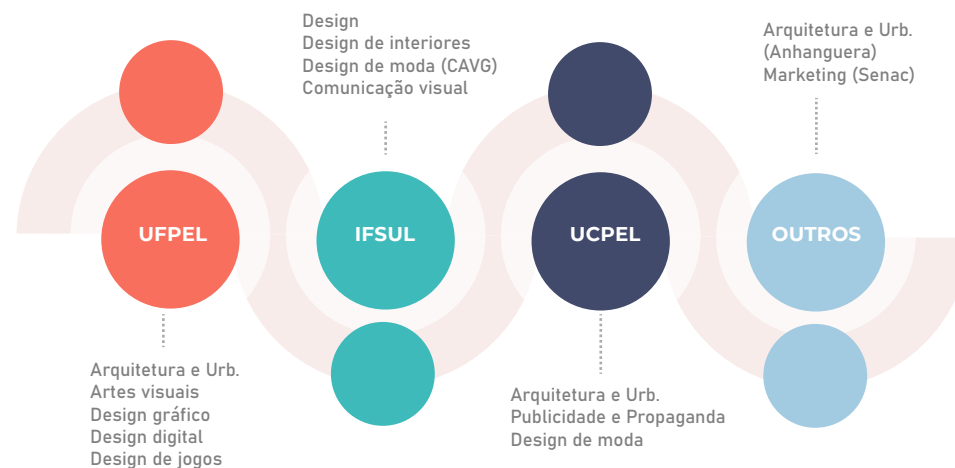
público alvo:



- estudantes/egressos da área criativa
- empreendedores
- startups
- mentes criativas
- investidores
- público em geral

A proposta foi pensada a fim de atender as demandas das pessoas, de maneira geral, envolvidas com atividades vinculadas ao setor criativo e, especificamente aquelas do **segmento de consumo** (ver figura 07).

Atualmente, a cidade de Pelotas conta com cursos da área da indústria criativa na Universidade Federal de Pelotas, na Universidade Católica de Pelotas e o Instituto Federal de Ciência, Educação e Tecnologia (IFSul), que, configuram um grupo de interesse para o Centro - o qual ainda inclui profissionais autônomos e população em geral interessada na área de atuação do projeto e de suas possibilidades. A seguir levantamento dos cursos ativos na área criativa em Pelotas:



02

o

local

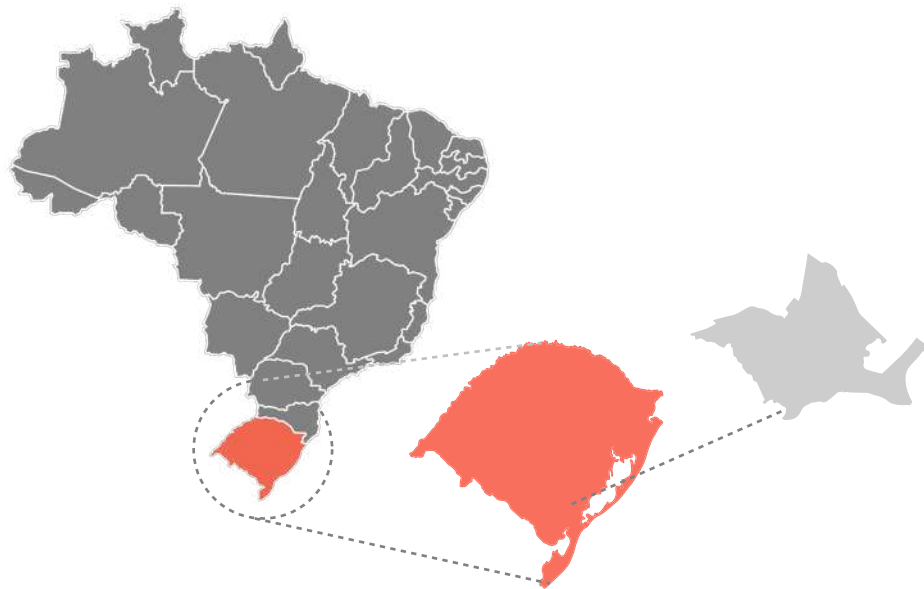
“

*Se você quer que as pessoas trabalhem  
em conjunto de forma eficaz,  
esses achados reforçam a  
necessidade de se criar arquiteturas  
que suportem interações freqüentes,  
físicamente espontâneas”*

*Isaac Kohane*



# a cidade



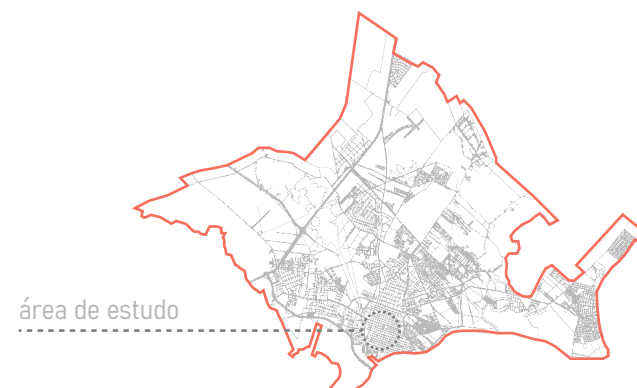
A cidade de Pelotas está localizada no sul do Rio Grande do Sul, às margens do Canal São Gonçalo, que liga as Lagoas dos Patos e Mirim. A cidade é conhecida como a capital gaúcha dos doces, e possui diversas instituições de ensino, tornando-se um **polo educacional**, que atrai pessoas de diferentes regiões do Brasil. A história da cidade é marcada através do charque, que possibilitou a riqueza do local e consequentemente a criação de edificações que representam o passado da cidade, como os casarões no entorno da Praça Coronel Pedro Osório, os teatros e a biblioteca.

Apresenta diversos eventos culturais, como o Mercado das Pulgas e também outros que acontecem anualmente como a fenadoce, na qual é um evento que atrai diferentes pessoas de outras regiões. Através do desenvolvimento da economia da cidade por meio das charqueadas, propiciou-se a construção de imponentes casarões que são de grande importância para o contexto cultural de Pelotas, sendo em 2018, juntamente com os doces pelotenses, considerados Patrimônio Cultural Brasileiro pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN).



Nos dias atuais, a cidade de Pelotas é reconhecida como Polo Universitário, possuindo duas grandes instituições universitárias importantes: a Universidade Federal de Pelotas (UFPEl) e a Universidade Católica de Pelotas (UCPel), além de outras de menor porte como Anhanguera e SENAC. Este fato contribui para a grande concentração de estudantes universitários na cidade, formado em parte por estudantes que vem de diversas outras localidades do país para estudar em Pelotas.

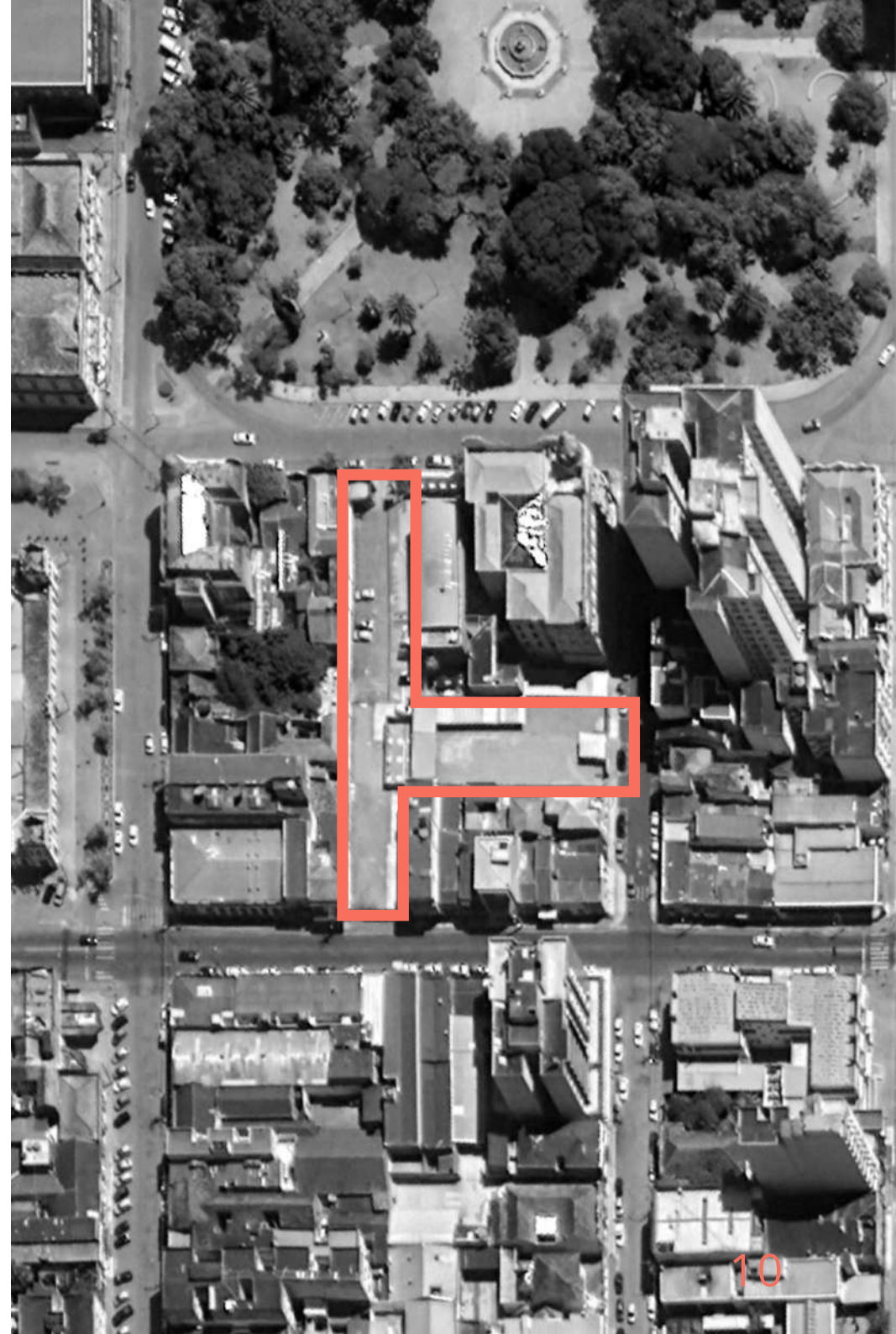
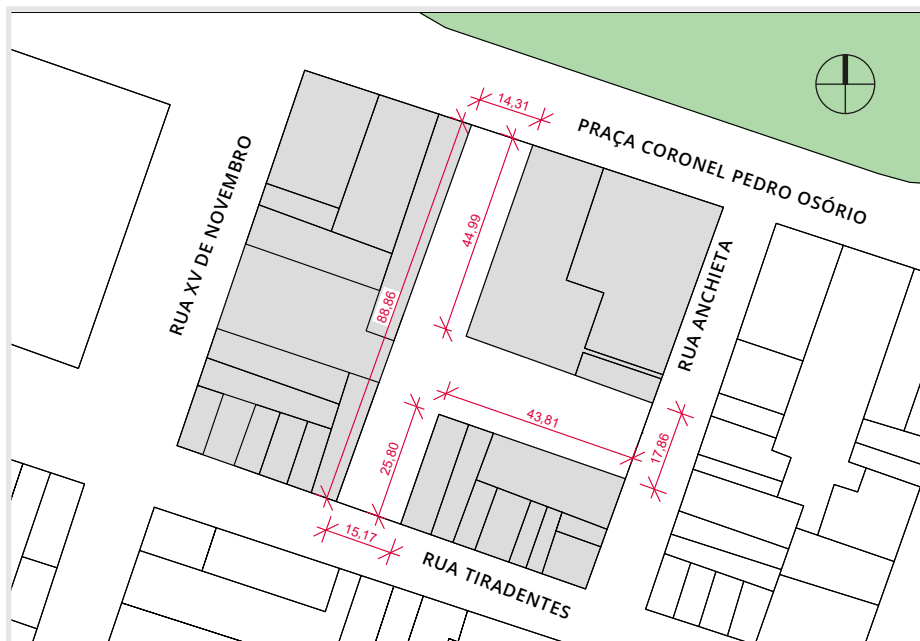
A área de estudo escolhida para este trabalho localiza-se no coração da cidade. Uma região de intenso fluxo, densidade de atividades concomitantes, próxima da rota de estudantes e demais pessoas frequentadoras do centro da cidade. Um local democrático e tangível por todas as pessoas sejam estes estudantes, trabalhadores, autônomos, frequentadores do centro da cidade em geral. **Este foi um fato decisivo para a escolha do terreno, visto o tema e para quem ele se destina.**



# o terreno

Foi escolhida a área do centro histórico para intervenção, por ser uma região de **fluxo intenso de pessoas, estudantes comerciantes, turistas e trabalhadores**. As terras correspondentes à Praça Coronel Pedro Osório e seu entorno foram cedidas por Maria Eufrásia da Silveira em 1812, perencentes ao segundo loteamento da cidade (GUTERREZ, 2004). A praça, ao longo dos anos, mudou o nome e sua importância para a cidade. No local onde se faziam castigos públicos e vendas de escravos, construiu-se um chafariz para abastecer a cidade, tornando-se um dos locais de lazer pela população.

No ano de 2003, a cidade foi selecionada pelo programa Monumenta (Programa de Restauração do Patrimônio Cultural e Urbano Brasileiro), o qual permitiu a restauração dos edifícios pertencentes ao centro histórico. Assim, **esse espaço passou a ser caracterizado como local de encontros, eventos e vida social na cidade de Pelotas**. Considerado a importância dessa região para a cidade, foi escolhida uma área que hoje está subutilizada e que possui grande capacidade de **conexões criativas e trocas no centro urbano**, possibilitando a criação desse espaço de integratividade.



# conexões

Devido o conceito de criar um espaço integrativo, baseado nas conexões criativas, optou-se por trabalhar o Centro com acesso a 3 facas diferentes: pela Praça Coronel Pedro Osório, pela rua Tiradentes e pela rua Anchieta. Forma-se, portanto, uma ocupação em "T" no meio da quadra.



*Colagem acesso Praça Coronel Pedro Osório*

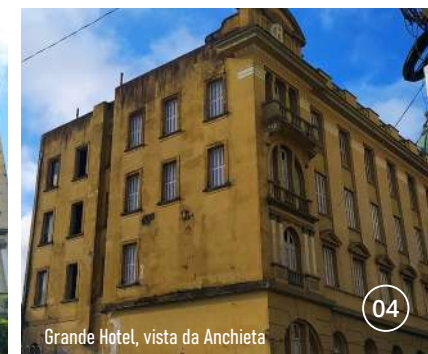
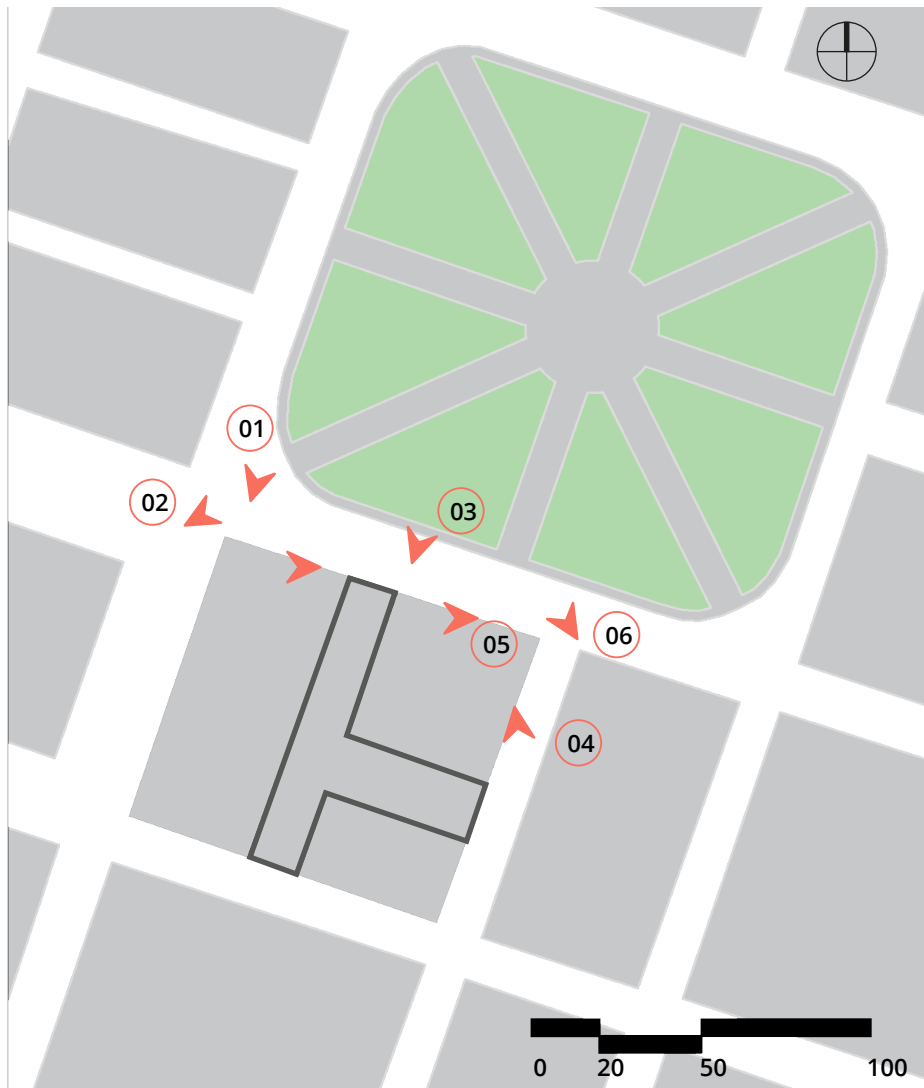


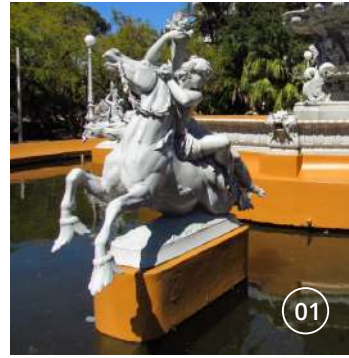
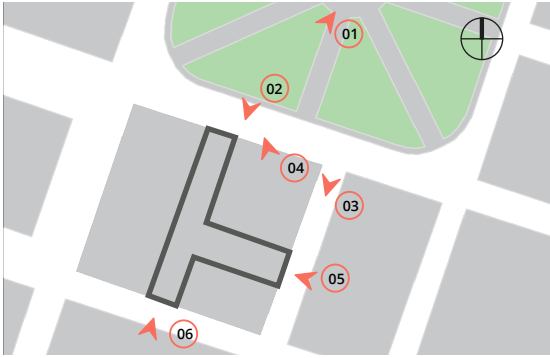
*Colagem acesso Tiradentes*



*Colagem acesso Anchieta*

# levantamento fotográfico





Vista acesso Terreno pela Praça C. Pedro Usorio



Vista rua Anchieta



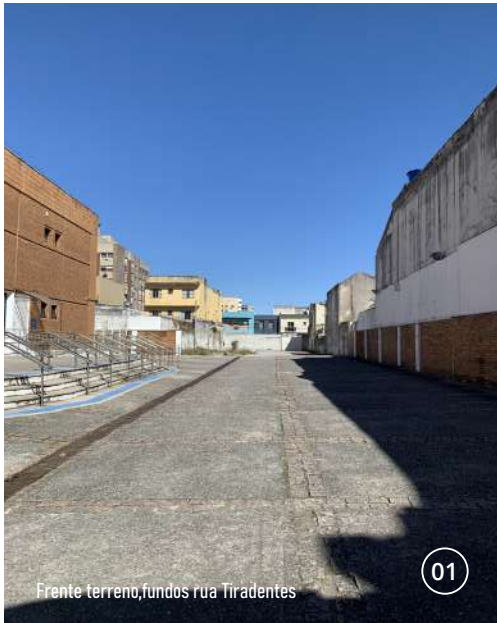
Vista acesso Terreno pela Anchieta



Praça. Coronel Pedro Usorio



Vista acesso Terreno pela Tiradentes



01  
Frente terreno, fundos rua Tiradentes



02  
Frente terreno, fundos Praça Coronel Pedro Osório



01  
Vista panorâmica do Terreno



02  
Vista panorâmica do Terreno



03  
Fachada inventariada, vista pelo terreno



03  
Vista panorâmica do Terreno



04  
Guarita banco Itau



04  
Vista panorâmica do Terreno

# face de quadra



Face de quadra Praça Coronel Pedro Osório

## COLORIZAÇÃO FACHADAS:

#bdb3a0

#6f473f

#7c8fa1

#de9e73

#f4f4f4

#ded5ae



Face de quadra Rua Tiradentes

#d36319

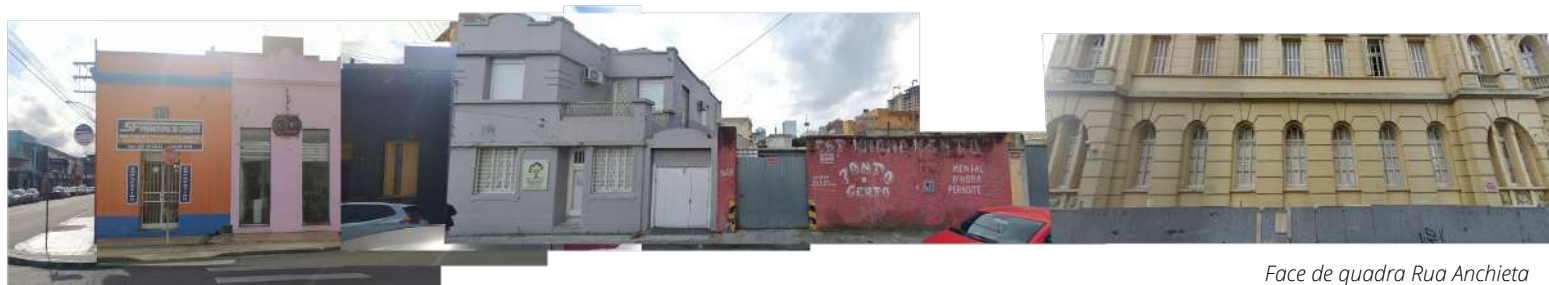
#3e403f

#ecd086

#eceed6

#2bb899

#766f28



Face de quadra Rua Anchieta

#ded5ae

#8c4f56

#9099a2

#a59299

#9c6849

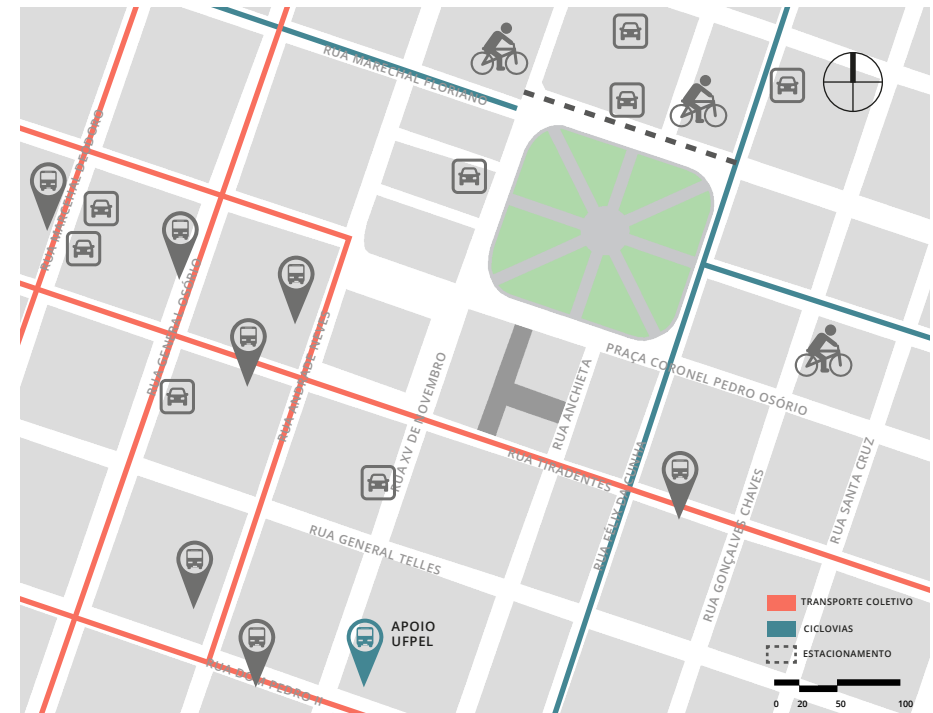
#2a4875

# análise do entorno



## hierarquia viária

O terreno será explorado a partir de três fachadas ativas e com três acessos. Esses acessos se darão por uma rua coletora (Rua Tiradentes) que apresenta maior fluxo de automóveis, e por três ruas locais, as quais possuem maior fluxo de pedestres por ser uma área no centro histórico. A partir dessa análise pretende-se **explorar o fluxo do usuário** de modo que a edificação seja permeável e crie novas rotas pelo interior da área contruída.

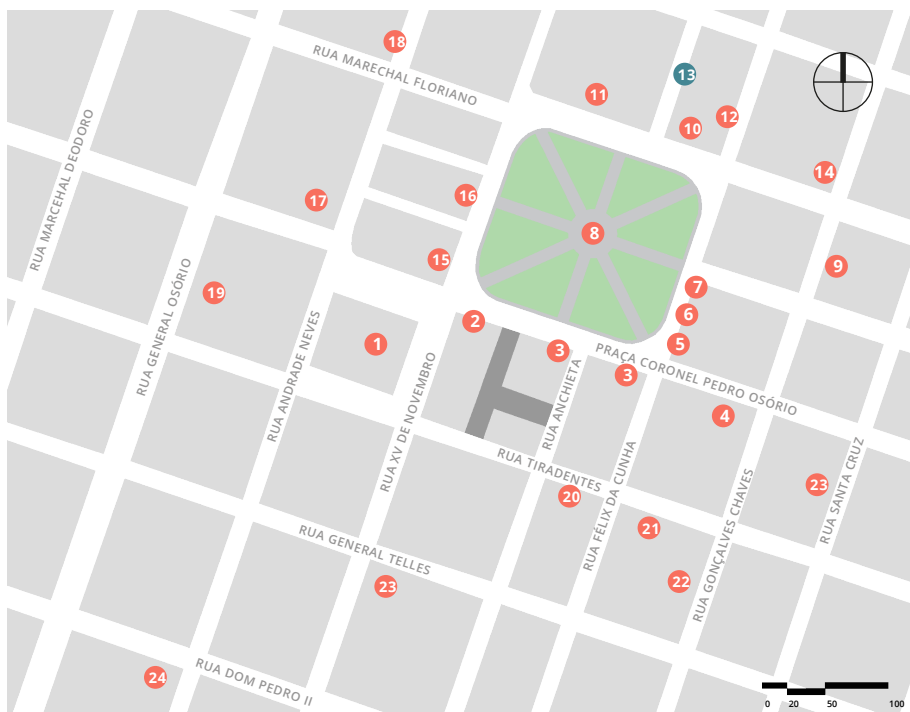


## transporte coletivo, ciclovias e estacionamento

A região é atendida por diversas linhas de transporte coletivo, incluindo o transporte de apoio da UFPel (situado na rua XV de Novembro esquina Dom Pedro II). As ruas General Osório, Marechal Deodoro e Andrade Neves concentram maior fluxo de pessoas por serem pontos de chegada e partida de linhas para os bairros. Além desses pontos, encontra-se na rua Tiradentes eq. Andrade Neves a parada do ônibus **Interbairros**, a qual circula por toda a cidade e facilita o acesso da população de qualquer bairro e localidade o acesso ao Centro proposto. Também destaca-se no mapa o grande número de estacionamentos privados no entorno do centro, além do estacionamento rotativo na rua Praça Coronel Pedro Osório.



- |                           |                               |                         |                           |
|---------------------------|-------------------------------|-------------------------|---------------------------|
| 1. Mercado Central        | 7. Casarão 08 (Museu do Doce) | 13. Sebrae Pelotas      | 19. Prepara Cursos        |
| 2. Secretaria de Finanças | 8. Praça Coronel Pedro Osório | 14. Unicesumar          | 20. Correio               |
| 3. Grande Hotel (UFPel)   | 9. Faculdade Senac            | 15. Prefeitura          | 21. UFPel (Campus Salís)  |
| 4. Teatro Guarany         | 10. Clube Caixaerial          | 16. Biblioteca Pública  | 22. UFPel (Campus Odonto) |
| 5. Casarão 02 (Secult)    | 11. Teatro Sete de Abril      | 17. Mercosul            | 23. Igreja Cabeluda       |
| 6. Casarão 06             | 12. Diade Cafe                | 18. Calçadão (comércio) | 24. Senac                 |



### pontos atrativos

O terreno se localiza no centro histórico de Pelotas, uma região que possui diversos atrativos consolidados na cidade. A decisão portanto de implementar o edifício nessa região tem como objetivo **aproveitar esse fluxo de pessoas que já transitam e já possuem atividades corriqueiras e cotidianas no seu dia-a-dia**, inserindo o programa na rotina desses usuários e possibilitando esse espaço de troca.



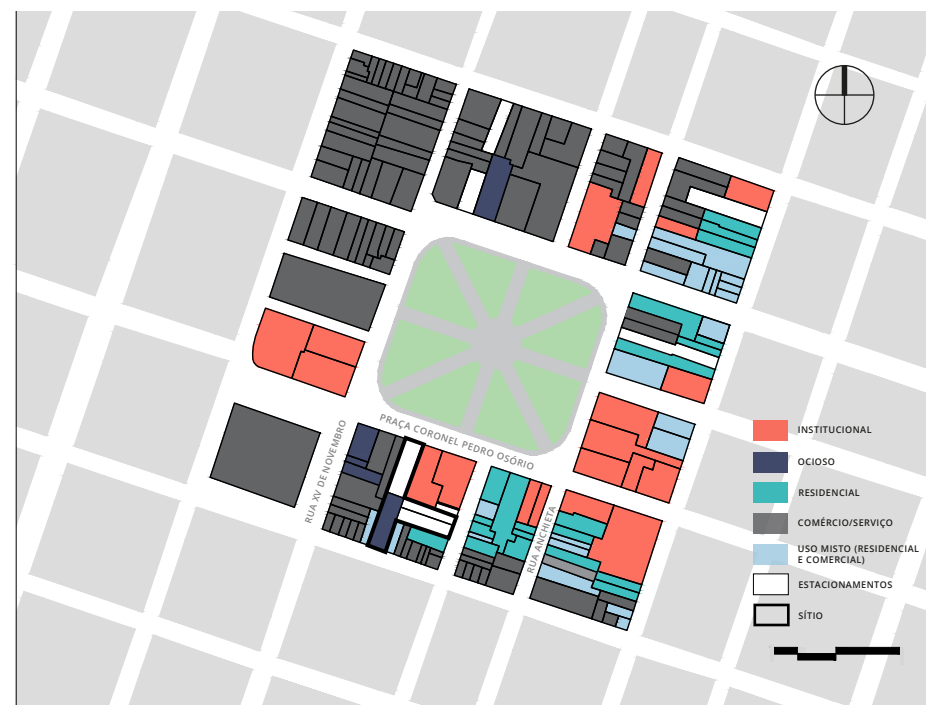
### zonas potenciais criativas

Pensando na concentração de possíveis zonas criativas na cidade, um dos fatores determinantes também para a escolha do terreno foi um local que pudesse conectar de **forma acessível todas essas áreas onde concentram-se mentes criativas**, estudantes, pessoas que buscam por inovação e desenvolvimento intelectual.



### construções existentes

Propõe-se a remoção das edificações apresentadas na figura acima, considerando que pretende-se a renovação da área de modo a facilitar a apropriação de uso público. Segundo publicação do DOU 2018, o IPHAN recomenda a revitalização da região considerando a **valorização do patrimônio histórico da área**. Portanto, remove-se assim a edificação do lote 1615, hoje sendo usado para estacionamento, devido sua baixa relevância arquitetônica e tendo demais estacionamentos no entorno. Propõe-se também a remoção da guarita do banco ITAÚ e a fachada do lote 2608 situado na rua Tiradentes. Mantem-se por tando devido sua relevância histórica a fachada inventariada e o banco ITAÚ.



### uso do solo

A figura acima apresenta os usos do solo no entorno da praça, sendo caracterizado por edificações **em maioria de uso comercial** devido a proximidade com o centro comercial de Pelotas. A área também apresenta algumas edificações de uso residencial (unifamiliar e multifamiliar) e de uso institucional (usos da UFPel, Prefeitura Municipal e culturais, entre outros). Os lotes que estão em situação de abandono ou desocupados também foram marcados, salientando para a área escolhida de intervenção, que possui maior parte do solo em uso ou utilizada como estacionamento.



### altura edificações lindeiras

Com a análise da altura das edificações próximas ao lote, percebe-se os possíveis sombreamentos, principalmente advindas da esquina da rua Anchieta com Praça Coronel Pedro Osório.

### PLANO DIRETOR DE PELOTAS

ART 152 - O regime urbanístico na Área Especial de Interesse do Ambiente Cultural ZPPC observa os seguintes dispositivos:

- i - altura máxima de 10,00 (dez metros);
- CLX- Taxa de ocupação de 70% (setenta por cento);
- CLXI- Isenção de recuos de ajardinamento e laterais;
- CLXII- Recuo de fundos de no mínimo 3m (três metros).

§ 1º. Dentro da AEIAC – ZPPC, para a área correspondente ao Primeiro e Segundo Loteamentos, será permitida a ocupação de 100% (cem por cento) até a altura de 4,00m (quatro metros), mantendo-se a taxa de ocupação de 70% (setenta por cento) a partir dessa altura.

### INVENTÁRIO DO PATRIMÔNIO CULTURAL DE PELOTAS - LEI Nº 4.568/2000

Edificações inventariadas: Lotes 54, 44, 38, 36, 34, 16, 2644, 2640, 2632, 2624.

### DECRETO DOU 2018 - TOMBAMENTO DE 80 EDIFICAÇÕES DO PATRIMÔNIO DE PELOTAS

Edificações tombadas: Lotes 51 (Grande Hotel), Fachada do lote 55 (Banco Itau), Lote 61 e 61A, 63 e 63A, 67 (Secretaria de Finanças)

# insolação e ventos

Segundo a NBR 15220, a cidade de Pelotas possui enquadramento na zona bioclimática 2, e é descrito como Sub-tropical Úmido. Já a média de temperatura anual é de 17,8°C segundo a Estação Agroclimato-lógica de Pelotas. Em relação aos ventos, Pelotas possui a média anual de velocidade de 3,5m/s, com predominância de vento Nordeste de Julho à Setembro, vento sudoeste (Minuano) de Abril à Junho e Leste durante o Verão. Com relação a vegetação existente, o mesmo encontra-se sem nenhum tipo de vegetação a ser mantida ou preservada.

Segundo as tabelas da NBR, as diretrizes sugeridas são:

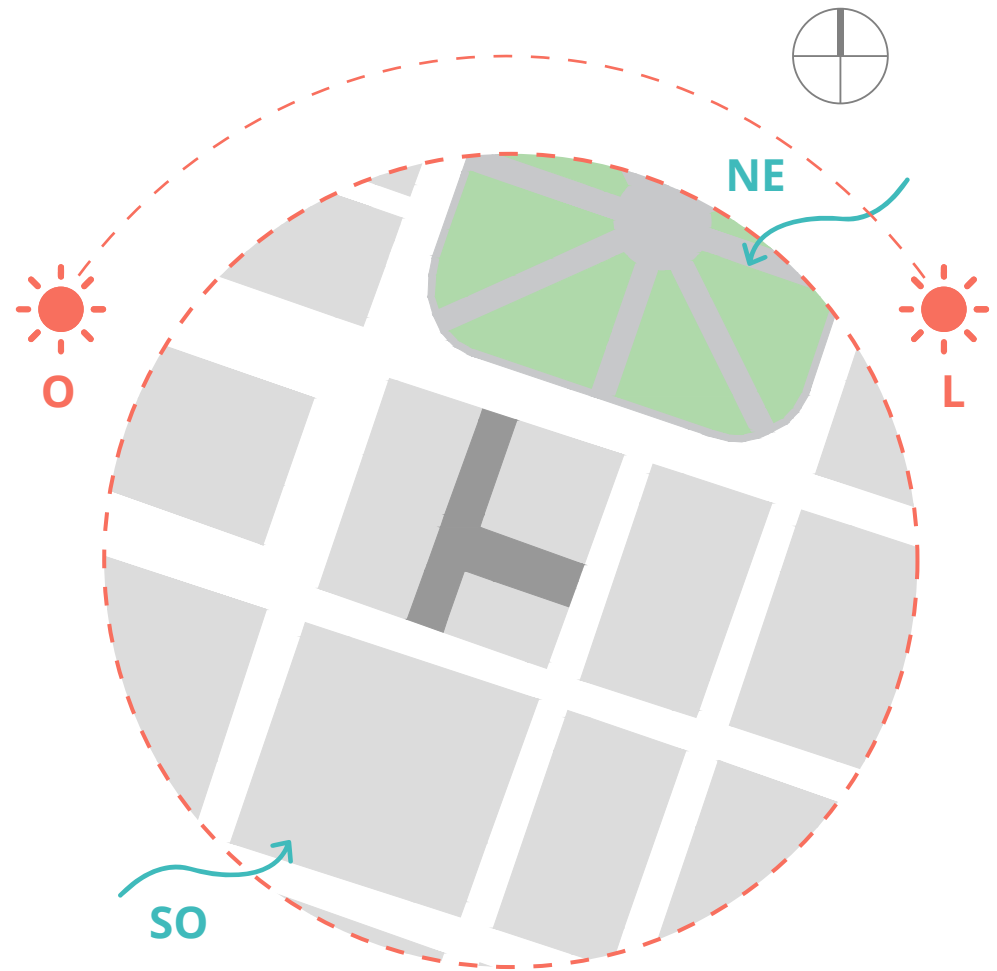
**Abertura pra ventilação:** média

**Sombreamento das aberturas:**  
permitir sol durante o inverno;

**Vedações externas:** paredes leves e cobertura leve e isolada;

**Estratégia de condicionamento térmico passivo:**

verão: ventilação cruzada  
inverno: aquecimento solar  
vedações internas pesadas



03

refe

renciais

# praça das artes/sp

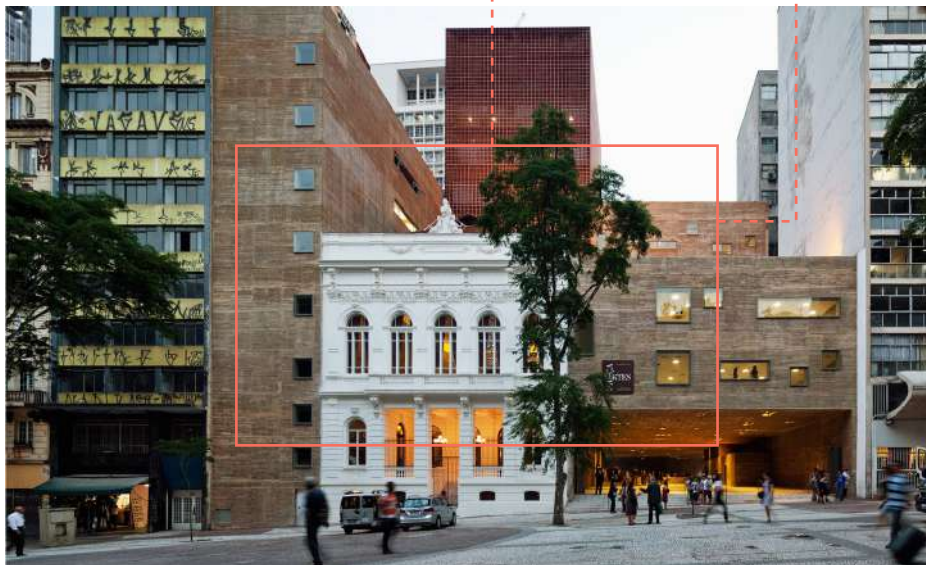
autor: brasil arquitetura  
data do projeto: 2012  
área: 28500m<sup>2</sup>  
cidade: sao paulo, brasil

*"... uma coisa é o lugar físico,  
outra coisa é o lugar para o  
projeto. E o lugar não é  
nenhum ponto de partida, mas  
é um ponto de chegada.  
Perceber o que é o lugar é já  
fazer o projeto."  
Álvaro Siza*



● EDIFÍCIO PERMEÁVEL  
ESCALA DO  
PEDESTRE

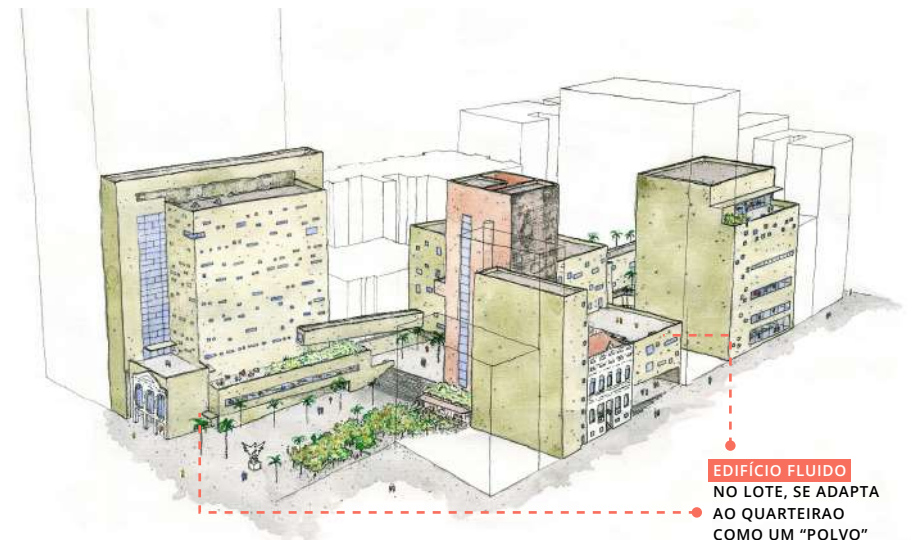
● RELAÇÃO COM  
A PRÉ EXISTÊNCIA



O caso da Praça das Artes se enquadra em um parâmetro de conceito onde o projeto busca se acomodar em situações adversas, espaços mínimos, nesgas de terrenos comprimidos por construções preexistentes, em que os parâmetros para seu desenvolvimento são ditados pelas dificuldades.

O projeto buscou responder à demanda de um programa de diversos novos usos ligados às artes musicais e do corpo, deve também responder de maneira clara e transformadora a uma situação física e espacial preexistente, com vida intensa e com uma vizinhança fortemente presente.

RELAÇÃO COM  
A RUA



# casa firjan da indústria criativa

autor: atelier77

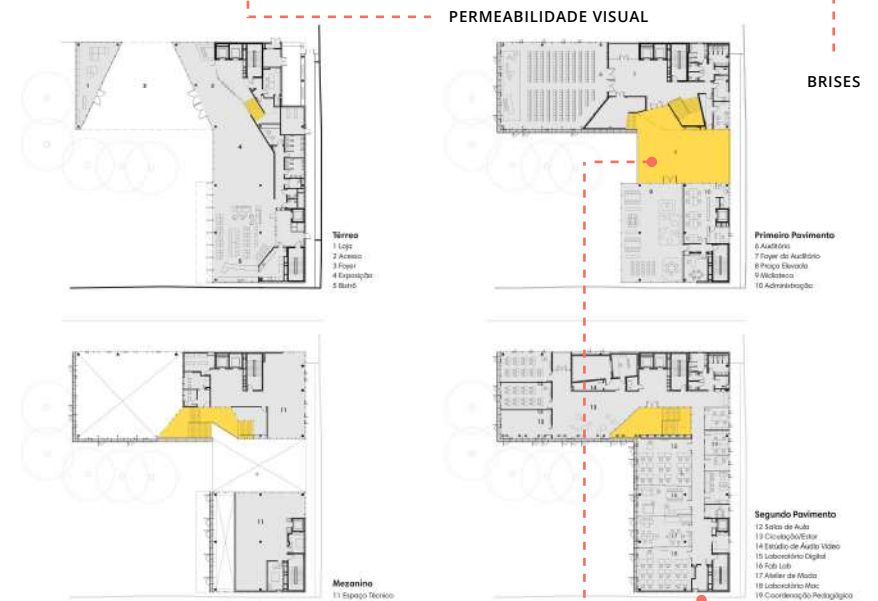
data do projeto: 2018

área: 6800m<sup>2</sup>

cidade: botafogo, brasil



Implantada no terreno do Palacete Linneu de Paula Machado, antiga residência da família Guinle em Botafogo, a CASA FIRJAN conecta, nos seus diversos espaços, atividades empresariais, educativas e culturais, promovendo encontros entre os atores das Indústrias Criativas dentro de um espaço de conectividade e interação. O novo edifício foi pensado para ser ocupado por diversos usos. A Casa Firjan oferece palestras, cursos, fóruns empresariais, laboratório de tendências, exposições e cinema na praça. A inserção de um equipamento de educação, produção, exposição e discussão provoca um diálogo instigante com o entorno e conduz a uma nova vida em um ponto histórico, orientando o lugar para a criatividade, conhecimento, arte e lazer.



PRAÇA  
ELEVADA  
ESPAÇO  
DE TROCA

ATIVIDADES  
DE CRIAÇÃO  
CONCENTRADAS  
NO SEGUNDO  
PAVIMENTO  
(SEMPRIVATIVO)

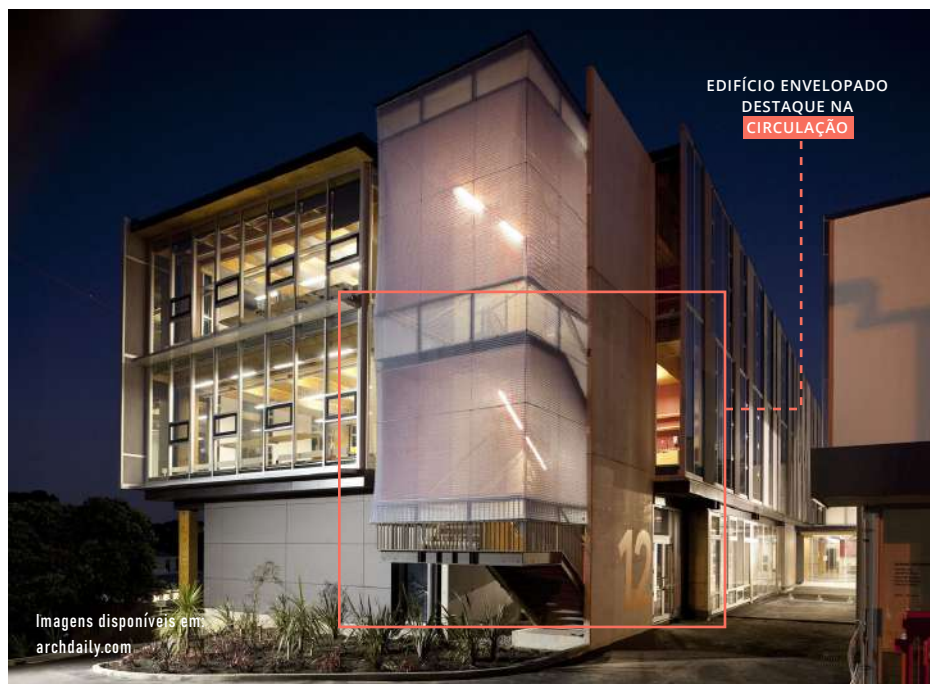
# faculdade de artes criativas

autor: athfield architects

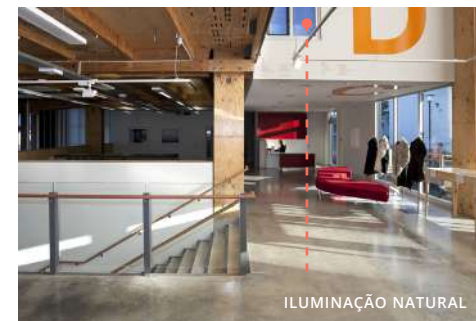
data do projeto: 2012

área: 3500m<sup>2</sup>

cidade: wellington, nova zelandia



O edifício está disposto num eixo norte-sul e compreende um par de containers empilhados verticalmente de maneira sublime e leve. O volume abriga estúdios que se projetam por cima de uma colina, escalonando o cortorno e envolvendo a circulação principal, conectando os terraços superiores e inferiores do campus, inspirando o nome aborígine Maori do edifício, Te Ara Hihiko, "o percurso criativo". O edifício todo oferece espaços de aulas flexíveis de planta livre, assim como ambientes de pesquisa em grupo, oficinas, estúdios de filmagem, galerias e ambientes para apresentações multiusuário.





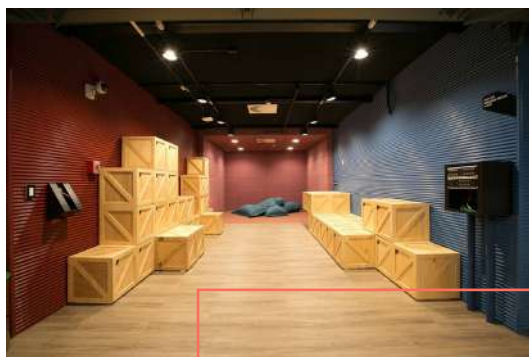
# youtube space rio de janeiro

autor: RRA + todos arquitetura

data do projeto: 2017

área: 2872m<sup>2</sup>

cidade: rio de janeiro/brasil



Embasado pelo conceito: **aprender, conectar e criar**, o YouTube Space reúne pessoas criativas oferecendo eventos, workshops e os mais recentes recursos de produção audio visual para dar vida aos projetos dos Youtubers.



AMBIENTES LÚDICOS E CRIATIVOS  
ESTIMULAM O SENSORIAL

SAGUÃO CENTRAL ONDE  
ACONTECE DIVERSIDADE  
DE ATIVIDADES



Imagens disponíveis em:  
archdaily.com



# new academic street

autor: lyons

data do projeto: 2017

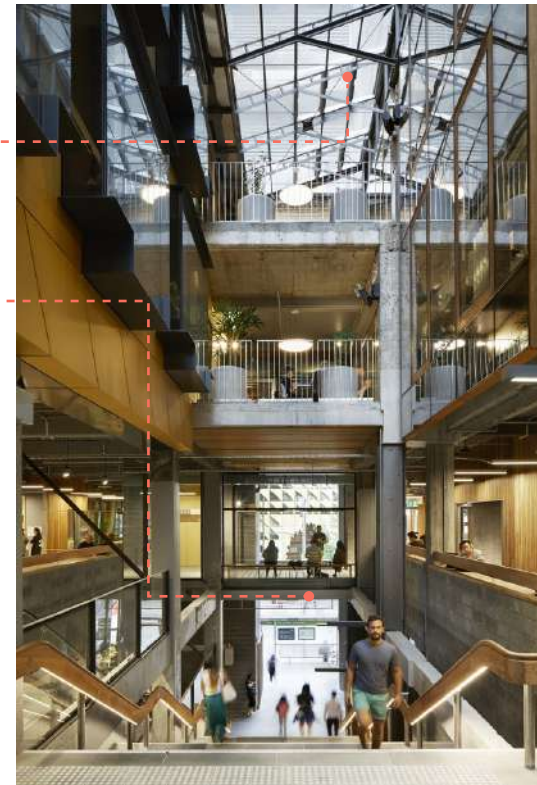
área: 36000m<sup>2</sup>

cidade: melbourne, australia

ATRIO  
CENTRAL  
QUE PERMITE  
ILUMINAÇÃO  
NATURAL

CIRCULAÇÃO  
LINEAR

O edifício está disposto num eixo norte-sul e compreende um par de containers empilhados verticalmente de maneira sublime e leve. O volume abriga estúdios que se projetam por cima de uma colina, escalonando o cortorno e envolvendo a circulação principal, conectando os terraços superiores e inferiores do campus.



EDIFÍCIO QUE  
CONVIDA  
A RUA PARA DENTRO

ÁREA EXTERNA  
/CAFETERIA

ESPAÇOS DE  
"RESPIRO"  
TERRAÇO



# instituto caldeira

autor: bhemn - arch experience integrated

data do projeto: 2021

área: 4790m<sup>2</sup>

cidade: porto alegre/brasil

O projeto tinha como a missão perpetuar a história local e trazer inovação para a cidade. Trata-se de um desdobramento dos principais hubs de inovação do mundo e atende aos novos modelos de trabalho, servindo de inspiração para pessoas e negócios. Os elementos principais são a arquitetura e o design, pensados em cada detalhe visando o aproveitamento de materiais, o uso criativo de matérias-primas e a sinergia entre o antigo e o novo.



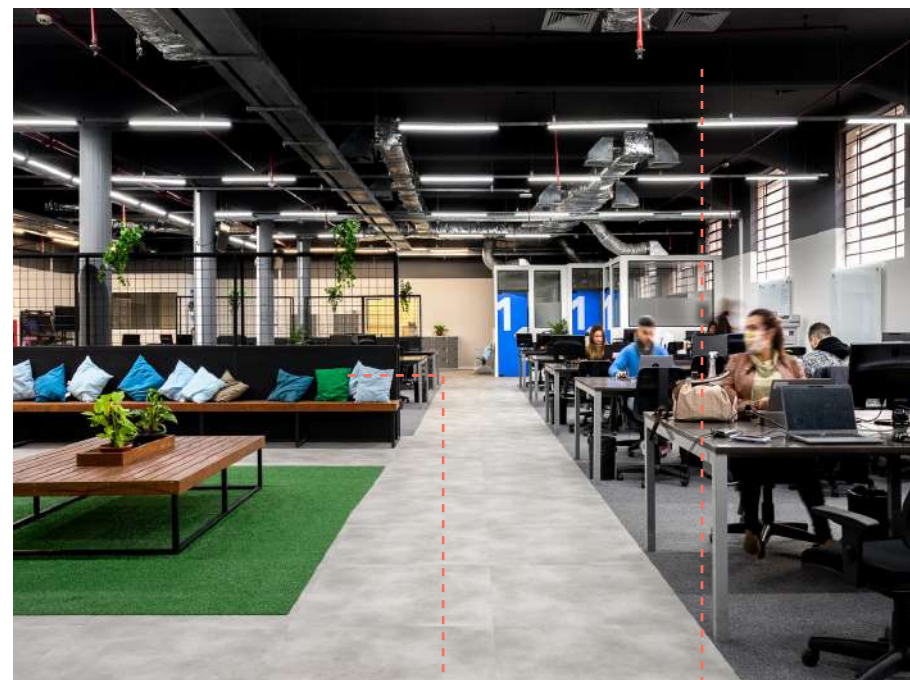
Imagens disponíveis em:  
archdaily.com



NICHOS  
PRIVATIVOS  
NA PLANTA  
LIVRE



ILUMINAÇÃO  
ZENITAL  
ESTRATÉGIA  
NATURAL



RELAÇÃO  
TRABALHO X DESCANSO  
INTEGRAÇÃO

PÉ DIREITO  
DUPLO

RELAÇÃO  
INTERNO X EXTERNO  
PRAÇA CENTRAL

# estudo de caso

# pelotas

O QUE ACONTECE HOJE:



Figura 12  
Fonte: google imagens



Figura 14  
Fonte: google imagens

## PARQUE TECNOLÓGICO

O Pelotas Parque Tecnológico, situado na rua Domingos de Alemida no bairro Areal, nasceu de uma vocação natural da cidade para três grandes áreas: tecnologia da informação e comunicação; tecnologia em saúde; e indústria criativa. O empreendimento tem um modelo baseado na colaboração entre governo, representado pela Prefeitura; academia, com a participação de todas as universidades e institutos de pesquisa da cidade; e, ainda, iniciativa privada. Atualmente, 63 empresas atuam no Pelotas Parque Tecnológico, das quais 23 estão instaladas nas áreas geridas pelo Parque, sete no coworking, 15 incubadas e 18 pré-incubadas. Afins de aprofundar o presente trabalho, realizou-se uma entrevista com o Fabio Guimaraes de Castro Neves, coordenador do Escritório Regional de Desenvolvimento da UCPEL e coordenador da CIEMSUL para entender as necessidades espaciais que os mesmos identificam no parque.



Figura 13  
Fonte: google imagens

### POTENCIALIDADES:

REUNE DIVERSAS  
STARTUPS ATUALMENTE;  
POSSUI APOIO DE  
INSTITUIÇÕES,  
INICIATIVA PÚBLICA E  
PRIVADA



### FRAGILIDADES

LOCALIZAÇÃO  
NÃO DEMOCRÁTICA;  
ESPAÇOS EM COMUM  
COM POUCOS ESTÍMULOS;  
AMBIENTE POUCO  
CRIATIVO

# estudo de caso **pelotas**

O QUE ACONTECE HOJE:



## CENTRO DE INOVAÇÃO UNA MAKERS

O Una Makers é um prédio comercial com três andares. O empreendimento foi pensado para abrigar especialmente a classe criativa de Pelotas. Ele fica dentro do Parque Una, um bairro planejado aberto desenvolvido pela Idealiza Urbanismo. O projeto arquitetônico é de autoria da Ideia1 Arquitetura e foi inspirado no design industrial. Além das oito salas que abrigam as empresas, há uma área comum com vista para o parque, que serve para abrigar eventos e confraternizações entre as companhias locadas no Una Makers. **Atualmente conta com empresas da área criativa como:** Atlas Technologies (startup que desenvolve softwares de alta performance), DEx01 (empresa de design orientada para a inovação), Indeorum (startup de data science (ciência de dados) focada na educação superior e gestão da produção científica), entre outros.



### POTENCIALIDADES:

STARTUPS DA ÁREA CRIATIVA  
DISPOSIÇÃO DOS BLOCOS  
POTENCIALIZA ILUMINAÇÃO;  
ESPAÇOS DE TROCA;  
PLANTA LIVRE TÉRREO;



### FRAGILIDADES

LOCALIZAÇÃO  
NÃO-DEMOCRÁTICA;  
PÚBLICO FREQUENTADOR  
SELECIONADO;  
ESPAÇO PRIVATIVO (PAGO);

04



pro

grama

# programa de necessidades

## grupo de usuários

### GRUPO 1:

Empreendedores, donos de pequenas empresas e startups (empresas com ideias inovadoras) que busquem apoio e infraestrutura adequada para desenvolvimento de seus negócios na área criativa.

### GRUPO 2:

Estudantes e egressos das instituições de ensino na área criativa (UFPEl, UCPel, IFSul entre outros)

### GRUPO 3:

Mentes criativas, curiosos e pessoas que busquem por inovação, tecnologia e novas ideias.

### Demais grupos de de usuários:

Funcionários que auxiliarão na organização e manutenção do prédio.

## programa

Pensando na melhor setorização e caminhabilidade no edifício, dividiu-se o centro em 3 blocos:

BLOCO C1: **C**ONCENTRAR

BLOCO C2: **C**RIAR

BLOCO C3: **C**ONECTAR

TIPO	DEFINIÇÃO	UNID.	ÁREA
ESPAÇO C1- CONCENTRAR - ACESSO CONTROLADO			
ESPAÇO PRE INCUBAÇÃO SALAS COWORKING	MESA, CADEIRAS, ARMÁRIOS (LOCKERS) ATÉ 30 PESSOAS ACESSO CONTROLADO	2	100m <sup>2</sup>
ESPAÇO INCUBAÇÃO SALAS COWORKING	MESA, CADEIRAS, ARMÁRIOS (LOCKERS) ATÉ 30 PESSOAS ACESSO CONTROLADO	2	100m <sup>2</sup>
SALA REUNIOES	MESA, CADEIRAS, PROJETORES ATÉ 15 PESSOAS ACESSO CONTROLADO	3	100m <sup>2</sup>
COWORKING GERAL + HUDLE ROOMS	MESA, CADEIRAS, ATÉ 20 PESSOAS ACESSO CONTROLADO	1	150m <sup>2</sup>

ESPAÇO C2- CRIAR - ACESSO CONTROLADO			
FABLAB	EQUIPAMENTOS ESPECÍFICOS ATÉ 15 PESSOAS	1	150m <sup>2</sup>
SALA INOVAÇÃO DIGITAL	NOTEBOOK, COMPUT., TABLETS, MESA DIGITAL. ATÉ 10 PESSOAS	1	60m <sup>2</sup>
SALA DE MÍDIAS IMPRESSAS	IMPRESSÕES EM GERAL E SUPORTE AO FABLAB 5 PESSOAS	1	50m <sup>2</sup>
SALA AUDIOVISUAL	EQUIPAMENTOS ESPECÍFICOS 5 PESSOAS	1	60m <sup>2</sup>

TIPO	DEFINIÇÃO	UNID.	ÁREA
<b>ESPAÇO C2- CRIAR - ACESSO CONTROLADO</b>			
ATELIER DE MODA	MESAS, CADEIRAS, MANEQUINS, BANCADAS ATÉ 10 PESSOAS	1	100m <sup>2</sup>
ESTÚDIO FOTO/ DIVULGAÇÃO	APOIO PARA FOTOS DOS PRODUTOS ATÉ 5 PESSOAS	1	25m <sup>2</sup>
BIBLIOTECA	ESPAÇO SEMI-ABERTO PARA ACERVO DE LIVROS ATÉ 10 PESSOAS	1	60m <sup>2</sup>

<b>ESPAÇO C3- CONECTAR - ACESSO LIVRE</b>			
CAFÉ/BAR	ESPAÇO SEMI-EXTERNO PERMANÊNCIA MEDIA PONTO DE CONEXÃO PRINCIPAL ATÉ 30 PESSOAS	1	100m <sup>2</sup>
EXPOSIÇÃO	ESPAÇO PARA EXPOSIÇÃO DOS PRODUTOS CRIADOS CONECTADO AO CAFÉ	1	50m <sup>2</sup>
ESPAÇO CONFERÊNCIAS	ESPAÇO PARA PALESTRAS, MENTORIAS E CONFERÊNCIAS CONECTADO A AREA INTEGR. ATÉ 70 PESSOAS	1	80m <sup>2</sup>
RECEPÇÃO	LIVRE ACESSO AO PÚBLICO INFORMAÇÕES E AGENDAMENTOS	1	45m <sup>2</sup>

TIPO	DEFINIÇÃO	UNID.	ÁREA
<b>ESPAÇO C3- CONECTAR - ACESSO LIVRE</b>			
CIRCULAÇÃO INTEGRATIVA	CIRCULAÇÃO COMO ESTÍMULO A CONEXÃO CAMINHO CRIATIVO	1	100m <sup>2</sup>
PARQUE LINEAR + BICICLETÁRIO	ESPAÇO MULTIFUNCIONAL INTEGRADOR DO PROJETO BANCOS E MOBILIARIOS ESPEC. 15 VAGAS BICICLETAS	1	250m <sup>2</sup>

<b>ESPAÇOS DE APOIO</b>			
ALMOXARIFADO CRIATIVO	ARMAZENAMENTO DE PRODUTOS DE APOIO	1	20m <sup>2</sup>
ALMOXARIFADO ADM	MATERIAIS DE ESCRITORIO	1	10m <sup>2</sup>
DEPÓSITO	LOCAL PARA ARMAZENAR PRODUTOS EM GERAL	1	20m <sup>2</sup>
ADMINISTRAÇÃO	ACESSO RESTRITO ATÉ 4 PESSOAS	1	20m <sup>2</sup>
SALA CONSULTORIA JURÍDICA	APOIO A PATENTE DE NOVAS MARCAS	1	20m <sup>2</sup>
BANHEIROS	DOIS FEMININOS E DOIS MASCULINOS	4	90m <sup>2</sup>
SALA FUNCIONARIOS	ACESSO RESTRITO DESCANSO E ATIV. FUNC.	1	20m <sup>2</sup>
SALA SEGURANÇA	ACESSO RESTRITO SALA PARA CONTROLE	1	10m <sup>2</sup>
RESÍDUOS	RECOLHIMENTO DE RESIDUOS	2	20m <sup>2</sup>

**TOTAL ÁREA PRELIMINAR: 1850m<sup>2</sup>**



# O fab lab

A nomenclatura Fab Labs foi criada em 2001 no Centro de Bits e Átomos (CBA) do Massachusetts Institute of Technology (MIT). Os Fab Labs são espaços de “mão na massa”, em que os usuários podem aprender uns com os outros, são locais de aprendizado por meio da troca de conhecimento entre seus membros. Segundo a **Fab Foundation**, Fab Labs, ou laboratórios de fabricação digital, são lugares para aprender, criar, inventar. São espaços que fornecem o acesso ao ambiente criativo, as habilidades, aos materiais e a tecnologia avançada para permitir **que qualquer pessoa faça qualquer coisa**.



Figura 18  
Fonte: google imagens



Figura 19  
Fonte: google imagens

O modelo de fabricação digital, intitulado Fab Lab, se difundiu pelo mundo em 2009, onde criou-se a FabFoundation. A instituição é responsável por apoiar o crescimento da rede Fab Lab Internacional e pelo desenvolvimento das organizações regionais com capacidade de construção de fab labs.

O Fab Lab se trata portanto de um laboratório de fabricação desenvolvido para ser um serviço gratuito a comunidade e **promover o avanço tecnológico e digital no mundo**. No entanto, mesmo que seja totalmente gratuito para o público, o para se desenvolver um Fab Lab em uma região necessita atenção a algumas regras, como por exemplo abrir as portas do laboratório de fabricação pelo menos uma vez por semana, e que o laboratório tenha os seguintes equipamentos específicos:

- Uma fresadora de pequeno formato;
- Uma impressora 3D;
- Uma fresadora de grande formato;
- Uma cortadora a laser;
- Uma cortadora de vinil;



Figura 20  
Fonte: google imagens

# huddle

## rooms

As huddle rooms são salas de reunião **estrategicamente planejadas para facilitar encontros rápidos**. O termo tem origem na ideia de agrupamento. Ou seja, é um ambiente para os momentos do “junta aqui”, que acontecem cada vez mais hoje em dia. Com o objetivo claro de agilizar a colaboração no dia a dia corporativo, as huddle rooms são pequenas e têm estrutura para promover integração, inclusive remota.

Além da dimensão para receber grupos de poucas pessoas – média de 4 -, algumas características para criar estes modelo de espaço baseiam-se na simplicidade: solução de video conferência, mesa, cadeiras e algum suporte para cocriação.

A ideia é criar esses espaços menores no Centro, as “huddle rooms” que sejam capazes de sobretudo **estimular a informalidade**, a espontaneidade. Tendo em vista que os encontros e as trocas muitas vezes acontecem de maneira inesperada, esses espaços privativos tem o intuito de fornecer a estrutura necessária para reuniões esporádicas, locais reclusos e espontâneos em meio a grande áreas. Nas imagens ao lado pode-se observar alguns exemplos de huddle rooms utilizadas hoje em dia:

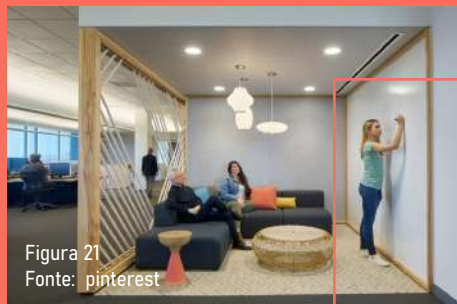


Figura 21  
Fonte: pinterest



Figura 22  
Fonte: pinterest



Figura 23  
Fonte: archdaily.com

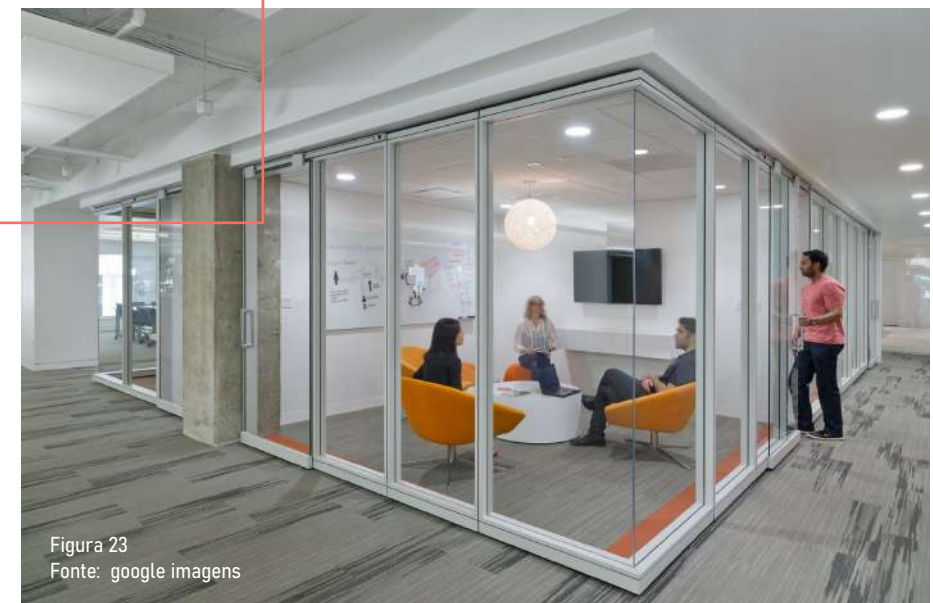
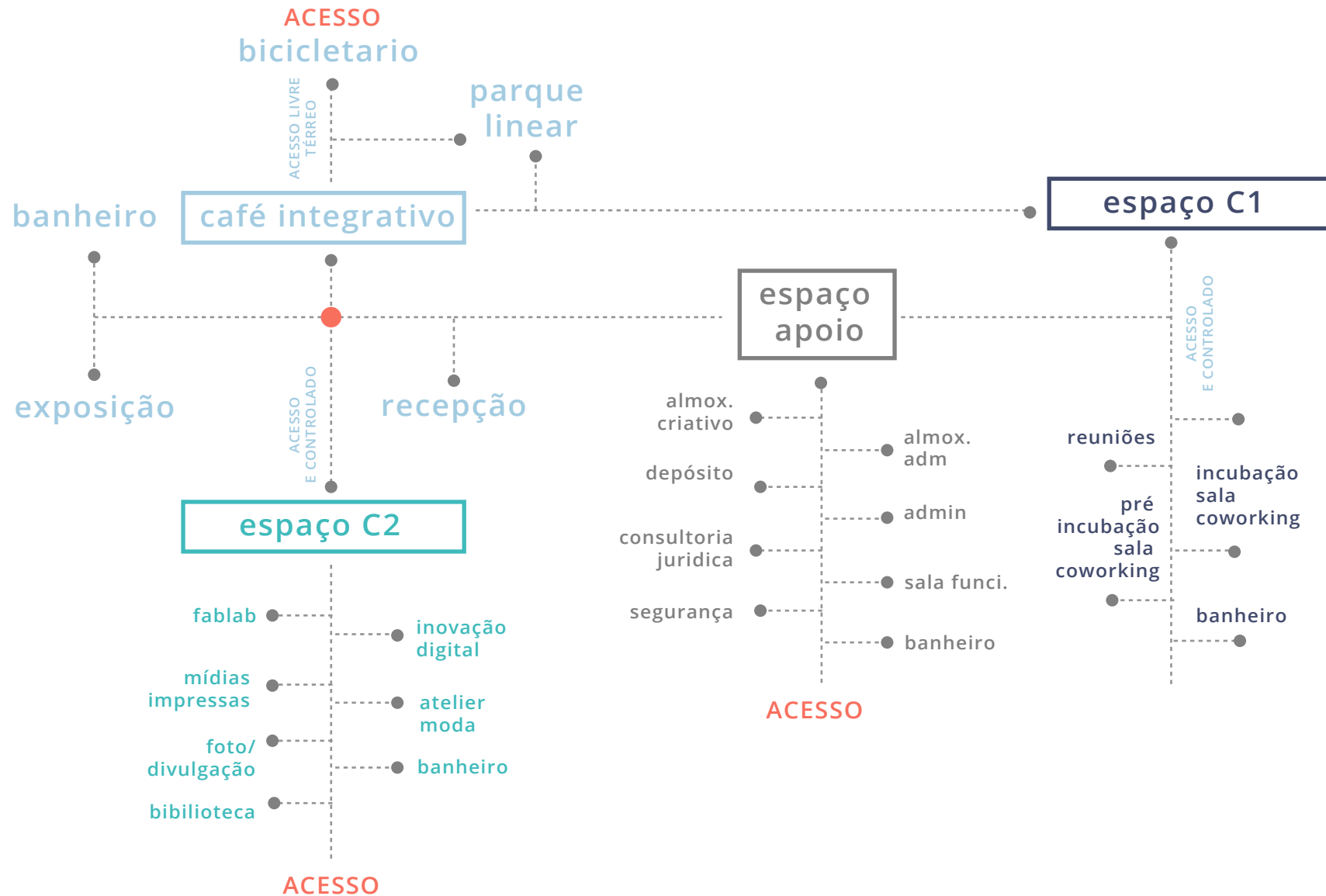


Figura 23  
Fonte: google imagens

# fluxograma



“

*As colisões só acontecem  
quando diferentes campos de atuação  
convergem no espaço físico compartilhado,  
é aí que as verdadeiras faíscas voam.*

*Stephen Johnson*

05

o

pro

jeto

# conceito

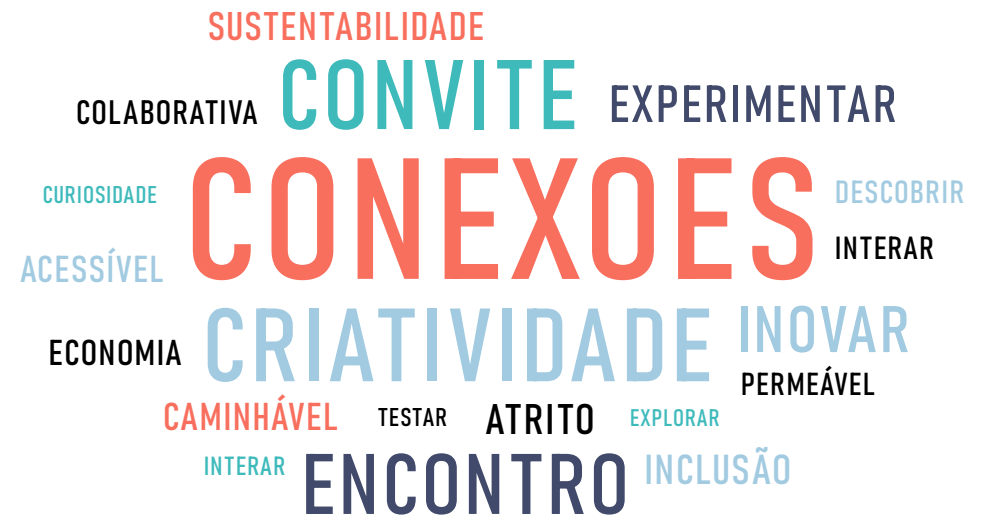
## de projeto

O princípio norteador desse projeto partiu da palavra **CONEXÕES**. Sabendo-se que a criatividade parte das trocas, do atrito entre pessoas, tempos e sinergia de espaços, busca-se através do projeto criar colisões que fomentem encontros.

Para isso, cria-se como conceito um percurso criativo, com o acesso a 3 faces no terreno permitindo caminhos fluidos. Como ponto de conexão, parte-se também da inserção de um núcleo integrativo, onde ocorrem atividades diversas, café, interações.

A partir da criação de um espaço democrático no coração da cidade, o Centro propõe estimular e incentivar a concretização de ideias, sejam elas físicas ou imateriais, através de espaços colaborativos e inovadores a inclusão das mentes criativas da cidade, buscando sustentabilidade, pluralidade e diversidade.

Esse conceito é refletido no projeto através do partido arquitetônico. O café integrativo é o centro do projeto, uma praça que conecta os blocos e abriga as diversas atividades do espaço.



## estratégias projetuais

**Divisão espacial em blocos** – para facilitar os fluxos, permitindo a livre movimentação dos usuários, dando liberdade de decisão sobre seus percursos e controle de acessos.

**Café integração** – para trazer as conexões entre os setores, possibilitar um espaço de troca.

**Altura do prédio** – utilização de somente 2 pavimentos, tanto para facilitar a locomoção dos usuários como para não ser uma arquitetura tão imponente e não ganhar maior destaque do que os prédios históricos adjacentes.

**Gradação de privacidade** – no primeiro pavimento ficam as atividades que geram maior aglomeração e encontro de pessoas, já no segundo pavimento ficam as salas que requerem maior atenção, de maneira a reduzir a aglomeração e criar um espaço mais silencioso.

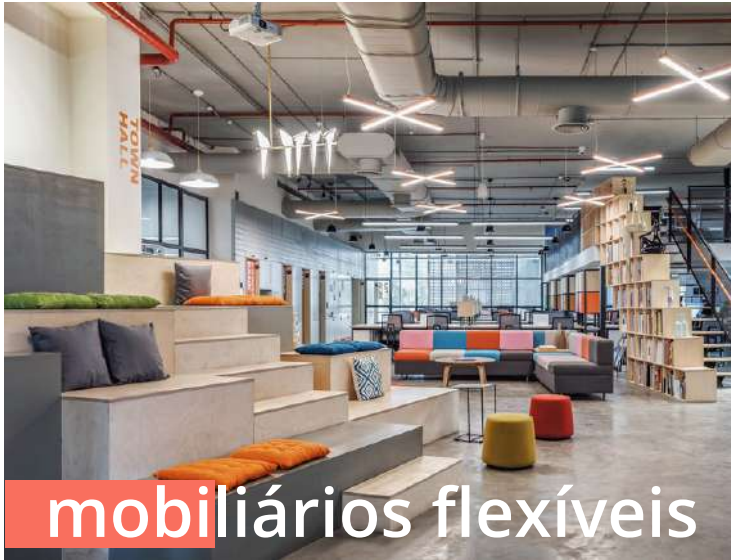
**Sustentabilidade** – aproveitamento de iluminação natural e estratégias que possibilitem o uso de recursos naturais.

**Inserção no contexto histórico** – implantação e estratégias de acordo com a inserção em meio a prédios inventariados e de importância histórica, parque linear no acesso a Praça Coronel Pedro Osório com recuo para não contrastar o volume com o entorno.

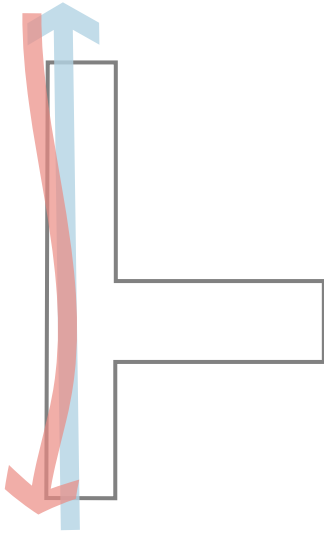
**Materialidade** – utilização de madeira como revestimentos, esquadrias de alumínio e vidro para trazer maior versatilidade e flexibilidade na planta.

**Cores** - utilização de cores, texturas e elementos visuais destacando acessos, salas e ambientes, tornando-os lúdicos.

# brainstorm projetual

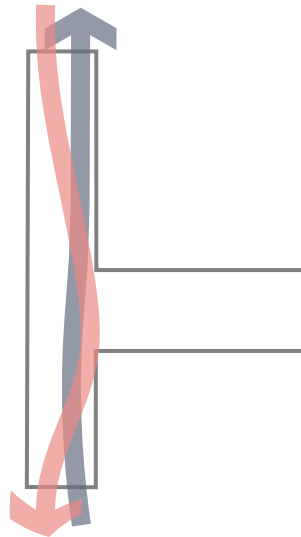


# fluxos possibilidades



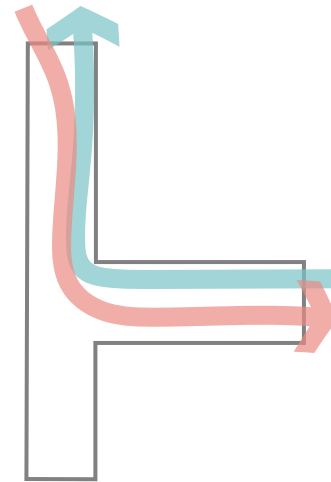
01

*A circulação linear dessa alternativa busca concentrar os fluxos na extremidade direita, setorizando apenas entre a Praça e a rua Tiradentes*



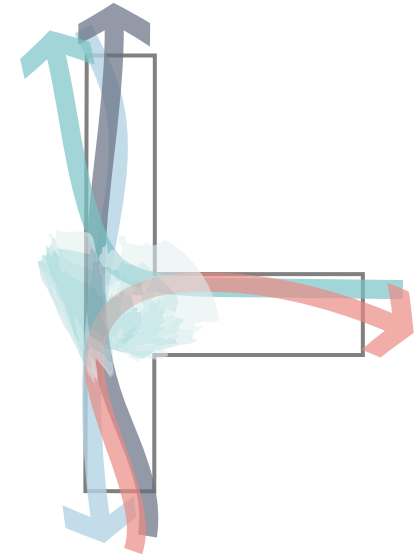
02

*Nesse caso, a circulação linear concentraria-se na extremidade direita, mais próxima do fluxo já existente (banco ITAU) e próximo a outra parte do terreno pela rua Anchieta*



03

*Nessa opção, concentra-se a circulação apenas pela Praça como atrativo e pela rua Anchieta, isolando assim o acesso pela rua Tiradentes*

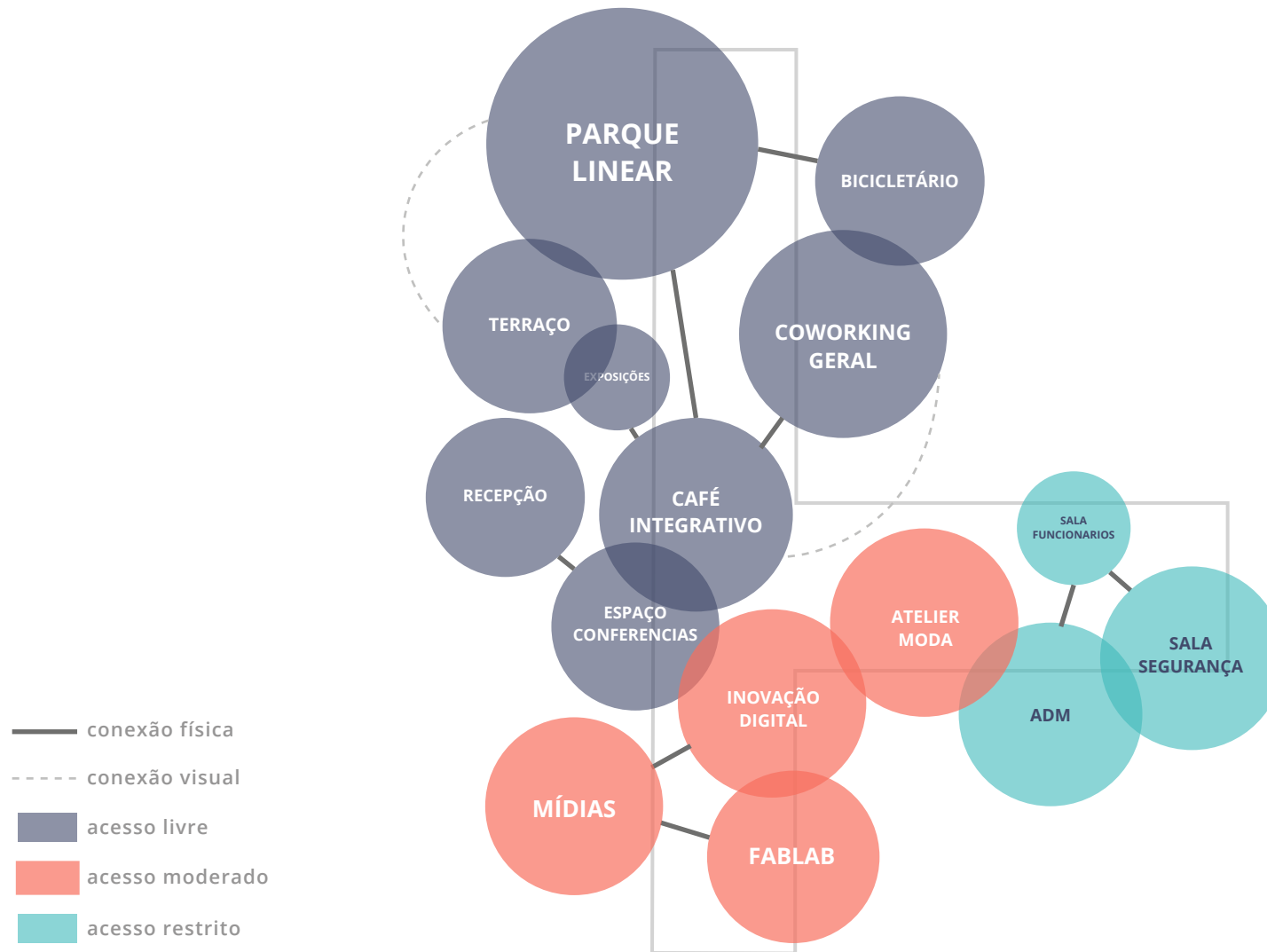


04

*Considera-se a opção 4 a mais adequada e de acordo com os conceitos do projeto, com uma circulação e fluxo linear na extremidade esquerda bem como uma sobreposição de circulação pelo outro bloco, criando assim um núcleo central unindo as direções.*



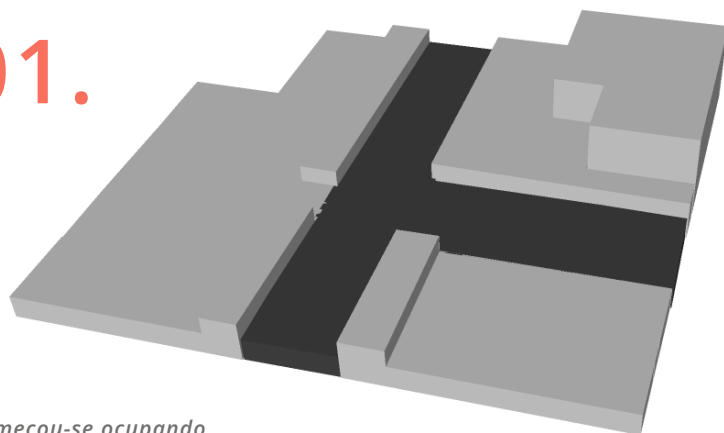
# conexões e adjacências



# processo de lançamento

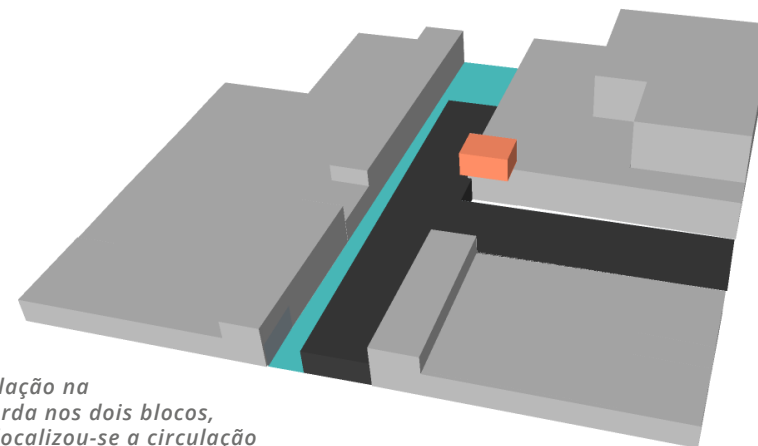
taxa de ocupação permitida:  
70% do lote

01.



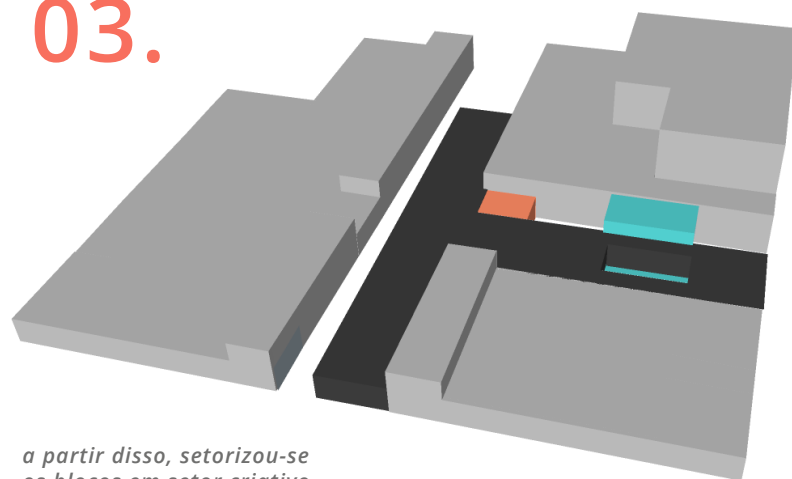
começou-se ocupando  
100% do lote

02.



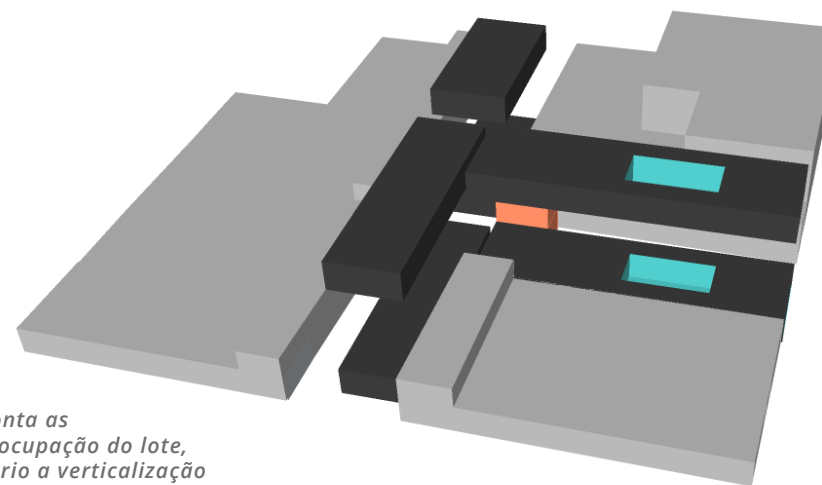
subtraiu-se a circulação na  
extremidade esquerda nos dois blocos,  
formando um L, e localizou-se a circulação  
vertical

03.



a partir disso, setorizou-se  
os blocos em setor criativo,  
concentração, conexão e apoio  
e inseriu-se uma subtração criando  
um patio interno para melhor  
iluminação





04.



levando em conta as  
limitações de ocupação do lote,  
fez-se necessário a verticalização  
de mais um pavimento

# Zoneamento pav. térreo

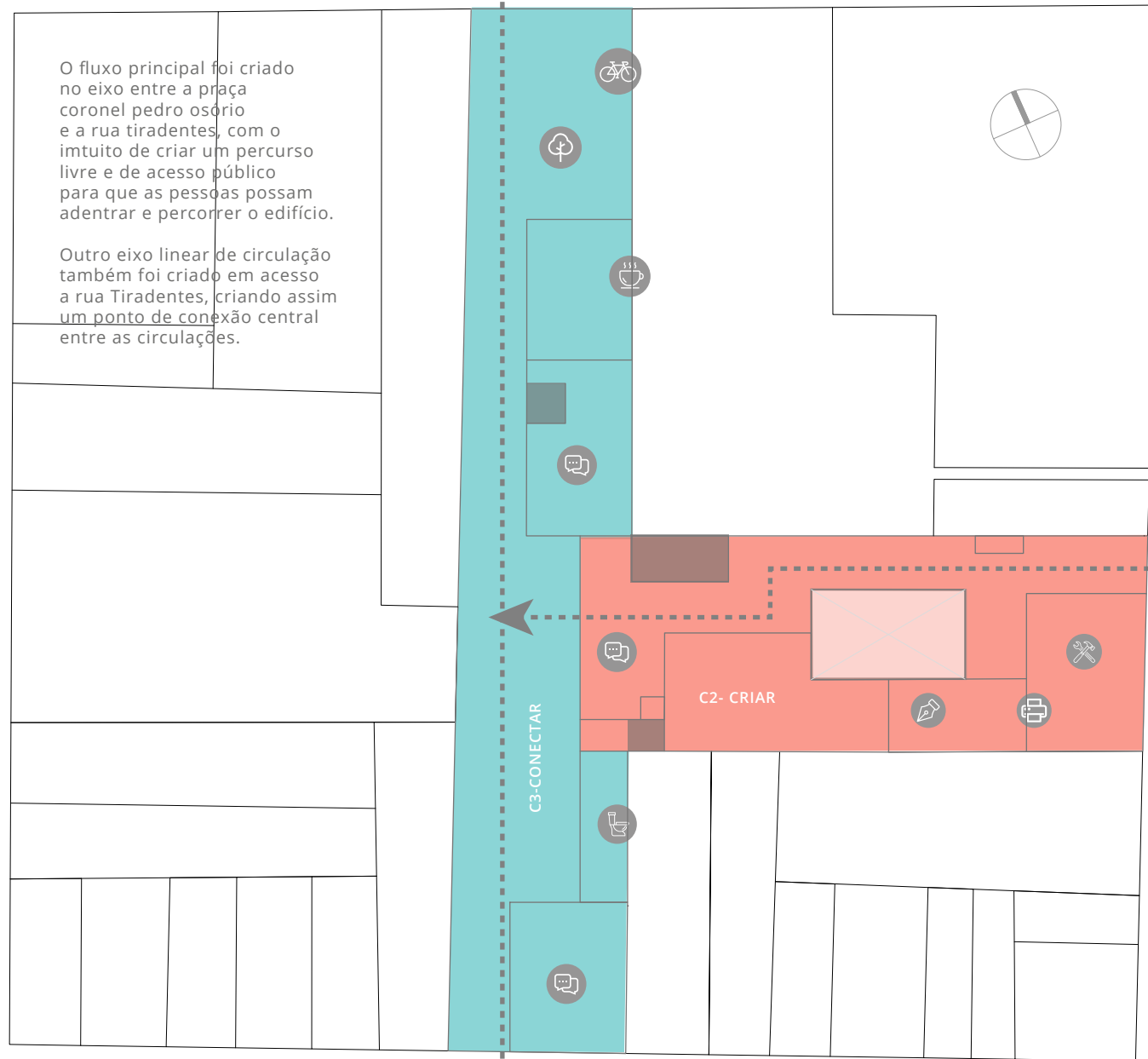
sem escala

-  acesso público
-  acesso controlado
-  acesso controlado
-  fluxos e circulações

XV DE NOVEMBRO

PRAÇA CORONEL PEDRO OSÓRIO

ACESSO



TIRADENTES

ACESSO

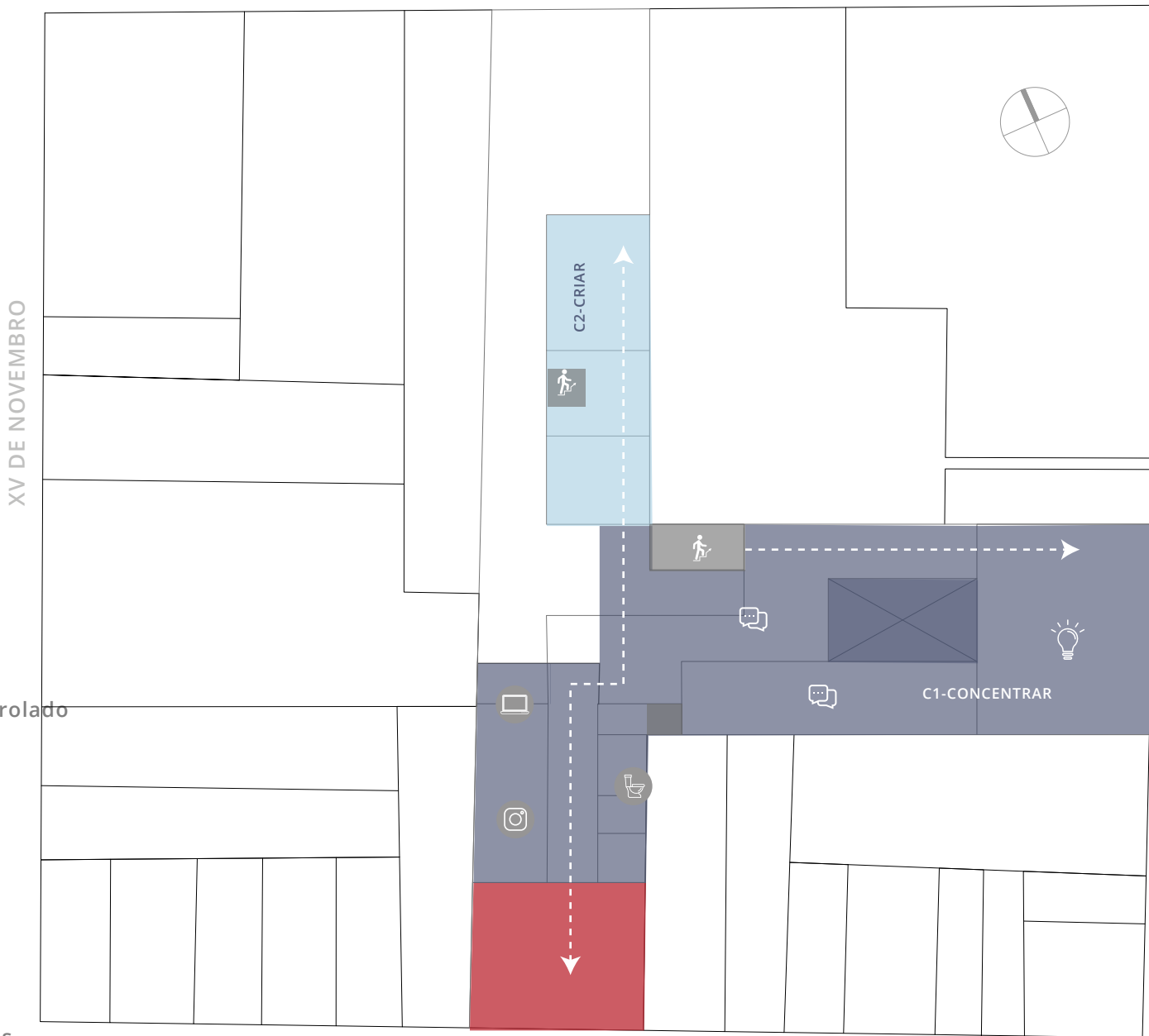
ANCHIETA

ACESSO

PRAÇA CORONEL PEDRO OSÓRIO

**zoneamento** pav. térreo  
sem escala




- acesso controlado
- acesso controlado
- acesso restrito
- circulação vertical
- fluxos e circulações

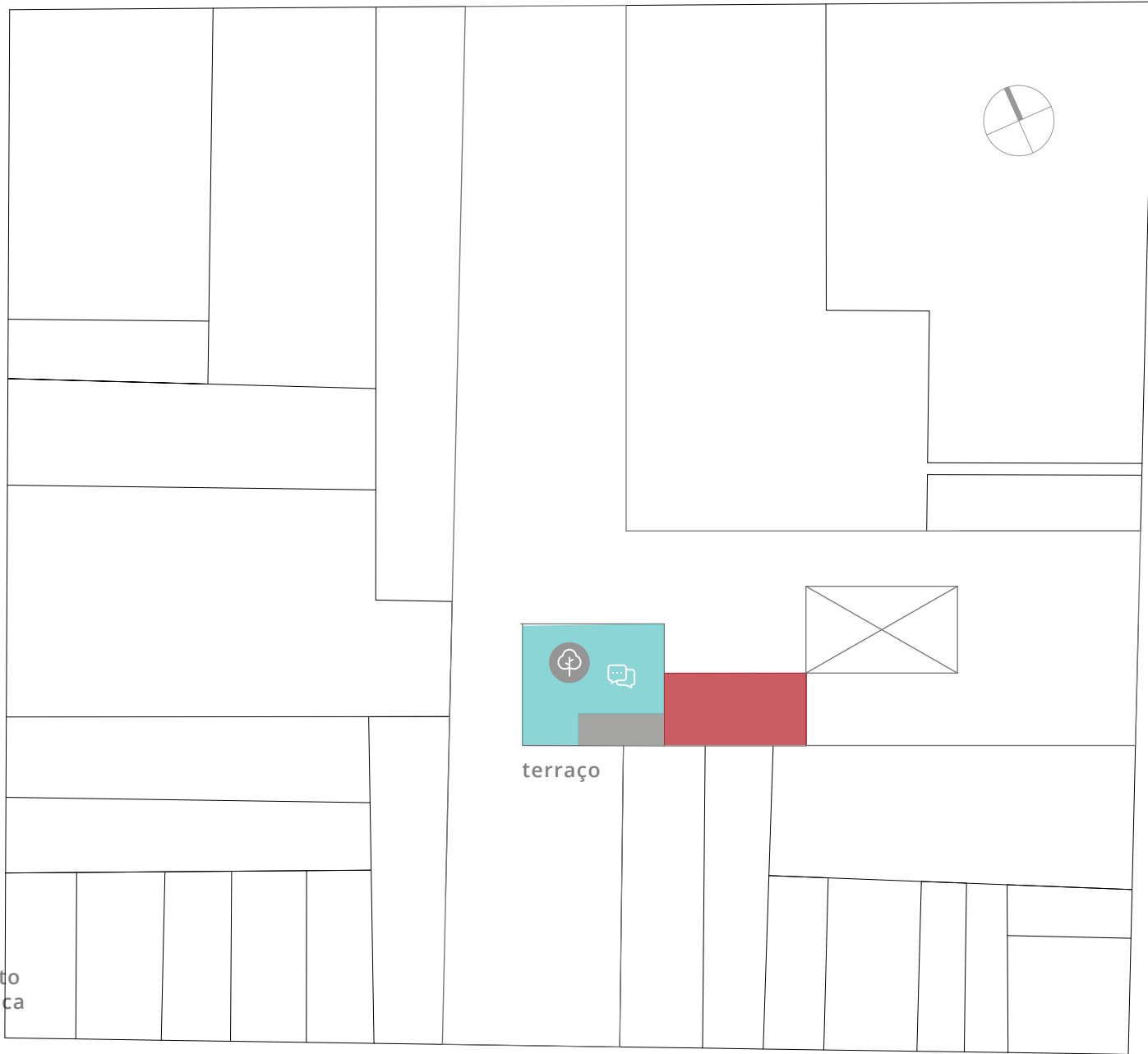


TIRADENTES

ANCHIETA

# zoneamento terceiro pavimento sem escala

-  acesso controlado
-  circulação vertical
-  acesso restrito reserva técnica





área externa pensada como elemento conector do Centro com a praça, sendo uma extensão paisagística da mesma



utilizar elementos que estimulem o desenho urbano tátil



utilizar a escada também como mobiliário e espaço para descanso



área de integração com usos variados (jogos, puffs, coisas lúdicas)

área total do terreno: 2110m<sup>2</sup>  
 taxa de ocupação permitida (70%): 1447m<sup>2</sup>  
 área total construída térreo: 1280m<sup>2</sup>  
 área total construída pav. sup: 1456m<sup>2</sup>

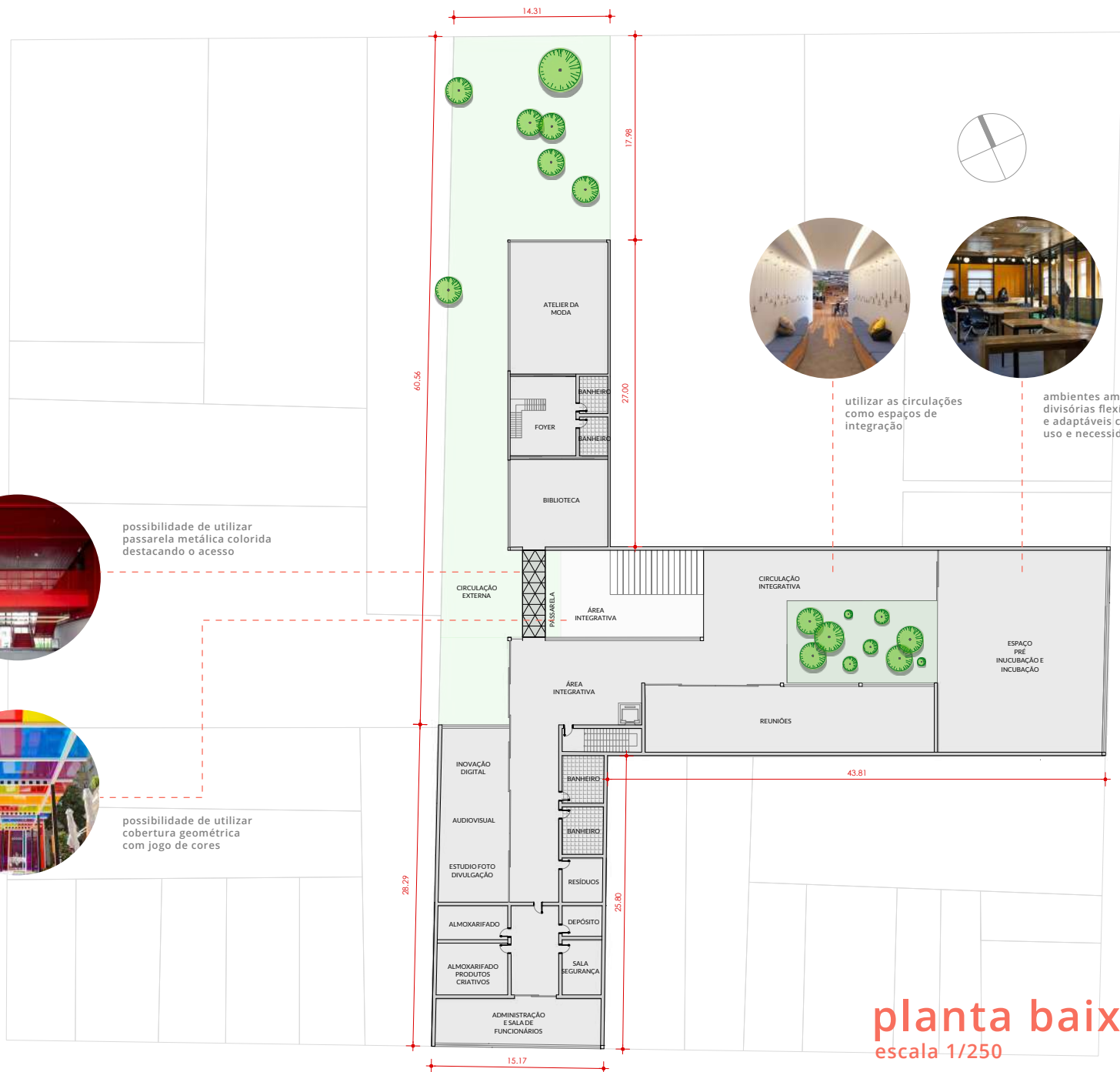
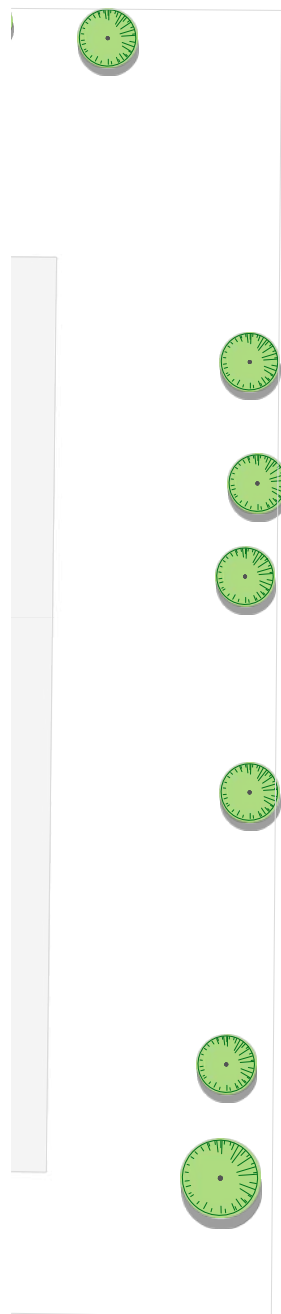


utilizar pátio interno como alternativa para melhor iluminação e ventilação



laboratório de fabricação digital com destaque, permeabilidade visual

**planta baixa** térreo  
 escala 1/250



possibilidade de utilizar passarela metálica colorida destacando o acesso



possibilidade de utilizar cobertura geométrica com jogo de cores

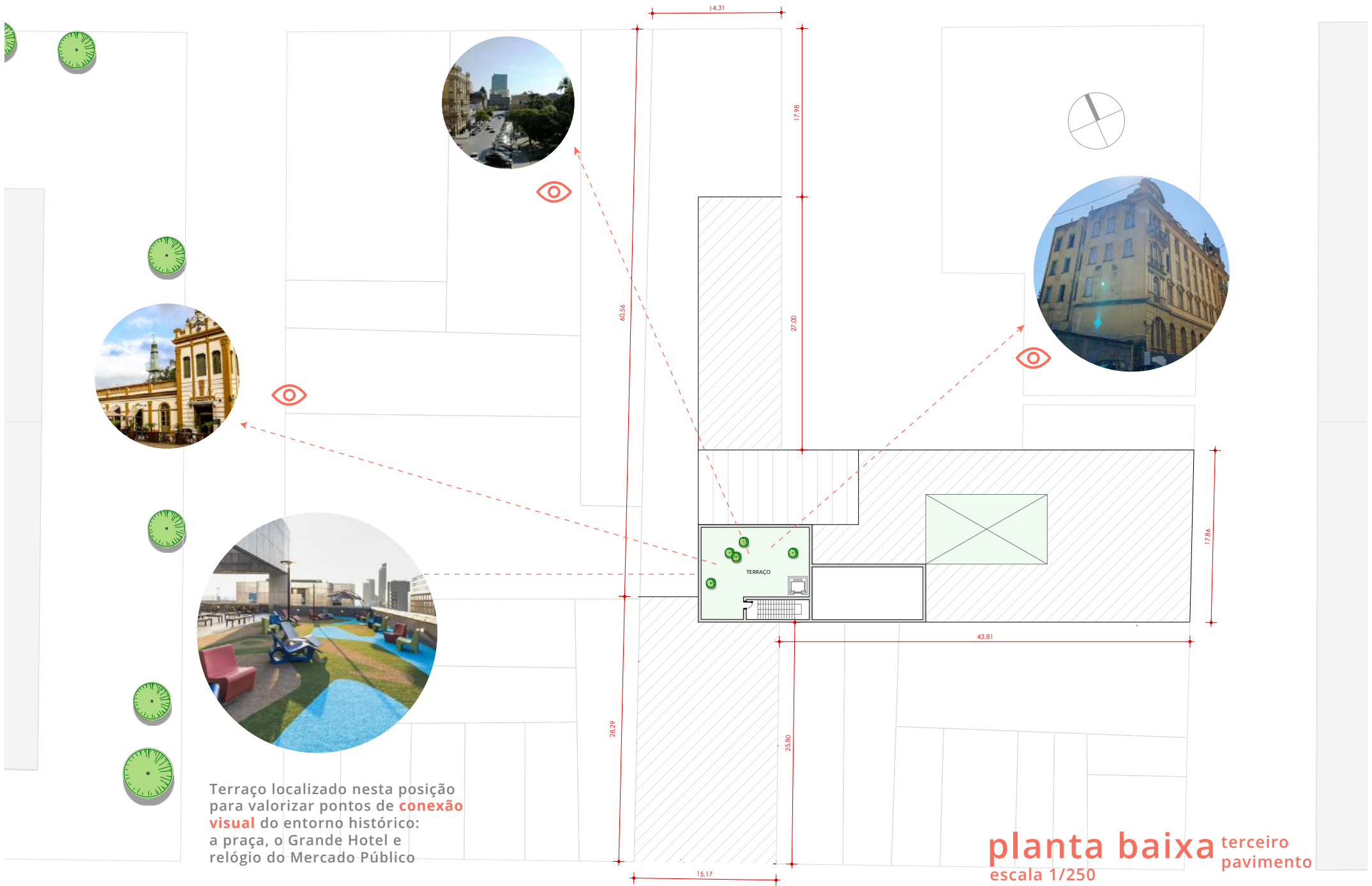


utilizar as circulações como espaços de integração



ambientes amplos com divisórias flexíveis e adaptáveis conforme uso e necessidades

planta baixa segundo pavimento  
escala 1/250

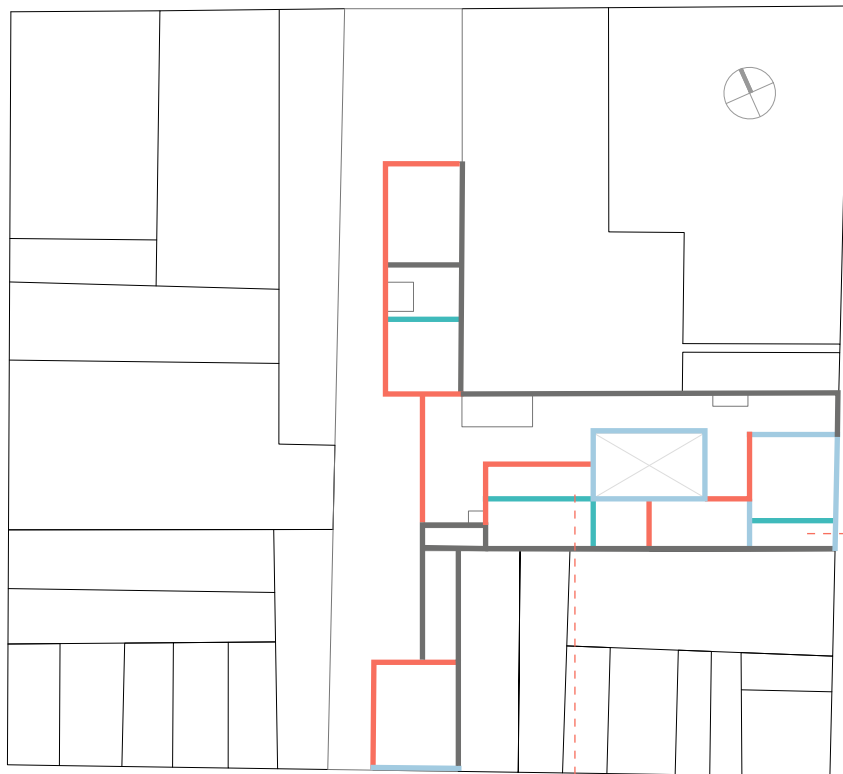


Terraço localizado nesta posição para valorizar pontos de **conexão visual** do entorno histórico: a praça, o Grande Hotel e relógio do Mercado Público

**planta baixa** terceiro pavimento  
escala 1/250

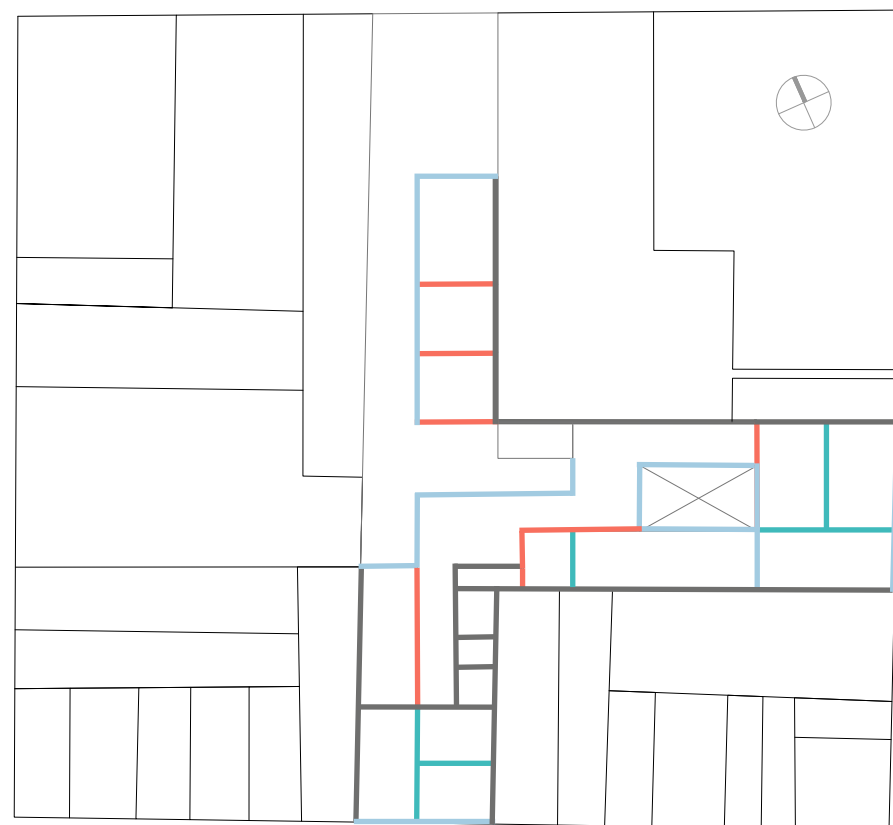


# divisórias

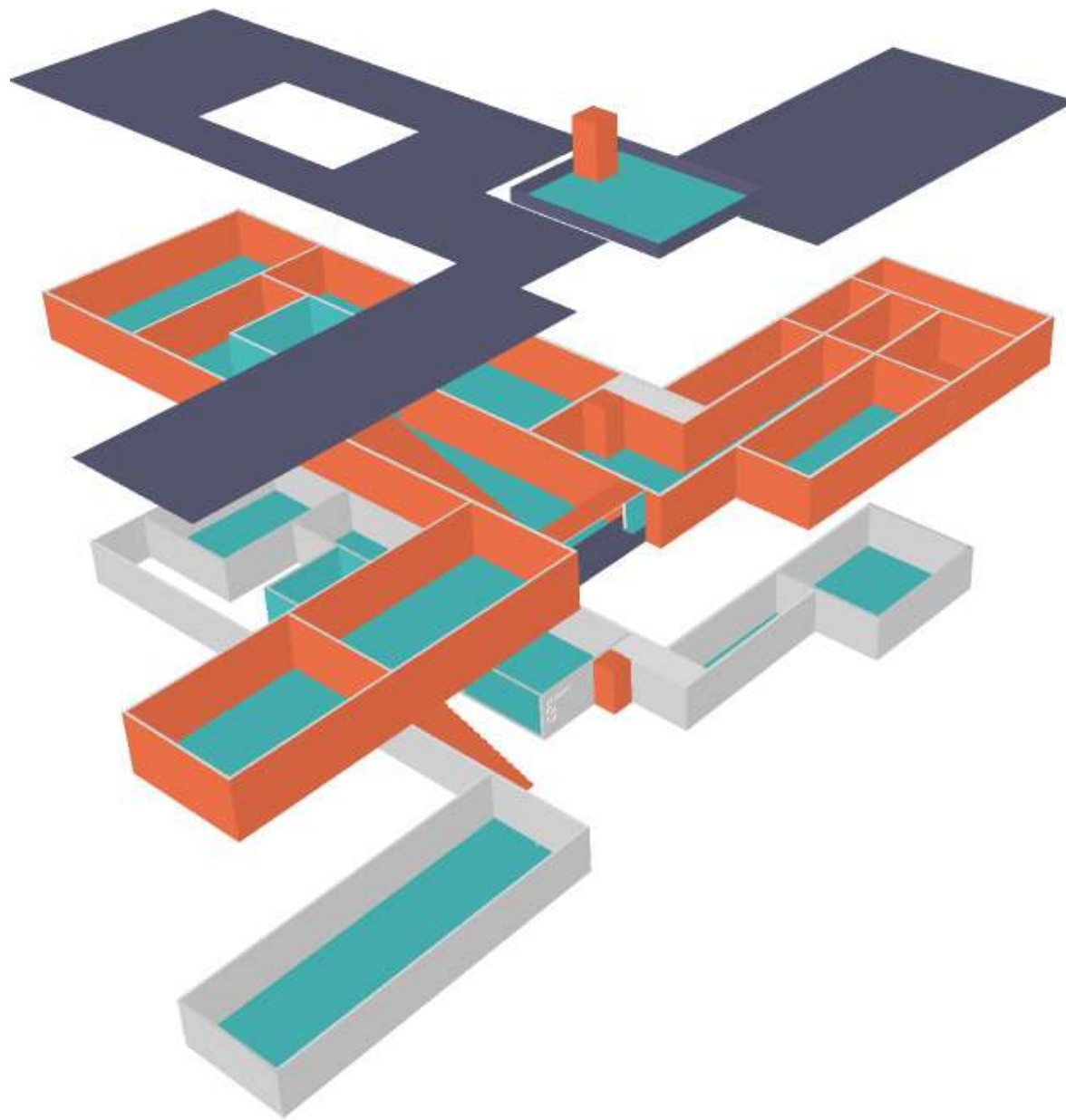


Divisórias flexíveis

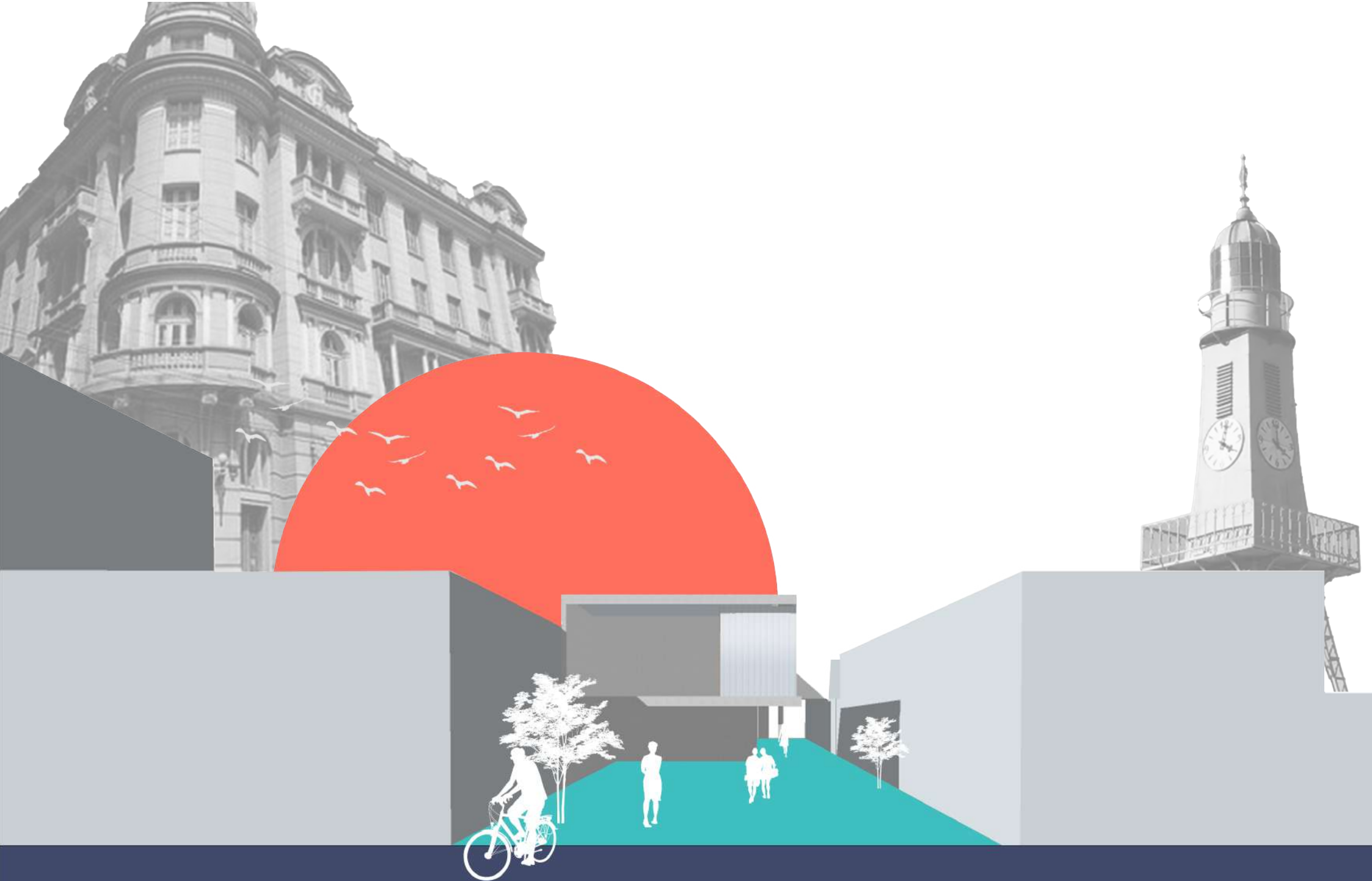
- portas com permeabilidade visual
- janelas em vidro
- paredes fixas
- divisórias adaptáveis

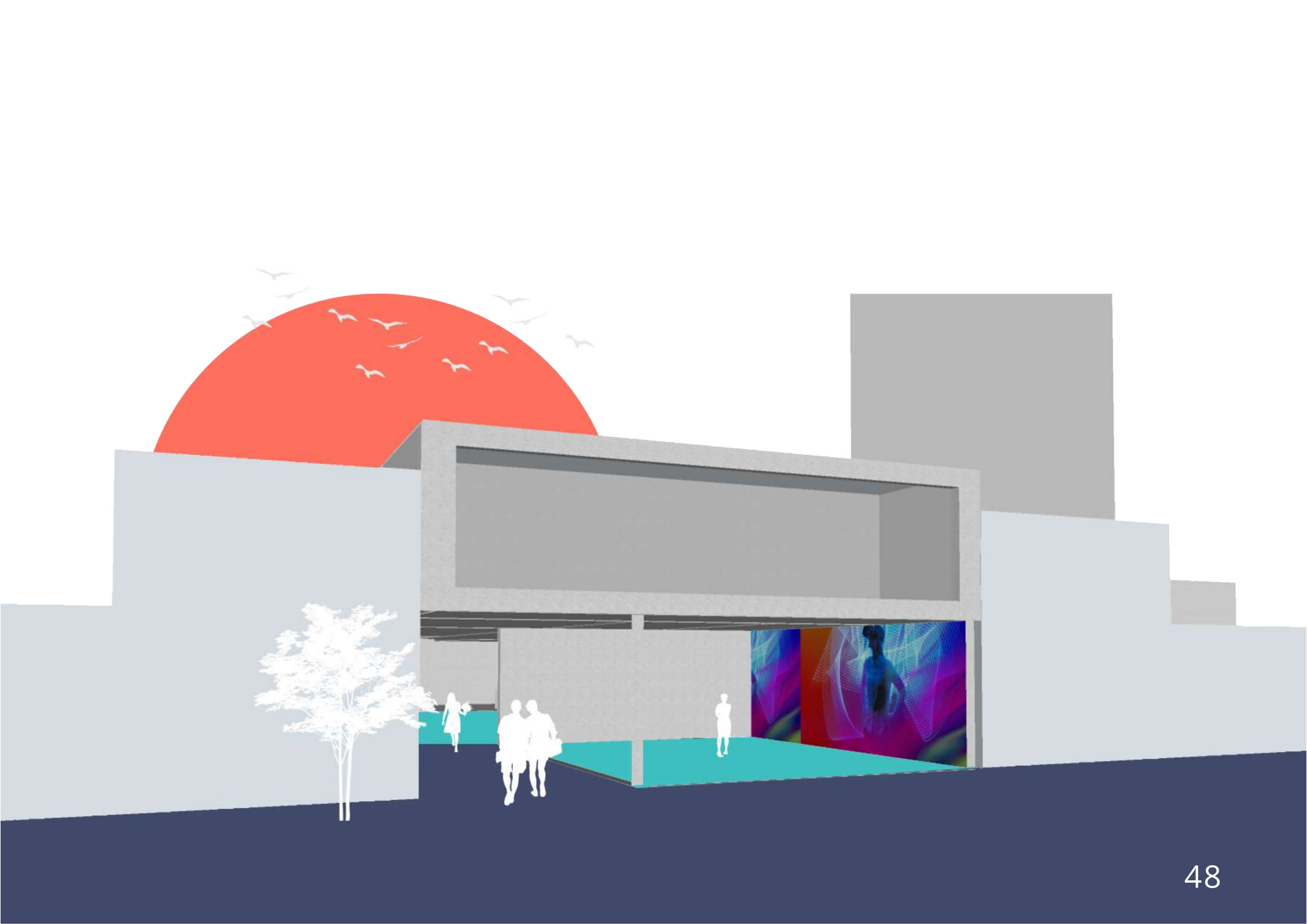


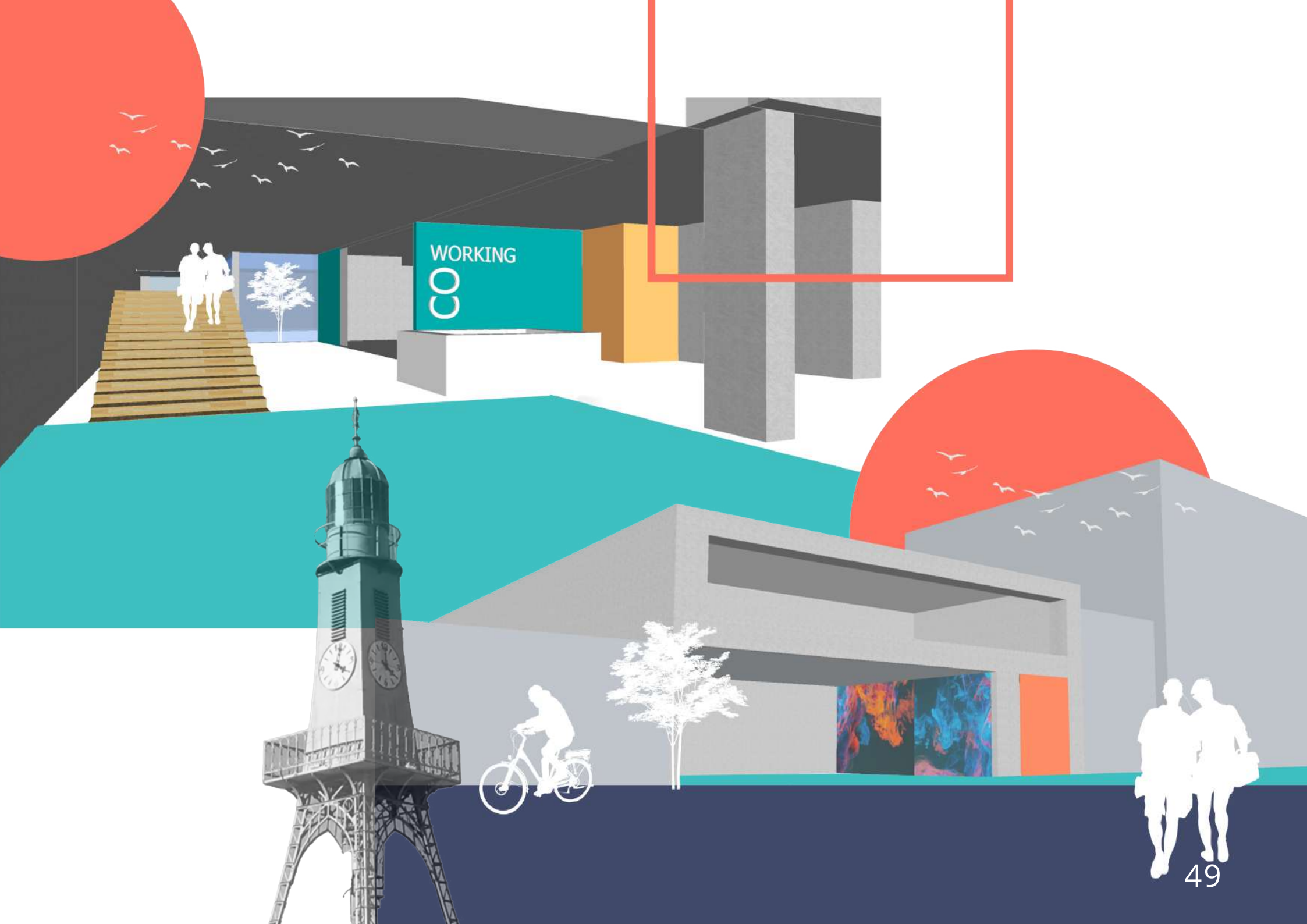
perspectiva isométrica  
dos volumes



sem escala

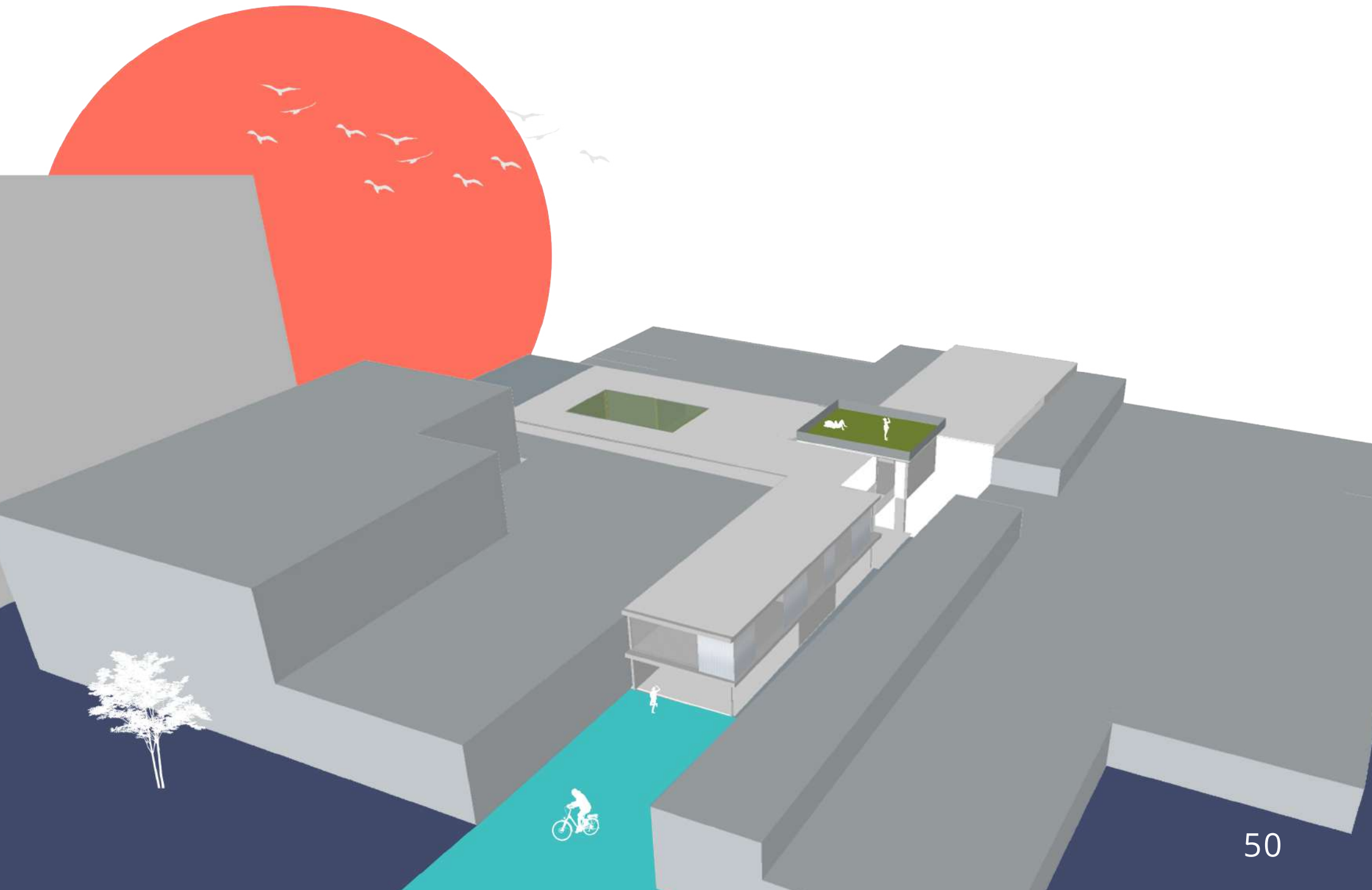




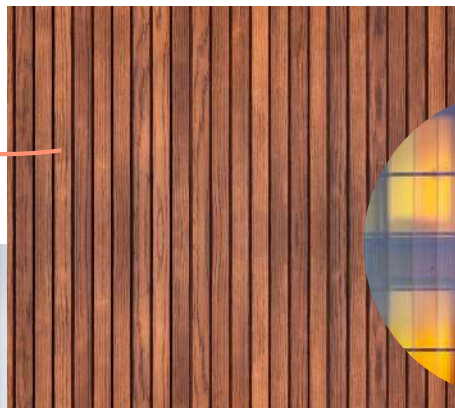


WORKING

8



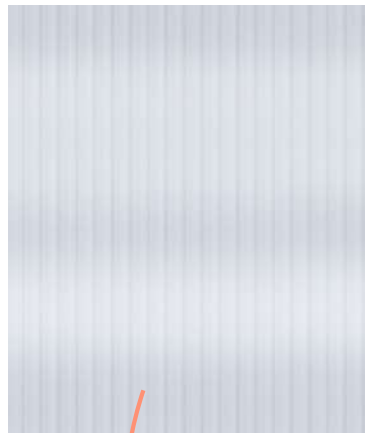
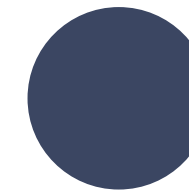
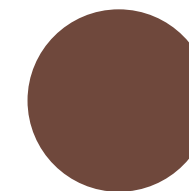
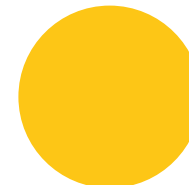
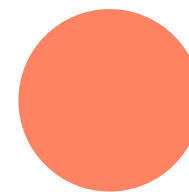
RIPADO EM MADEIRA



JOGO DE LUZES



CORES VIBRANTES que estimulem a criatividade segundo a psicologia das cores



POLICARBONATO FOSCO



ESQUADRIAS EM ALUMINIO E VIDRO



CONCRETO APARENTE



ÁREAS VERDES



LARANJA, MARROM TONS TERROSOS presentes na paleta do entorno



moodboard materialidade

# apontamentos

Apartir das decisões projetuais pensadas e partido desenvolvido, tem-se como desafio maior aprofundamento na próxima etapa, nas seguintes questões:

**01.** Quanto ao sistema estrutural, foi definido o uso de concreto aparente e se faz necessário o dimensionamento das estruturas para garantir a correta sustentação do edifício.

**02.** Também é necessária a definição precisa das divisões internas, bem como definição da disposição dos fechamentos flexíveis de acordo com a necessidade do ambiente, pensar também no isolamento acústico entre esses espaços de maior interação e os mais reservados.

**03.** Quanto ao paisagismo, é necessária a definição do caminhos que faz ligação com a praça, quais vegetações e mobiliários serão definidos no entorno da edificação e do terraço habitável, qualificando estes espaços e promovendo usos diversos.

**04.** Tendo em vista que os lotes escolhidos possuem tamanho relativamente estreito, é necessário pensar, principalmente, em melhores alternativas para iluminação natural e ventilação, levando em consideração o sombreamento do entorno afim de promover aos ambientes estímulos criativos e conforto.



06

biblio

grafia

## fundamentação teórica

ALENCAR, E. M. L. S. Souza F. D. **Contribuições teóricas recentes ao estudo da criatividade.** Psicologia: Teoria e Pesquisa, v. 19, n. 1, p. 001-008, 2003.

BRITO, Ronnie Fagundes de; VANZIN, Tarcisio; ULBRICHT, Vânia. **Reflexões sobre o conceito de criatividade: sua relação com a biologia do conhecer.** Ciênc. cogn., Rio de Janeiro, v. 14, n. 3, p. 204-213, nov. 2009. Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1806-58212009000300017&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1806-58212009000300017&lng=pt&nrm=iso). Acesso em: 23 out. 2022.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas.** [S. l.]: Elsevier Editora, 2008. 579 p. ISBN 8535225129, 9788535225129.

FUÃO, Fernando. **Arquitetura e criatividade.** [S. l.: s. n.], 2008.

JOHNSON, Steven. **Where good ideas come from.** [S. l.]: Riverhead Books, 2010.

PINTO, Marli Dias de Souza; BLATTMANN, Ursula. **Importância do desenvolvimento criativo em ambientes educacionais e organizacionais** [Creative development it importance within educational and organizational environment]. 59-72. Revista ACB, [S.l.], v. 7, n. 1, p. 59-72, ago. 2005.

ISSN 1414-0594. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/375/451>. Acesso em: 13 nov. 2022.

ROSA, Any; NEVES, José Manoel; ROSA, Adriano Carlos; DOS SANTOS, Ramon. **EMPREENDEDORISMO, INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE: Uma Análise Bibliométrica.** ASSOCIAÇÃO EDUCACIONAL DOM BOSCO, [s. l.], 2020.

SALLES, Manon. **Reflexões sobre a criatividade contemporânea.** Dialnet, [s. l.], 2010.

SIERRA, Julio Cesar; MARCHIANO, Marcello; BANZATO, Carlos Roberto. **Influência do Clima Organizacional na Criatividade: Um Estudo de Caso em Empresas Brasileiras.** SINGEP, [s. l.], 2021. Disponível em: <https://singep.org.br/4-singep/resultado/85.pdf>. Acesso em: 2 out. 2022.

SIQUEIRA, Jairo. **Criatividade e inovação.** Criatividade Aplicada, [s. l.], 2007.

**MAPEAMENTO da Indústria Criativa.** FIRJAN, 2022. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/economiacriativa/pages/download.aspx>. Acesso em: 7 nov. 2022.

## links

ALVARENGA, Darlan. **Pandemia faz Brasil perder quase 10 milhões de empreendedores; negócios de mulheres foram os mais impactados.** G1, [S. l.], p. 1-1, 8 jun. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2021/06/08/pandemia-faz-brasil-perder-quase-10-milhoes-de-empreendedores-negocios-de-mulheres-foram-os-mais-impactados.ghtml>. Acesso em: 22 set. 2022.

ASSCOM | GRUPO TIRADENTES COM INFORMAÇÕES DA UNESCO. **Indústria Criativa está em crescimento na economia nacional: Último relatório do Mapeamento da Indústria Criativa aponta que o PIB produzido pelo setor no Brasil totalizou R\$ 171,5 bilhões.** Unit, [S. l.], p. 1-1, 10 ago. 2021. Disponível em: <https://portal.unit.br/blog/noticias/industria-criativa-esta-em-crescimento-na-economia-nacional/>. Acesso em: 8 set. 2022.

ASSIS, Pedro. "**O que é arquitetura colaborativa e como ela está mudando as relações no mercado de trabalho**" 22 Abr 2018. ArchDaily Brasil. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/893003/o-que-e-arquitetura-colaborativa-e-como-ela-esta-mudando-as-relacoes-no-mercado-de-trabalho>. ISSN 0719-8906. Acesso em: 23 Out 2022.

CALDEIRA, Vasco. **Ambientes De Trabalho. Arquitetura e Urbanismo** (AU), [s. l.], 13 abr. 2005. Disponível em: [https://www.academia.edu/29888162/AMBIENTES\\_DE\\_TRABA-LHO](https://www.academia.edu/29888162/AMBIENTES_DE_TRABA-LHO). Acesso em: 27 out. 2022.

**COWORKINGS: inspire seu projeto de interiores no visual da economia colaborativa. In: Coworkings: inspire seu projeto de interiores no visual da economia colaborativa.** [S. l.], 15 abr. 2019. Disponível em: Coworkings: inspire seu projeto de interiores no visual da economia colaborativa. Acesso em: 30 set. 2022.

FIRJAN. **Estudo da Firjan mostra como a pandemia impactou a indústria criativa.** [S. l.], 6 jul. 2022. Disponível em: <https://firjan.com.br/noticias/estudo-da-firjan-mostra-como-a-pandemia-impactou-a-industria-criativa-3.htm>. Acesso em: 11 out. 2022.

**INCUBADORA de empresas em universidades: quais os diferenciais?.** [S. l.], 1 jan. 2022. Disponível em: <https://blog.ucpel.edu.br/incubadora-de-empresas-em-universidades/>. Acesso em: 3 out. 2022.

MATERIALS. "**Princípios para projetar espaços de trabalho colaborativos**" [Claves para construir espacios de trabajo colaborativos] 18 Jan 2017. ArchDaily Brasil. (Trad. Migliani, Audrey). Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/790168/principios-para-proje>

tar-espacos-de-trabalho-colaborativos. ISSN 0719-8906. Acesso em: 03 Nov 2022.

MENDES, Ester. **Uma breve análise sobre o empreendedorismo no Brasil.** In: Blog Freesider. [S. l.], 1 nov. 2018. Disponível em: <https://freesider.com.br/produtividade-e-gestao/empreendedorismo-no-brasil/>. Acesso em: 22 set. 2022.

**MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÕES. Parques Tecnológicos do Brasil.** 607.21. ed. Viçosa, MG: [s. n.], 2021. 92 p. ISBN 978-85-66148-16-9. Disponível em: <https://pelotasparquetecnologico.com.br/manager/upload/b8e5d0-ParquesTecnologicosBrasil.pdf>. Acesso em: 21 set. 2022.

PEREIRA, Aline Soares; ASAF, Jeremias. **Startups 4.0 impulsionam o empreendedorismo no município de Pelotas-RS.** Rede RS : Indústria 4.0, Pelotas-RS, 17 set. 2021. Disponível em: <https://redeindustria40.com.br/startups-impulsiona-m-o-e-m-p-r-e-e-n-dedorismo-na-regiao-sul-do-rio-grande-do-sul/>. Acesso em: 21 set. 2022.

**QUERO Incubar: O que é incubação?.** [S. l.], 1 jan. 2022. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/conectar/quero-incubar/>. Acesso em: 30 set. 2022.

**REDE INDÚSTRIA 4.0. STARTUPS 4.0 impulsionam o empreendedorismo no município de Pelotas-RS.** Rede indústria 4.0, [s. l.], 17 nov. 2021. Disponível em: <https://redeindustria40.com.br/startups-impulsionam-o-empreendedorismo-na-regiao-sul-do-rio-grande-do-sul/>. Acesso em: 11 out. 2022.

S2 TREINAMENTOS. In: **O processo criativo: 5 etapas para melhorar sua criatividade**. [S. l.], 20 mai. 2020. Disponível em: <https://s2treinamentos.com.br/o-processo-criativo-5-etapas-para-melhorar-sua-criatividade/>. Acesso em: 30 set. 2022.

SECULT. **Economia Criativa**. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://secult.es.gov.br/economiacriativa>. Acesso em: 15 set. 2022.

SOARES, Rayme Vasconcellos. SANTOS, Dayvid Souza. **Cultura e economia criativa no Brasil: oportunidades e barreiras na contemporaneidade**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano 06, Ed. 07, Vol. 02, pp. 149-161. Julho de

2021. ISSN: 2448-095. Disponível em: <https://www.nucleodocohecimento.com.br/administracao/economia-criativa>, DOI: 10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/administracao/economia-criativa. Acesso em: 07 out. 2022

TEIXEIRA, Milena. **Habitats de inovação como espaços de criatividade**. UFSC, [S. l.], p. 1-1, 2 abr. 2021. Disponível em: <https://via.ufsc.br/habitats-de-inovacao-como-espacos-de-criatividade/>. Acesso em: 29 set. 2022.

“ *Criatividade  
é a inteligência  
se divertindo.*  
*Albert Einstein*