

FABRICO

*Anteprojeto de ateliê colaborativo, coworking
e incubadora para empresas de moda em
Santa Cruz do Capibaribe, Pernambuco*



Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

Santos, Pedro Yago.

FABRICO Anteprojeto de ateliê colaborativo, coworking e incubadora para empresas de moda em Santa Cruz do Capibaribe, Pernambuco / Pedro Yago Santos. - João Pessoa, 2021.

130 f. : il.

Orientação: Wylma Carlos Lima Vidal.

TCC (Graduação) - UFPB/CT.

1. Espaços de trabalho. 2. Coworking. 3. Arquitetura comercial. 4. Indústria de moda. 5. Moda colaborativa. 6. Polo de Confeções do Agreste. 7. Santa Cruz do Capibaribe. I. Vidal, Wylma Carlos Lima. II. Título.

UFPB/BSCT

CDU 72(

Universidade Federal da Paraíba
Centro de Tecnologia
Departamento de Arquitetura e Urbanismo
Trabalho de Conclusão de Curso II

FABRICO

ANTEPROJETO DE ATELIÊ COLABORATIVO,
COWORKING E INCUBADORA PARA EMPRESAS DE MODA EM
SANTA CRUZ DO CAPIBARIBE, PERNAMBUCO

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Universidade Federal da
Paraíba como requisito para obtenção
de título de bacharel em Arquitetura e
Urbanismo, realizado sob a orientação da
Professora Wylinna Carlos Vidal de Lima

Pedro Yago Santos
Orientadora: Wylinna Vidal

João Pessoa, dezembro de 2020.



Universidade Federal da Paraíba
Centro de Tecnologia
Departamento de Arquitetura e Urbanismo
Trabalho de Conclusão de Curso II

FABRICO

ANTEPROJETO DE ATELIÊ COLABORATIVO,
COWORKING E INCUBADORA PARA EMPRESAS DE MODA EM
SANTA CRUZ DO CAPIBARIBE, PERNAMBUCO

Banca examinadora:

Wylnna Carlos Lima Vidal
Orientadora

Isabel Amalia Medero Rocha
Avaliadora interna

Sonia Marques
Avaliadora externa

João Pessoa, dezembro de 2020.



CARTA AO LEITOR

O trabalho que você tem em mãos é fruto de uma relação de amor à moda, que eu alimento desde antes de entrar na faculdade de arquitetura. Aliás, eu nem sei quem veio primeiro: minha paixão por arquitetura ou por moda, mas ao longo da minha graduação, eu sempre realizei o exercício de aproximar esses dois campos profissionais.

Esse diálogo entre moda e arquitetura ocorreu de diversas maneiras, materializando-se em momentos importantes na minha formação, dentre eles, a oportunidade de estagiar em Paris, a capital da moda, graças a bolsa oferecida pela CAPES através do Programa BRAFITEC, a qual fui contemplado e sou eternamente grato por todas as oportunidades que surgiram desde então.

Mais recentemente, realizei um estágio, em São Paulo, com um dos mais importantes nomes da moda sob medida no Brasil, o estilista Sandro Barros, intermediado pelo escritório LMAIA Arquitetos.

Além dessas experiências, graças à tentativa de unir moda e arquitetura, no fim da graduação, eu volto o meu olhar e minhas noites em claro, projetando para a cidade de Santa Cruz do Capibaribe, Pernambuco, um novo polo criativo para a indústria de moda local.

Este tcc sintetiza algumas visões de futuro sobre os espaços de trabalho e suas relações diretas na indústria de moda, num interesse pessoal de retribuir a Santa Cruz do Capibaribe, através do meu ofício, um pouco do que eu aprendo com a população dedicada e trabalhadora dessa cidade. A moda, nas passarelas ou fora delas, é feita de (e para as) pessoas, assim como na arquitetura.

Encerrar o curso de Arquitetura e Urbanismo na UFPB, unindo as minhas duas paixões, as quais eu trabalhei desde o primeiro semestre (na disciplina de Introdução à Pesquisa), é simbólico e gratificante. Em meio à pandemia da COVID-19, num contexto caótico e de incertezas no qual estamos inseridos, este trabalho propõe refletir sobre o futuro, e introduz algumas discussões sobre o mundo pós-pandemia. Algo atípico para a população mundial, mas a qual enfrentamos diariamente com precaução e esperança.

Mais do que um simples trabalho de conclusão de curso, este projeto simboliza o meu ingresso no mercado de trabalho da arquitetura. E com ele, eu apresento ao mundo a minha visão sobre como a arquitetura deveria funcionar: dialogando com as pessoas, e projetando para elas.

O exercício de projeto no tcc me levou ao endereço da adolescência, à avenida onde estudei o ensino médio, e que agora, através do meu traço, posso desenhar novas perspectivas e formas de ver o futuro. Se o poeta diz que “para saber de onde veio, olhe para trás”, eu olho para trás e apresento, aqui, agora, minha visão de futuro, minhas reflexões para um mundo onde a arquitetura e a moda podem dialogar de maneira mais humana, justa, criativa, feito com e para as pessoas.

Espero que a leitura possa ser estimulante e compreensiva. Que ela possa levar a mais questionamentos, novas perguntas, e que juntos, possamos construir novos diálogos entre moda e arquitetura. Formar-se em meio a uma pandemia, não é fácil. É diferente e atípico, mas novos cenários são traçados e um caminho brilhante há por vir.

Muitas pessoas cruzaram o meu caminho, ao longo da minha formação, e a elas eu devo os meus mais sinceros agradecimentos. Sem o apoio delas, nada seria possível, viável e concreto.

Agradeço primeiramente a Deus, pela força e o discernimento que me foi dado para enfrentar as adversidades e aflições ao longo deste curso.

À minha família, em especial à minha avó Corina, minha mãe, Carla Rilda, meu pai, Pedro Bezerra e os meus irmãos, Yan e Yasminnie. Que vocês sigam sonhando e acreditando que seus sonhos são realizáveis.

Agradeço ao meu tio José Edmilson, por ter sido um incentivador da minha caminhada, contribuindo materialmente e espiritualmente ao longo dessa trajetória.

Às minhas amigas queridas, companheiras de graduação e amores para a vida inteira: Deyse Sousa, Katharyne Patrício, Maria Suzylaine, Victoria Pinheiro e Nathália Linhares, que aguentaram os meus dramas, angústias e seguem fortes ao meu lado. Obrigado pelo apoio nesta reta final. Meu sucesso é de vocês!

Às queridas Isadora Nunes, Camila Brito, Isabella Donadelo, Kelly Cunha, Mariana Daltro, Bianka Pinheiro, Isadora Rolim, Ana Beatriz Pinto, amigas que a vida me deu, e com quem vivi momentos incríveis. Às minhas amigas Wanessa, Walquíria, Luana Amorim, Bruna Larissa, Ana Paula, Elis Raquel, Amanda Wedja e Maria Eduarda, pela força, torcida e por tornar essa caminhada tão especial.

Sou eternamente grato à minha amiga Neli Rabello, pela bailarina de Degas, as lembranças mais loucas e pela contribuição nos renders externos deste trabalho.

Aos meus amigos tão amados, Lucas Manassés (e seu alter ego Vanessa), Filipe Mangueira e Luiz Felipe, obrigado pela cumplicidade e ajudas diárias. Amo vocês!

Aos companheiros de aventuras José Neto, Iris Costa, Maria Isabel, Kevin Habling, Kaique Mercês, Mariana Monteiro, Igor Vieira, Maria Eduarda, Thales Oliveira, Dorgival Marques, Geórgia Silva, Jair Dionísio, Monize Tenório, Bruno Rodrigo, Julia Benning e Mayara Priscila, agradeço eternamente pelo companheirismo, os carnavais e os momentos compartilhados, vocês são muito importantes para mim!

Agradeço a Ian, pelo afeto, companheirismo, incentivo e acreditar que “vai dar certo! E que vem aí!” Obrigado pelo apoio nesta reta final.

Às minhas professoras, mulheres importantes, que ao longo da minha formação

me inspiraram, me apoiaram e construíram a pessoa que eu sou: Maria Silvana Bezerra Gomes, Elizabetha Romano, Frederica Drogo, Jovanka Baracuhy, Marcelle Trigueiro, Luciana Passos, Isabel Medero Rocha, Amélia Panet, Marília Dieb.

Agradeço ao professor José Augusto Ribeiro da Silveira, com quem aprendi a arte da pesquisa, fazendo parte da família LAURBE, e ao eterno mestre, Márcio Cotrim.

Sou extremamente grato à professora e querida amiga Sonia Marques, pelos momentos de aprendizagem, em sala de aula e fora dela, através de suas publicações e nas nossas conversas no dia a dia. Sonia, o arquiteto que sou, devo a você!

Por último, e uma das mais importantes: agradeço à minha orientadora, a professora Wynna Vidal, por me acolher, orientar este trabalho, e acima de tudo, compartilhar momentos de alegrias e risadas honestas, em meio ao caos. Wynna, obrigado por confiar em mim e no meu trabalho. Esta conquista também é sua!

Agradeço aos escritórios onde pude colaborar e aprender tanto: VH Arquitetas, Métra + Associés, GS Arquitetura e LMAIA Arquitetos. Ao monsieur Fábio RE e ao Grupo Renault na França, pela extraordinária e inesquecível oportunidade de estágio e aprendizado cotidiano, ao lado de pessoas tão maravilhosas, entre elas o meu grande amigo Leonardo Andrade.

Nada disso seria possível sem o apoio da CAPES, através do Programa Brafitec, que possibilitou ganhar o mundo e realizar grandes sonhos. Viva a educação pública no Brasil!

Agradeço aos estilistas Jorge Feitosa e Sandro Barros, que gentilmente me receberam em seus ateliês, onde pude aprender através de tecidos, bordados, memórias e inspirações.

Às queridas amigas e criativas de SCC: Carla Rafaela e Karol Diniz, pelas contribuições na pesquisa. Gratidão à equipe do Fashion Revolution no Agreste.

Um grande obrigado a todos que direta ou indiretamente, torceram pelo meu sucesso, incentivando cada momento da minha formação.

Narcisiticamente, agradeço a mim mesmo: Pedro Yago Santos, por ter enfrentado todas as barreiras, e sonhado tão alto, a ponto de conquistar maravilhas, que devem ser celebradas hoje, amanhã e sempre.

Por fim, agradeço a você, caro leitor, por chegar até aqui, por ler o meu trabalho e estar disposto a construir comigo uma nova moda, costurando um novo amanhã.

Boa leitura. Epero que goste.



Figura 01: Gisele Bündchen no final de desfile para o SPFW, que representa seu último desfile em semanas de moda. Fonte: FFW, 2015



Figura 02: Jean Paul Gaultier sendo celebrado após seu desfile de 50 anos de carreira, o último enquanto estilista, 2020. Fonte: M Le Monde

Je pense que la Mode doit changer. Il y a trop de vêtements, et trop de vêtements qui ne servent à rien.

Ne les jetez pas, recycle-les! Un beau vêtement est un vêtement est vêtement vivant.

C'est ça que j'aime par-dessus tout: mélanger! Surtout des choses des choses qui ne sont pas censées aller ensemble. J'adore le métissage des matières, de gens, de classes sociales, des genres... et rigoler avec ça.

Quand on sait la regarder, il y a de la beauté partout. Elle n'est pas unique, elle est multiple.

J'observe toujours, partout, je ne peux pas m'en empêcher, c'est pour ça que je ne conduis pas en fin de compte!

Tout m'inspire.

Eu acho que a moda deve mudar, tem muitas roupas, e muitas roupas não servem para nada.

Não as jogue fora, recicle-as! Uma bela roupa é uma roupa viva.

É isso que eu amo acima de tudo: misturar! Sobre tudo as coisas que não são pensadas para irem juntas. Eu amo a mestiçagem dos materiais, das pessoas, das classes sociais, dos gêneros... e me divertir com isso.

Quando sabemos sabemos olhá-la, existe beleza em tudo. Ela não é única, ela é múltipla.

Continuo a observar, em todo o lado, não consigo evitar, é por isso que não conduzo!

Tudo me inspira.



Figura 03: Cena da retrospectiva sobre o estilista Christian Dior, no Victoria and Albert Museum, em Londres, 2019. Fonte: News Week

RESUMO

A indústria têxtil e da confecção, embora seja a segunda maior empregadora do Brasil, é também uma das mais poluentes, insustentáveis e a qual o trabalho análogo à escravidão ainda persiste. Continuar produzindo moda a um baixo custo, com pouca infraestrutura e ausência de conforto, atinge as pessoas, transforma cidades e resulta em ônus a curto e a longo prazo. Este trabalho busca olhar para a indústria de confecções, propondo um equipamento que contribua para uma moda ética e colaborativa em Santa Cruz do Capibaribe - PE, uma das principais cidades do Polo de Confecções do Agreste de Pernambuco, o segundo maior do Brasil, atrás apenas da cidade de São Paulo. No polo do agreste, especialmente em Santa Cruz do Capibaribe, 80% do mercado de trabalho é informal, as empresas possuem baixo grau de inovação, e as mercadorias são distribuídos por um preço baixo, graças às precárias condições de trabalho para os que atuam no setor. O conhecimento empírico sobre essa realidade local resultou no interesse em pensar estratégias e alternativas para o desenvolvimento da indústria de moda. O FABRICO representa um novo olhar para a indústria criativa local, através de um anteprojeto de um coworking, ateliê colaborativo e incubadora para empresas de moda. O projeto é resultado das etapas de trabalho que consistem em: compreensão (do local e suas problemáticas), investigação (de materiais, soluções construtivas e projetos correlatos) e proposição (de um edifício que atenda às necessidades do local), e contribuindo para as discussões projetuais acerca de coworkings, espaços de trabalho, arquitetura comercial, e especialmente, o diálogo entre moda e arquitetura.

Palavras-chave: espaços de trabalho; coworking; arquitetura comercial; indústria de moda; moda colaborativa; Polo de Confecções do Agreste.

ABSTRACT

The textile and confection industry, although it is the second-biggest employing sector in Brazil, it is also one of the most polluting, unsustainable, and whose practice of labor, analog to slavery, is still somehow commonly held. Keep on producing fashion at a low cost, with poor infrastructure, and lack of comfort affects people, transform cities, and result in a burden in the short and long run. This work aims to look at the confection industry, proposing equipment that contributes to an ethical and collaborative fashion in Santa Cruz do Capibaribe - PE, one of the main cities of the Polo de Confecções do Agreste de Pernambuco, the second-largest in Brazil, after only the City of São Paulo. At the agreste complex, especially in Santa Cruz do Capibaribe, 80% of the market is informal, the companies have a low innovation level, and the goods are distributed for a low cost, thanks to the precarious working conditions of those who work on the segment. The empirical knowledge about this local reality resulted in the interest of thinking about strategies and alternatives for the development of the fashion industry. The FABRICO represents a new approach to the local creative industry, through a pilot study of coworking, collaborative workshop, and incubator for the fashion companies. The project is the result of the work steps, which consists of comprehension (of the place and its issues), investigation (of materials, constructive solutions, and related projects), and the proposition (of a building that meets the necessities of the place), and contributing to discussions regarding coworking, workspaces, commercial architecture, and especially, the dialogue between fashion and architecture.

Keywords: workspaces; coworking; commercial architecture; fashion industry; collaborative fashion; Polo de Confecções do Agreste.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO, REFERENCIAL TEÓRICO E PROJETUAL

Introdução

Apresentação da cidade

Justificativa

Objetivo geral

Objetivo específico

Etapas de trabalho / Metodologia

Referencial teórico

Indústria da Moda;
Polo de Confecções do Agreste;
Espaços de trabalho;
Espaços de trabalho antes e
depois do coronavírus;

Referências projetuais / correlatos

Influência dos correlatos no projeto

O PROJETO ARQUITETÔNICO

Diretrizes projetuais

Contexto urbano

O terreno

Programa de necessidades

Matriz de inter-relações espaciais

O partido

Planta baixa

Térreo;
Pavimento 01;
Pavimento 02;
Pavimento 03;
Cobertura

Cortes

Corte AA;
Corte BB;
Corte CC;

Fachadas

Fachada Norte ;
Fachada Leste;
Fachada Oeste;
Fachada Sul;

Perspectivas de exteriores

SOLUÇÕES TÉCNICAS, CONSTRUTIVAS E ESPACIAIS

Sistemas construtivos; estrutura
metálica

Respostas às condicionantes
climáticas

Análise solar

Axonometrias do volume

Circulação vertical

Caixa d'água

Diagramas dos espaços

Soluções acústicas

Arte nos elevadores

Visual merchandising

Conceito da vitrine

CONSIDERAÇÕES FINAIS

REFERÊNCIAS

APÊNDICES



Figura 04: Desfile comemorativo dos 10 anos da grife Jacquemus, nos campos de lavanda em Provença, na França, 2019. Fonte: France.Fr

INTRODUÇÃO, REFERENCIAL TEÓRICO E PROJETUAL



Figura 05: O artista francês Pierre Kauffmann, com roupa inspirada na *Cité de La Mode et du Design*, projeto correlato internacional. Fonte: La Boite Verte, 2017. Editado pelo autor.

O ato de se vestir pode ir além da simples necessidade de cobrir as partes do corpo, ou adequar-se a uma situação através das vestimentas. Ele pode estar associado à construção de uma narrativa, onde a moda pode ser utilizada como ferramenta para entendermos determinado período da história: costumes, comportamento e suas evoluções.

Interessados ou não pela temática, a moda carrega consigo uma série de questões e faz parte do dia a dia das pessoas, desde a escolha de “onde compramos tal peça”, ou se seguimos ou não a última tendência.

A indústria de moda se faz presente no cotidiano das pessoas, quer elas comprem simples camisetas brancas ou vestidos de festa para ocasiões especiais, movimentando, em 2008, uma cifra de cerca de 1,4 trilhão de euros, e representando cerca de 6% do consumo mundial diante de todos os setores industriais do mundo (GODART, 2010, página 14).

No Brasil, a perspectiva é que essa indústria aumente 3,1% ao ano, até 2021, segundo dados da Fapesp (2020)¹.

Embora a importância dessa indústria seja tão significativa a nível global, as perspectivas para o mercado de moda em 2020 são complexas e desafiadoras, segundo o relatório anual do Business Of Fashion (BOF). Segundo o instituto, “a quantidade de pessoas que responderam à pesquisa afirmando que esperam que as condições econômicas vão melhorar despencou de 49% em 2019 para 9% em 2020”. (BOF, 2020).

Esse olhar pessimista está associado a uma série de novas questões que a indústria da moda vem enfrentando.

Se por um lado, algumas empresas de moda crescem exponencialmente, por outro, denúncias contra trabalho escravo, exploração de trabalhadores ou uso de produtos inadequados advertem para uma série de problemas na cadeia produtiva desse setor,

afetando direta ou indiretamente toda a população e aumentam o sentimento de incertezas, numa realidade complexa e desafiadora.

A indústria de moda viu o poderio dessa indústria criar “capitais da moda”, assim chamadas as cidades que sediam os mais importantes eventos do setor: Paris (figura 06), Londres, Milão e Nova York, ao mesmo tempo que voltou os olhares do mundo para países subdesenvolvidos como Bangladesh (figura 07), Nepal ou Marrocos, onde a maior parte das roupas comercializadas no mundo é produzida, em precárias condições de trabalho, devido ao baixo custo de mão-de-obra nesses países subdesenvolvidos.

Num cenário de questionamentos e avanços, a indústria da moda, assim como todo o setor produtivo, vem sendo estudada, analisada e repensada, sobre quais os rumos que estão levando a cadeia de moda, e onde essa indústria irá chegar. Afinal, qual o futuro da moda?

Enquanto o mundo ainda enfrenta a pandemia da COVID-19, quais as perspectivas de futuro para esse setor? E as novas formas de trabalho, novas interações sociais, como se darão?

No Brasil, a indústria têxtil e de confecções é o segundo maior empregador na indústria de transformação, ficando atrás apenas da indústria de alimentos e bebidas.

Segundo a Associação Brasileira de Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT, 2019) essa indústria emprega cerca de 1,5 milhão de pessoas (75% de mão-de-obra feminina), que trabalham desde a produção dos fios até a confecção de peças.

Esse cenário empregatício apresenta uma realidade onde as discussões sobre moda vão além dos desfiles apresentados em grandes centros urbanos, como São Paulo, Rio de Janeiro ou Minas Gerais, e atingem as páginas de noticiários e jornais, tanto para celebrar as conquistas quanto os problemas a essa indústria associados.



Figura 06: Desfile Outono-Inverno YSL, na PFW, 2019. Fonte: Youtube Catwalker



Figura 07: Colapso do Rana Plaza, Bangladesh, 2013. Fonte: The New York Times



Figura 08: Oficina de costura em Toritama, Pernambuco, 2018. Fonte: GZH Cinema

¹ As estimativas da Fapesp (2020) não consideravam a pandemia da COVID-19, que alteraram a dinâmica econômica, no Brasil e no mundo.

De toda forma, os estudos sobre moda deixam o campo das “tendências” e as páginas de colunas sociais, e a moda passa a ser entendida enquanto indústria e fomento da economia do país.

Dentro e fora do Brasil, as notícias sobre moda alertam para o futuro desse setor, e como este deve se adaptar perante crises, mudanças climáticas, mudanças nos hábitos de consumo, e mais recentemente: como essa indústria deve se (re)articular perante uma pandemia.

Essas mudanças impactam diretamente a produção de confecções no Brasil, atingindo não apenas os grandes centros urbanos, mas também cidades de porte médio, afastadas do eixo Rio-São Paulo, a exemplo dos municípios de Caruaru, Toritama (figura 08) e Santa Cruz do Capibaribe, que juntos integram o Polo de Confecções do Agreste de Pernambuco.

O Polo de Confecções do Agreste abriga cerca de 19,8% dos empregos do setor de confecções no Brasil, e observa no seu dia a dia os pontos positivos e negativos da indústria de moda no Brasil, e ao longo dos últimos anos, também está inserido no debate sobre o futuro da moda e as problemáticas a ele associadas (figura 09).

As transformações as quais a indústria da moda está submetida, são objeto de análise que fomentam a reflexão proposta neste TCC.

Enquanto trabalho de conclusão de curso em Arquitetura e Urbanismo, propõe-se a refletir sobre a indústria de moda, e sua atuação direta na cidade de Santa Cruz do Capibaribe, Pernambuco.

Refletindo, para além desses temas, um outro assunto caro às discussões do século XXI: espaços de trabalho e o futuro das atividades laborais.

O presente trabalho analisa como esses espaços vêm sendo configurados ao longo dos últimos anos, especialmente no aumento exponencial na quantidade de coworkings, espaços colaborativos, cada vez mais presentes nas cidades brasileiras e as relações entre esse

tipo de espaço de trabalho com o setor de confecções.

“Como seria um coworking de moda? Como essa indústria pode se adaptar a esse novo tipo equipamento e espaços de trabalho?”

São algumas das questões levantadas sobre a temática discutida, e sob as quais neste TCC, através de um projeto de arquitetura, pretende-se contribuir para o debate e para soluções de problemas relacionados aos espaços de trabalho na indústria da moda, em especial na realidade do Polo de Confecções do Agreste de Pernambuco, o segundo maior do Brasil.

Enquanto TCC, este trabalho sintetiza meus aprendizados ao longo de 5 anos de graduação e um ano de intercâmbio na França, e as experiências em estágios em escritórios em João Pessoa e Paris.

Olhar para o lugar de onde eu vim, refletir sobre a moda que é produzida neste contexto, e contribuir através da minha arquitetura, é um exercício de aproximação da universidade pública à população de uma cidade no interior do estado de Pernambuco. Através deste projeto, contribuo com o meu olhar sobre moda, a arquitetura e o diálogo entre essas disciplinas, pelas quais eu sou apaixonado e que me acompanham durante toda a trajetória da graduação.

Figura 09: Clientes comprando no MCSC. Fonte: Blog do Moda Center



APRESENTAÇÃO DA CIDADE
DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA

A cidade de Santa Cruz do Capibaribe - PE está situada no agreste setentrional pernambucano, na microrregião do Alto Capibaribe, estando a cerca de 192 km da capital do estado, Recife. Atualmente, a cidade possui uma população de 107.937 habitantes, segundo estimativas do IBGE (2020).

Ainda segundo o Instituto, o salário médio mensal era de 1,5 salários mínimos, em 2017 e 14,6% da população estava formalmente empregada. Esses empregos estão diretamente associados, em sua maioria, à indústria de confecções e produção de vestuário, pois o município é um dos mais importantes do chamado Polo de Confecções do Agreste de Pernambuco, o segundo maior polo de confecções do Brasil, ficando apenas atrás de São Paulo - SP.

O Polo de Confecções do Agreste teve sua origem nas cidades de Santa Cruz do Capibaribe e Caruaru, e engloba atualmente 19 municípios, sendo os mais representativos, os 10 apresentados no quadro a seguir. (SENAI, 2014).

Atualmente, o Polo de Confecções do Agreste possui cerca de 20 mil empreendimentos do setor, segundo pesquisa desenvolvida pelo SEBRAE Pernambuco (2010), que considera como empreendimentos “empresas formais e informais, que terceirizam a produção de encomendas”.

A região oferece aproximadamente 100 mil empregos e produz 900 milhões de peças por ano e segundo reportagem do Estadão, “não há desemprego no setor, que tem penado com carência de mão de obra qualificada” (LACERDA, 2013).

As cidades de Santa Cruz do Capibaribe, Caruaru e Toritama são as principais produtoras de riquezas para o polo, concentrando os maiores números no PIB em comparação às demais cidades que integram o polo de confecções. Juntas, elas geram cerca de 1,1 bilhão de R\$ ao ano, através da oferta de 107.177 empregos, distribuídas em 18.803 unidades produtivas: 8.060 informais, ou “facções”² e 10.743 empresas formais.

² Facção ou fabrico, é o nome dado às pequenas empresas, majoritariamente informais, responsável pela produção e acabamento das peças de confecções, no Polo.

LOCALIZAÇÃO DO POLO DE CONFECÇÕES DO AGRESTE DE PERNAMBUCO

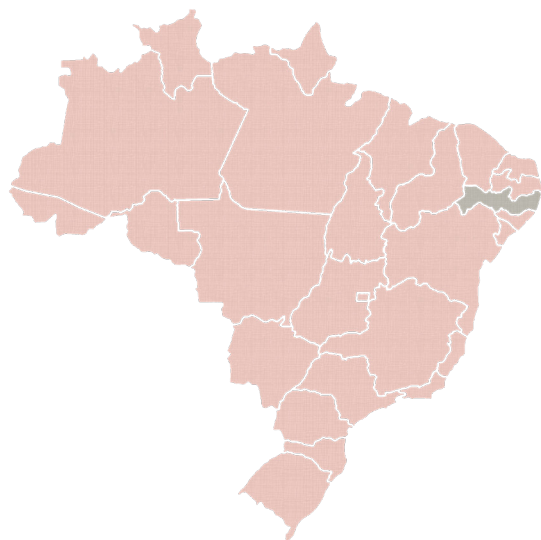


Figura 10: Mapa do Brasil, destaque para o estado de Pernambuco. Elaborado pelo autor.

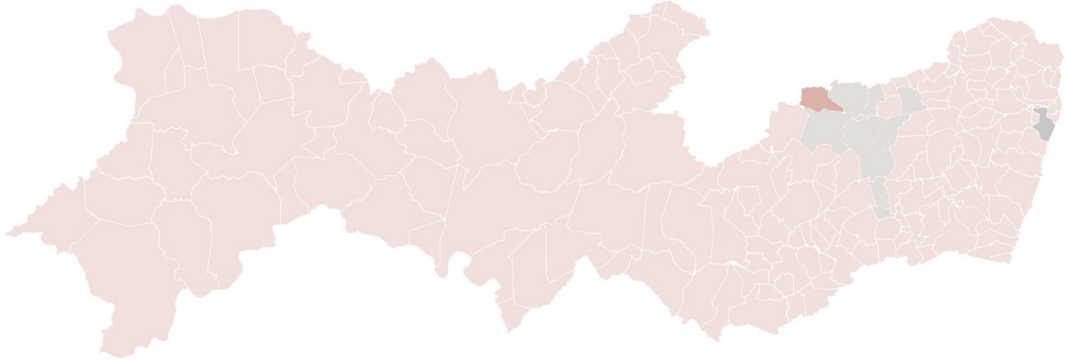


Figura 11: Mapa de Pernambuco, destaque para as cidades do Polo de Confecções do Agreste, e a capital Recife. Elaborado pelo autor.

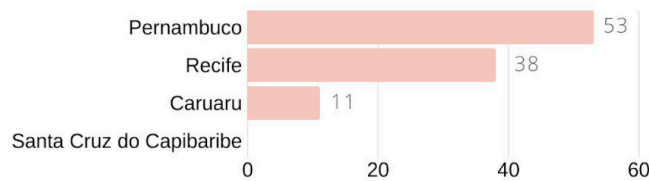
80% do mercado de trabalho é informal e em precárias condições	Baixo grau de inovação nas empresas da confecção	“Viver para trabalhar, e não trabalhar para viver”
--	--	--

POPULAÇÃO, PRODUTO INTERNO BRUTO E VARIAÇÕES 2000 - 2010 (Fonte: SEBRAE/PE, 2014)

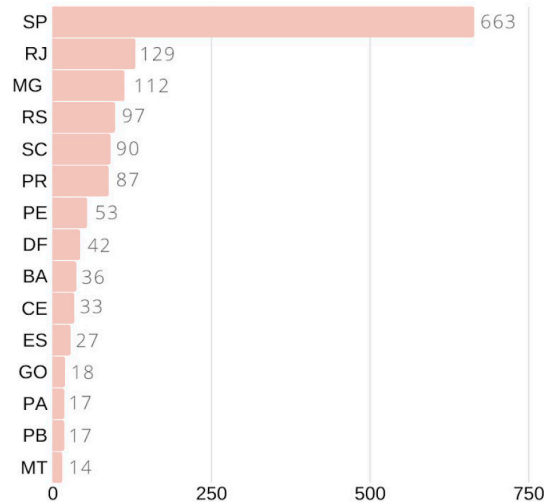
Unidade geográfica	População 2010	PIB 2009 (R\$ mil preços correntes)	Variação População 2000/2010 (%)	Variação total do PIB a preços constantes 2000/2010 (%)
Agrestina	22.679	108.811	13,2	50,9
Brejo da Madre de Deus	45.180	163.271	18,6	48,2
Caruaru	314.912	2.428.599	24,2	49,2
Cupira	23.390	93.631	4,5	29,4
Riacho das Almas	19.162	91.226	5,6	67,6
Sta Cruz do Capibaribe	87.582	400.885	48,3	63,9
Surubim	58.515	269.852	16,3	45,1
Taquaritinga do Norte	24.903	103.842	26,0	53,2
Toritama	35.554	149.176	63,1	101,2
Vertentes	18.222	66.013	21,8	57,4
Caruaru + Toritama + Sta Cruz do Capibaribe (Polo-3)	438.048	2.978.660	31,0	57,2
Total dos dez municípios (Polo-10)	650.099	3.875.306	27,1	56,1

O Polo de Confeções do Agreste é o 2º maior polo do setor, no Brasil, responsável por 19,8% dos empregos do setor nacional de confecções. Embora atrás apenas do município de São Paulo nesse ranking, enquanto a capital paulista possui 388 espaços de coworking (20 deles destinados a empresas de moda) **(Figura XX)**, o Polo de Confeções do Agreste contam com 11 espaços de coworking, nenhum deles situados na cidade de Santa Cruz do Capibaribe.

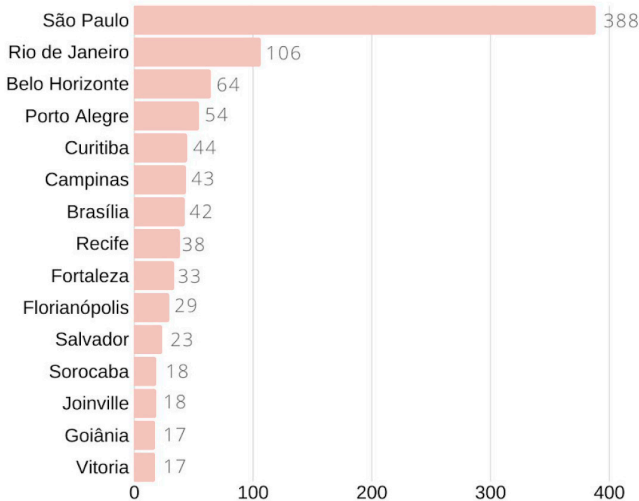
Coworkings em PE. Fonte: Censo Coworking Brasil, 2019



Coworkings por estado. Fonte: Censo Coworking Brasil, 2019



Coworkings por cidade. Fonte: Censo Coworking Brasil, 2019



Os gráficos apresentam que embora no interior do estado de Pernambuco, as empresas cresçam e apresentem altos índices de faturamento, a presença de coworkings e espaços de trabalho compartilhados ainda é concentrada majoritariamente na capital do estado, Recife, fator semelhante aos demais estados brasileiros. Segundo o Censo Coworking Brasil, em 2019, 68% dos coworkings localizam-se nas capitais dos estados.

Ainda sobre a produção de confecções no polo, apesar dos números positivos e da baixa taxa de desemprego nas cidades que o compõe, algumas características apresentam o “lado B” dessa indústria, marcada por uma produção de mercadorias de baixa qualidade, pouca durabilidade e que agride o meio ambiente, através do descarte inadequado de água para lavagem de jeans e produção de peças de roupa, assim como uso excessivo de água numa região seca, entre outros fatores, como a baixa qualidade dos espaços de trabalho, etc.

Todos esses problemas afetam direta ou indiretamente os envolvidos na cadeia de produção no Polo de Confeções do Agreste: trabalhadores, onde 80% do mercado de trabalho é informal e em precárias condições; empresários, que possuem empresas com baixo grau de inovação e principalmente, os jovens, onde apenas 10% dos estudantes formados na cidade conseguem emprego na sua área de formação, na região. (Armazém da Criatividade, 2018).

Para além dos problemas citados, a cidade de Santa Cruz do Capibaribe, assim como as demais cidades da região, enfrentam diariamente uma filosofia empresarial típica das cidades que se desenvolveram no capitalismo tardio, o pensamento que “rege” a população, onde as pessoas “vivem para trabalhar, ao invés de trabalhar para viver”.

Essas relações trabalhistas, cada vez mais escassas e análogas a uma “escravidão contemporânea”, submetem os trabalhadores a carga horárias cada vez mais extensas, realizadas em espaços sem infraestrutura alguma para sua realização e sem condições de salubridade, e a falta de oportunidade de crescimento.

Somado a isso, um baixo índice de escolaridade e capacitação da mão de obra, marcam a cidade de Santa Cruz do Capibaribe, que vende a imagem de “capital da moda”, em campanhas publicitárias e anúncios, mas que na prática está aquém das novas tecnologias e avanços que a indústria de moda pode oferecer.

É nesse cenário, que a partir de estudos teóricos sobre o tema, uma abordagem histórica, social e econômica sobre a cidade, que o presente trabalho busca, através da arquitetura, refletir em “como serão os espaços de trabalho para a indústria de moda, num futuro próximo? Como esses espaços podem acontecer, numa cidade de porte médio, no nordeste brasileiro?”.

As reflexões aqui apresentadas, são frutos do meu interesse pessoal em pensar acerca de o futuro da moda, os espaços de trabalho e o Polo de Confeções do Agreste, através do olhar da arquitetura, apresentando respostas através da concepção de espaços.

Por ser natural dessa região, e conviver diariamente com o impacto da indústria de confecções na vida das pessoas, este trabalho é uma oportunidade de devolver às pessoas do meu lugar, um pouco do conhecimento adquirido ao longo do curso de arquitetura e urbanismo. É uma oportunidade de retornar às origens, através da linguagem pela qual escolhi me expressar, a arquitetura.

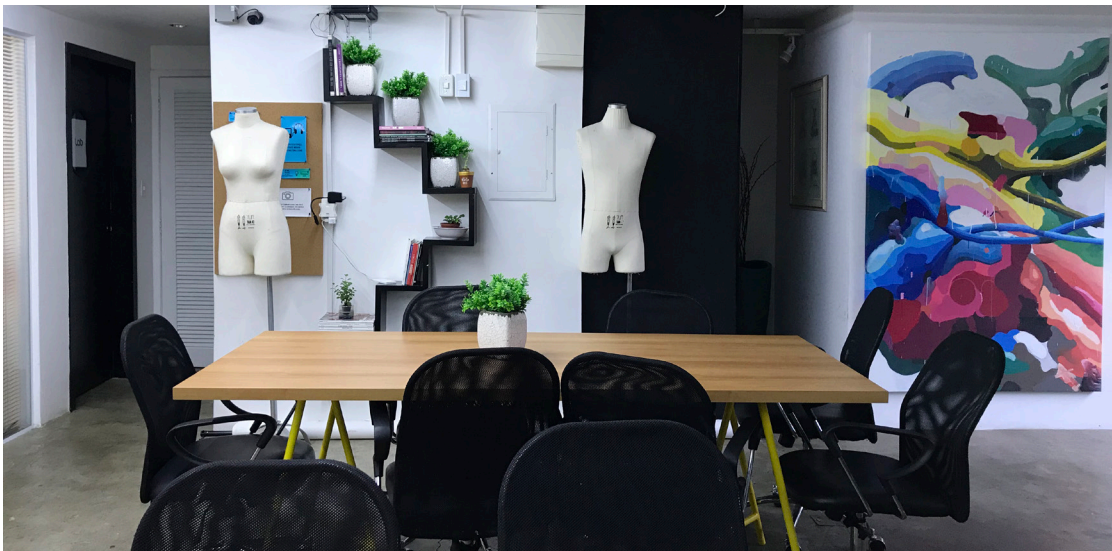


Figura 12: Fashion LAB, primeiro coworking de moda do Brasil, localizado em São Paulo. Acervo pessoal do autor.



A indústria têxtil e da confecção, embora seja a **segunda maior empregadora do Brasil**, é também **uma das mais poluentes, insustentável** e a qual o trabalho análogo à **escravidão ainda persiste**.

Continuar produzindo moda a um baixo custo, com pouca infraestrutura e ausência de conforto, atinge as pessoas, transforma cidades e resulta em **ônus a curto e longo prazo**.

Este trabalho busca **olhar para a indústria de confecções**, propondo um equipamento que contribua para uma **moda ética e colaborativa** na cidade.

OBJETIVO GERAL

Elaborar anteprojeto de um espaço para abrigar um ateliê colaborativo, coworking e incubadora destinado a empresas de confecções e moda em Santa Cruz do Capibaribe, Pernambuco.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Conceber espaços de trabalho colaborativos e compartilhados, adaptáveis às mudanças e avanços da indústria da moda;
2. Projetar espaços de trabalho que atendam às diferentes etapas de produção do setor de confecções: desde a concepção até os acabamentos;
3. Criar um edifício que dialogue diretamente com a cidade, atuando como um espaço voltado à Economia Criativa e o empreendedorismo local;
4. Incluir novas tecnologias e ferramentas de concepção para a produção de vestuário, em espaços adequados e equipados.



Figura 14: Estúdio do *MathcesFashion*, Londres. Fonte: Officellovin, 2018

Figura 13: Atelier Dior, em Paris, 2017. Fonte: Business of Fashion

O trabalho foi realizado em três etapas: compreensão, investigação e proposição. Esses conceitos gerais, que intitulam e norteiam as etapas do processo são uma adaptação da metodologia desenvolvida por Deyse Sousa, em seu TCC intitulado Gumbane Escola Primária, defendido em 2019, no departamento de arquitetura e urbanismo da UFPB, sob orientação do professor Carlos Alejandro Nome.

A primeira etapa, refere-se à compreensão do tema e suas implicações na cidade, onde desenvolvo estudos acerca da indústria da moda e como ela está articulada em Santa Cruz do Capibaribe. Consiste num panorama do cenário atual do lugar, através de leituras e levantamentos em campo **(Figura XX)**.

A segunda etapa, consiste na investigação de soluções arquitetônicas que respondem às demandas surgidas na fase de compreensão **(Figura XX)**, através do estudo de materiais, estudo de correlatos e visitas in loco a espaços que dialogam diretamente com o objeto final. Foram visistados projetos relacionados à temática, para melhor imersão no objeto a ser desenvolvido.

A terceira etapa, de proposição, por sua vez, resulta nas soluções arquitetônicas propostas por mim, como resposta às problemáticas surgidas nas etapas anteriores. Sob o aspecto temporal, as três etapas de trabalho foram divididas, esquematicamente, em três momentos: durante a disciplina de TCC I, até a pré-banca e finalmente, até abanca final



1. COMPREENSÃO

Pesquisa temática	Produto: fichamento e imagens
Estudo do lugar	Produto: fotos, mapas e infográficos
Sistematização de dados	Produto: diagramas
Definição programática	Produto: definição do programa arquitetônico



2. INVESTIGAÇÃO

Estudos de materiais	Produtos: diagramas, fichas e gráficos
Estudos de correlatos	Produto: diagramas, fluxogramas, fichas e gráficos



3. PROPOSIÇÃO

Estudos de forma, funcionalidade e relações espaciais	Produto: partido arquitetônico, volumetria e fechamentos
Desenvolvimento do projeto	Produto: projeto final
Representação gráfica	Produto: diagramação, diagramas e imagens
Revisão final	Produto: caderno final e pranchas



Figura 15: Visita in loco e análise das atividades comerciais no entorno do projeto. Acervo pessoal do autor, 2020.

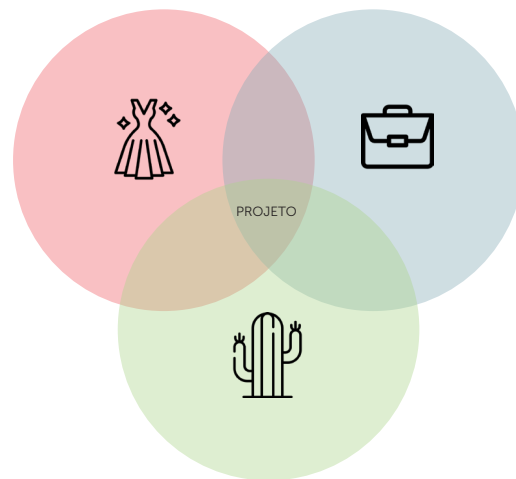


Figura 16: Visita à loja LOF Texprima, em São Paulo, projeto de referência para o desenvolvimento do programa do edifício. Acervo pessoal do autor, 2019.

As investigações deste TCC dialogam com três temáticas gerais e seus desdobramentos no projeto arquitetônico apresentado adiante. Os temas abordados durante a pesquisa e desenvolvimento da revisão bibliográfica e as questões a eles vinculadas, são:



O cruzamento teórico entre as temáticas acima resulta em um projeto de arquitetura, no qual é apresentada a minha interpretação sobre como um edifício destinado à indústria da moda deve ser. Um olhar sobre o futuro, a partir de discussões de agora.



Essas temáticas foram estudadas, de modo a contribuir não apenas sob o aspecto arquitetônico, mas também avançar nas últimas produções acadêmicas sobre moda, espaços de trabalho e a cidade de Santa Cruz do Capibaribe.

Devido ao atual contexto da pandemia da COVID-19, tornou-se necessário trazer os impactos dessa pandemia para a indústria, de modo geral, e seus impactos no consumo de moda, e na arquitetura dos espaços de trabalho, em geral. Essa reflexão é desenvolvida no tópico sobre “espaços de trabalho para um novo normal na moda”, apresentado adiante.

INDÚSTRIA DA MODA

Nesse tópico, são abordadas algumas questões que estruturam a indústria da moda ao longo do tempo, através dos estudos do francês Frédéric Godart (2010), Diane Crane (2011), André Carvalhal (2014, 2016) e textos da jornalista Camila Yahn.

Apresentam-se como essa indústria é organizada hierarquicamente e algumas abordagens sobre as problemáticas a serem enfrentadas em um futuro próximo, como sustentabilidade, novas tecnologias e novas maneiras de comercialização.

POLO DE CONFECÇÕES DO AGRESTE

Neste tópico, realiza-se um panorama histórico de como a Feira da Sulanca resultou em um polo de confecções tão importante, tornando Santa Cruz do Capibaribe um dos principais destinos para compradores de roupas, a nível nacional.

A partir da pesquisa realizada por Sarabia (2011), estudou-se as mudanças ocorridas na cidade, a partir da construção do Moda Center. Destaca-se ainda, Maciel e Neto (2011), que analisam como os MEIs vêm transformando o cenário da produção de moda local.

ESPAÇOS DE TRABALHO

Apresentam-se algumas reflexões sobre os espaços de coworking, estudados por Márcio Augusto Giannelli (2016), Fabbri e Charue-Duboc (2006) e o cenário dos coworkings, através do Censo Coworking Brasil (2019).

Definiu-se o que é coworking? O que é incubadora, e como esses elementos estão relacionados. O estudo serviu de suporte para entendermos como os espaços de trabalho, vêm sendo interpretados, recentemente.

Estudou-se ainda o conceito de *open space* e de *Living Office*, apresentado pela Herman Miller e base para concepção espacial do coworking do TCC, além do impacto da pandemia nos espaços de trabalho.



Figura 17: Desfile da grife CHANEL na semana de Alta Costura de Paris
Fonte: Youtube Catwalker



Figura 18: Moda Center Santa Cruz, em um tradicional dia de feira.
Fonte: Blog do Moda Center



Figura 19: Modelo de Living Office aplicado ao escritório da Herman Miller em Hong Kong. Fonte: Herman Miller

INDÚSTRIA DE MODA: Uma evolução e perspectivas de futuro

23

Quando falamos em moda é comum pensarmos diretamente nas tradicionais marcas de luxo, nos desfiles suntuosos ou nos tradicionais filmes que revelam todo o suposto glamour por trás dessa indústria. De fato, durante muito tempo, a moda sempre construiu essa aura de lugar mágico, luxuoso e encantador.

Encantamento este reforçado pelas marcas de luxo, numa narrativa construída historicamente para reafirmar o poderio dos países europeus, sendo utilizadas, desde sua origem, como elemento de distinção social e ilustrado em clássicos como *Breakfast at Tiffany's* (1961), *O Diabo Veste Prada* (2006) ou *Sex and The City* (2008) (figura 20).

Mas para além de tema de filmes e seriados de TV, a indústria da moda é uma importante ferramenta histórica, econômica e cultural, fazendo-se presente no dia a dia das pessoas, seja ao escolher o que vestir, seja assistindo a algum conteúdo nas mídias sociais. A grande questão, afinal, é: o que é moda?



Figura 20: Roupas extravagantes marcam as personagens de *Sex and The City*. Fonte: Fanpop

Segundo Frédéric Godart (2010), a moda “se situa entre as artes e a indústria, influenciando não apenas a economia e o consumo, mas a cultura”. A maneira de se vestir influencia na imagem de uma cidade, de um grupo de pessoas, reforçando identidades e acentuando determinadas características.

Por exemplo, ao pensarmos no jeito de se vestir no nordeste, hoje em dia, pode-se imaginar o uso de rendas, tecidos leves, vestimentas mais curtas e despojadas, pensadas para o clima mais quente. Em contrapartida, lembramos das vestimentas de Maria Bonita, Lampião e o seu bando, que usavam as vestimentas e acessórios como adornos que representava o poderio dos cangaceiros perante a sociedade sertaneja da época.

Quando pensamos na moda parisiense, por sua vez, é fácil associar à exuberância de vestidos, casacos o tradicional *tailleur bar* (conjunto icônico, criado por Christian Dior, em 1947 e símbolo do pós-Segunda Guerra Mundial na Europa) (figura 21).



Figura 21: Ícone da moda mundial, o *tailleur bar*, criado por Christian Dior é símbolo do pós-guerra. Fonte: Madame Figaro

A moda africana, por sua vez, remete a tecidos estampados, roupas coloridas e grafismos étnicos próprios do continente africano, mas que ganha o mundo através de seu povo.

Representando uma região, um país, ou mesmo um continente, a moda tem a capacidade de criar clássicos e alimentar histórias que dialogam o vestir, o comportamento, auxiliando na formação de identidades. Que mulher nunca pensou em um vestido preto, para a noite, enquanto homens optaram por uma camisa gola polo, durante o dia?

Essa construção identitária é um dos artifícios que a moda encontrou para se manter viva e atuante, até os dias de hoje. Afinal, escolher uma roupa pode ser sinônimo de compartilhar os princípios de uma marca, transmitindo uma mensagem por trás daquela vestimenta ou acessório. A essa característica da moda, Godart (2010) relata que

Além de a moda ser uma atividade econômica pelo fato de produzir objetos, ela é também uma atividade artística porque gera símbolos. A moda não se contenta, portanto, em transformar tecidos em roupas, ela cria objetos portadores de significado. A moda é, por conseguinte, uma indústria cultural ou criativa. (...) Essas indústrias apresentam como ponto comum o fato de que são caracterizadas não somente pelo foco da criatividade e da estética no processo de produção, mas também pela primazia do lazer no processo do consumo.

(GODART, 2010, pág. 14)

A moda como entendemos hoje, uma indústria criativa responsável pela criação de símbolos e de elementos presentes no imaginário das pessoas, é analisada e vista de diferentes maneiras por autores da área do comportamento humano, ciências sociais e sociologia.

Os autores Doeringer e Crean (2006, p. 357-369 apud GODART, 2010) organizam os segmentos da moda na forma de pirâmide, uma ilustração clara de como essa indústria pode ser vista como uma ferramenta de distinção social, visto que “quanto mais nos afastamos da base da pirâmide, mais os produtos são caros, de boa qualidade e mais se caracteriza por ciclos curtos de produção e pela vida breve dos produtos, além de uma maior incerteza em relação à demanda e um trabalho mais acentuado sobre estilo e diferenciação dos modelos”.

No topo da pirâmide está a alta-costura. Logo abaixo, encontramos vários segmentos de prêt-à-porter: em primeiro lugar, as coleções de criadores (designer collections), caras e de boa qualidade, mas cujos modelos não são únicos e em seguida, as coleções ditas intermediárias (bridge fashion), para difusão mais ampla e a preços mais moderados, e finalmente a moda de massa (better fashions), a preços moderados. (GODART, 2010, pág. 43)

Fazendo interpretação dessa pirâmide no contexto brasileiro, com atenção especialmente voltada à cidade de Santa Cruz do Capibaribe, é possível ilustrar essa tabela da seguinte maneira:



Figura 22: Adaptação da pirâmide da moda, segundo Doeringer e Crean. Elaborado pelo autor.

Associando às empresas do Polo de Confecções do Agreste, as marcas estariam, situadas na categoria de Moda de Massa, ou ainda, numa categoria inferior a esta, visto que grande parte das marcas comercializadas em

Santa Cruz do Capibaribe tem realmente um produto final cujo preço é inferior às lojas de fast fashion, e a qualidade e durabilidade dos produtos também é baixa.

Algumas mercadorias compradas nesse polo, são pejorativamente chamadas de roupas da feira, por se tratar de peças compradas em centros atacadistas cujo origem, geralmente, está associada à feira da sulanca, que discutiremos melhor mais adiante.

Para ilustrar como essa pirâmide da moda brasileira se configura, realizou-se uma pesquisa de preços em uma peça de roupa, em marcas que representam cada uma categoria desta pirâmide. A peça escolhida para esta pesquisa de preços foi um vestido feminino.

O exercício, de caráter meramente ilustrativo, utilizou os preços disponíveis em sites de lojas e de multimarcas, no dia 08 de novembro de 2020.

Esses valores podem sofrer alterações, ao longo do tempo. De modo a estabelecer um parâmetro para as categorias de análise, foi selecionado o vestido mais caro vendido por cada marca.

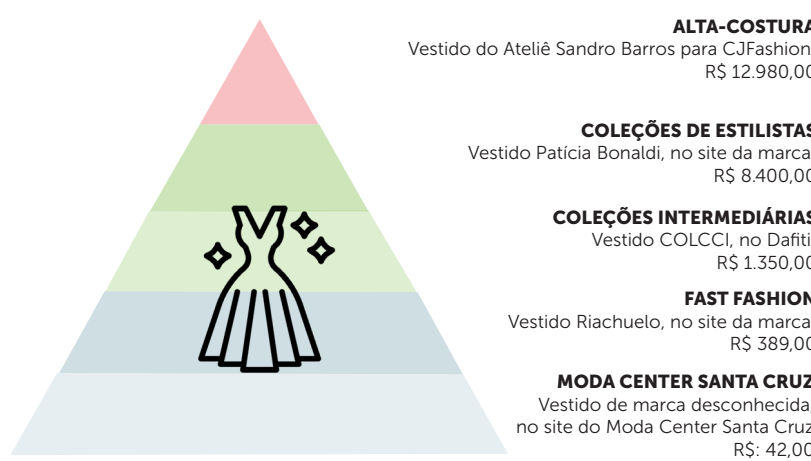


Figura 23: O preço de um vestido, em grifes brasileiras, da alta-costura ao Polo de Confecções do Agreste. Elaborado pelo autor.

Se os diferentes segmentos da moda podem ser expressos sob a forma de pirâmide, o processo de produção pode ser representado sob a forma de uma cadeia de valor, segundo Godart (2010).

Cadeia de valor é uma representação estilizada das diferentes etapas de um processo de produção.

Segundo Jennifer Bair e Gary Gereffi (2001 apud GODART, 2010), de novo elementos ou etapas:

1. Criação dos têxteis a partir das matérias-primas;
2. Preparação;
3. Design e o desenvolvimento dos produtos;
4. Corte;
5. Montagem;
6. Lavagem e o acabamento;
7. Distribuição para os comerciantes;
8. Marketing;
9. Venda para os particulares.

Um dos lados negativos da indústria da moda, está associado às recorrentes denúncias contra grandes conglomerados, que utilizam, eventualmente, mão de obra análoga à escravidão, pagando muito pouco aos seus costureiros (base da cadeia de produção) e lucrando bastante na venda final.

Essas disparidades revelam ainda outros problemas associados, como as questões de gênero e de raça. A maior porcentagem dos profissionais de costura, nas confecções brasileiras, são mulheres, que sofrem diariamente na articulação entre atividades domésticas e a prática profissional.

Em relação às questões de raça, observa-se que a representatividade nas passarelas e campanhas de moda, foi historicamente negligenciada, sendo a indústria da moda, alvo de declarações racistas e experiências de humilhação e preconceito para modelos negras.

Algumas medidas já vêm sendo adotadas como maneira de reparação histórica a essas questões, como a semana de moda de São Paulo, que na sua última edição, realizada em novembro, decretou que 50% do

FAST FASHION: Democratização do acesso ou banalização da moda?

casting dos desfiles deve ser composta por negros, pardos, indígenas ou orientais.

Racismo, representatividade e o papel da mulher nessa indústria são alguns dos temas atuais a qual a indústria da moda vem sendo confrontada.

Além disso, questões sobre sustentabilidade, reaproveitamento de matéria prima e a produção consciente contribuem nas atuais discussões sobre moda no Brasil e no mundo, como a problemática das lojas de *fast fashion*, e o surgimento de novos termos como o *upcycling*, que se refere a reciclagem e ao reaproveitamento de peças de roupas, transformando-as em outros modelos.



Figura 24: Campanha da coleção de Karl Lagerfeld para H&M. Fonte: H&M



Figura 25: Campanha Versace para Riachuelo. Fonte: Vogue Brasil

A indústria de moda, apresentou nos últimos 15 anos, um crescimento exponencial, fator diretamente relacionado ao surgimento da indústria de *fast fashion*.

A “moda rápida”, em tradução livre, se referem às roupas que são vendidas a preço baixo em lojas de departamento, cujo a sedes das empresas geralmente localizam-se em países de primeiro mundo, enquanto a produção é realizada em países subdesenvolvidos, cujo o preço da produção é mais baixa.

Um dos principais argumentos dos defensores e empresários dessa categoria de lojas, citam a “democratização da moda” como o principal aspecto positivo dessas lojas para o setor. Segundo eles, essas lojas de departamento traduzem as principais tendências das grandes marcas de moda para o grande público, de maneira mais barata e economicamente acessível.

Há, inclusive, casos de parcerias entre grandes marcas de moda, com redes varejistas. A primeira e mais emblemática colaboração entre um ícone da moda e uma rede de fast fashion, foi a parceria do estilista Karl Lagerfeld para a H&M (figura 24). No Brasil, uma das colaborações mais festejadas foi a parceria entre a italiana Versace e as lojas Riachuelo, num interesse de democratização do acesso aos produtos de luxo.

O grande problema por trás dessa “democratização”, é a produção exacerbada e insustentável dessa cadeia produtiva: as marcas de fast fashion lançam coleções quinzenalmente, num processo de produção mais rápido do que as grandes marcas de moda, porém com qualidade inferior àquelas.

Desse modo, essas lojas acabam estimulando o consumo, alimentando o consumidor de novos produtos, de baixa qualidade, com pouco tempo de vida útil, estimulando o consumo, o descarte e a maior produção de lixo, etc.

Segundo a consultora e pesquisadora de moda Alexandra Farah (2018), o surgimento das lojas de fast fashion está associado ao novo comportamento de consumo e aos consumidores. Farah afirma que, os consumidores buscam “roupas cada vez mais atuais e

baratas, de maneira mais rápida possível, onde aquilo que é apresentado nas passarelas é copiado pelas grandes empresas de fast fashion e vendidas a preço mais barato que um hambúrguer, para ser descartado em seguida”.

Essa vulnerabilidade e descarte das peças, alertam para a urgência em se pensar a indústria de fast fashion, que atualmente vem sendo alvo de críticas e discussão no campo da indústria de moda, seja relação à sustentabilidade, ou aos casos de cópias e reproduções indevidas (figura 26).

A importância de analisar o futuro da moda, está associado à economia e a novos modos de produção que dizem respeito a construção de marcas que, ao invés de se preocuparem apenas com o modelo de roupa ou uma coleção de moda, pense na economia como um todo, em como a indústria de moda pode (e deve fazer a diferença na sociedade em que está inserida).



Figura 26: Comparações entre bolsas de grifes internacionais, e as versões da marca brasileira SCHUTZ. Fonte: Instagram/Portal das Modas



Figura 27: Desfile da coleção L'Amour, do estilista Jacquemus, realizado na região parisiense, durante a pandemia. Fonte: Madame Figaro, 2020.

Diversos segmentos da cadeia de moda estão dentro desse debate acerca da sustentabilidade e a indústria. Desde os grandes grupos de moda, que vêm se reinventando quanto ao uso de produtos de origem animal (couros, peles, etc.), às confecções e lugares, ou mesmo, por exemplo, a produção de desfiles de moda.

Um exemplo desse último caso, é a recente experiência do escritório francês Bureau Butake (figura 30). A empresa, responsável pelo projeto e execução dos cenários de desfiles das maiores marcas de moda do mundo, atuando em Paris, Nova York, Londres e Milão, publicou em janeiro de 2020, os “10 mandamentos para um desfile de moda sustentável”, onde propõe-se a realizar uma diminuição no impacto de carbono dos eventos realizados pela empresa.

Dentre as iniciativas tomadas pelo escritório, o descarte do material utilizado nos desfiles, a reciclagem, e a colaboração com produtores locais estão dentre as medidas adotadas para que os desfiles sejam mais sustentáveis e causem menos impactos ambientais e socioeconômicos onde estão localizados.

Do ponto de vista da produção de roupas em si, Alexandra Farah (2018) explica que o criador de moda, hoje em dia, “para ele ser bom, não precisa fazer uma manga (parte de uma camisa) nova. Ela não basta ser fresh e jovem em idade e proposta estética na passarela”. O trabalho do criador deve ir além da peça de roupa, deve pensar e estar diretamente ligado à economia circular, onde o estilista “quando criar uma coisa, ela tem que pensar em como aquilo vai ser usado (se a roupa vai ter que lavar muito, etc.), como aquilo vai ser descartado e como ele vai voltar para a cadeia”.

Observa-se, diretamente, que desde os grandes desfiles e estruturas criadas por marcas de moda, até as confecções de lojas brasileiras, a sustentabilidade e as preocupações são mais amplas e gerais. Refletindo-se, também, nos espaços de trabalho para essa indústria, elemento estudado e desenvolvido neste trabalho de conclusão de curso em arquitetura, onde o interesse é relacionar essas discussões sobre o futuro da moda, aplicadas aos espaços de trabalho para atender a essa produção industrial.

Ao questionar a indústria da moda e suas perspectivas de futuro, a consultora Glória Kalil (2019) explica que, historicamente, as roupas representaram um certo “status”, onde as marcas disputavam o gosto dos jovens, que viam na moda uma maneira de se expressar e diferenciar-se.

Hoje em dia, segundo ela, as roupas não causam o mesmo impacto social, e o interesse coletivo está mais associado ao consumo de aparelhos eletrônicos, celulares etc. Com o advento e a modernização dessas tecnologias, a moda sofre não apenas sob o aspecto das vendas, mas principalmente das novas formas de produzir e pensar o futuro.

Glória (2019) afirma que na moda, já “se fez tudo o dava pra fazer”, em termos de modelagens e volumes, “todos os panos já foram usados, todas as matérias primas disponíveis já foram usadas, só vai ter uma mudança nova na moda, através da tecnologia.

A tecnologia eventualmente vai aparecer com um tipo de produto novo, nós vamos ter novos hábitos que vão exigir talvez outros tipos de vestimenta, e aí ela pode dar um “up/ boom”. Um exemplo do uso da tecnologia na moda, é a criação de personagens virtuais, fashionistas que na verdade, são animações 3D, e acumulam milhões de seguidores nas redes, e milionários contratos publicitários (figura 29).

Ou seja, o futuro da moda, embora ainda incerto, pode estar no desenvolvimento de novas tecnologias e maneiras de produção (figura 28). Nesse aspecto, este trabalho, ao analisar as maneiras de produção, considera o impacto das novas tecnologias para a cadeia, onde os espaços são criados para receber essas novas ferramentas tecnológicas e suas aplicações.

Somados à tecnologia, a consultora apresenta a sustentabilidade como uma importante ferramenta no processo de construção do futuro da moda: “eu diria que a revolução está com a tecnologia e a sustentabilidade, acho que aí vai ser a grande virada e reinvenção da moda vai ter que passar por isso: descobrindo novos materiais, novas maneiras de fazer, e a gente está num momento de transição absoluta”.



Figura 28: Cenário do último desfile da PRADA, concebido pelo escritório de arquitetura OMA. Fonte: Spiegel.de



Figura 29: Editoriais de moda estrelando Noonoori, digital influencer que é, na verdade, uma personagem 3D. Fonte: Vogue America



Figura 30: Desfile da marca Jacquemus, realizado em meio a campos de lavanda, na França, adaptado ao protocolo de sustentabilidade do Bureau Betak. Fonte: Jacquemus

Os reflexos de como a moda produzida em Santa Cruz do Capibaribe é estigmatizada pela própria população, é o fato de que muitos dos vendedores e donos de empresas não utilizarem, geralmente, as roupas que produzem.

É comum, por exemplo, a presença de lojas multimarcas, que vendem peças de roupas de marcas com distribuição nacional (por exemplo, Ellus, Carmim, Colcci, Malwee), e cujo as fábricas geralmente concentram-se nas regiões sul/sudeste. Pessoalmente, eu já tive a oportunidade de trabalhar como vendedor numa dessas multimarcas, e sempre me surpreendeu o fato das pessoas pagarem tão caro (em média R\$ 250,00) por camisetas básicas, só porque eram consideradas “roupas de marca”.

Essa característica observada nos depoimentos coletados por Sarabia (2011) atestam a falta de valorização do produto local, em detrimento da hipervalorização dos produtos importados de outras regiões do país.

Nesse cenário, o projeto aqui apresentado, poderia servir como um lugar onde as empresas locais possam ser qualificadas, informadas, participar de formações, podendo aperfeiçoar seu modo de produção, divulgação e vendas dos produtos, de modo a agregar valor ao produto final, e consequente, retorno financeiro ao empreendedor.

Essa relação poderia tornar os processos mais eficientes, profissionais e de qualidade, alternando a visão que as pessoas têm sobre as próprias mercadorias fabricadas em Santa Cruz do Capibaribe.

A cidade que movimenta a maior parte do capital financeiro do Polo de Confeções do Agreste vê seus moradores viajando para outras cidades quando precisam comprar roupas de melhor qualidade, intituladas “roupas de marca”.

Caruaru (que também integra o polo de confeções) e Recife (capital do estado), são os principais destinos para compras, além, evidentemente, das compras online, que cresceram durante a pandemia.

A dinâmica de deslocamento está associada, também, à procura de equipamentos de lazer ou de atividades culturais, que atualmente não são bem contempladas pelos equipamentos na Santa Cruz do Capibaribe.

O FABRICO visa integrar o cenário econômico local, de modo que as marcas menores possam se desenvolver e estabelecer vínculos entre si e entre o público consumidor, seja ele de origem externa (compradores e consumidores varejistas que visitam a cidade nos dias de feira, com destino ao Moda Center Santa Cruz), ou seja os consumidores locais, habitantes da cidade.

Através deste projeto, objetiva-se que a indústria de moda e confeções na cidade, desloque-se da base da pirâmide da indústria da moda, alcançando novos espaços, voltados aos criadores locais, ao trabalho artesanal e à valorização dos produtos que a cidade tem a oferecer.

Independente do público e dos atores que atuam nessa indústria, seja proprietário de marcas ou costureiras, o espaço é aberto e integrado, de forma a dissipar hierarquias, pensando na colaboração, integração das pessoas entre si, com o trabalho e sobretudo, com a cidade de Santa Cruz do Capibaribe.



Adendo: Imaginar um cenário onde o projeto seria executado, e seus frutos observados no dia a dia da cidade, faz parte do exercício crítico, afinal, tanto moda quanto arquitetura dizem respeito a sonhos e esperanças.



Figura 31: Campanha da marca local Michele Lingerie. Fonte: Facebook/reprodução



Figura 32: Time de mulheres colaboradoras da empresa Rota do Mar, uma das mais bem sucedidas marcas locais. Fonte: Facebook/reprodução



Figura 33: Desfile de moda no Estilo Moda Pernambuco, EMP, a semana de moda de Santa Cruz do Capibaribe. Fonte: Blog do EMP.



Figura 34: Desfile da coleção de primavera/verão 2017 da grife Dior, sob direção criativa de Maria Grazia Chiuri. Fonte: Vogue, 2016.

POLO DE CONFECÇÕES DO AGRESTE

Um olhar histórico, econômico e político-social

O histórico de produção de confecções em Santa Cruz do Capibaribe data de meados de 1940 (figura 35), quando roupas a preço popular eram produzidas e comercializadas na cidade e evoluiu ao longo do tempo, onde o avanço da produção de confecções está diretamente associado ao processo de urbanização .

Devido ao baixo índice pluviométrico e as secas cada vez mais fortes na região, observou-se uma evasão da população do segmento rural, que mudou-se para o centro urbano, encontrando na indústria de confecções o seu sustento. Segundo Sarabia (2011), na década de 1980 a cidade já representava um importante centro urbano para o agreste de Pernambuco e era um “exemplo de cidade onde não havia desemprego” (pág. 104).



Figura 35: Um dos primeiros fabricos de confecções na cidade.
Fonte: Instagram / Santa Cruz do Passado

O desenvolvimento econômico de Santa Cruz do Capibaribe e o processo de urbanização da cidade é o principal tema da tese defendida por Xavier (2006), que analisa essa aproximação entre os anos de 1960 a 2000 (figura 36).

Segundo a autora, a partir dos anos de 1980, a confecção tornou-se a principal fonte de renda e acúmulo de riquezas no contexto urbano, cujo o desenvolvimento pode ser associado a um cenário nacional de crise do capitalismo. Se por um lado o mercado de confecções oferecia emprego à população de baixa renda, por outro, permitia esse grupo social a

ter acesso ao consumo de roupas a um preço baixo, ampliando a oferta de mercadorias no comércio local (SARABIA, 2001, página 105).

Ao estudar a cidade de Santa Cruz do Capibaribe, Lira (2009) aborda as relações socioespaciais na cidade, que ocorre de acordo com o modelo capitalista atual, onde a acumulação de bens graças à divisão do trabalho, favorece a “fragmentação territorial e a ampliação das desigualdades” (SARABIA, 2011, página 106).

Todos as pesquisas realizadas sobre a cidade de Santa Cruz do Capibaribe, estudados nesta revisão de literatura, associam a produção de confecções como sendo a força motriz da cidade, iniciando-se desde os anos de 1940 até os dias de hoje, através da atuação de microempreendedores individuais (MEIs) e a economia criativa na cidade, como no artigo publicado por Mendes e Gonzaga (2017).

Nessa pesquisa sobre a cidade, vale ressaltar a dissertação de Mônica Luize Sarabia, intitulada Nova e velha centralidade urbana: o exemplo de Santa Cruz do Capibaribe (SARABIA, 2011), que apresenta como a construção do Moda Center Santa Cruz, centro atacadista, reconfigurou a cidade, criando um novo centro urbano e alterando completamente a dinâmica das relações socioespaciais no município.



Figura 36: A urbanização da cidade, está associada ao desenvolvimento da feira. Rua do Pátio, em 1986. Fonte: Arquivo J. Oliveira

A FEIRA DA SULANCA

Pioneirismo de Santa Cruz do Capibaribe e a indústria de confecções

30

O escoamento da produção de confecções ocorreu, até o início dos anos 2000, na popular Feira da Sulanca, que surgiu em Santa Cruz do Capibaribe a partir dos retalhos de helanca trazidos da cidade de São Paulo. Segundo o Mapa Cultural de Pernambuco,

O local onde surgiu o primeiro movimento de vendas, hoje denominado Feira da Sulanca, foi exatamente na esquina entre a Rua Siqueira Campos e a Av. João Francisco Aragão. O termo sulanca durante muito tempo ficou conhecido como termo pejorativo para roupa de baixa qualidade e, conseqüentemente a Feira da Sulanca também acompanhou durante muitos anos este estigma, de só ter produtos de baixa qualidade.

A versão para o termo sulanca é a de que se trata de helanca vinda do sul. Atualmente, a feira que teve sua origem na cidade de Santa Cruz do Capibaribe e que com o tempo se expandiu à cidade de Caruaru. (Mapa Cultural de Pernambuco, 2020. Acesso em 09/09/2020).

Embora pejorativamente associada a produtos de baixa qualidade, a “sulanca” é um elemento cultural da cidade, e é celebrada no dia 08 de julho, o “Dia Municipal da Sulanca”. Ela aparece não somente nas comemorações municipais, como faz parte do imaginário popular de Santa Cruz do Capibaribe, tendo sido homenageada em 2018, como tema de uma coleção, desfilada pelo estilista Jorge Feitosa, na Casa de Criadores, em São Paulo.



Figura 37: A urbanização da cidade, está associada ao desenvolvimento da feira. Rua do Pátio, em 1986. Fonte: Arquivo J. Oliveira

O MODA CENTER SANTA CRUZ



Figura 38: Costureiras no início da Feira da Sulanca. Fonte; Blog do Moda Center



Figura 39: Campaña da coleção Sulanca, do estilista santa-cruzense Jorge Feitosa. Fonte: Jorge Feitosa/Reprodução

Símbolo do Polo de Confeccões do Agreste, o Moda Center Santa Cruz é um centro comercial composto por 6 módulos, que ocupam uma área coberta de 120 mil m², construído num espaço de 32 hectares, sendo o maior centro atacadista de confecções do Brasil.

Segundo a imprensa local, a estrutura “reúne mais de 10 mil pontos comerciais, entre lojas e boxes, onde é comercializado um mix de produtos variados - roupas de acessórios - especialmente no atacado”. (BLOG DO NEY LIMA, 2018).

Atualmente, possui 6 praças de alimentação, rede própria de hotéis e dormitórios, e toda uma rede de serviços que serve de apoio ao funcionamento do centro atacadista, que recebe anualmente compradores de todas as regiões do Brasil, e de alguns países do exterior.

Historicamente, como já mencionado,

(...) o processo de evolução urbana e estruturação do centro ocorreram concomitantemente com a expansão da atividade de confecção, sendo importante apontar a evolução desse processo de ocupação desordenada do espaço urbano, desde a década de 1980 até os anos 2000, que acabou por culminar na construção de um novo equipamento urbano com características de uma nova centralidade no espaço intraurbano da cidade. (SARABIA, 2011, pág. 127).

O MCSC surge então, como uma resposta às problemáticas enfrentadas pelo centro da cidade, que durante a semana (domingo à terça-feira) era tomado pela Feira da Sulanca. Esse edifício, apresentado como uma solução aos problemas enfrentados pelos comerciantes e que anunciava o crescimento da feira, foi uma proposta iniciada no fim dos anos 1990, entre o poder público e a iniciativa privada.

Em 2002, inicia-se portanto, a construção do MCSC (figura 40), num terreno cedido pela Prefeitura Municipal, situado na periferia da cidade. A mudança de local da feira, alterou diretamente a dinâmica do centro da cidade, acostumado a receber semanalmente



Figura 40: Moda Center Santa Cruz, em 2007. Fonte; Instagram / Santa Cruz do Passado



Figura 41: Moda Center Santa Cruz, em 2017. Fonte; Blog do Moda Center

consumidores das mais distantes regiões do Brasil, e a priori, gerou uma série de dúvidas e questionamentos por parte da população, segundo aponta Sarabia (2011).

A autora destaca ainda as mudanças que ocorreram, dentre elas o surgimento de uma nova centralidade urbana, cujo o MCSC é o principal responsável. Nos últimos anos, a cidade apresentou um crescimento em direção ao Moda Center Santa Cruz, abrigando hoje em dia, uma gama de novas residências e comércios, modificando a dinâmica do centro tradicional, e criando novos pontos que dão suporte ao centro atacadista e ao consumo exacerbado e insustentável que ele representa (figura 41).



Figura 42: Escritório de uma empresa de moda, onde se desenrola a trama do filme Um Senhor Estagiário (2015). Fonte: Fabiola Pausen, 2015.

O trabalho sempre representou uma importante parcela do tempo da população, especialmente no mundo pós-Revolução Industrial, onde as atividades laborais contribuíram para o desenvolvimento econômico e social de diferentes povos ao redor do mundo.

Os espaços de trabalho, ou seja, locais onde essas atividades são realizadas, mudaram conforme os avanços das tecnologias e das maneiras de trabalhar. Num panorama mais amplo, indo desde as fábricas, durante a Revolução Industrial, evoluindo durante séculos. Segundo Cagnol (2013), é possível fazer uma pequena linha do tempo para ilustrar a história dos espaços de trabalho:

Fim do século XIX: surgem os primeiros escritórios comerciais; ideais do Taylorismo;

1904: *Larkin Administration Building*, projetado por Frank Lloyd Wright, chegando a abrigar mais de 1800 trabalhadores.

1939: *Johnson Wax Building*, Frank Lloyd Wright;

1950: o mobiliário dialogava com a hierarquia dos postos ocupados nas empresas; cadeiras representavam poder e hierarquia;

1960: computadores nas empresas; primeiros projetos de mobiliário para escritórios;

1970: primeiras discussões sobre ergonomia, publicação dos livros *Human Scale* e *Measure of a Man* ;

1974: Herman Hertzberger cria o *Centraal Beheer Insurance Company*, um espaço concebido como uma vila de trabalhadores;

1990: desenvolvimento do Vale do Silício e empresas de Tecnologia da Informação (T.I.)

2000: empresas e desenvolvedores de softwares; explosão da TI e sucesso de empresas do Vale do Silício

2010: start-ups, incubadoras e espaços de coworking

Em meados dos anos 2000, essa evolução é marcada por escritórios repletos de baias individuais, presentes em projetos corporativos, chegando até a década de 2010, e o “modelo Google”* de concepção dos espaços, pautados em open space, espaços abertos e integrados com compartilhamento de mesas, e áreas de descompressão e lazer distribuídos ao longo dos edifícios, sendo estes cada vez mais influenciados por novas empresas e startups.

Essa evolução no modo de como os espaços de trabalho são configurados está em constante mutação, seja no dia a dia projetual, seja nas pesquisas teóricas acerca do tema em questão.

Nas últimas décadas, observou-se o aumento no número de espaços de trabalho compartilhados, a exemplo dos coworkings, e o avanço em novas maneiras de trabalhar, como por exemplo, o home office, que viu seu número de adeptos aumentar exponencialmente, nos últimos meses, devido à pandemia de COVID-19.

De maneira retrospectiva, em um cenário pré-pandemia, o mundo observou o crescimento do número de coworkings, incentivando as práticas colaborativas e os espaços de trabalho compartilhados destinados a públicos distintos, mas sempre em busca de um denominador comum: espaços iluminados, climatizados, adequados às necessidades profissionais, mas que acima de tudo: que permita a concentração, o conforto e um melhor rendimento para o trabalho realizado.

*o termo não aparece na bibliografia sobre espaços de trabalho, mas permitiu-se utilizar, visto que o Google é uma das empresas que mais investem na arquitetura de seus escritórios, sendo recorrente a utilização dos mesmos para ilustrar bons projetos de arquitetura corporativa, atualmente.



Figura 43: Espaço de trabalho durante período do Taylorismo. Data não identificada. Fonte: K2Space, 2020



Figura 44: Cubículos concebidos por Robert Prost, 1980 Fonte: K2Space, 2020

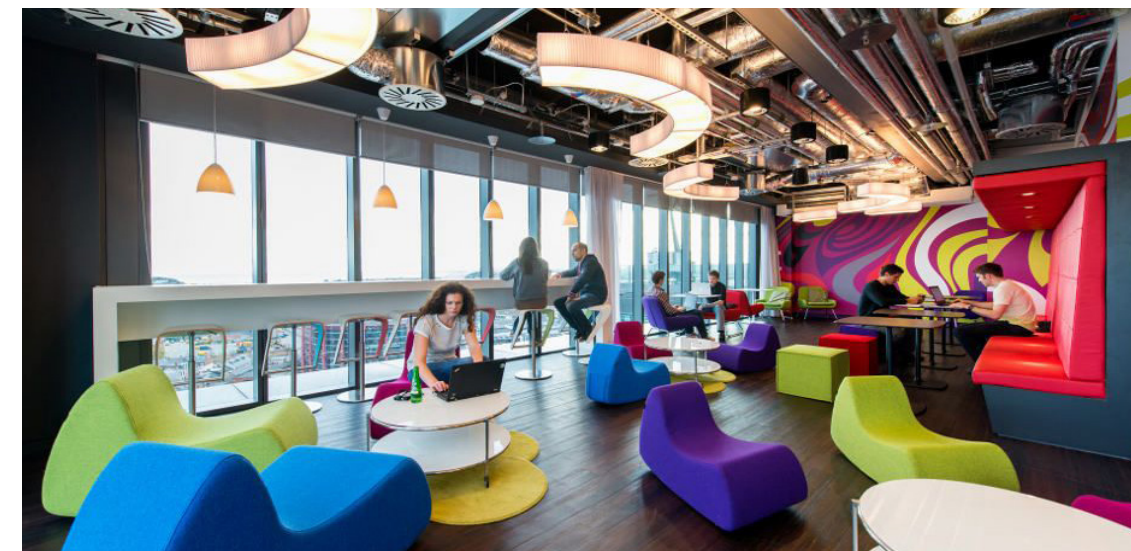


Figura 45: Escritório do Google em Dublin, Irlanda.

COWORKINGS: ESPAÇOS DE TRABALHO DO FUTURO?

A que futuro nos referimos?

Atualmente, grande parte das discussões sobre o futuro dos espaços de trabalho, seja através de relatórios publicados por empresas; em matérias de jornal; ou mesmo em livros especializados em comportamento humano, afirmam frequentemente, que o futuro será colaborativo e cooperativo. Mas afinal, a que tipo de colaboração nos referimos?

Segundo Sennett (apud Dassoler e Brunel, 2017) “a cooperação é uma troca entre pessoas, na qual ambas conseguem obter benefícios mútuos”.

Uma vez que essas trocas acontecem num espaço de trabalho, esse ambiente deve estimular a cooperação e a colaboração entre as pessoas, para que estas interajam entre si, melhorando o desempenho em equipe, e beneficiando-se do convívio entre colegas. Um espaço colaborativo, para a indústria de moda, pode ser definido como

um ambiente físico e/ou virtual que, por não isolar os profissionais em salas fechadas, incentiva o contato, a troca de experiências e afetos uns com os outros. (...) O espaço colaborativo permite, através de um local horizontal e interdisciplinar, maior acesso às informações, equipamentos e contatos profissionais. Além de instigar a experimentação e a formação de conexões, proporcionando a todos testarem suas ideias e/ou projetos, prototipar produtos e confeccioná-los. (DASSOLER, BRUNEL, 2017)

O QUE É COWORKING?

A palavra coworking foi proposta pela primeira vez, em 1999 pelo designer de games e teórico Bernie De Koven (Deepfun apud GIANNELLI, 2016) que discutia sobre a necessidade de criação de ambientes onde as pessoas pudessem trabalhar, juntas, coletivamente, melhorando a eficiência e o resultado de suas atividades laborais.

Em 2002, nos Estados Unidos, o 9to5 Group inaugurou na Califórnia, um apartamento residencial, que foi adaptado para receber o uso de equipamentos

de informática, computadores e demais aparelhos eletrônicos, permitindo a utilização por um grupo de colaboradores e colegas de empresa.

Poucos anos depois, em 2005, na Inglaterra, cria-se o Impact Hub (figura 46), uma das franquias de coworking pioneiras no mundo, e que consistia na criação de espaços colaborativos que incentivam a permanência das pessoas, em ambientes aprazíveis e atrativos, munidos de acesso livre à internet, mobiliários e demais equipamentos necessários ao ambiente corporativo.

Em 2007, o Impact Hub abriu suas portas em São Paulo, com o mesmo conceito do edifício inglês, e sendo considerado o primeiro coworking do Brasil (figura 47).

Segundo Giannelli, (2016), uma das características de inovação do coworking é atribuído ao fato do coworking ser um lugar onde o mundo real o virtual se conectam, pois “a conexão entre o mundo real e o mundo físico trouxe a integração mais efetiva do relacionamento entre as pessoas, ao promover a velocidade e a maturação de ideias e soluções inovadoras, até então nunca vista na história humana”. (GIANELLI, 2016, pág. 18).

Quando analisada a bibliografia sobre coworkings e espaços de trabalho, no Brasil, encontramos frequentemente como fonte de pesquisa o site Coworking Brasil, responsável pela catalogação desses espaços, no território nacional. Segundo este portal, coworking é “é uma nova forma de pensar o ambiente de trabalho. os coworkings reúnem diariamente milhares de pessoas a fim de trabalhar em um ambiente inspirador.

No coworking, você encontra ambientes especialmente pensados para o trabalho autônomo, muito networking com pessoas de diversas áreas e toda a estrutura para receber seus clientes com um custo menor do que teria ao alugar uma sala comercial”. Ou seja, para além de um ambiente de trabalho com infraestrutura e espaços adequados às atividades de trabalho, o coworking é um lugar de trocas de ideias,

criação de redes de contatos e vínculos com profissionais de diferentes áreas do mercado, a um custo inferior a um edifício e/ou sala empresarial.

Essa característica é reforçada por Gianelli, que encontra nos coworkings benefícios tangíveis e intangíveis na utilização desses espaços. Entre os tangíveis, é possível destacar: qualidade do acesso à internet, infraestrutura dos espaços, ambientes adequados para reuniões com clientes e fornecedores. Os benefícios intangíveis, são, para o autor: “networking com pessoas de diferentes áreas; uso de áreas de desconpressão para descanso; bate papo informal com outros coworkers; mostrar e absorver os tipos de bens e serviços prestados pelos usuários”. (GIANNELLI, 2016, pág. 53).



Figura 46: Impact Hub em Londres, 2013. Fonte: Creative Boom



Figura 47: Impact Hub São Paulo, o primeiro coworking do Brasil, 2014. Fonte: Catraca Livre

O que leva os usuários dos coworkings a frequentarem esses lugares, é um dos principais questionamentos levantados por Fabbri e Charue-Duboc (2006), que analisa o perfil dos usuários desses espaços na região parisiense.

Segundo os autores, um dos motivos primordiais na busca por um coworking, está associado ao elevado custo do aluguel de salas empresariais nas grandes cidades. Além do alto custo de locação, uma sala dessa natureza seria subutilizada por jovens profissionais, que atendem os seus clientes com pouca frequência, e que podem realizar seu trabalho de casa.

Desse modo, um dos motivos pelos quais os espaços de coworking são procurados, é a necessidade de salas de reunião e ambientes agradáveis que possam receber reuniões com clientes e demais envolvidos na empresa.

Somado a essas necessidades, é possível ressaltar o convívio entre colegas de diferentes campos profissionais, como um aspecto decisivo na escolha por esses ambientes de trabalho.

Os autores Mokaddem e Mhiri (2017), afirmam que para espaço de coworking funcionar de maneira eficiente, é necessário que: este espaço seja adequado, bem iluminado; que a acústica seja eficiente e as distrações graças ao barulho sejam evitadas; o mobiliário seja flexível e adaptável; e que existam ambientes de descanso e pausas eventuais, durante o expediente.

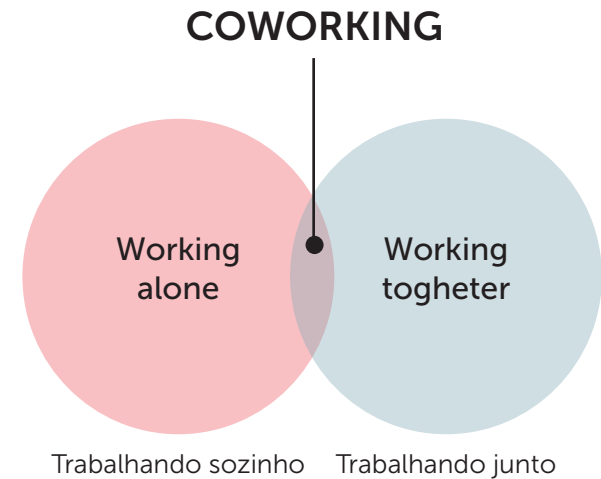


Figura 49: Gráfico que ilustra os conceitos de trabalhar sozinho ou trabalhar em equipe. Fonte: Giannelli, 2016, adaptado pelo autor.

Como observado na literatura, e através das visitas a espaços de coworking realizadas ao longo do desenvolvimento deste trabalho de conclusão de curso, são inúmeros os benefícios que justificam o crescente aumento no número de coworkings em diferentes cidades ao redor do mundo.

Se atualmente, graças ao contexto da pandemia que estamos vivendo, ainda é difícil apontar qual o real futuro dos coworkings, as referências bibliográficas apontam que esses espaços vieram para ficar, e nos oferecem uma importante pista de como serão os espaços de trabalho do futuro: colaborativos, integrados, capazes de promover o bem estar, graças ao interesse humano em buscar interações sociais, competências e autonomia, conforme apresentam Mokaddem e Mhiri (2017), no diagrama ilustrado a seguir:

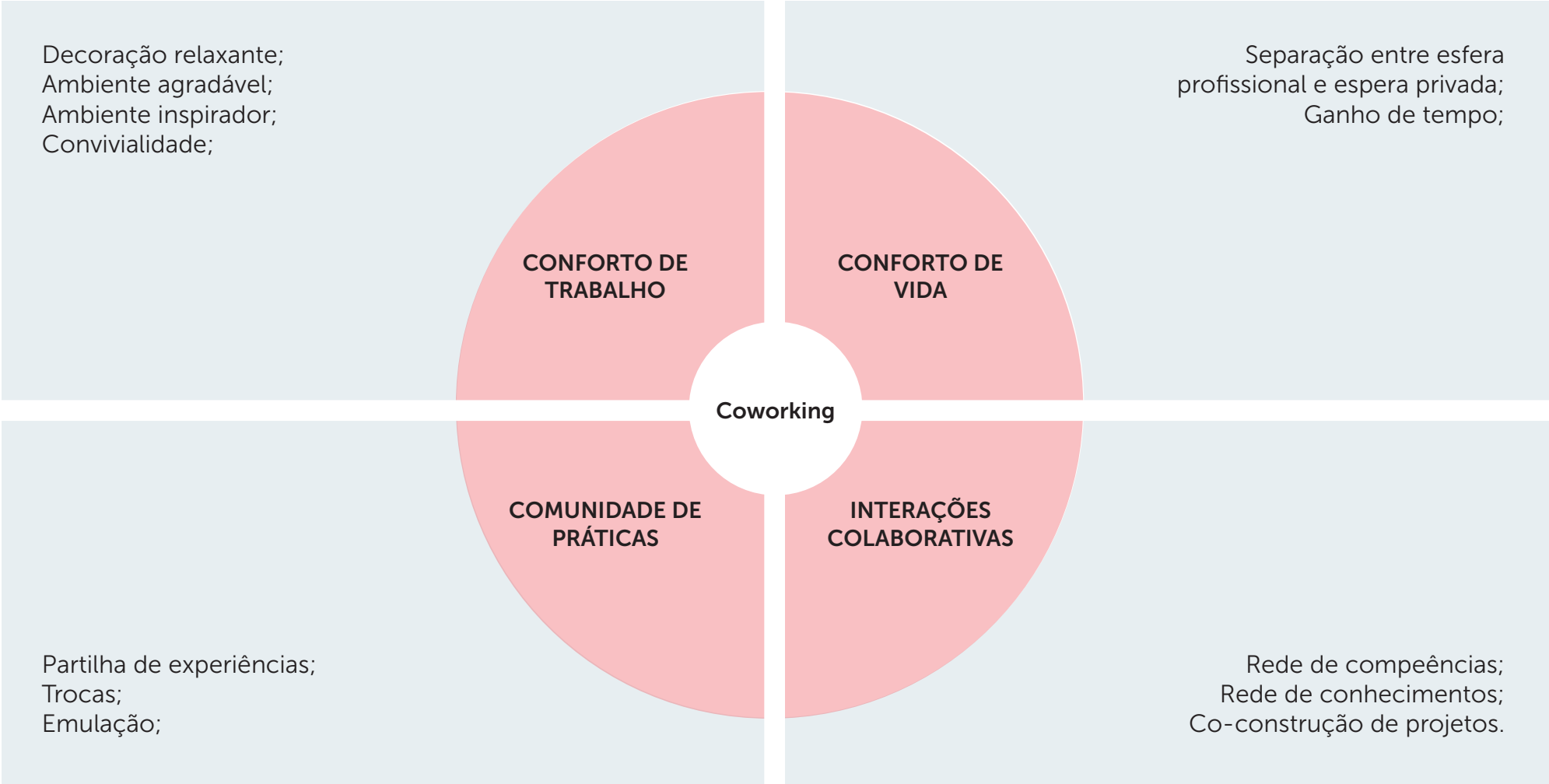


Figura 50: Gráfico do modelo teórico com as motivações no coworking e os fatores de bem estar nos espaços de trabalho colaborativo. Fonte: Mokaddem e Mhiri, 2017. Adaptado pelo autor.



Figura 48: Coworking La Fayette, coworking parisiense da rede Wework, 2018. Fonte: Officelovin

ESPAÇOS DE TRABALHO, MOBILIÁRIO E NOVOS DESAFIOS

Novas maneiras de trabalhar resultam em novas demandas de soluções para projetos corporativos e o desenvolvimento de produtos que otimizem as atividades laborais: mobiliários, forros acústicos, revestimentos acústicos, iluminação, entre outros.

Hoje em dia, as empresas que atuam para o setor de arquitetura corporativa buscam cada dia mais aperfeiçoarem os produtos em termos de durabilidade, resistência a impactos, flexibilidade, além de pesquisarem soluções mais sustentáveis e que dialoguem com a nova maneira de trabalhar.

Algumas empresas de mobiliário corporativo se destacam não só pela qualidade dos produtos que oferecem, mas também em pesquisas científicas e relatórios que mapeiam os interesses e necessidades das pessoas, em um ambiente de trabalho.

Dentre essas empresas, destaca-se a americana Herman Miller, que apresenta uma linha de mobiliário que atende às configurações espaciais pensadas a partir do conceito de living office.



Figura 51: Escritório da Herman Miller, em Nova York. Fonte: Herman Miller/Reprodução

HERMAN MILLER E LIVING OFFICE

36

Quais são as principais atividades realizadas no trabalho? Como espacializá-las?

A resposta a estas perguntas faz parte da pesquisa desenvolvida pela empresa de mobiliário Herman Miller, que depois de analisar espaços de trabalho ao redor do mundo, mapeou seis necessidades fundamentais que as pessoas têm em comum:

Segurança: As pessoas desejam saúde, segurança, familiaridade e competência.

Autonomia: Buscamos naturalmente a liberdade em nossas ações e decisões.

Pertencimento: Os seres humanos querem conexão significativa com os outros.

Realização: Buscamos a excelência e temos orgulho de nossas realizações.

Status: Queremos o reconhecimento de nossas contribuições.

Propósito: As pessoas querem fazer uma diferença significativa.

Segundo a empresa, para assegurar essas necessidades, um espaço de trabalho deve “aproveitar nossas motivações internas, satisfazer essas necessidades e fazer com que cada um se sinta bem no trabalho que desenvolve”.

Pensando nisso, a empresa desenvolveu o conceito de Living Office, após perceber que “independentemente do tipo de trabalho, ele é realizado, basicamente, por meio de dez atividades, chamadas de ‘modos de trabalho’” (MOVEBLA, 2015). Essas atividades, por sua vez, resultaram em 10 diferentes configurações de espaços de trabalho, que dão suporte aos profissionais dos escritórios e otimizam a execução das atividades no cotidiano das empresas.

As **10 configurações** que compõem o conceito de Living Office são:

Haven (Refúgio) é um pequeno abrigo onde é possível realizar trabalho com concentração e sem distração, ou um lugar para relaxar. Pode ser uma sala fechada ou um espaço posicionado em local aberto.

Hive (Colmeia) conjunto de estações de trabalho que permite que as pessoas se engajem em trabalhos individuais e colaborativos

Jump Space (Plataforma) são mesas de trabalho flexíveis (hot-desks), simples e acessíveis para trabalhos rápidos

Clubhouse (Clube) Os clubes são áreas versáteis utilizadas por uma equipe específica

Cove (Baía) Normalmente é colocado próximo às estações de trabalho mais focado, e favorece a interação segregada, dinâmica entre membros do grupo de trabalho, sem atrapalhar o trabalho do resto da equipe

Meeting Space (Área para Reuniões) Deve ser devidamente equipada com equipamento audiovisual para permitir a participação remota. Existe para criar um ambiente sem distrações para exposição de conteúdos e discussões.

Landing (Aterrissagem) Situadas perto de áreas de reunião e fóruns, as landings favorecem a troca de ideias, preparação e relaxamento antes e depois de eventos e conferências;

Workshop (Oficina) A oficina é um ambiente para colaboração e troca de ideias. Apresenta estruturas e ferramentas que favoreçam vários movimentos de trabalho e mudança rápida entre ferramentas digitais e analógicas.

Forum (Fórum) é especializado na transmissão de conhecimento ou apresentação para diversas pessoas, com um ponto de foco claramente definido. É importante a conectividade no caso de participantes virtuais.

Plaza (Praça) Normalmente situadas em locais de tráfego e acesso constante, são os pontos para reuniões informais, discussões descontraídas e trabalho leve e colaborativo. É o lugar onde fica claro o estilo da organização e a cultura do escritório.

Conforme será apresentado a seguir, os espaços de trabalho voltados à atividade de coworking, no Fabrico, são concentradas no térreo e no primeiro pavimento. A concepção espacial desses pavimentos foi realizada utilizando o conceito de living office, onde cada setor corresponde a uma atividade apresentada pela Herman Miller, e ilustradas nos diagramas abaixo:



Figura 52: Setorização proposta pela Herman Miller. Fonte: Herman Miller/Reprodução.

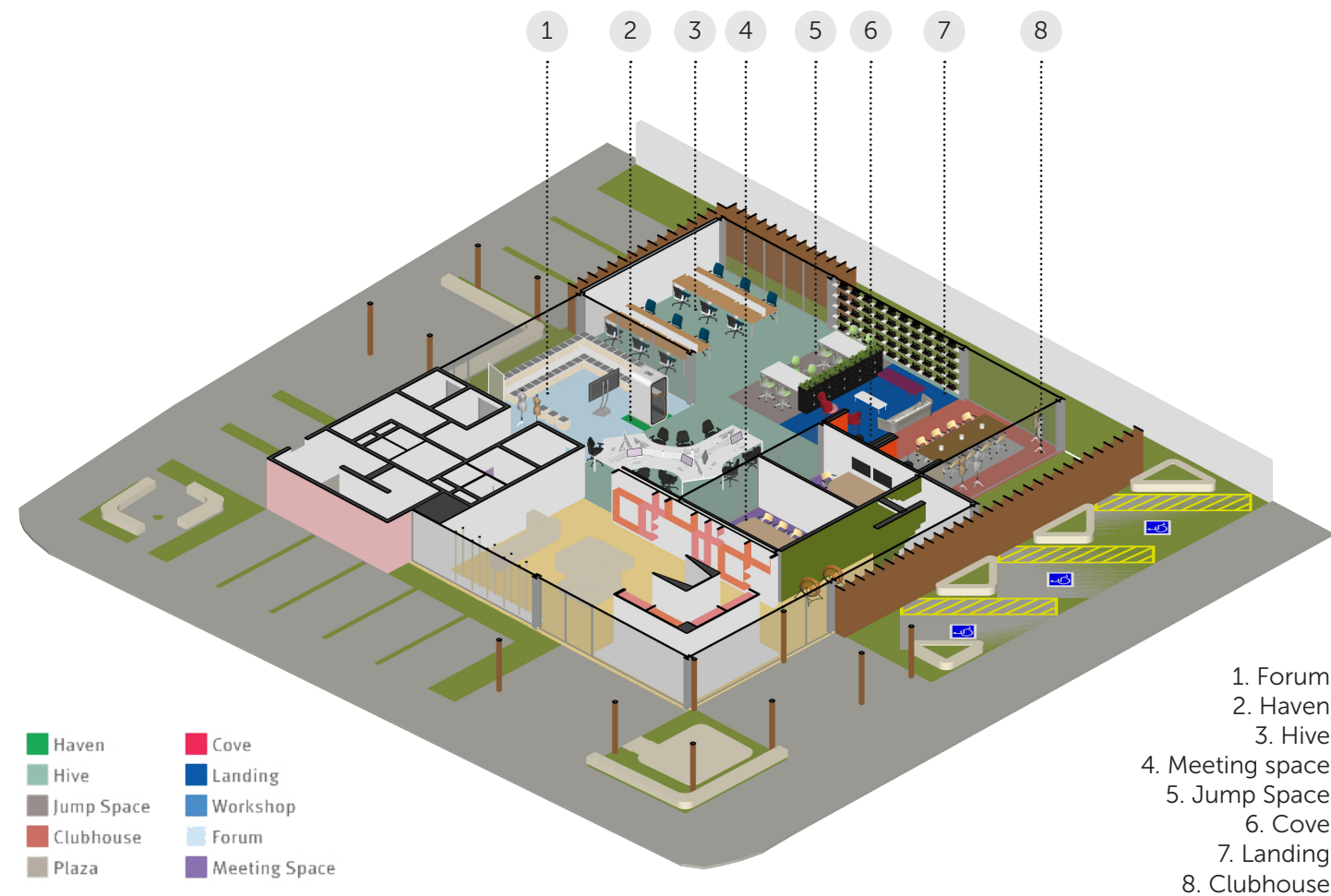


Figura 53: TÉRREO setorizado a partir do conceito de living office. Elaborado pelo autor.



Figura 54: PAVIMENTO 01 setorizado a partir do conceito de living office. Elaborado pelo autor.



Figura 55: Gisele Bündchen na capa da Vogue Brasil, em maio de 2020. Polêmica e controversa, a capa deu origem à expressão “novo normal”, utilizada nos últimos meses .
Fonte: Vogue/Reprodução

Um dos desafios impostos pela pandemia, é o caráter de incerteza em como enfrentar os problemas levantados por ela. Atualmente, o cenário de aumento progressivo de casos, e a constante necessidade de trabalho em casa, obriga espaços de trabalho, coworkings e espaços coletivos a repensarem suas estratégias de funcionamento e organização espacial.

Em alguns meses, as discussões sobre espaços de trabalho tomaram rumos completamente diferentes daqueles apresentados no referencial teórico deste trabalho, até então. Se antes, estar juntos, de maneira coletiva em espaços restritos e eventualmente compartimentados era sinônimo de algo positivo, atualmente vê-se a necessidade cada vez mais ampla de repensar e reconfigurar o modo como se trabalha e os espaços que abrigam nossas atividades laborais.

Se por um lado, observamos a necessidade e o advento de uma moda cada vez mais colaborativa, onde diferentes atores possam interagir em equipe, fortalecendo uns aos outros e crescendo enquanto pequenas empresas, por outro, o espaço físico para receber essas pessoas, e atividades corporativas merecem ser alvo de mudanças e transformações.

Até o presente momento, tudo é muito incerto e repleto de questionamentos, sobre como será a volta aos espaços de trabalho e como essas pessoas podem interagir entre si.

Este trabalho está sendo desenvolvido durante o período da pandemia, em um cenário de incertezas e muitas perguntas para poucas respostas. Mesmo assim, enquanto um exercício de arquitetura e de suposições acerca do futuro, adiciona-se ao referencial teórico e ao projeto, um exercício criativo sobre os espaços de trabalho na indústria da moda, para o “novo normal”.

O termo “Novo normal” viralizou nas mídias brasileiras em maio de 2020, a partir da capa publicada pela revista de moda Vogue Brasil (figura 55).

Na edição, uma foto da modelo Gisele Bündchen usando roupas de luxo, de marcas europeias, simbolizando o que seria a “simplicidade”, segundo a

publicação. Sendo muito criticado, desconsiderando o aspecto negativo da pandemia, o termo “novo normal” é frequentemente utilizado quando o assunto é pensar o futuro pós Covid-19.

No que se refere ao projeto desenvolvido neste tcc, é importante salientar que ele representa uma nova forma de conceber e materializar empresas de moda, que trabalham coletivamente e se desenvolvem juntos, em equipes, dentro de um só edifício.

Pensado para abrigar pessoas da indústria criativa da cidade de Santa Cruz do Capibaribe, o espaço serve de apoio a esses profissionais, para que eles possam ter acesso a novas e diferentes tecnologias de produção, impressão 3D, impressão em tecido, etc.

De um lado, uma grande parcela da população possui em casa máquinas de costura, sendo capaz de costurar e produzir em modo “home office”, modalidade de trabalho que foi acentuada graças às medidas de isolamento social.

Por outro lado, são poucas as facções (nome popularmente atribuído às indústrias de confecções e vestuário) acesso às novas tecnologias digitais de produção, a uma biblioteca de moda, moldes, tecidos e referências de vestuário, entre outros elementos que contribuem para o aperfeiçoamento do profissional.



Figura 56: Um tradicional dia de feira, no terreno em frente ao MCSC, enquanto este estava fechado, devido à pandemia. Fonte: Acervo Lucas Caitano

Empiricamente, a partir do que é observado nas mídias locais e conversando com microempreendedores, durante o período do isolamento, aqueles que possuem máquinas em casa continuam produzindo, porém de maneira informal, como era antes da pandemia.

Ainda é cedo para afirmar, mas pode-se inferir que em Santa Cruz do Capibaribe, a pandemia acelerou ainda mais o processo de informalidade nos modos de profissão, acentuando a desigualdade social.

Peças produzidas em casa, muitas vezes sem o aparato técnico necessário, colocando os microempreendedores em desvantagem em relação àquelas indústrias e fábricas maiores, que detêm mais facilmente o acesso a novas tecnologias de produção, e principalmente, distribuição dos produtos.

Com o crescimento da demanda online e da necessidade de profissionalizar e otimizar os processos, um coworking e espaço colaborativo para empresas de moda pode ser uma estrutura de suporte aos profissionais da indústria de confecções no Polo do Agreste, democratizando o acesso a tecnologias e aos mais recentes meios de produção, bem como capacitando e qualificando os profissionais locais.

De forma colaborativa, como a indústria moda deve ser, num futuro próximo.

Portanto, é importante integrar essas necessidades atuais, entendendo as dificuldades e anseios da comunidade criativa de SCC, e fazer acontecer no edifício, a concentração de “novidades”, tecnologias, e principalmente, acesso à inovação e ao aperfeiçoamento, ao qual infelizmente, muitas empresas e microempreendedores não têm acesso.

O local de trabalho do futuro, está associado a diferentes maneiras de interagir, pensar e colaborar efetivamente.

Nesse cenário, destaca-se a necessidade de repensar as soluções já adotadas pelos espaços de trabalho, de modo que esses lugares se tornem atrativos para os usuários e colaboradores da empresa.

Se antes da pandemia, alguns escritórios, fábricas e confecções já apresentavam dificuldades em se manter funcionando da forma que estavam, com o advento da Pandemia do COVID-19, e seus impactos no modo de trabalhar, torna-se essencial discutir e repensar os espaços de trabalho.

Sob o aspecto sociocultural, o Polo de Confecções do Agreste apresenta historicamente, um alto índice de trabalhos informais, e uma aproximação muito clara entre o trabalhar em casa e a produtividade.

Os limites entre “vida privada” e “vida empresarial” são muito tênues, quase inexistentes, de tal forma que como advento da pandemia, algumas fábricas/empresas/microempreendedores continuaram a desenvolver as suas atividades normalmente, produzindo e escoando mercadorias através de entregadores, etc. e realizando a maior parte das vendas online, através de redes sociais e canais de vendas.

Quando analisamos o que pesquisadores, empresas e relatórios de tendências apontam para o futuro dos espaços de trabalho, observamos um território fértil para interpretações, mas com poucas certezas premeditadas, visto que estamos vivendo a uma pandemia e crise sanitária global. O futuro é incerto, mas passível de interpretações.

“Os espaços de trabalho da maneira que conhecíamos antes da Pandemia não existirão mais, nesse espaço de tempo pós pandemia”, afirma o Guia Prático para Projetos Corporativos Pós-Pandemia, publicado pelo Reframe Corporativo, empresa que pesquisa boas práticas de projetos neste setor.

Segundo esse guia, “a construção de “zonas ou bairros” dentro de um mesmo equipamento, possibilitam e ampliam o leque de cenários diferentes para que os trabalhadores desenvolvam as suas atividades. Separar os ambientes de trabalho, a partir das atividades a serem realizadas, aparentam ser a melhor solução para esses ambientes”.

Nesse contexto, o projeto busca atender a essas características de diferentes usos e setores, dentro de um mesmo edifício, indo do térreo, voltando ao comércio, em Pop up stores, brechós, passando por espaços de trabalho no primeiro pavimento, setor de reuniões e oficinas no segundo pavimento, até a parte da confecção, onde se realiza a costura, no terceiro pavimento.

Esse tipo de setorização, proposto também por empresas como Herman Miller e Steelcase, promovem encontros e atividades que se dispersam por todo o edifício, possibilitando diferentes encontros entre diferentes grupos de pessoas.

Desde espaços destinados a pequenas reuniões e encontros em grupo, a atividades de trabalho que podem se dar ao redor de uma mesa de café, por exemplo.

As conexões e interações nesses espaços de trabalho ampliam as possibilidades de networking e o fortalecimento das equipes, de modo em geral.

Em se tratando de um edifício voltado a empresas do ramo de moda e confecções, esse tipo de interação se faz necessário, uma vez que nem sempre o empreendedor/estilista, têm o conhecimento total do processo de confecção, vendas e pós vendas. A esses profissionais, o contato com marketeiros, publicitários, fotógrafos, modelos e influenciadores, é essencial e urgente.

Empresas de mobiliário corporativos são uma das principais desenvolvedoras de pesquisas sobre o futuro dos espaços de trabalho, a exemplo da suíça Vitra, e da americana Steelcase, a qual utilizo como referência a seguir.

Segundo relatório publicado pela marca Steelcase, o cenário econômico pós Covid-19 exigirá das empresas um avanço nos processos de digitalização, e valorização da inovação, de modo a que os concorrentes estejam competitivamente preparados e equipados para trabalhar com seus colaboradores.

A marca acredita que “os funcionários não desejam voltar ao local de trabalho sem estarem seguros”, nesse aspecto, é essencial pensar a arquitetura desses espaços, para que eles atendam os anseios das equipes e às normas sanitárias de desinfecção e combate a bactérias e vírus.

Mais do que nunca, as pessoas estão sendo afetadas pelo ritmo de trabalho, e após meses trabalhando em casa, tendo a rotina readapta e os espaços de trabalho se misturando ao dia a dia do lar, o espaço de trabalho deve oferecer aos usuários o pertencimento, a conexão e a promoção do bem estar dos usuários desses espaços, tanto na esfera psicológica, motora e ergonômica.

A maneira que as pessoas se sentem em relação aos espaços de trabalho, impactam diretamente no desempenho das pessoas nesses ambientes. Sendo assim, mais do que nunca, é importante ouvir os empregados e todos os que participam da cadeia. (STEELCASE, 2020).

Em se tratando de uma indústria de moda, um dos fatores mais importantes e aos quais esse projeto busca atender, é a necessidade de tornar esses espaços colaborativos e compartilhados, de modo que as atividades estejam distribuídas de maneira não hierárquicas e pensando no bem em comum.

Segundo reportagem da revista Forbes, durante o período da pandemia do Coronavírus, grandes empresas de moda lançaram plataformas de e-commerces com outras marcas, ampliando o acesso a diferentes produtos e promovendo a interação entre empresas diferentes.

Nesse cenário de colaboração e de “juntos somos mais fortes”, e atentando para um cenário

dificuldades econômicas com a retomada da economia e das atividades presenciais, um espaço de trabalho coletivo, pensado para pequenas empresas e microempreendedores, pode de maneira direta incentivar a promoção da atividade de moda e confecções, de maneira segura, agradável e responsável.

O edifício, em sua origem, busca ofertar à cidade um novo olhar sobre a produção de confecções, de modo a incentivar a profissionalização e qualificação dos profissionais envolvidos na indústria de confecções local, mas também apresentar uma visão arquitetônica contemporânea, alinhada com a produção de arquitetura brasileira.

Para os pesquisadores e clientes da Steelcase, a sensação de segurança, dizem respeito à sensação de pertencimento e a conexão que deve ser gerada entre os colaboradores uma empresa, em um mundo “pós Corona”.

A segurança se constitui a partir de três pilares do bem estar: físico, cognitivo e emocional. Desse modo, as empresas devem adotar medidas indispensáveis:

DIMENSÃO FÍSICA : os indivíduos devem beneficiar de um ambiente que os permitam permanecer em boa saúde e limitando sua exposição aos agentes patogênicos.

DIMENSÃO COGNITIVA: para permanecerem concentrados e produtivos, os indivíduos devem ser assegurados sobre a sua segurança.

DIMENSÃO EMOCIONAL: os empregados devem se sentir em segurança em seus lugares de trabalho. Eles devem ter a convicção que a sua empresa colocou à disposição para criar um ambiente seguro, em particular se eles fizerem parte de um grupo mais vulnerável.

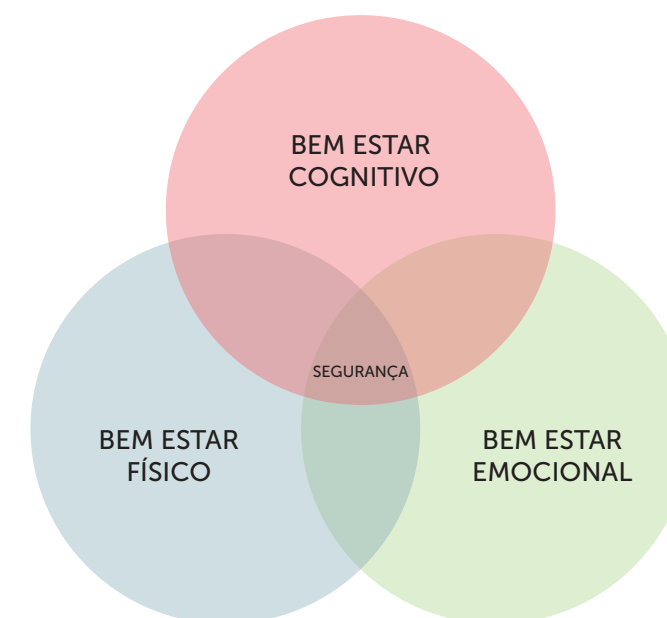


Imagem 57: o conceito de segurança e bem-estar, segundo pesquisa do grupo Steelcase (2020). Adaptado pelo autor.



Figura 58: Um tradicional dia de feira, no terreno em frente ao MCSC, enquanto este estava fechado, devido à pandemia. Fonte: Acervo Lucas Caitano

esses espaços pudessem ser cada vez mais atrativos e agradáveis para os usuários e funcionários de empresas.

Alguns temas como o open space e a criação de espaços de descompressão, apareciam em projetos coworkings ao redor do mundo, e em excelentes relatórios técnicos como os publicados pelas revistas especializadas.

Se por um lado, a pauta sobre espaços de trabalho colaborativo crescia no Brasil, e com a expertise em projetos corporativos, hoje em dia, os arquitetos se deparam com novos desafios.

Para além de promover conexão, criatividade e pertencimento, espaços de trabalho do futuro devem prevenir a propagação de doenças, e estarem preparados para o advento de novas (inesperadas) pandemias.

O relatório "Espaços de Trabalho pós Covid - 19", da Steelcase, indica que antes da pandemia, esses eram os principais temas considerados num projeto corporativo:

Open space: se trata de um tipo de organização espacial mais generalizada ao redor do mundo. Se o grau de abertura varia de uma empresa a outra, esses espaços tendem a favorecer a propagação de agentes patológicos (doenças)

Forte densidade: nos últimos 10 anos, o número de metros quadrados por pessoa diminuiu consideravelmente. Onde uma forte densidade de população aumenta os riscos de contaminação.

Espaços compartilhados: respondendo a um desejo expresso claramente pelos empregados, as empresas permitiram a esses últimos de escolher onde e como ele desejam trabalhar, o que conduziu à criação de uma enorme gama de espaços compartilhados.

Forte mobilidade: as tecnologias móveis e as soluções de conexão permitiram aos indivíduos se deslocar livremente no seio do espaço de trabalho. Esse último, tornou-se um ambiente muito dinâmico.

Espaços de coesão / concentração: cafés e espaços sociais foram criados para poder reunir um grande número de empregados, aumentando assim a densidade da população e os riscos de propagação de infecções.

Estética residencial: bem menos formais que antes, os espaços de trabalho compreendem hoje em dia, vários sofás, poltronas e mobiliário "residencial". Essas configurações mais íntimas incitam os indivíduos a se aproximarem fisicamente uns dos outros.

A Steelcase afirma que os elementos acima atuavam como vantagens para as empresas que ofereciam aos seus funcionários esse tipo de atividade, uma vez que o bem estar era assegurado, atendendo a essas necessidades e novas demandas dos espaços de trabalho contemporâneos.

Por outro lado, "os espaços de trabalho não foram concebidos para limitar os riscos de propagação de doenças.

Nenhuma organização do mundo não pode antecipar a necessidade de se adaptar rapidamente seu ambiente a uma crise sanitária sem precedentes. Mas no futuro, elas não poderão mais pagar o risco de ter que fechar um estabelecimento ou mesmo o conjunto de todos os seus espaços, para limitar a propagação de uma pandemia".

A curto prazo: Adaptação

A médio prazo: Reconfiguração

A longo prazo: Reinvenção

No Brasil, algumas empresas também publicaram relatórios para a retomada das atividades em escritórios, coworkings e em lojas do varejo de moda.

Entre elas, pode-se citar as publicações da Associação Brasileira de Indústria Têxtil (ABIT), Vimer, C&A, Athié, entre outras entidades voltadas à indústria de moda e confecções.

As medidas e conselhos presentes nesses formulários, serviram de suporte às decisões projetuais

para o layout e configuração dos espaços no meu projeto.

O caráter de incerteza e a falta de noção clara de como será esse futuro, apontado anteriormente, torna esse exercício uma tentativa de apresentar a minha visão sobre como esses espaços deveriam ser. Considerando o bem estar, segurança das pessoas, a credibilidades das marcas, e agora, um novo desafio: o combate à transmissão de doenças e o advento de futuras pandemias.

Os estudos apresentados até o momento, sobre o futuro dos espaços de trabalho pós pandemia da COVID-19, associados aos estudos de referências projetuais, impactaram diretamente nas soluções espaciais adotadas para o projeto.

Dentre essas medidas, destaca-se a presença de um átrio central para ventilação natural e renovação do ar. Amberturas e esquadrias em todos os ambientes, para favorecer a renovação de ar, de maneira natural.

Criação de espaços amplos, abertos e flexíveis, cujo o layout pode ser adaptado em função das novas demandas, entre outras.

Vale ressaltar, mesmo assim, que tanto o exercício de leitura sobre como será o mundo pós-pandemia é totalmente experimental e especulativo, afinal, estamos produzindo teorias, leituras e material durante a pandemia, em meio às mudanças que acontecem dia após outro.

Sendo assim, não é possível afirmar, totalmente, se as soluções de layout aqui apresentadas são realmente eficazes para o "novo mundo " que está por vir, visto que, por hora, não sabemos nem como, nem quando, tão pouco se esse novo mundo vai chegar.

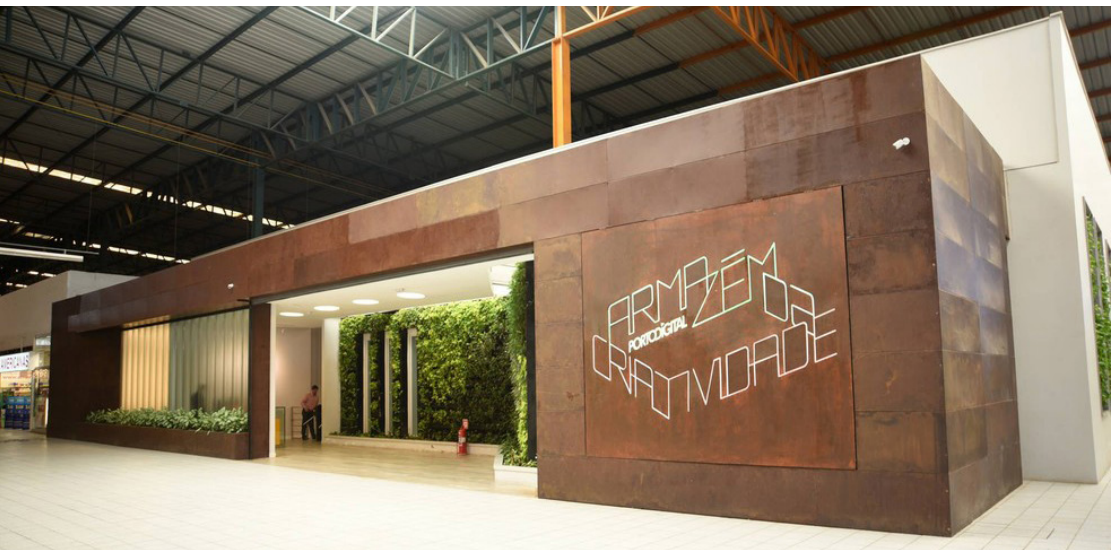


Figura 59: Armazém da Criatividade, em Caruaru - PE. Fonte: Porto Digital



Figura 60: MALHA, no Rio de Janeiro - RJ. Fonte: Archdaily



Figura 61: La Cité du Design et de la Mode, em Paris. Fonte: Les Docks

Como ferramenta para elaboração do projeto, foram realizadas análises de correlatos em diferentes contextos: regional, nacional e internacional.

A nível regional, analisou-se o Armazém da Criatividade, um espaço de incubação para empresas, localizado em Caruaru, PE, no Polo de Confeções do Agreste, apresentando um contexto semelhante ao de Santa Cruz do Capibaribe.

No contexto nacional, realizou-se a análise da Malha, maior espaço de coworking e cosewing do Brasil, localizado no Rio de Janeiro, RJ. Esse projeto foi escolhido por apresentar um programa e conceito semelhantes ao esperado no meu edifício.

Por fim, analisou-se a Cité du Design et de la Mode, em Paris, devido ao fato desta cidade ser internacionalmente conhecida como a capital mundial da moda. O interesse de investigação está associado a como se organiza uma escola de moda parisiense e suas relações com a cidade.

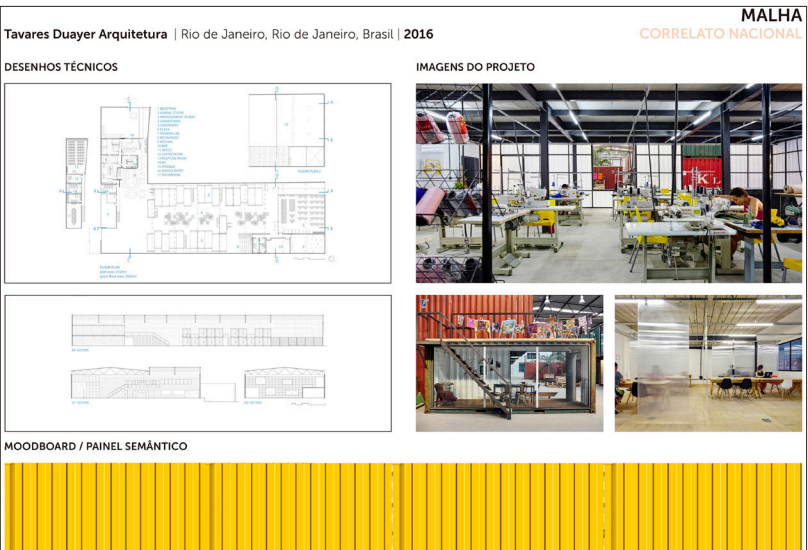
Durante o desenvolvimento da pesquisa, foram visitados 2 correlatos: regional e internacional. As pesquisas de correlatos avançaram, através de visitas de campo realizadas em outros edifícios que também têm moda como principal utilização. Esses edifícios são: Escola Senai Fashion, LAB Fashion (primeiro coworking especializado em moda no Brasil), loja LOF TEXPRIMA, e os ateliês dos estilistas Jorge Feitosa (santa-cruzensense, radicado em São Paulo) e Sandro Barros (um dos mais importantes estilistas de moda sob medida no Brasil).

Essas visitas técnicas serviram de inspiração e de compreensão sobre o funcionamento do dia a dia de um ateliê de moda, desde as etapas de desenho, passando pela costura, embalagem e distribuição das peças, em diferentes escalas e para diferentes públicos. O resultado da leitura acerca dos projetos correlatos (regional, nacional e internacional) foi materializado em fichas, presentes como anexos deste volume.

Nelas, foram consideradas informações como o contexto da obra, os autores, ficha técnica do projeto, desenhos técnicos, soluções de estrutura, materiais, entre outros elementos importantes para compreensão do objeto construído. Trabalhar com fichas permitiu sintetizar informações de maneira clara, objetiva, para além de uma análise superficial de um projeto correlato. Abaixo, o modelo das fichas para o correlato nacional. Na página seguinte, a síntese a partir das fichas, respondendo a “como cada correlato influenciou no meu projeto?”.



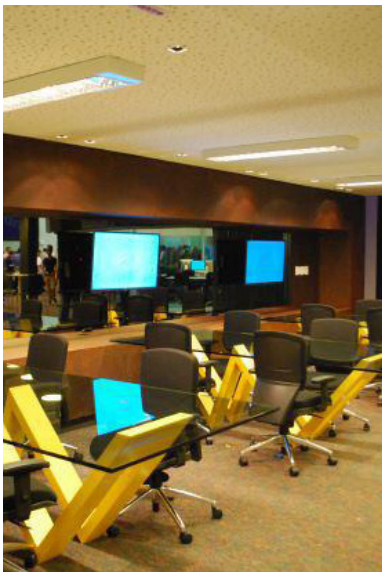
Figura 62: Modelos de fichas para análise de correlatos, 2019. Elaborados pelo autor, anexadas nos apêndices



regional



- Valorização do design, inovação e tecnologia;
- Espaços de escritório, pesquisa e produção têxtil;
- Áreas de lazer, descontração e convivência.



CONCEITO

PROGRAMA

SOLUÇÕES
ESPACIAIS

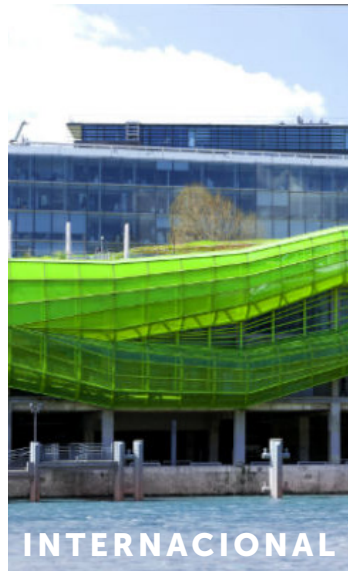
TECTÔNICA



nacional



- Estrutura metálica;
- Espaços integrados e abertos ao público, em diferentes horários;
- Incentivo à prática colaborativa e a venda de peças produzidas no local.



REGIONAL

NACIONAL

INTERNACIONAL

internacional



- Rooftop para eventos, festas e atividades culturais;
- Espaços multifuncionais, que abrigam diferentes escalas de eventos;
- Fomento à educação, inovação e pesquisa.



A análise dos correlatos através de fichas, sintetizadas no esquema acima permite inferir que a Malha (RJ) é o projeto correlato que mais apresenta influência direta nas soluções adotadas para o meu projeto.

Coincidência ou não, a MALHA tem como sócio fundador, o pesquisador André Carvalho, que aparece também na bibliografia deste tcc.

Podemos afirmar, que tanto na teoria, quanto na prática (e em projetos de arquitetura), há um interesse em transformação da indústria da moda, através dela mesma.

O PROJETO ARQUITETÔNICO



FABRICO COWORKING

.....
e s p a ç o
.....

- Criar **espaços conectados** e integrados tanto visualmente quanto fisicamente;
- Promover o contato com a cidade e a **interação com a natureza**, dentro do edifício;
- Conceber **espaços de convívio**, desconpressão e lazer para os diferentes públicos do edifício;

.....
t e c t ô n i c a
.....

- Desenvolver espaços que atendam as principais etapas da **confeção de peças de roupas**: desde a concepção e desenho, até a embalagem e venda final.
- Utilizar **estrutura metálica modular** e fechamentos internos móveis, que permitam **adaptações** às necessidades cotidianas;
- Usufruir da **iluminação e ventilação natural** como principais elementos de conforto ambiental, na maior parte dos ambientes;

.....
i n t e r i o r e s
.....

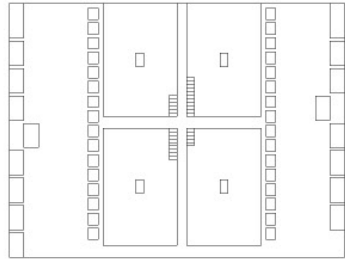
- Priorizar o uso de **mobiliários móveis** (sobre rodas) que se adaptem a diferentes configurações em **espaços flexíveis**.



Figura 63: Loja da Dior em Tóquio. Fonte: Superfuture



Moda Center Santa Cruz



PE - 160

PE - 160

PE - 160

PE - 160

PE - 160

Av. 29 de Dezembro

Terreno
Raio 200m



CONTEXTO URBANO

ESCOLHA DO TERRENO

Considerada a principal cidade do Polo de Confeções do Agreste, Santa Cruz do Capibaribe está localizada a 192 km do Recife, e é responsável pela maior parte da produção e escoamento de peças produzidas no polo.

Conforme mencionado anteriormente, o Moda Center Santa Cruz é um símbolo do Polo de Confeções, e representa um sistema produtivo voraz a qual todos os trabalhadores da cidade estão direta ou indiretamente associados.

No projeto apresentado neste trabalho de conclusão de curso, de modo a repensar o sistema de moda na cidade e suas relações com o dia a dia urbano do local, foi escolhido um terreno no centro da cidade, para que o edifício (e a nova forma como a moda é pensada, para este local) dialogue diretamente com os cidadãos de Santa Cruz do Capibaribe, de modo integrado à cidade e pensado para um novo ritmo de produção da moda no local.

O terreno está situado no SVE1, Setor de Verticalização 01, cuja principal diretriz é promover a verticalização da ocupação, com vistas à concentração de serviços empresariais nas quadras da Avenida 29 de Dezembro.

Situado no centro da cidade, em um dos mais importantes endereços de Santa Cruz do Capibaribe, a Avenida 29 de Dezembro, o terreno está próximo aos principais armazéns, lojas de tecido e material para confecções.

Figura 64: Mapa de PE, destaque para as cidades do Polo de Confeccões do Agreste, e a capital Recife. Elaborado pelo autor.

MAS AFINAL, POR QUE ESCOLHER UM TERRENO NO CENTRO, LONGE DO MCSC? 49

Enquanto o Moda Center Santa Cruz é sinônimo de uma moda rápida e de um consumo em excesso, semanal, a ideia do projeto é que ele possa abrigar diferentes marcas de moda, associadas a uma nova concepção de roupas, pensadas com melhor qualidade, durabilidade e aceitação pelo público local, mas expandindo-se para além dele.

Entende-se que o MCSC é importante para a cidade, pois nesse edifício a economia do município é fortalecida e as trocas comerciais são realizadas.

Porém, torna-se essencial, conforme citado na introdução, repensar as formas como a indústria de moda produz, e nesse cenário, voltar-se para o centro, é reconhecer a importância de se reconectar com as pessoas e a cidade, pensando uma nova forma de produção e consumo, para a indústria de moda.

O projeto em questão visa abrigar novas marcas de moda, baseadas na economia criativa e na economia de base, onde novos modos de produção e escoamento das mercadorias são priorizados.

Entende-se que a moda do futuro, está associado à produção e ao consumo conscientes, onde a qualidade das peças, a produção sustentável e em respeito aos recursos naturais é mais valorizado e colocado em evidência.

Enquanto o MCSC tem como público alvo consumidores de todo o país, que visitam o local semanalmente, para compras em atacado, fomentando uma economia semelhante ao mercado das lojas de fast fashion, o projeto imagina marcas menores e experimentais, que produzem moda autoral, com qualidade, durabilidade e utilizando novas tecnologias.

O edifício visa abrigar espaços destinados às diferentes etapas da produção de confecções e escoamento das mercadorias.

Abrigando atividades comuns às demais indústrias de confecções da cidade, mas principalmente, inserido novos maquinários e ferramentas e tecnologias disponíveis no mercado, para o setor têxtil, incentivando

a profissionalização e a inovação para as empresas da cidade (das tradicionais às recém-criadas).

A escolha do terreno, por sua vez, está relacionada ao interesse de colocar as discussões que pautam “o futuro da moda” e as novas formas de produzir nessa indústria, no contexto do centro urbano de uma cidade que tem sua economia baseada na indústria de confecções.

Inserir um edifício em um dos mais pujantes endereços da cidade, a Avenida 29 de Dezembro, é colocar a “nova moda” a serviço da cidade, próximo a lojas de tecidos e aviamentos, essenciais para que essa indústria funcione.

A escolha do terreno numa área cercada por edifícios comerciais é coerente com o padrão aplicado aos espaços de coworking no Brasil, onde 60% dos coworkings estão situados em zona comercial, segundo o Censo Coworking Brasil de 2019.

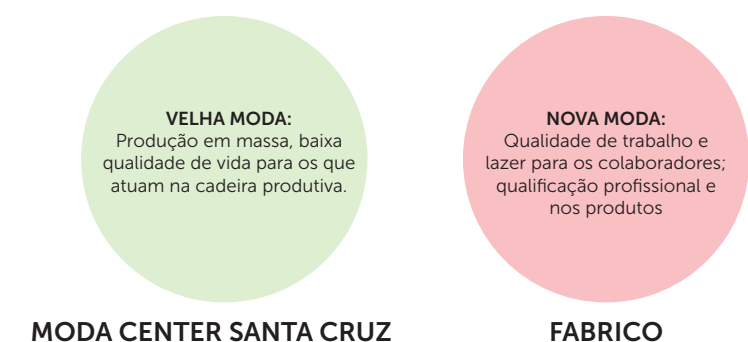
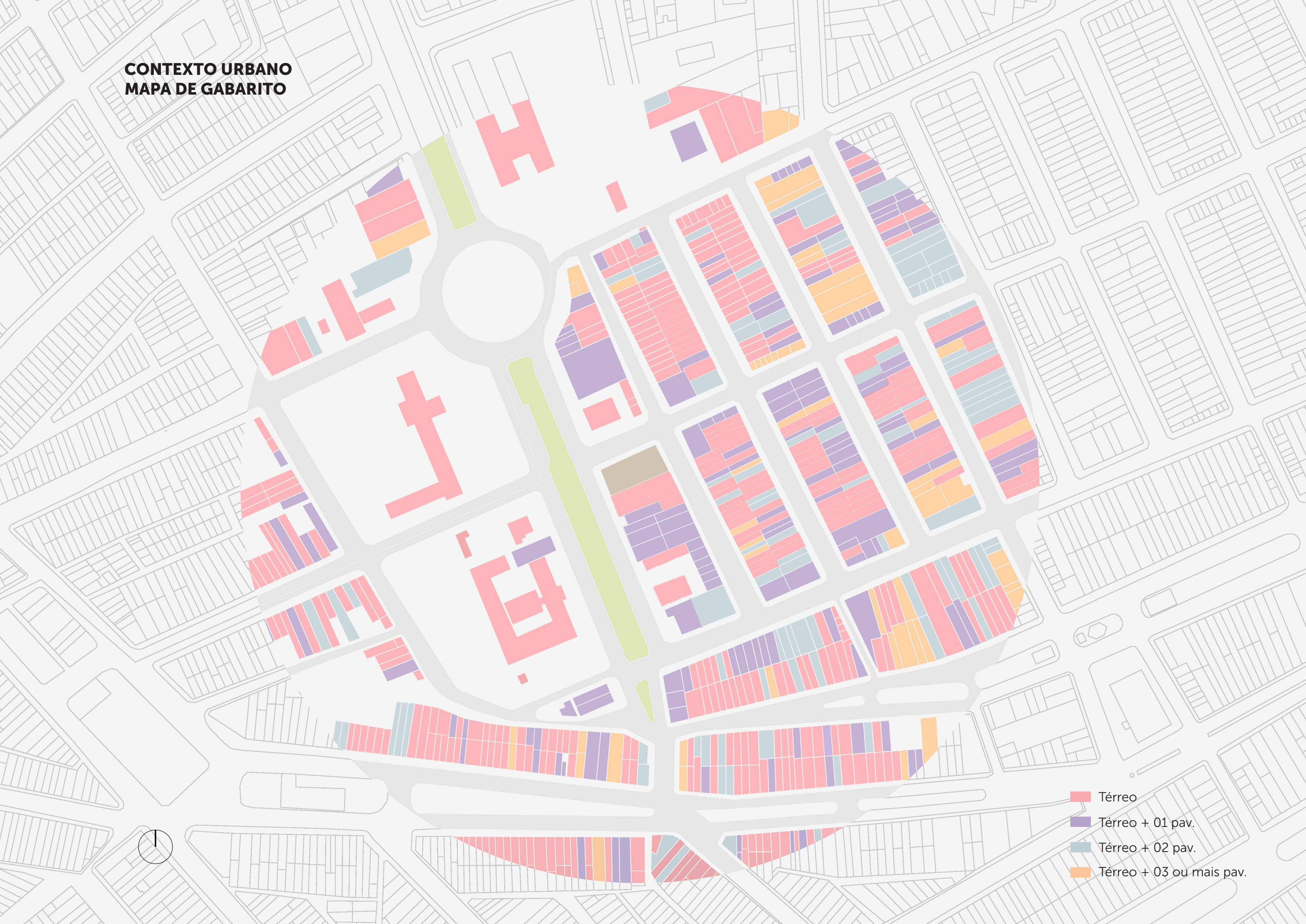


Figura 65: O terreno em seu estado atual, em outubro de 2020. Acervo pessoal do autor.

CONTEXTO URBANO MAPA DE GABARITO



CONTEXTO URBANO

Análise do entorno, mapas de gabarito e uso e ocupação do solo

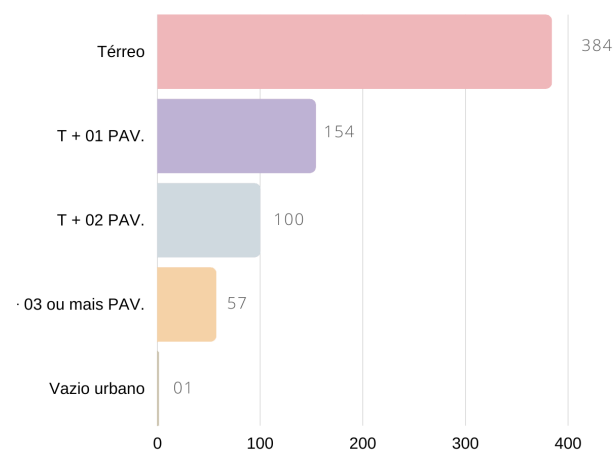
51

MAPA DE GABARITO

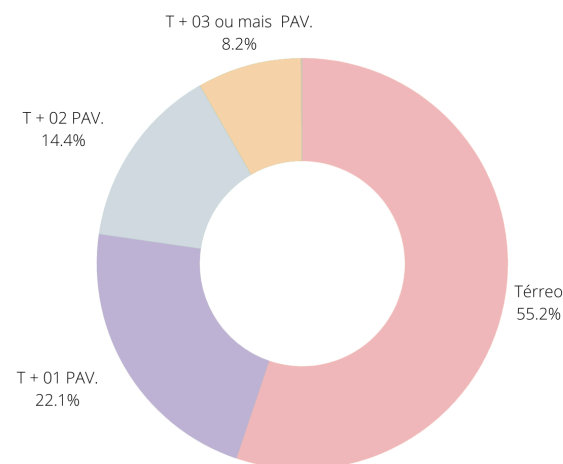
O mapa de gabarito foi uma importante ferramenta para compreensão do contexto urbano onde o terreno está inserido. Para realização dos mapas temáticos, utilizou-se um raio de 200 metros, considerando esse raio, um trajeto caminhável no entorno imediato do edifício.

Em relação ao gabarito (quantidade de pavimentos das edificações), os lotes foram classificados nas seguintes categorias: térreo; térreo + 01 pavimento; térreo + 02 pavimentos; térreo + 03 ou mais pavimentos; vazio urbano. Esse mapa serviu como base para a modelagem do entorno, utilizada para o desenvolvimento do projeto.

GABARITO EM NÚMEROS



GABARITO EM PORCENTAGEM (%)



A realização do levantamento deu-se de maneira virtual/in loco, devido às restrições impostas pela pandemia de COVID-19. Inicialmente, realizou-se a análise a partir do Google Streetview, posteriormente, com a reabertura do comércio, foram realizadas visitas in loco para verificação das informações levantadas via satélite.

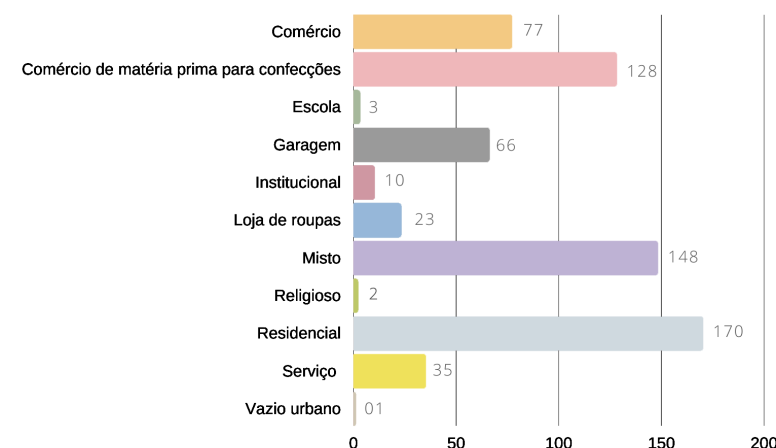
Foram analisados aproximadamente 700 lotes, cuja maioria (55%) é composta por edificações do tipo térreo. Em seguida, temos os edifícios térreo + 01 pav. (22%), térreo + 02 pav. (14%), térreo + 03 ou mais pav. (8%). No raio de 200 metros, foi encontrado apenas 1 vazio urbano (terreno vazio, delimitado por muros), o qual foi escolhido como terreno do projeto.

MAPA DE USO E OCUPAÇÃO DO SOLO

Para traçar um perfil do contexto urbano do terreno, foi realizado ainda um mapa de uso e ocupação do solo, diagnosticando quais os principais usos dos lotes inseridos no raio de 200 metros.

As categorias de classificação dos lotes, em relação ao uso e ocupação do solo foram: comércio; comércio de aviamentos, tecidos e matéria prima para confecções; escola; garagem; institucional; loja de roupas; misto; religioso; residencial; serviço e vazio urbano.

USO DO SOLO EM NÚMEROS



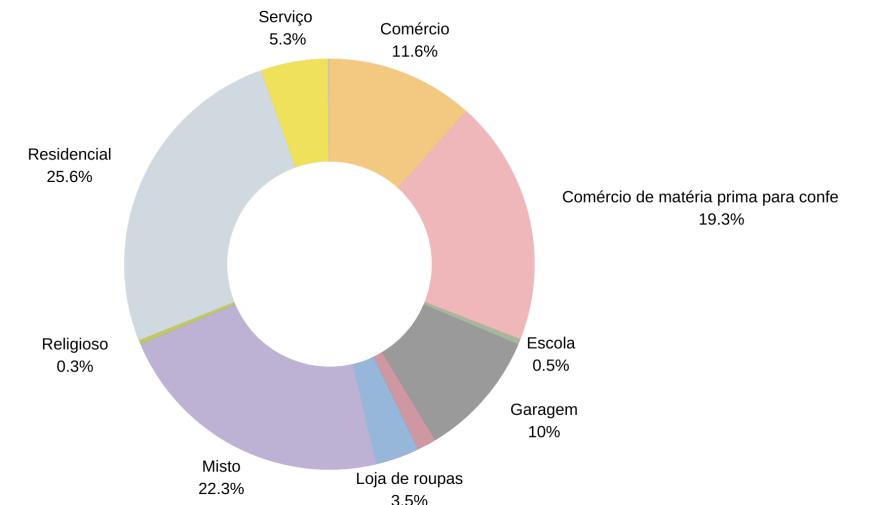
Um dos principais interesses na realização do mapa de uso e ocupação do solo, foi entender como os lotes do entorno estão associados à indústria de confecções na cidade, dialogando diretamente com o edifício proposto.

Portanto, além da categoria comércio, criou-se a categoria "comércio de aviamentos, tecidos e matéria prima para confecções", na qual estão inseridas as lojas de tecidos, aviamentos, estamparias, fornecedores de acabamentos, entre outros. Nesse levantamento, optou-se ainda por separar a categoria lojas de roupas, de modo a destacar como a moda está distribuída no centro, seja enquanto matéria prima, ou como produto final.

Finalmente, a tipologia "garagem" aparece como um outro uso marcante na paisagem urbana do entorno. Vale salientar que no contexto de Santa Cruz do Capibaribe, as garagens não são utilizadas apenas como espaço para abrigo de veículos, e sim, são utilizadas como pequenas fábricas de confecções, conhecidos popularmente, na cidade, como "fabricos" e "facções"².

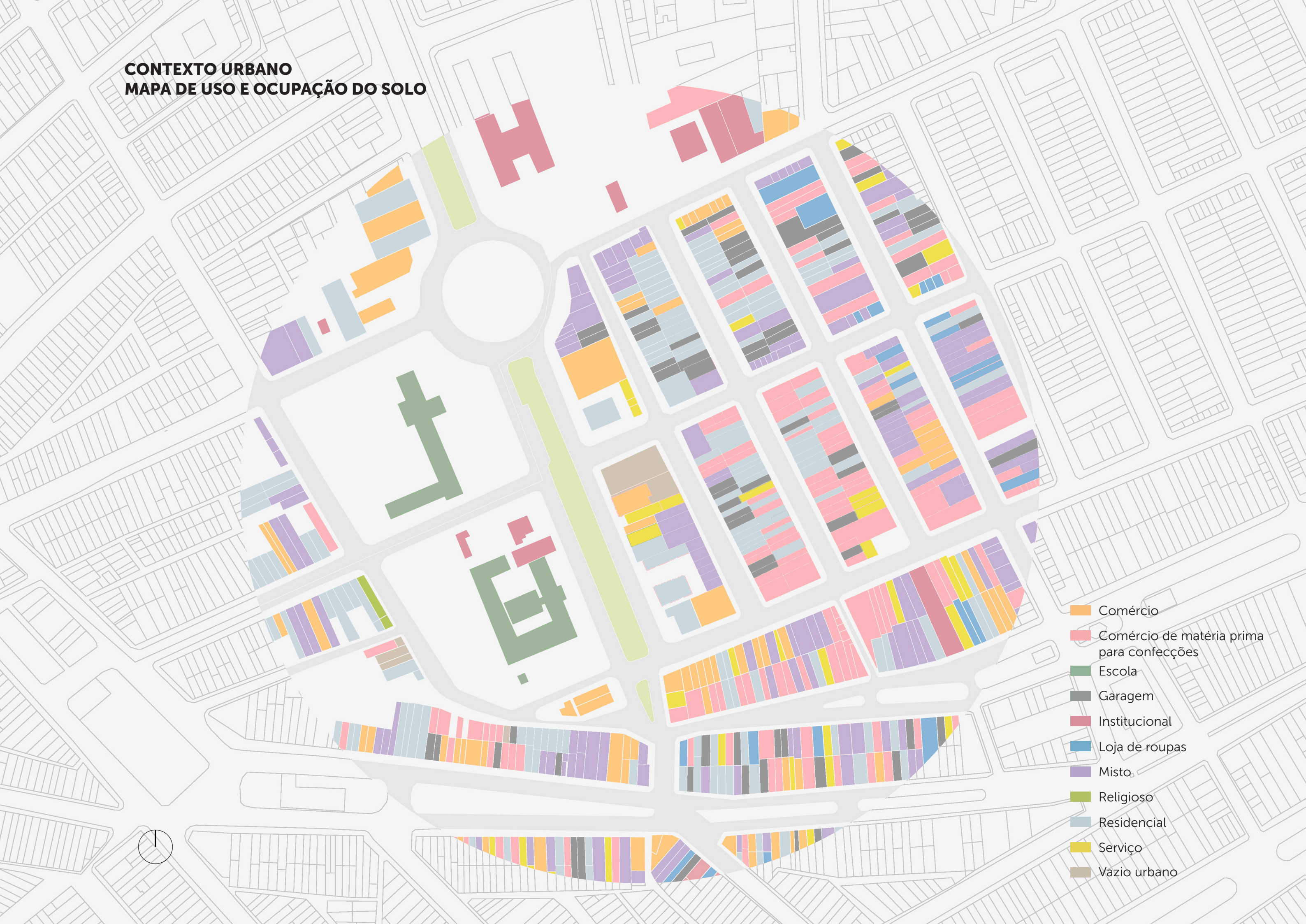
Portanto, ao observamos que 10% dos lotes são garagens, poderíamos inferir empiricamente, que na prática, essas garagens também seriam consideradas fábricas de confecções.

USO DO SOLO EM PORCENTAGEM (%)



² Facção é popularmente conhecida como a empresa ou pessoa que terceiriza um processo para a industria de confecção.

CONTEXTO URBANO
MAPA DE USO E OCUPAÇÃO DO SOLO



Atualmente, o terreno é formado por 3 lotes, que têm os respectivos usos: vazio urbano (terreno baldio), padaria (comércio) e autoescola (serviço), respectivamente (diagrama 01).

No TCC, propõe-se o remembramento dos três lotes (diagrama 02), devido à localização estratégica no centro da cidade, e a subutilização de 1/3 da área do terreno.

O edifício projetado nesse exercício, apresenta-se como um edifício aberto à sociedade santacruzense, e cujo principal interesse é qualificar e aperfeiçoar a produção de confecções na cidade.

O remembramento resultou em um terreno cuja área total é 1.000 m² (diagrama 03). O interesse em remembrar esses três lotes está associado ao exercício projetual e ao caráter de experimentação proposto por um TCC em arquitetura.

Dessa forma, o novo uso proposto para essa área da cidade, contribui diretamente para o benefício da população, atingindo um público maior, a nível local e mesmo regional, ampliando as possibilidades de utilização existentes do momento.

Além disso, o remembramento realizado, junto à estratégia de verticalização do partido arquitetônico,

vão ao encontro do que a Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Capibaribe prevê para essa área da cidade.

Na Planta de Zoneamento Urbano do município, o terreno está situado numa SVE1, Setor de Verticalização 01, cujo principal diretriz é promover a verticalização da ocupação, com vistas à concentração de serviços empresariais nas quadras da Avenida 29 de Dezembro.

Os parâmetros urbanísticos (diagrama 04) para este setor, são:

AFASTAMENTOS (metros):

Frontal 5,00 Lateral: 3,00 Fundos: 3,00

TAXA DE SOLO NATURAL (%): 20%

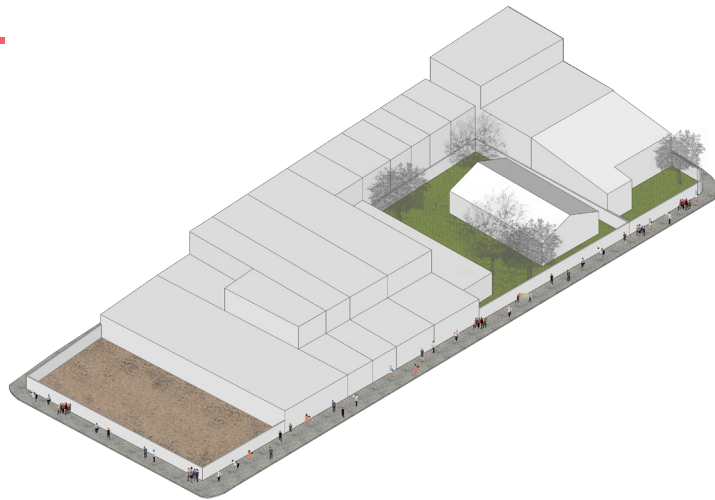
TAXA DE OCUPAÇÃO (%): 65%

GABARITO: Máximo 04 pavimentos.

ÁREA SEM AFASTAMENTOS: 517 m²

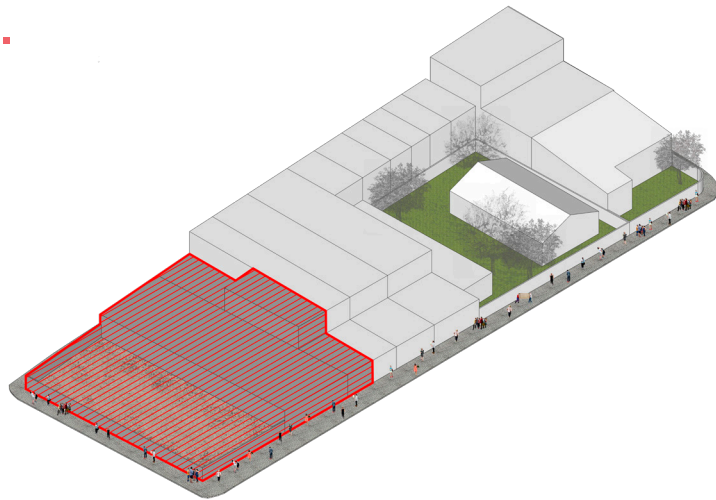
A principal fachada (Av. 29 de Dezembro) do terreno é a fachada oeste, resultando diretamente na necessidade de proteção e sombreamento nesta fachada (diagrama 05). A ventilação predominante na cidade, na maior parte do ano, é leste.

1.



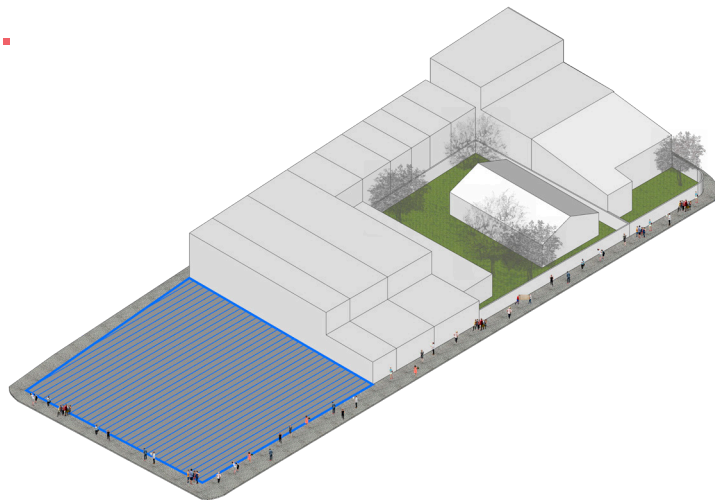
Terreno atualmente

2.



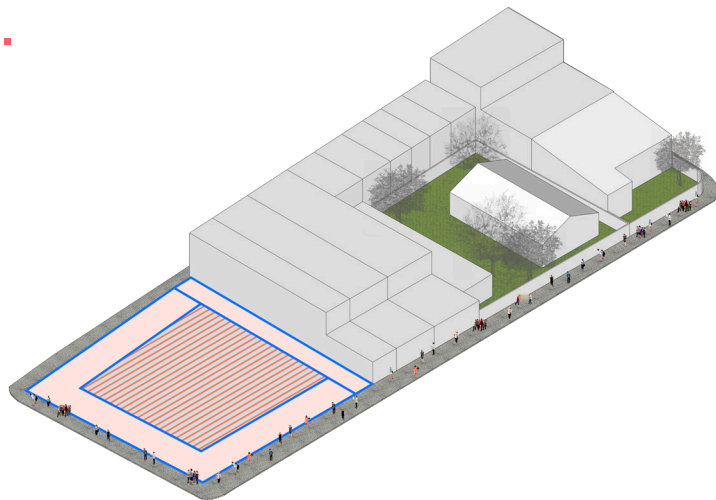
Remembramento

3.



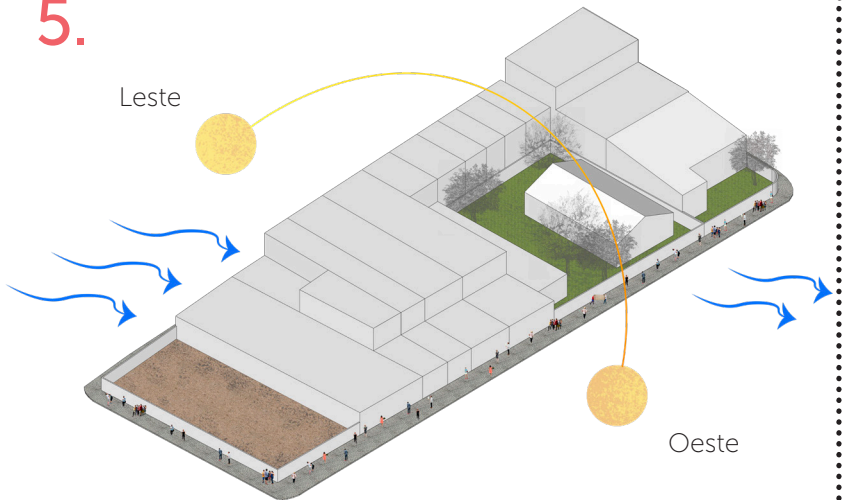
Terreno remembrado

4.



Parâmetros urbanísticos

5.



Condicionantes climáticos

O PROJETO

Definição de públicos e programação arquitetônica

O projeto visa contemplar os diferentes agentes da cadeia produtiva na indústria de moda, desde os criadores, estilistas e stylists, passando pelos responsáveis por corte, montagem, estamparia e costura das peças.

Por isso, além de um convencional espaço de coworking (com salas de escritórios, salas de reunião e showrooms), o espaço conta com um ateliê de costura colaborativo, inspirado no conceito de co-sewing, ou co-costura. Ateliê colaborativo é o lugar onde é possível alugar o espaço e equipamentos por hora, seguindo o conceito dos coworkings. Esse tipo de espaço, surge voltado aos

(...) empreendedores da moda que querem produzir seu próprio material mas não tinham o espaço físico necessário. Nos espaços de co-sewing está a estrutura necessária e compartilhada, como máquinas de costura, manequins, além de todo o networking criativo que existe ao se aliar com mentes que pensam moda (MOVBLA, 2012).

Um outro aspecto do projeto, está associado aos atuais temas de incubação de empresas e economia criativa. Segundo definição do Porto Digital, incubadora é uma “estrutura especial de suporte à inovação e ao empreendedorismo, que atua de forma integrada com as instâncias de ensino, ciência e tecnologia e em estreita articulação com o setor produtivo e com as políticas públicas na região, reconhecida por sua importância no setor de confecções”.





O interesse em abrigar, no edifício, um espaço destinado à incubação de novas empresas, está diretamente associado ao desenvolvimento de novas marcas e microempreendedores locais, um dos principais público-alvo do objeto arquitetônico.

Para melhor compreensão sobre as atividades abrigadas nesse edifício, bem como a definição do programa preliminar, apresentado posteriormente, é importante destacar a pesquisa relacionada ao público e mercados de interesses para o projeto.

Além do conhecimento empírico as leituras relacionadas à construção de marcas de moda (CARVALHAL, 2014; CARVALHAL, 2016) realizou-se entrevistas com o estilista santa-cruzense Jorge Feitosa e com Carla Rafaela Monteiro, representante do coletivo de moda e economia criativa Murall Colab.

Em ambos os encontros, destacou-se a importância de pensar no caráter de inovação, ausente na maioria das marcas de Santa Cruz do Capibaribe, além de um ineficiente aproveitamento das oportunidades que a cidade oferece.

As entrevistas realizadas fizeram parte da pesquisa temática / primeiros contatos sobre o tema e a cidade. Além dessas entrevistas, essa pesquisa contou com visitas ao LAB Fashion, em São Paulo, primeiro coworking de moda do Brasil, ateliês compartilhados e lojas colaborativas voltadas à moda e economia criativa. Após as pesquisas, entrevistas e reflexões acerca delas, chegou-se à seguinte reflexão acerca dos públicos e dos usuários do edifício:

	PÚBLICO ALVO	ATIVIDADES REALIZADAS
 NOVAS MARCAS E JOVENS ESTILISTAS	Profissionais em início de carreira; Recém-formados; Microempreendedores Individuais (MEIs) e trabalhadores da indústria da moda e confecções;	Profissionais em início de carreira; Recém-formados; Microempreendedores Individuais (MEIs) e trabalhadores da indústria da moda e confecções;
 MARCAS JÁ CONSOLIDADAS	Empresas que buscam adaptar-se às novas tecnologias e estratégias de mercado; Marcas que passam por reposicionamento e buscam suporte para tal: laboratórios de tecnologia, estúdios fotográficos, produtores de moda, stylists, etc.	Empresas que buscam adaptar-se às novas tecnologias e estratégias de mercado; Marcas que passam por reposicionamento e buscam suporte para tal: laboratórios de tecnologia, estúdios fotográficos, produtores de moda, stylists, etc.
 COLETIVOS CULTURAIS E DE ECONOMIA CRIATIVA	Trabalhadores da economia criativa e colaboração: coletivos de artistas, artesãos, costureiros, modelistas, etc. ONGs e coletivos culturais voltados à indústria da moda e humanização do trabalho nesse setor.	Trabalhadores da economia criativa e colaboração: coletivos de artistas, artesãos, costureiros, modelistas, etc. ONGs e coletivos culturais voltados à indústria da moda e humanização do trabalho nesse setor.
 BRECHÓS E BANCOS DE TECIDO	Trabalhadores da economia circular, produtores de peças com material reciclado; Lojas de peças de segunda mão, brechós, vintage stores e lojas de retalhos e peças de tecidos descartadas durante a cadeia produtiva.	Trabalhadores da economia circular, produtores de peças com material reciclado; Lojas de peças de segunda mão, brechós, vintage stores e lojas de retalhos e peças de tecidos descartadas durante a cadeia produtiva.

O projeto contempla, além de um espaço de coworking tradicional, um ateliê colaborativo (empresa de confecções compartilhada) e espaços para realização de eventos, comércio e serviços para os profissionais do setor.

Por se tratar de um edifício que une estações de trabalho (coworking), incubadora de empresas, e ainda, a produção (costura) de peças de vestuário, o programa de necessidades e o pré-dimensionamento foi realizado em setores, que contemplam os seguintes eixos:

- 1. Coworking e incubadora;
- 2. Ateliê colaborativo/confecção compartilhada;
- 3. Comércio, eventos, serviços e apoio.

O eixo 1 está associado às estações de trabalho, salas de reunião e videoconferência, sala de incubadora de empresas e o laboratório de informática.

O eixo 2 contempla ambientes necessários para todas as fases envolvidas na confecção de uma peça de roupa: desenho (criação); modelagem; enfiagem e corte; estampa digital; costura; acabamentos e embalagem.

O eixo 3, por sua vez, abrange os espaços de loja colaborativa, o estúdio fotográfico e de audiovisual, sala multiuso, biblioteca de moda, sala de desfiles/galeria de exposições, além dos ambientes de apoio ao funcionamento do edifício (sala de material de limpeza, banheiros, etc.).

Legenda / Pavimento



SETOR	AMBIENTE	ATIVIDADES	ÁREA	PAVIMENTO
COWORKING	Laboratório de informática	Aulas de informática; vendas online; formações e cursos	35 m²	
	Loja colaborativa	Venda de produtos locais; vendas colaborativas; eventos	100 m²	
	Openspace	Trabalho labora, de escritório; reuniões informais	298 m²	
	Sala de reunião	Reuniões em pequenos grupos	21 m²	
	Sala de videoconferência	Videoconferências; reuniões em pequenos grupos	16 m²	
ATELIÊ COLABORATIVO	Ateliê de modelagem	Aulas de modelagem, moulage e vestuário	54 m²	
	Empresa incubadora	Incubação de empresas; atividades corporativas	30 m²	
	Estamparia digital	Desenvolvimento de estampas; impressão de tecidos	25 m²	
	Loja de tecidos	Venda de tecidos, aviamentos e matéria prima p/confecç.	28 m²	
	Oficina escola	Cursos de costura; ateliês de bordado, upcycling, etc.	53 m²	
	Sala de costura	Confecção, acabamento e embalagem de peças de vest.	106 m²	
	Sala de enfiagem e corte	Enfiagem e corte de tecidos	52 m²	
	Sala de moldes	Elaboração e plotagem de moldes	28 m²	
SERVICOS, APOIO E INFRAESTRUTURA	Backstage	Maquiagem, preparação para eventos e desfiles de moda	26 m²	
	Biblioteca	Estudo, leitura, apresentação de materiais, catálogos, etc.	67 m²	
	Depósito	Depósito de equipamentos, materiais, etc.	5 m²	
	Estúdio fotográfico	Ensaio fotográfico, audiovisuais e campanhas public.	50 m²	
	Sala de desfiles	Desfiles de moda; eventos; galeria de arte/exposições	75 m²	
	Sala de estar	Espaços de descontração, lazer e interação	30 m²	
	Sala de impressora	Impressão de documentos em geral	5 m²	
	Sala multiuso	Realização de eventos, bazares, palestras	44 m²	
	Workcafé	Espaço de trabalho, pequenas refeições, venda de alim.	43 m²	

MATRIZ DE INTER-RELAÇÕES ESPACIAIS

	Workcafé	Sala multiuso	Sala de impressora	Sala de estar	Sala de desfiles	Estúdio fotográfico	Depósito	Biblioteca	Backstage	Sala de moldes	Sala de enfestagem e corte	Sala de costura	Oficina escola	Loja de tecidos	Estamparia digital	Empresa incubadora	Ateliê de modelagem	Sala de videoconferência	Sala de reunião	Openspace	Loja colaborativa	Laboratório de informática
Laboratório de informática																						
Loja colaborativa																						
Openspace																						
Sala de reunião																						
Sala de videoconferência																						
Ateliê de modelagem																						
Empresa incubadora																						
Estamparia digital																						
Loja de tecidos																						
Oficina escola																						
Sala de costura																						
Sala de enfestagem e corte																						
Sala de moldes																						
Backstage																						
Biblioteca																						
Depósito																						
Estúdio fotográfico																						
Sala de desfiles																						
Sala de estar																						
Sala de impressora																						
Sala multiuso																						
Worcafé																						

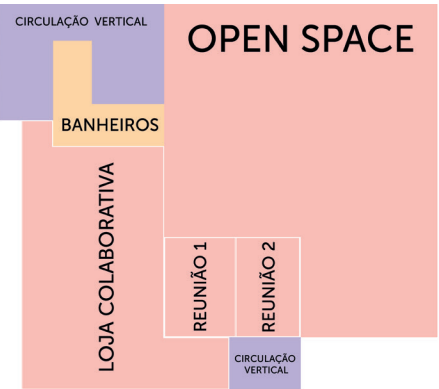
Forte

Média

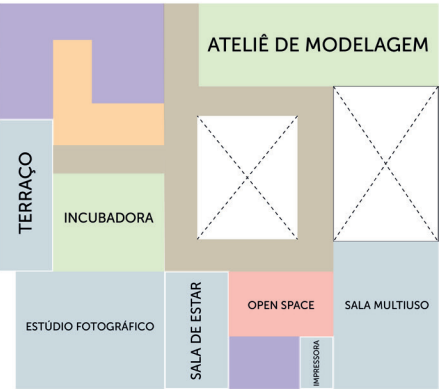
Fraca

SETORIZAÇÃO

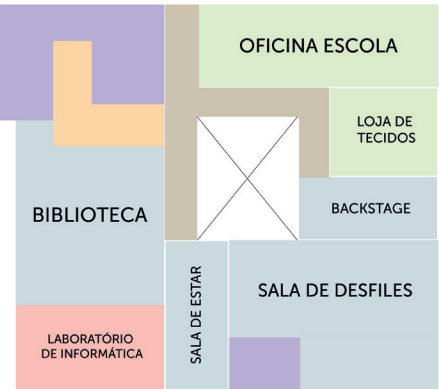
56



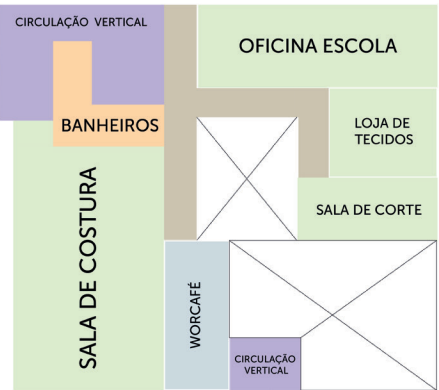
TÉRREO



PAVIMENTO 01



PAVIMENTO 02



PAVIMENTO 03

O PARTIDO
Volumetria, estrutura, relação com áreas verdes e circulações

O partido consiste em um volume prismático retangular, ocupando os limites dos recuos, e gerando um vazio central, que hora abre-se para um pé direito duplo, hora funciona como um átrio para ventilação natural no interior do edifício (diagrama 01).

Enquanto partido arquitetônico, aliado ao zonemaneto previsto para este local, utilizou-se a verticalização como uma estratégia para abrigar o extenso programa arquitetônico.

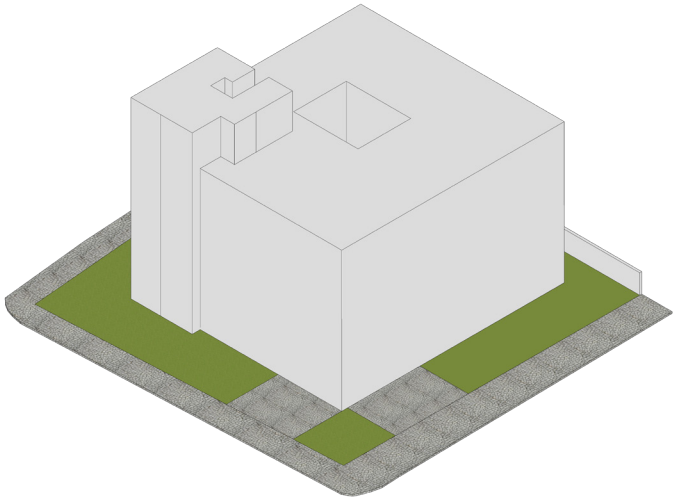
Sob o aspecto legislativo, a prefeitura municipal permite, no terreno, um edifício de 4 pavimentos: térreo + 03. A solução estrutural adotada foi a estrutura metálica, com pilares e vigas de seção I e laje steeldeck. Optou-se essa solução devido à rapidez de execução,

o peso da estrutura e o caráter estético resultante (diagrama 02).

O incentivo ao contato com a natureza é umas principais diretrizes do projeto, sendo incentivado tanto no agenciamento do exterior, quanto no interior do edifício (diagrama 03). Neste, utilizou-se paredes verdes em salas e na escada aberta, além de jardineiras no átrio central.

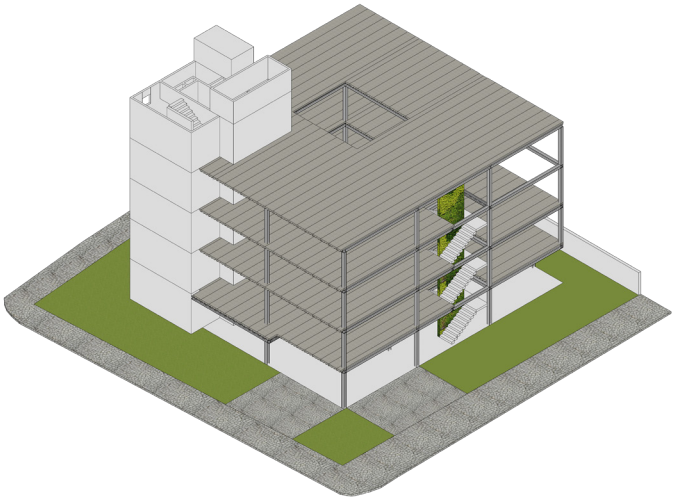
A circulação vertical dá-se através de uma escada enclausurada protegida, atendendo às recomendações da NBR 9077, além de uma escada aberta, situada na fachada oeste do edifício (diagrama 04). Esta, promove um contato com a natureza e uma promenade ao usuário.

1.



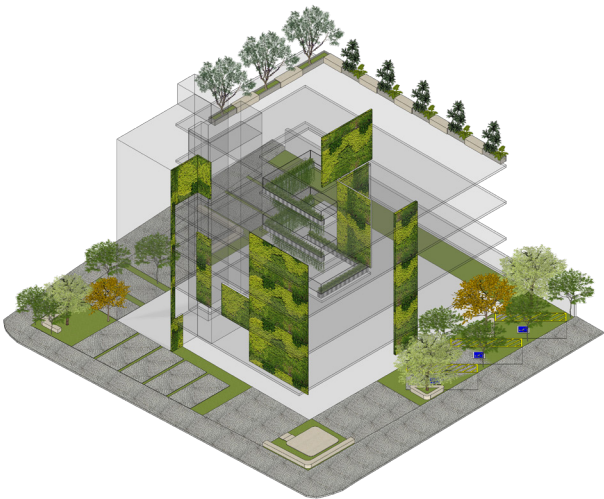
Estudo volumétrico

2.



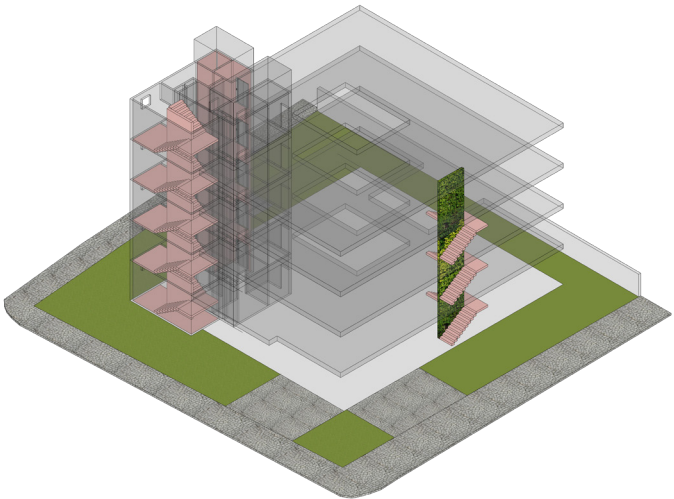
Estrutura

3.



Áreas verdes + lazer

4.



Circulação vertical

EVOLUÇÃO DO PROJETO



Figura 66: Vista diurna para a fachada oeste, na versão inicial da malha metálica



Figura 67: Vista diurna para a fachada oeste, na segunda versão da malha metálica

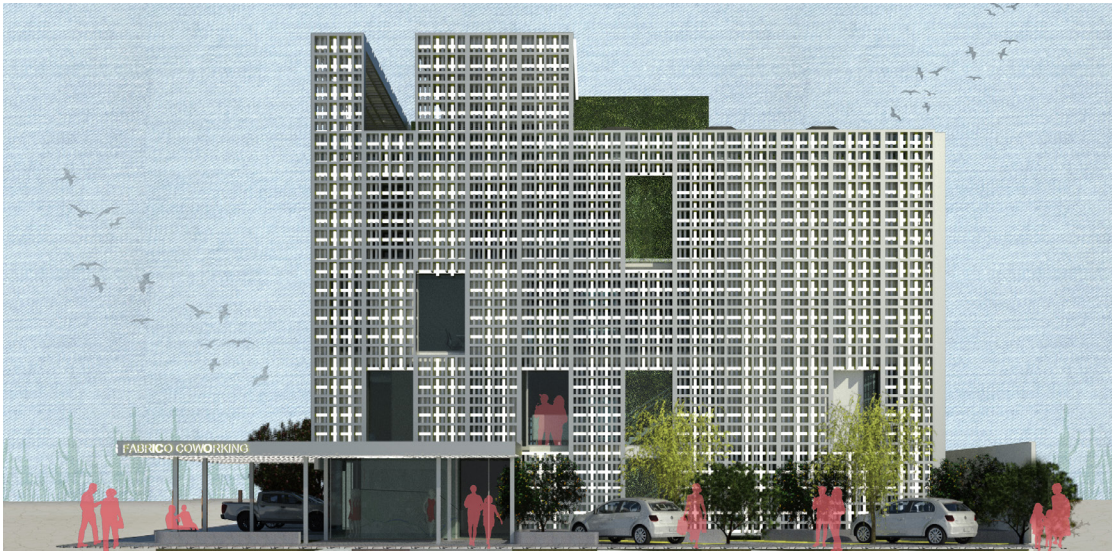


Figura 68: Vista diurna para a fachada oeste, versão final da malha metálica.

O PARTIDO
Condicionantes climáticas e decisões projetuais

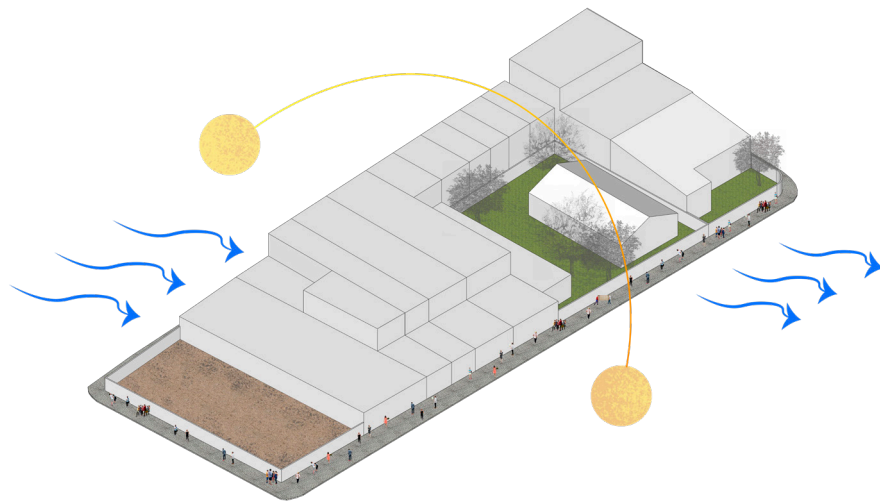


Figura 68: Diagrama de insolação e ventilação. Elaborado pelo autor

Por se tratar de um terreno de esquina, e cujas as principais fachadas situam-se na orientação leste/oeste, um dos grandes desafios impostos por este projeto é a proteção solar, nessas respectivas fachadas.

Sombrear e filtrar a incidência solar, amenizando a temperatura no interior do edifício implicam encontrar soluções bioclimáticas que favoreçam o projeto, funcionalmente, e também, no caráter estético.

Como proposta de solução bioclimática, para proteção solar nas fachadas, adotou-se como partido a utilização de malha metálica, responsável pelo envelope do edifício.

Essa estratégia, de funcionamento semelhante ao cobogó, elemento frequente na arquitetura nordestina, dialoga diretamente com projetos de arquitetura contemporânea internacional, onde tramas minimalistas compõem a volumetria de edifícios ao redor do mundo.

Enquanto exercício de pesquisa, observou-se que diversas lojas do segmento de luxo têm seus projetos assinados por grandes arquitetos de renome internacional. Como por exemplo, Renzo Piano, responsável pela arquitetura da loja da grade Hermès em Tokyo, ou o escritório OMA, responsável pelo projeto de todas as lojas da italiana PRADA.

Na pesquisa acerca de projetos para lojas de moda, observou-se que na maioria desses projetos, a utilização frequente de malhas e tramas, funcionando como uma “pele” para os edifícios.

A solução de uma “trama envolvendo o edifício” foi adotada no partido arquitetônico do meu projeto, enquanto um recurso de proteção solar e adaptação ao clima local, dialogando, em ao mesmo tempo, com a arquitetura contemporânea internacional.

Desse modo, no meu projeto, buscou-se uma reflexão entre a relação local versus global. Onde, através de uma malha metálica, utilizou-se uma estratégia cujo funcionamento é semelhante a um cobogó (elemento da arquitetura nordestina), dialogando com um volume de trama minimalista, com aspecto “global”.



Conforme os diagramas abaixo, as fachadas dialogam entre si, visto que a malha metálica envolve o todo o edifício, recebendo aberturas pontuais, de maneira delicada no volume, porém funcional nos ambientes internos. Essas aberturas funcionam tanto para a instalação de janelas/esquadrias, quanto para a construção de vitrines.

DIAGRAMAS
Malhas metálicas de fechamento

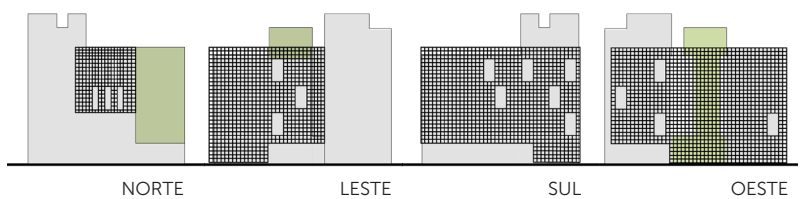


Figura 70: Interiores da loja Hermès, em Tokyo. Fonte: RP Building Workshop



Figura 71: Fachada da loja Hermès, em Tokyo. Fonte: RP Building Workshop



Figura 72: Interiores da faculdade Unileão, no Ceará, projeto Lins Arquitetos. Fonte: Archdaily, 2014

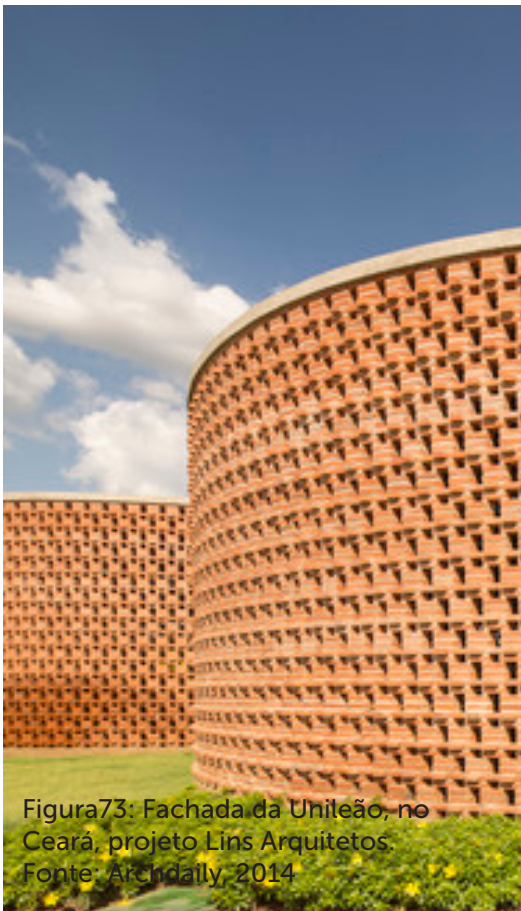


Figura 73: Fachada da Unileão, no Ceará, projeto Lins Arquitetos. Fonte: Archdaily, 2014

O PARTIDO

Trama metálica, artesanaria, Paris e o nordeste brasileiro

59

As experimentações formais que resultaram na volumetria final deste projeto, dialogam diretamente com a proposta de um envelope que abraça todo o edifício.

Entre as investigações realizadas, estudou-se como essa malha metálica poderia dialogar com o edifício em si, mas interferindo simbolicamente a nível da rua, e na paisagem onde está inserida.

Ao observar os projetos de grandes lojas de luxo, mencionadas anteriormente, foi possível observar que algo comum ao diálogo entre essas edificações é o entorno, é a iluminação.

Desse modo, partindo da utilização da luz como um elemento estético-formal, o meu edifício utiliza a iluminação, ao longo do dia, para criar narrativas, estéticas e promover diferentes apreensões.

Partindo da ideia literal de trama metálica, criou-se uma espécie de tecido, cujo tessitura / trama é composta de elementos perfis metálicos (brises horizontais e verticais), e montantes iluminados, feito de material acrílico, permitindo iluminar a fachada.

Se durante o dia a malha filtra a iluminação natural, amenizando a temperatura interna do edifício, à noite, essa mesma trama é iluminada, permitindo um contraste na paisagem urbana, e provocando uma nova apreensão espacial.

Como uma espécie de muxarabi, essas tramas dialogam com um tecido, cuja trama remete a uma construção de um tecido, tradicional à artesanaria e produção de rendas do nordeste brasileiro, ou mesmo a importantes tecidos utilizados na alta-costura parisiense.

As imagens abaixo, ilustram esse caráter artesanal a qual a cultura e produção têxtil nordestina estão associadas. Nelas, é possível mostrar que a trama faz parte do imaginário popular, encontrando no Fabrico a sua reinterpretação.

O que as rendas nordestinas e o tweed da Chanel têm em comum? Ambos são feitos à mão, de maneira artesanal, colocando essas duas realidades tão distintas numa sorte de “mesmo patamar”: a necessidade da manufatura e do trabalho manual para sua execução.

Na trama metálica proposta neste projeto, o tweed é reinterpretado: as diferentes espessuras de fios, transformam-se em brises, hora verticais, hora horizontais, protegendo da insolação nas fachadas leste e oeste.

Se na trama do tecido parisiense há eventuais fios de ouro ou materiais metálicos, aqui, utiliza-se os montantes iluminados de led, contrastando no volume final e marcando a paisagem da interiorana Santa Cruz do Capibaribe.

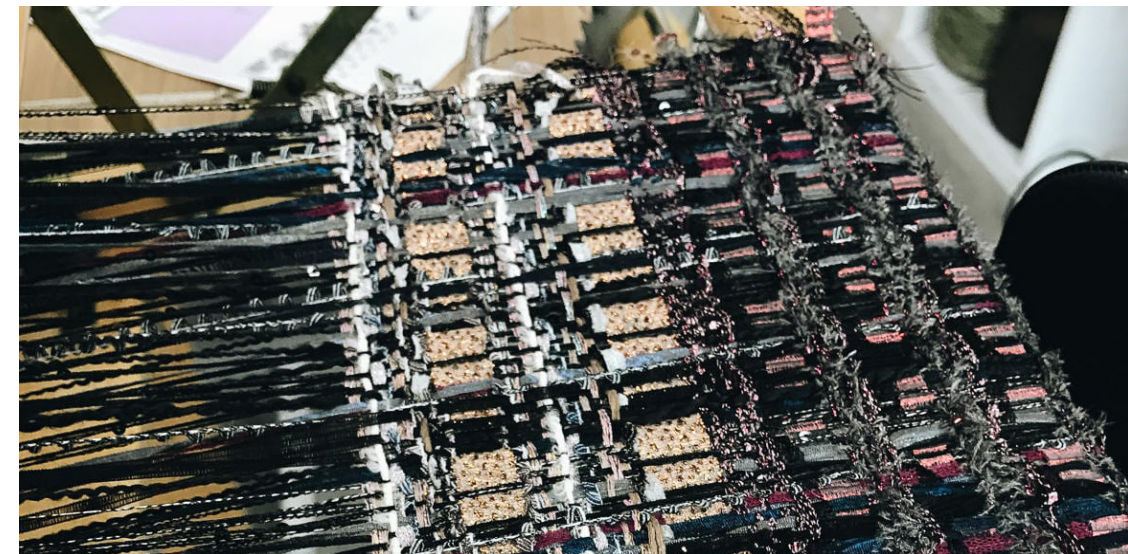


Figura 76: Detalhe da produção manual do tecido **tweed** no ateliê Chanel, em Paris. Fonte: Chanel/Reprodução



Figura 77: Detalhe de um casaco em **tweed**. Fonte: Chanel/Reprodução

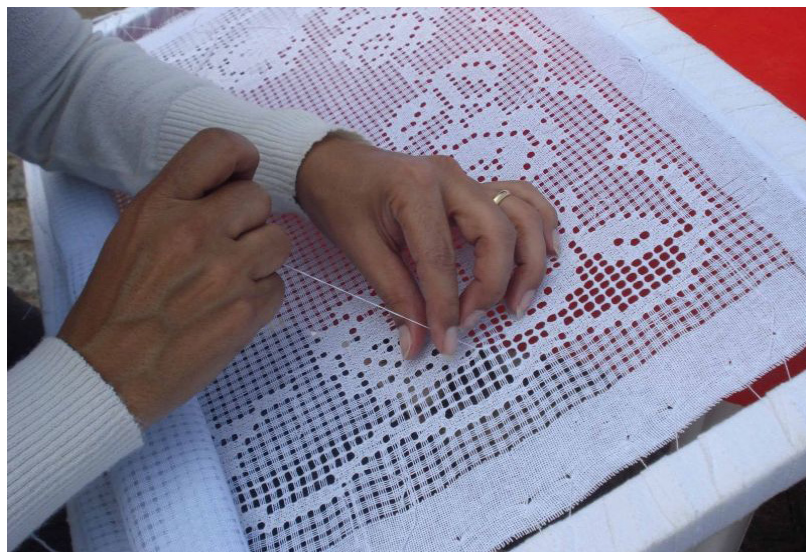


Figura 74: Produção artesanal de rendas em Pernambuco. Fonte: Descubra PE



Figura 75: Produção de um tecido **trancê**. Fonte: Santa Luzia Redes

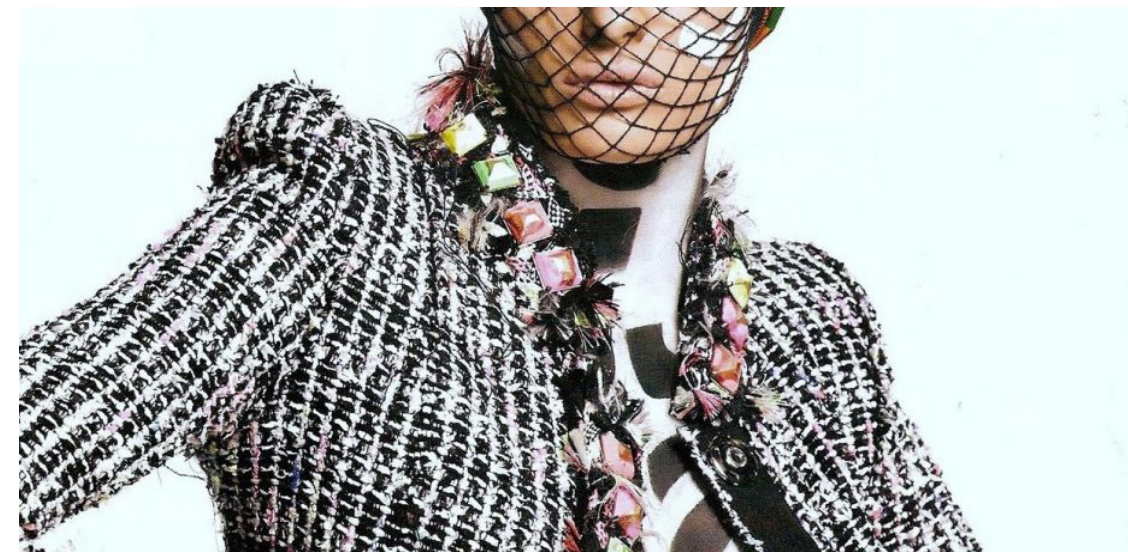


Figura 78: Modelo vestindo um casaco de **tweed**. Fonte: Chanel/Reprodução

O QUE É UM FABRICO?

Em Santa Cruz do Capibaribe, Fabrico é como são chamadas as empresas de pequeno porte, destinadas à confecção de roupas. Geralmente ocupando a garagem ou o quintal da residência do proprietário, nos fabricos acontecem as principais interações sociais entre as pessoas que trabalham com moda na cidade.

STORYTELLING: cada pavimento, um olhar sobre Santa Cruz do Capibaribe

A fim de construir uma narrativa a partir do projeto de arquitetura, a distribuição do programa do edifício deu-se através construção de uma narrativa, onde cada pavimento é articulado e pensado a contar um pouco sobre a história da moda na cidade.

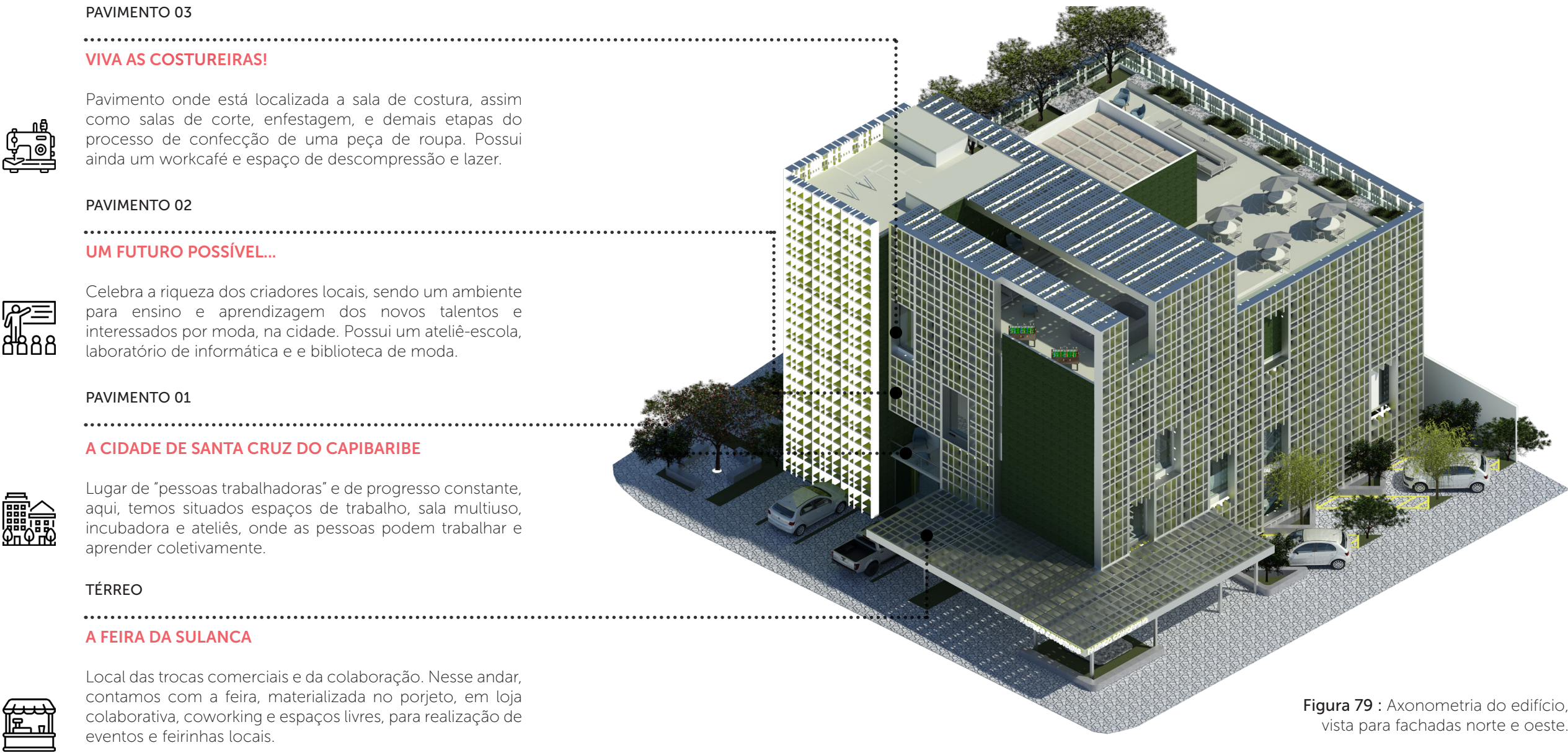
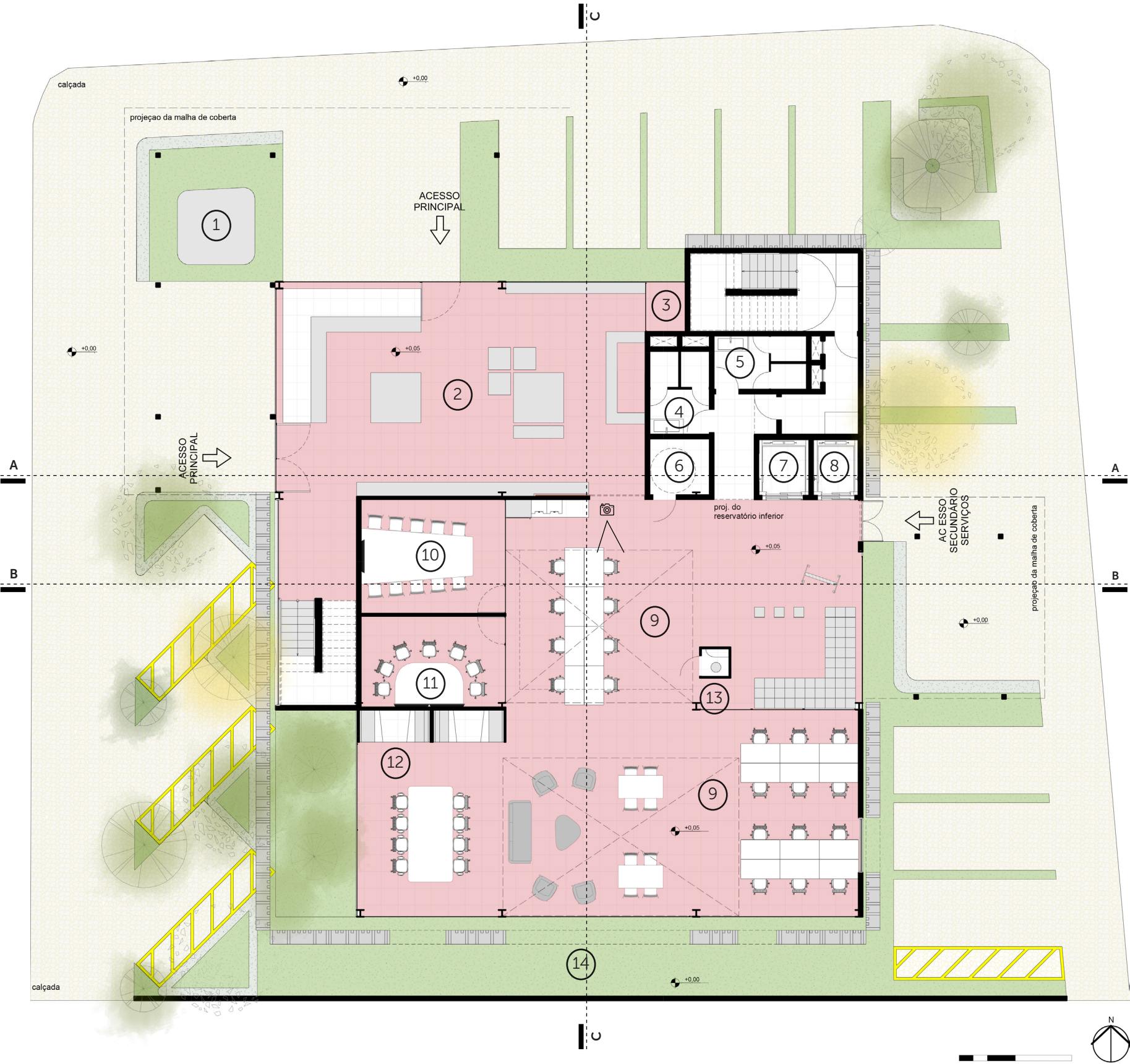
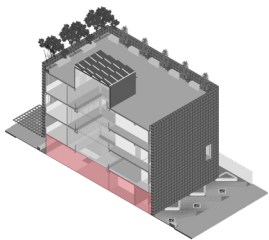


Figura 79 : Axonometria do edifício, vista para fachadas norte e oeste.



Figura 80 : Vista a partir da rua Rosemiro Alves da Rocha, fachada norte.



Legenda

- 1. Praça coberta
- 2. Loja colaborativa
- 3. Provador
- 4. WC Feminino
- 5. WC Masculino
- 6. WC PCD
- 7. Elevador social
- 8. Elevador de serviço
- 9. Coworking / *openspace*
- 10. Sala de reunião
- 11. Sala de videoconferência
- 12. Estação de trabalho privativa
- 13. Cabine telefônica individual
- 14. Jardim

Setorização

- SETOR 01 Coworking
- SETOR 02 Ateliê colaborativo
- SETOR 03 Serviço, apoio

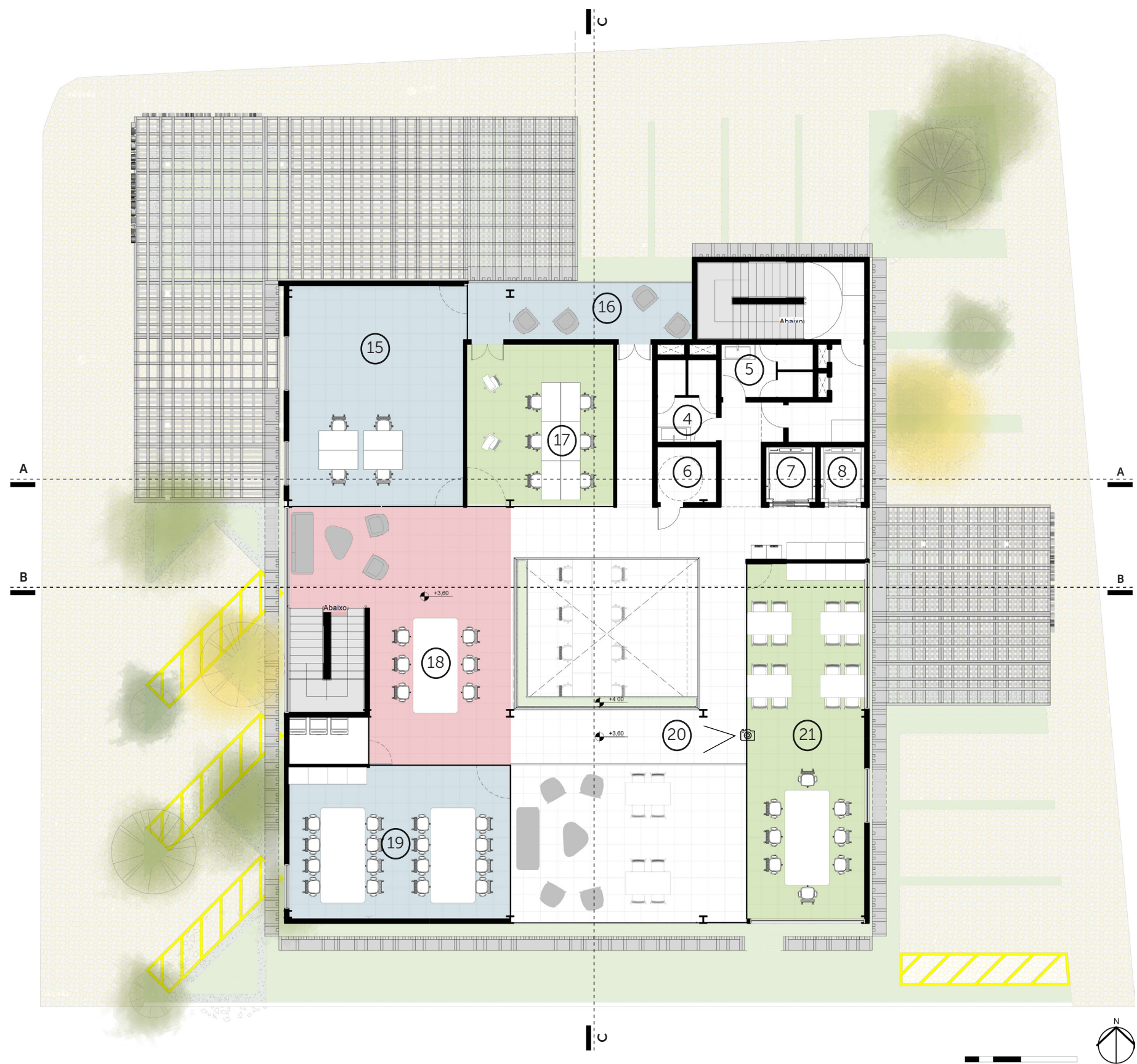
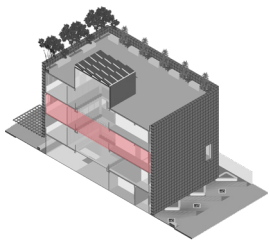
Atenção: as plantas apresentadas neste volume ilustram as soluções espaciais e a setorização dos ambientes.
As plantas baixas com dimensões: cotas, área dos ambiente, etc. encontram-se no Caderno de Desenhos Técnicos, enviados junto com este volume.



VISTA PARA O COWORKING, TÉRREO

Pavimento 01

PLANTA BAIXA Escala 1:150



Legenda

- 15. Estúdio fotográfico
- 16. Terraço
- 17. Incubadora de empresas
- 18. Estações de trabalho
- 19. Sala multiuso
- 20. Passarela de circ. horizontal
- 21. Ateliê de modelagem

Setorização

- SETOR 01 Coworking
- SETOR 02 Ateliê colaborativo
- SETOR 03 Serviço, apoio

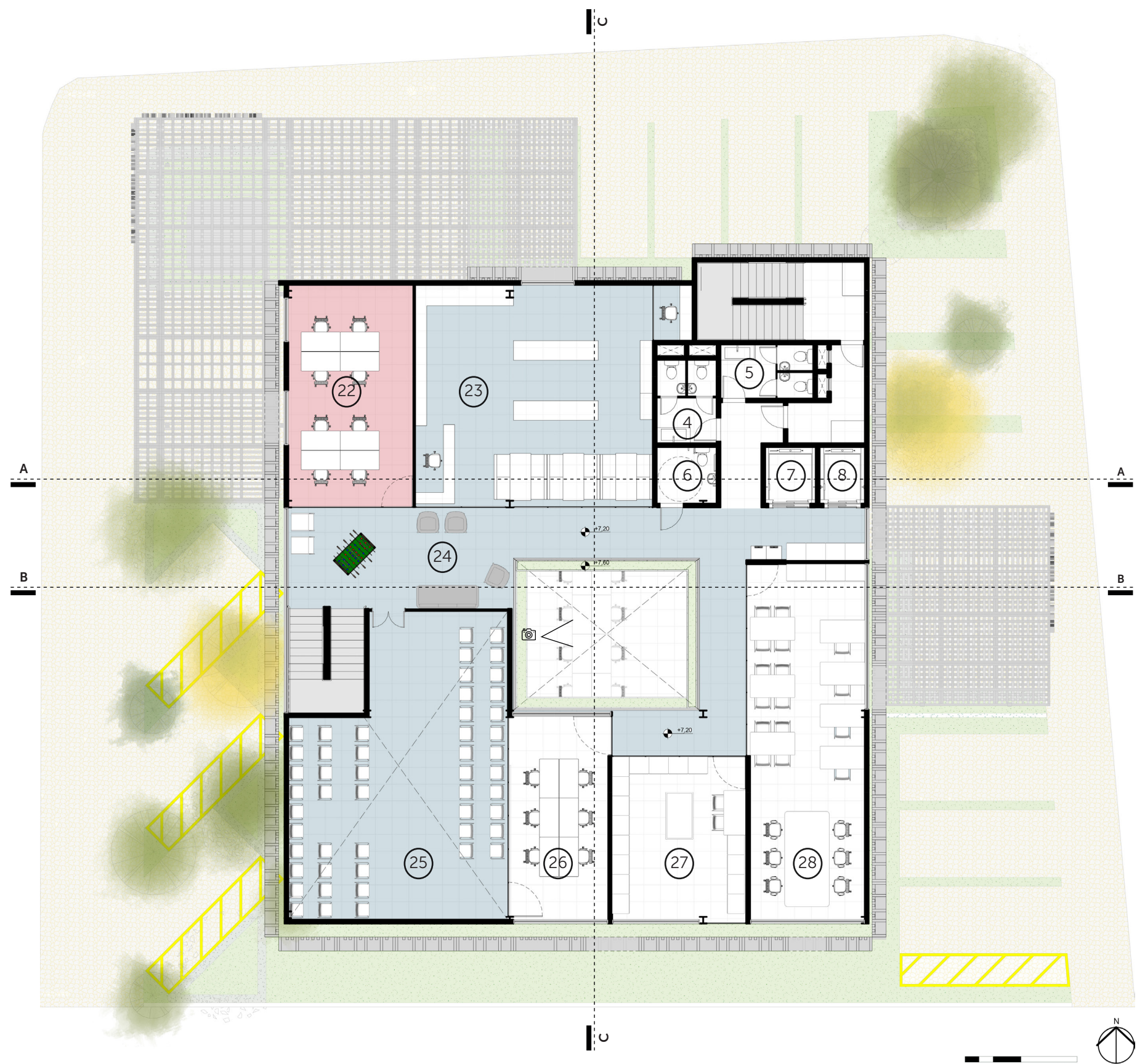
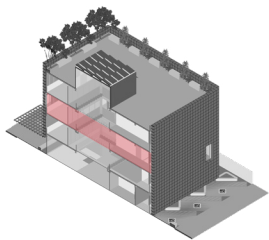
Atenção: as plantas apresentadas neste volume ilustram as soluções espaciais e a setorização dos ambientes.
As plantas baixas com dimensões: cotas, área dos ambiente, etc. encontram-se no Caderno de Desenhos Técnicos, enviados junto com este volume.



VISTA A PARTIR DA PASSARELA, PAV. 01

Pavimento 02

PLANTA BAIXA Escala 1:150



Legenda

- 22. Laboratório de informática
- 23. Biblioteca
- 24. Sala de estar
- 25. Sala de desfiles / exposições
- 26. Backstage
- 27. Loja de tecidos
- 28. Oficina escola

Setorização

- SETOR 01 Coworking
- SETOR 02 Ateliê colaborativo
- SETOR 03 Serviço, apoio

Atenção: as plantas apresentadas neste volume ilustram as soluções espaciais e a setorização dos ambientes.
As plantas baixas com dimensões: cotas, área dos ambiente, etc. encontram-se no Caderno de Desenhos Técnicos, enviados junto com este volume.

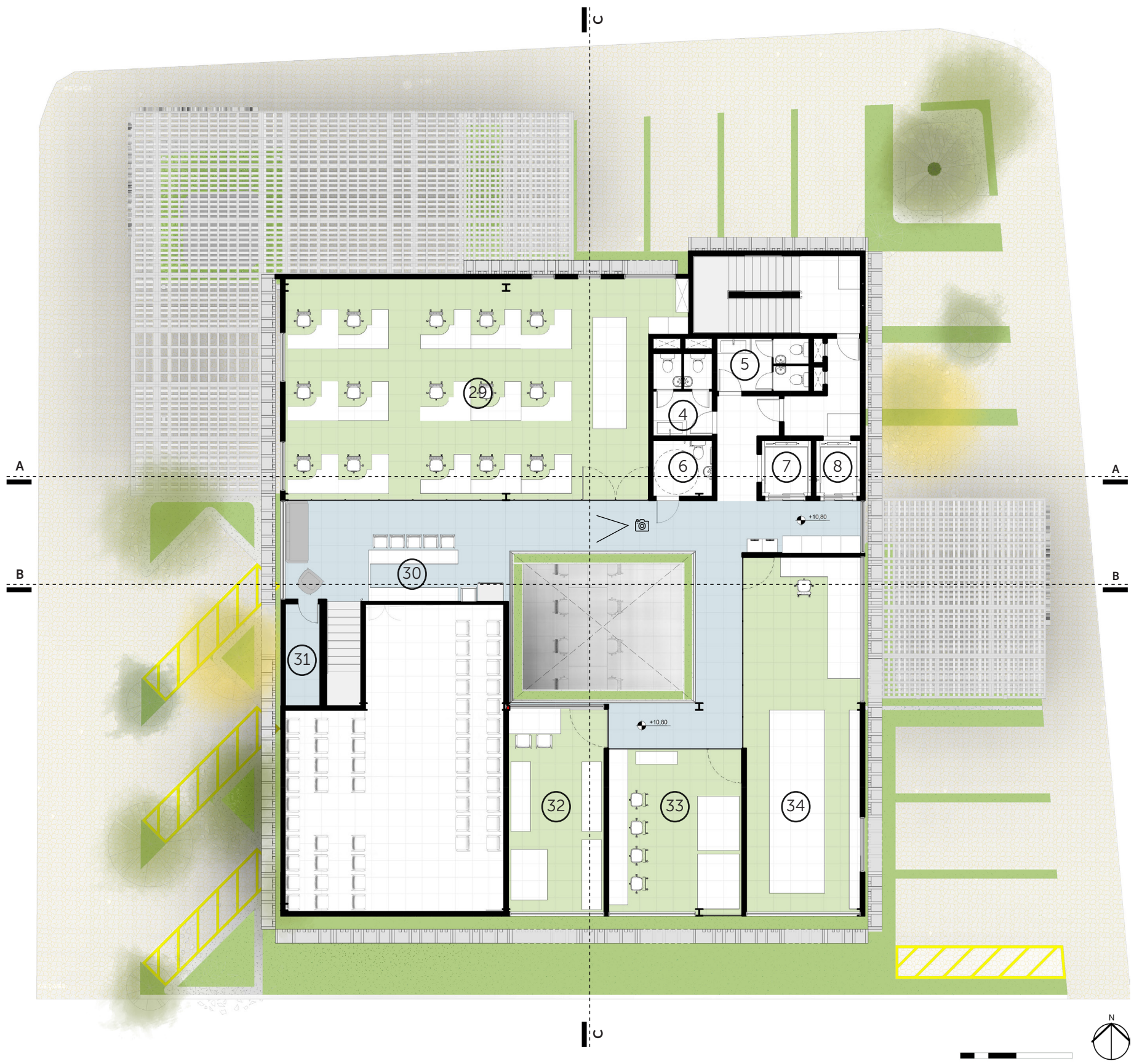
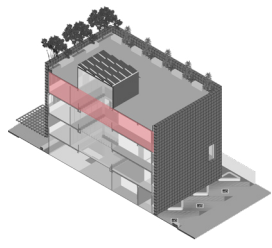


VISTA PARA O ÁTRIO CENTRAL, PAV. 02

Figura 83.

Pavimento 03

PLANTA BAIXA Escala 1:150



Legenda

- 29. Fabrico / sala de costura
- 30. Workcafé
- 31. Depósito / servidor IT
- 32. Lab. de estamparia digital
- 33. Sala de moldes / plotter
- 34. Sala de enfestagem e corte

Setorização

- SETOR 01 Coworking
- SETOR 02 Ateliê colaborativo
- SETOR 03 Serviço, apoio

Atenção: as plantas apresentadas neste volume ilustram as soluções espaciais e a setorização dos ambientes.
As plantas baixas com dimensões: cotas, área dos ambientes, etc. encontram-se no Caderno de Desenhos Técnicos, enviados junto com este volume.

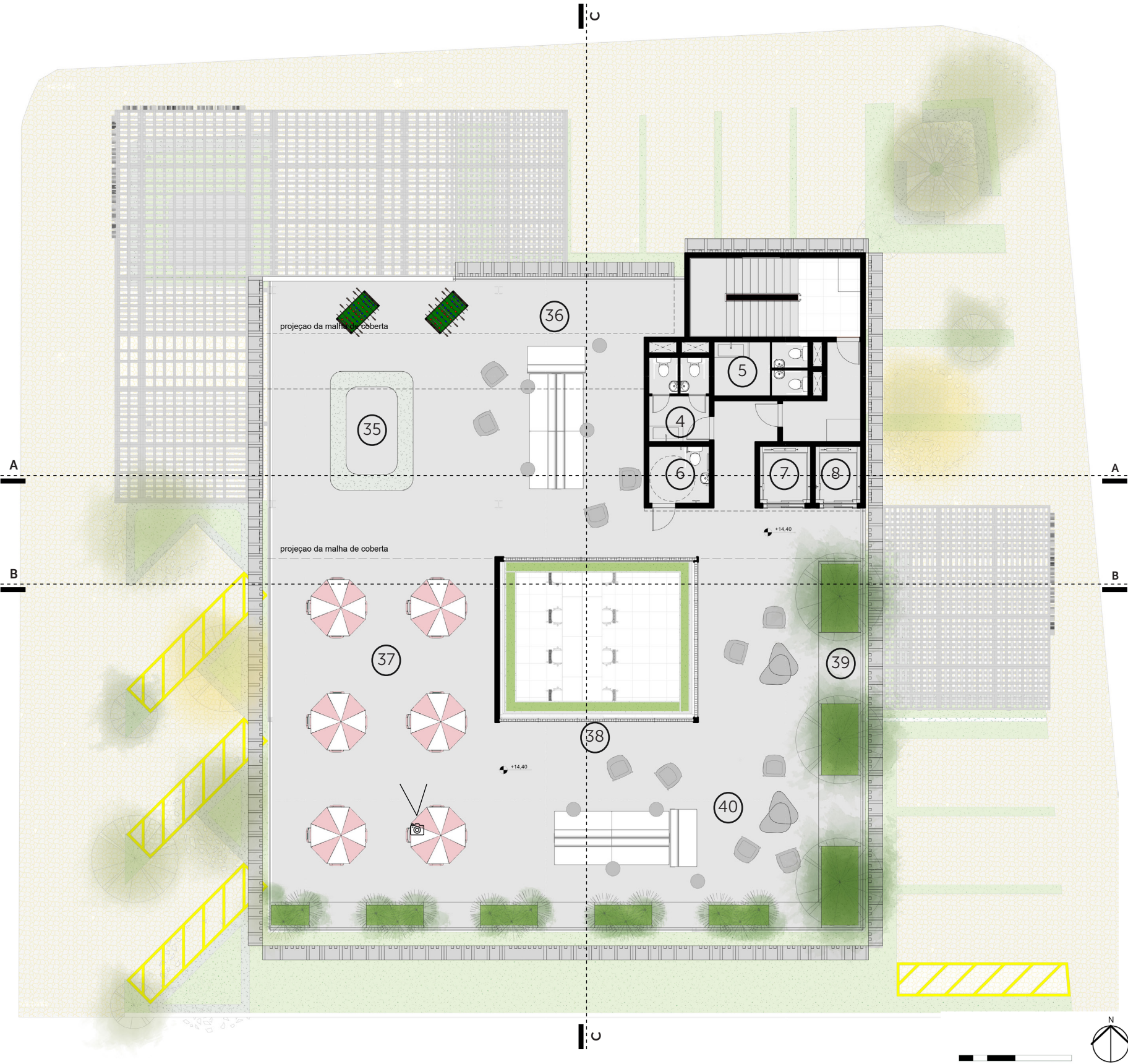
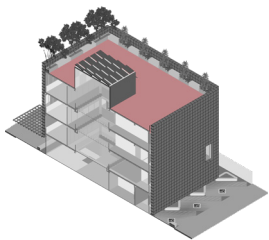


MODA
CULTURA
INOVAÇÃO
FABRICO

This architectural rendering depicts a modern interior space. On the left, a large, vibrant living wall is covered in dense green foliage. To the right, a glass-walled workshop or 'workshop' is visible, containing workbenches, tools, and red storage bins. The floor is made of terrazzo tiles. In the background, a dining area with a white grid partition and colorful chairs is visible. The overall design is contemporary and emphasizes natural elements and open-plan living.

VISTA PARA O WORCAFÉ, PAV. 03

Figura 84.



Legenda

- 35. Bar / café
- 36. Área de jogos e lazer
- 37. Refeições / eventos
- 38. Brises móveis
- 39. Bancos / jardineiras
- 40. Zonas de permanência e lazer

Setorização

- SETOR 01 Coworking
- SETOR 02 Ateliê colaborativo
- SETOR 03 Serviço, apoio

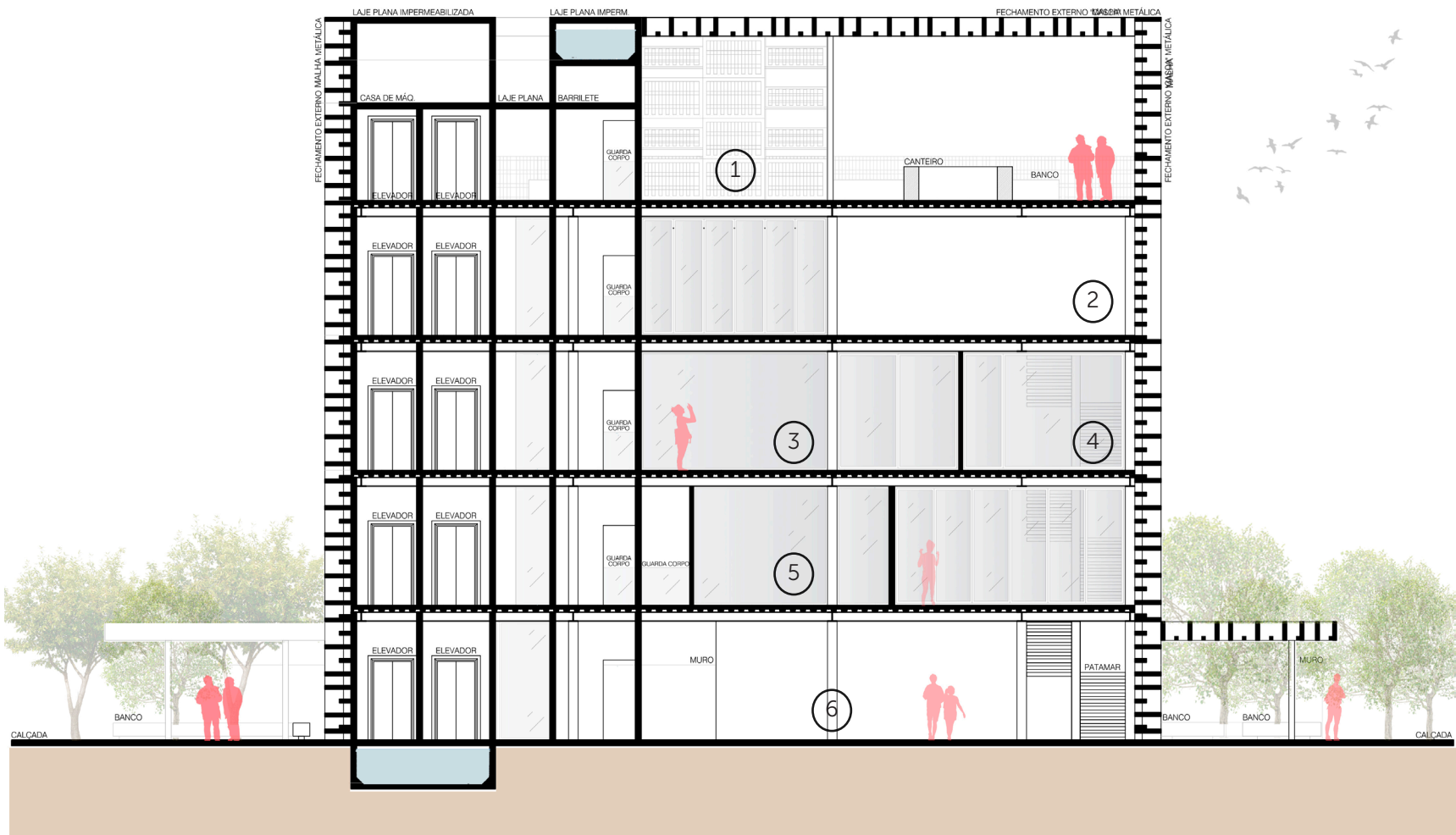
Atenção: as plantas apresentadas neste volume ilustram as soluções espaciais e a setorização dos ambientes.
As plantas baixas com dimensões: cotas, área dos ambiente, etc. encontram-se no Caderno de Desenhos Técnicos, enviados junto com este volume.



VISTA PARA O TERRAÇO, PAV. 04

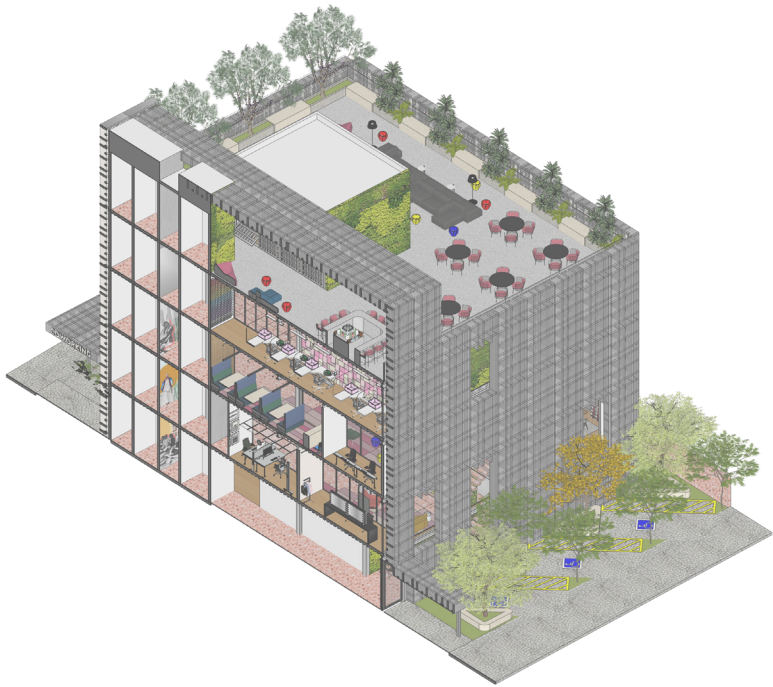
Corte AA

ESCALA 1:150



Legenda

- 1. Terraço / café
- 2. Sala de costura / fabrico
- 3. Biblioteca
- 4. Laboratório de informática
- 5. Incubadora
- 40. Loja colaborativa



Atenção: os cortes apresentados neste volume ilustram as soluções espaciais do projeto, sendo de caráter meramente ilustrativo. Os cortes com dimensões: cotas, nome dos ambientes, níveis, etc. encontram-se no Caderno de Desenhos Técnicos, enviados junto com este volume.

Corte BB

ESCALA 1:150



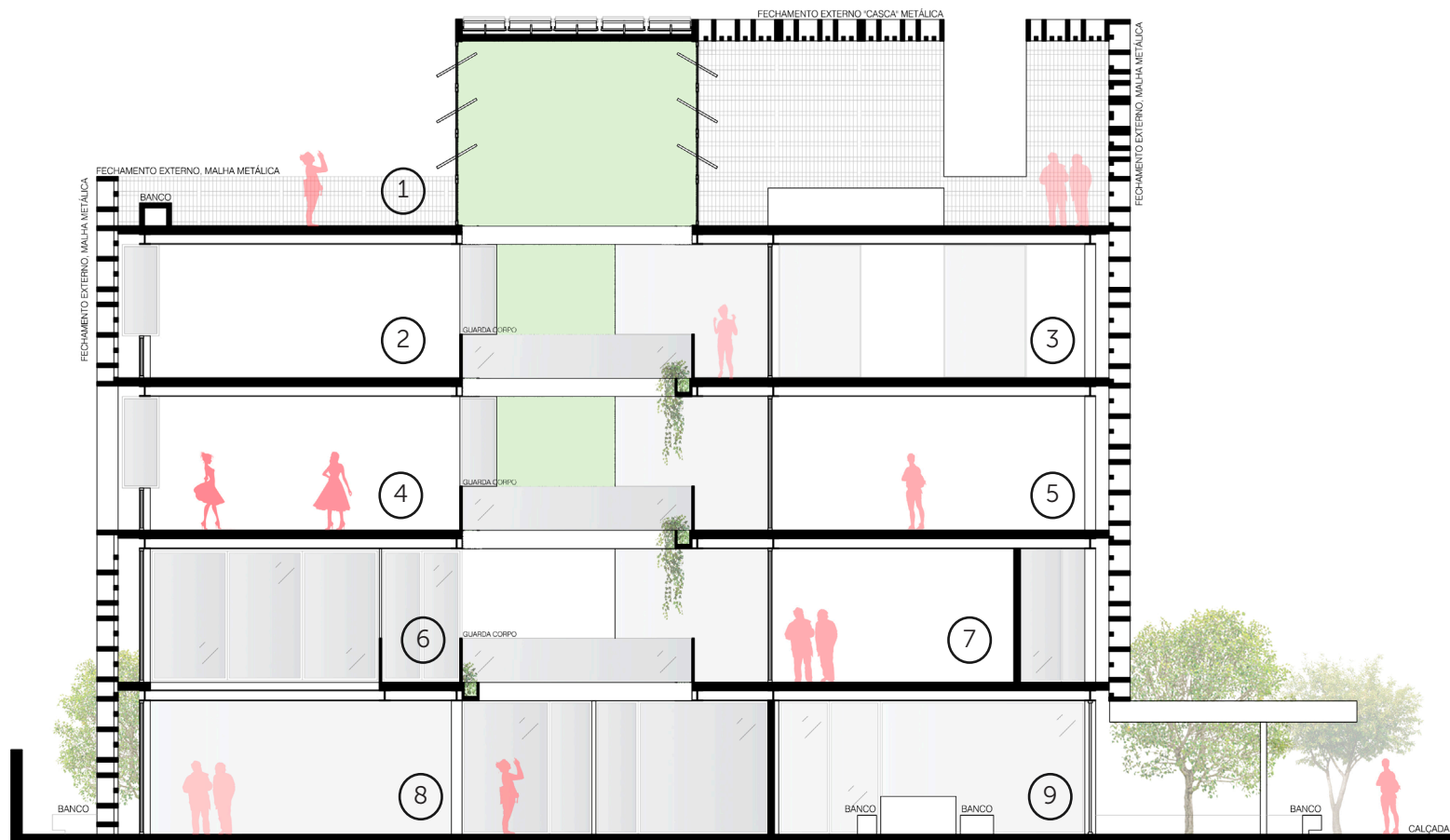
Legenda

- 1. Terraço / café
- 2. Sala de enfiestagem / corte
- 3. Workcafé
- 4. Oficina escola
- 5. Sala de estar
- 6. Ateliê de modelagem
- 7. Coworking
- 8. Sala de reunião

Atenção: os cortes apresentados neste volume ilustram as soluções espaciais do projeto, sendo de caráter meramente ilustrativo. Os cortes com dimensões: cotas, nome dos ambientes, níveis, etc. encontram-se no Caderno de Desenhos Técnicos, enviados junto com este volume.

Corte CC

ESCALA 1:150



Legenda

- 1. Terraço / café
- 2. Sala de moldes / plotter
- 3. Sala de costura / fabrico
- 4. Backstage
- 5. Biblioteca
- 6. Incubadora / Terraço
- 7. Coworking
- 8. Loja colaborativa



Atenção: os cortes apresentados neste volume ilustram as soluções espaciais do projeto, sendo de caráter meramente ilustrativo. Os cortes com dimensões: cotas, nome dos ambientes, níveis, etc. encontram-se no Caderno de Desenhos Técnicos, enviados junto com este volume.



FABRICO COWORKING

Figura 86. Vista a partir da Av. 29 de Dezembro, fachada oeste.

Fachada NORTE

ESCALA 1:100



(N.A.) +18,30
PAVIMENTO 6

(N.A.) +15,90
PAVIMENTO 5

(N.A.) +14,40
PAVIMENTO 4

(N.A.) +10,80
PAVIMENTO 3

(N.A.) +7,20
PAVIMENTO 2

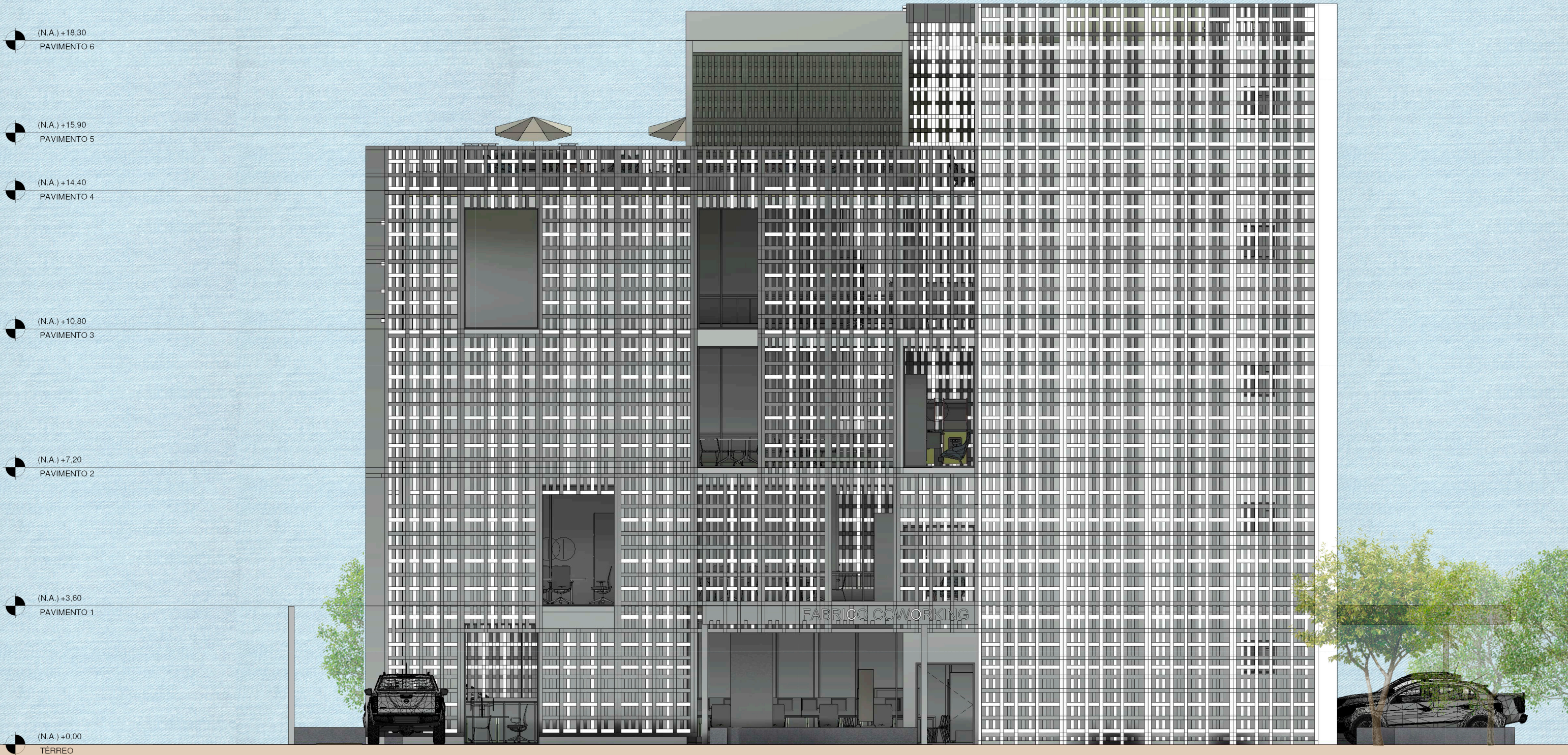
(N.A.) +3,60
PAVIMENTO 1

(N.A.) +0,00
TÉRREO

FABRICO COWORKING

Fachada LESTE

ESCALA 1:100



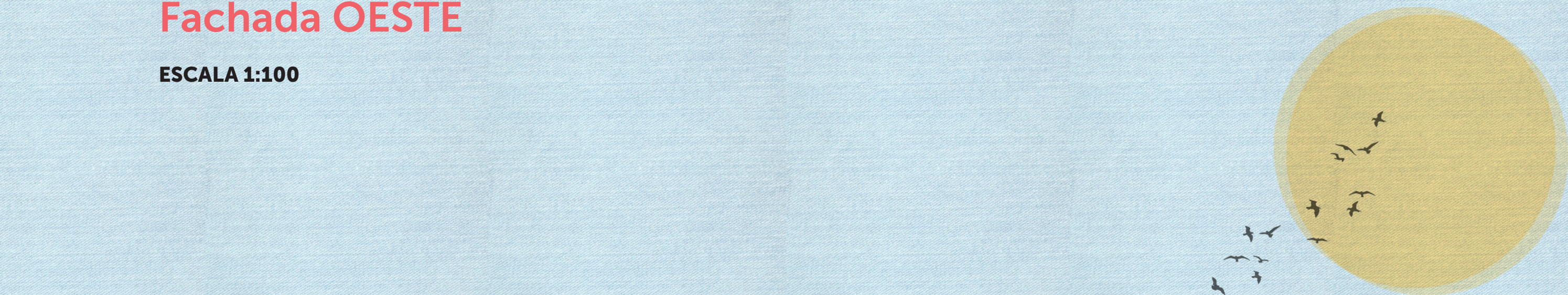
Fachada SUL

ESCALA 1:100



Fachada OESTE

ESCALA 1:100



FABRICO COWORKING

+18,30 (N.A.)
PAVIMENTO 6

+15,90 (N.A.)
PAVIMENTO 5

+14,40 (N.A.)
PAVIMENTO 4

+10,80 (N.A.)
PAVIMENTO 3

+7,20 (N.A.)
PAVIMENTO 2

+3,60 (N.A.)
PAVIMENTO 1

+0,00 (N.A.)
TÉRREO





Figura 88. Perspectiva do edifício visto a partir da Av. 29 de Dezembro.



Figura 89 : Vista a partir da rua Rosemiro Alves da Rocha, fachada norte.





Figura 91 : Perspectiva do edifício visto a partir da Rua José Pereira Neto.





Figura 94. Vista para a praça coberta, vitrines e acesso, a partir da Av. 29 de Dezembro.



Figura 94. Perspectiva do edifício visto a partir da Rosemiro Alves da Rocha.

**SOLUÇÕES TÉCNICAS,
CONSTRUTIVAS E ESPACIAIS**



FABR O COW RKING

O sistema construtivo adotado para este projeto é a estrutura metálica, em vãos modulares, que permitem a flexibilidade dos espaços, e apresenta muitas vantagens quando comparadas a outras soluções.

Entre os aspectos positivos dessa solução estrutural, destacam-se:

1. **Versatilidade;**
2. **Rapidez na execução da obra;**
3. **Sustentabilidade**, por se tratar de uma estrutura seca, e economizando energia graças à economia de tempo;
4. **Alívio na carga das fundações**, visto que a estrutura metálica é mais leve que a estrutura em concreto armado e/ou alvenaria e finalmente, o custo-benefício.

Além disso, o caráter estético também colaborou para a escolha desse sistema estrutural, pois a malha que envolve o edifício também é metálica, e juntos, estrutura e invólucro dialogam de maneira clara, simples e de maneira integrada, onde não há hierarquia de materiais ou soluções.

O edifício possui um lançamento estrutural racionalizado, que permite a dinâmica de flexibilidade e adaptações ao longo da vida útil desse equipamento.

Ao utilizar uma estrutura que se repete, e ambientes que se encaixam de maneira modular, o encontro de esquadrias e fechamentos deu-se de maneira clara, permitindo que a estrutura comporte diferentes mudanças que possam existir, no futuro, sem comprometer a qualidade espacial e estética dos espaços criados.

Um das desvantagens da estrutura metálica é a baixa resistência a incêndios, pois graças à dilatação térmica e perda da capacidade resistente, o aço é um dos materiais mais suscetíveis à propagação de chamas.

Desse modo, para o volume que contempla a escada enclausurada protegida, a caixas de elevadores e os banheiros, optou-se por utilizar a estrutura de concreto armado. Este material, por sua vez, apresenta condutividade térmica (condução de calor) baixa e é incombustível, protegendo este volume contra a propagação do fogo, conforme orientado pela NBR 9077.

A estrutura foi pré-dimensionada a partir dos gráficos apresentados por Yopanan Rebello no livro *A Concepção Estrutural e a Arquitetura* (REBELLO, 2000), e consiste em pilares e vigas metálicas, em seção I e laje steel deck.

O steel deck é uma laje mista que combina telhas metálicas, atuando como forma autoportante e como armadura positiva da laje, e o concreto. Esse tipo de solução combina a funcionalidade da estrutura metálica, que absorve adequadamente os esforços de flexão, enquanto o concreto absorve melhor os esforços de compressão, resultando em uma estrutura onde os dois materiais são solicitados dentro de suas melhores características mecânicas (SIENGE, 2020).

Os fechamentos no interior do edifício utilizam paredes de gesso acartonado, *drywall*, contribuindo também para a maior flexibilidade de adaptações futuras, a rapidez de execução, os aspectos sustentáveis, por se tratar de um material seco e cuja execução demanda menos tempo e menos energia que a solução em alvenaria e/ou concreto armado.

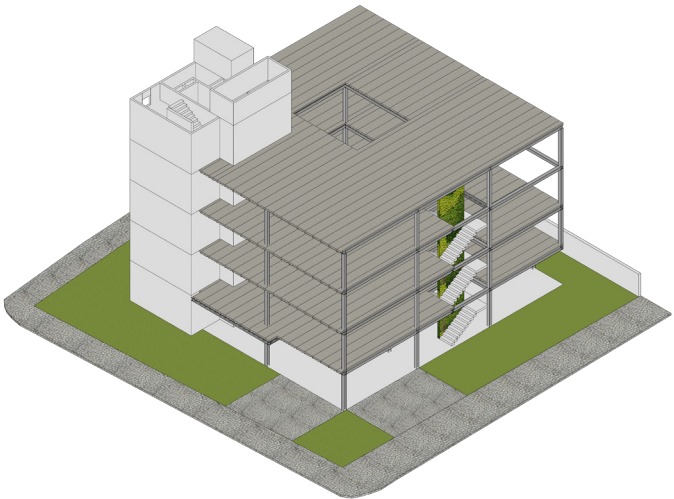


Figura 95 : Diagrama da estrutura metálica

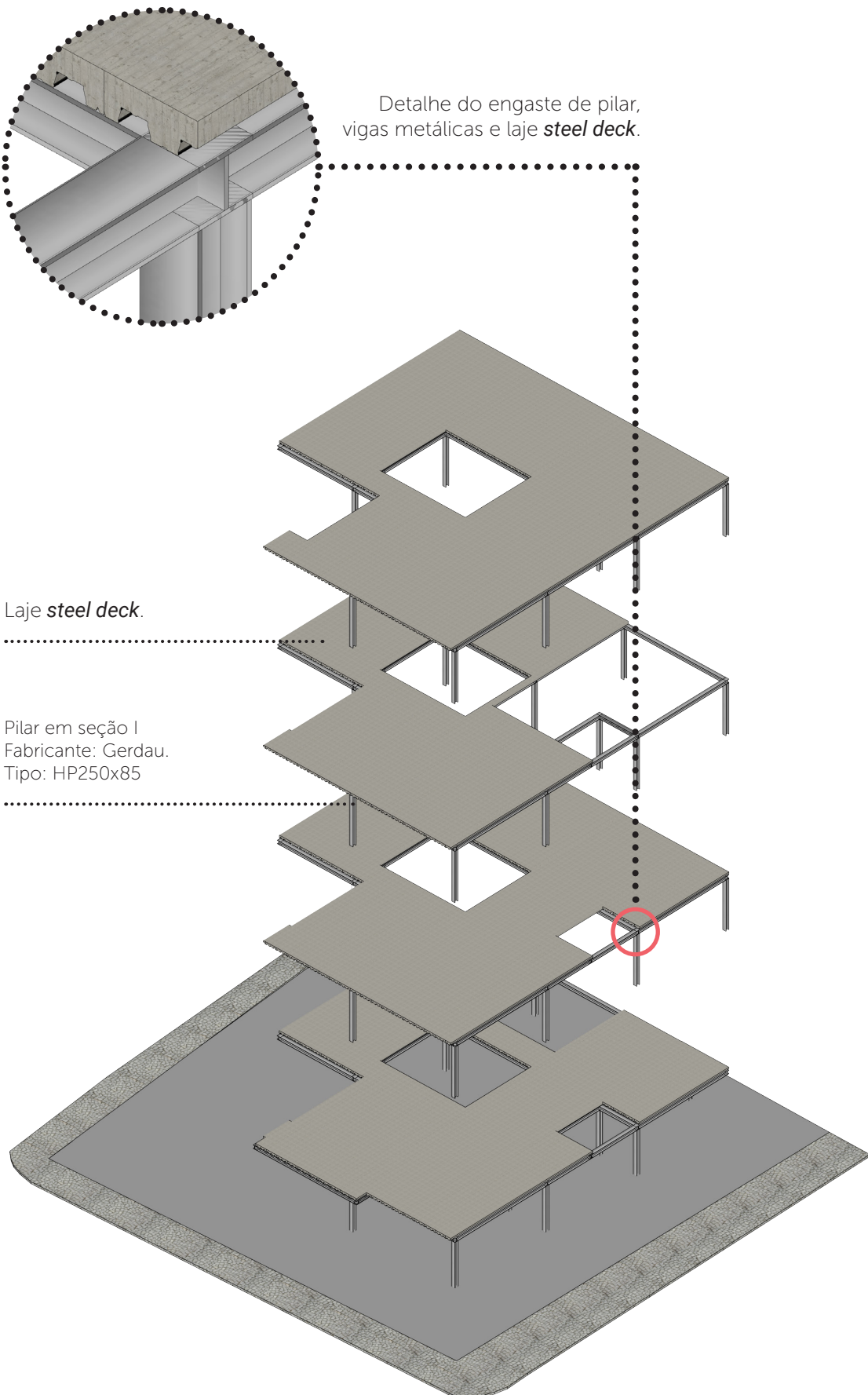


Figura 96 : Axonometria da estrutura metálica "explodida".

Considerando a temperatura média anual, bem como as demais características climáticas da cidade, foram adotadas algumas soluções de projeto que têm como objetivo amenizar a incidência solar no interior do edifício, bem como promover a ventilação natural, aproveitando ao máximos as características do terreno.

É possível destacar, por exemplo: a criação de painéis fotovoltaicos orientados à face oeste, e a criação de brises móveis nas faces sul e leste onde a ventilação é predominante, na maior parte do ano).

Segundo o relatório Weather Spark, na cidade de Santa Cruz do Capibaribe “o verão é longo, quente e de céu quase encoberto; o inverno é curto, agradável e de céu quase sem nuvens.

Durante o ano inteiro, o tempo é abafado e de ventos fortes. Ao longo do ano, em geral a temperatura varia de 19 °C a 33 °C e raramente é inferior a 17 °C ou superior a 35 °C” (WEATHER SPARK, 2020).

Essas características da cidade reforçam a necessidade de soluções bioclimáticas que favoreçam a criação de ambientes ventilados, arejados, cuja incidência solar é controlada, especialmente na fachada oeste.

O diagrama ao lado apresenta as soluções de projeto desenvolvidas como resposta às condicionantes climáticas, como: proteção horizontal (criação de um muxarabi metálico marcando os acessos ao edifício); brises móveis que permitem a ventilação através do átrio central, estimulando a ventilação natural cruzada; painel solar fotovoltaico orientado na fachada oeste e a mais importante e presente, sob o aspecto plástico: malha metálica que envolve o edifício, como uma espécie de segunda pele.

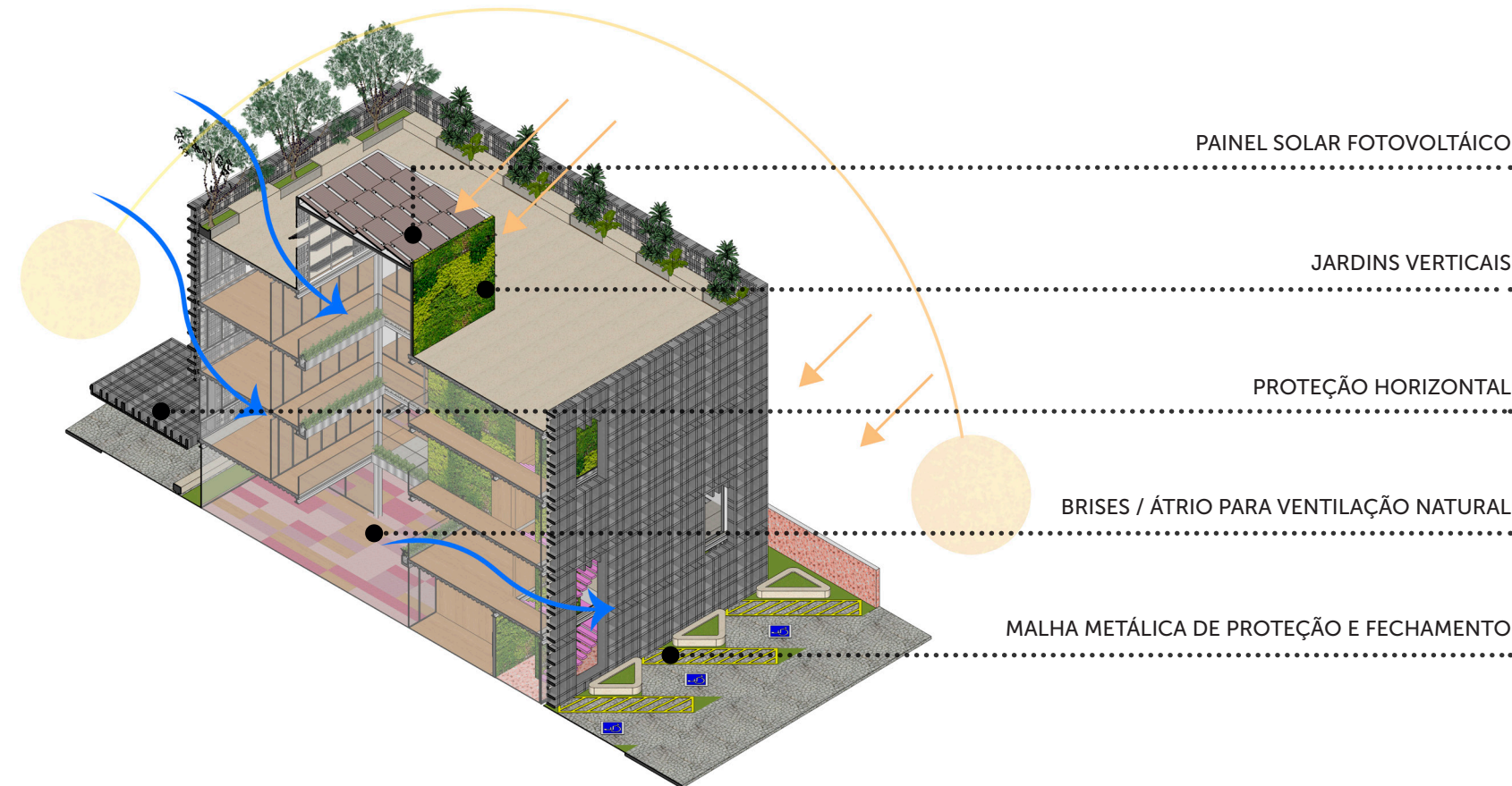


Figura 97 : Corte esquemático. Diagrama de soluções climáticas. Elaborado pelo autor.



Figura 98: Encontro da malha metálica x malha iluminada, na fachada norte.

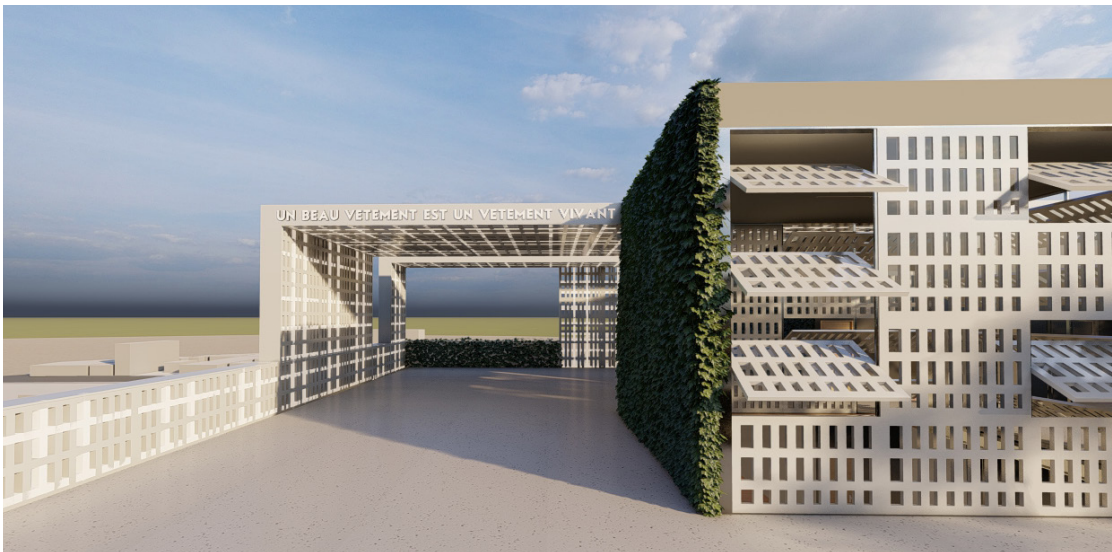


Figura 99: Cena da cobertura, destaque para os brises, no primeiro plano, e a malha enquanto proteção horizontal, ao fundo.

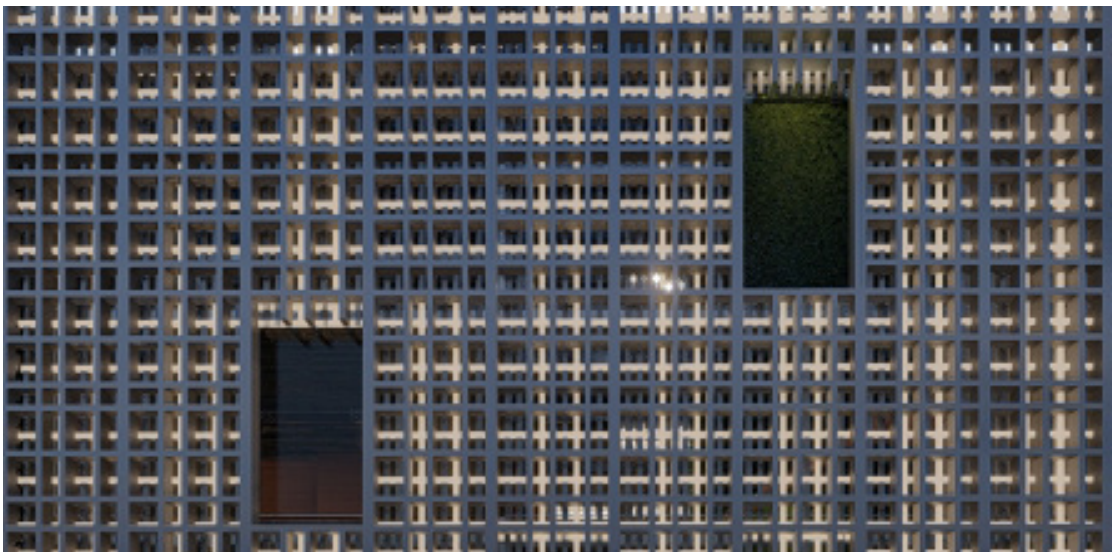


Figura 100: Detalhe da malha, na fachada oeste. Destaque para aberturas na fachada.

A malha metálica enquanto segunda pele do edifício cumpre essencialmente o papel de proteção solar, para além de um carácter estético. As aberturas na trama que envolve o edifício variam de acordo com os ambientes e seus respectivos usos, de modo a criar espaços que se abram ao exterior, mas cujo as condicionantes de conforto ambiental sejam atendidas.

Para análise da funcionalidade da mala metálica e sua resposta à demanda de proteção solar, foi realizada uma simulação no software *Solar Tool*, de modo a averiguar a eficiência da solução adotada para proteção solar no projeto.

Os resultados da simulação comprovam que a malha metálica possibilita proteção total e/ou parcial, em todas as fachadas, ao longo do ano, conforme observa-se a seguir:

1. N

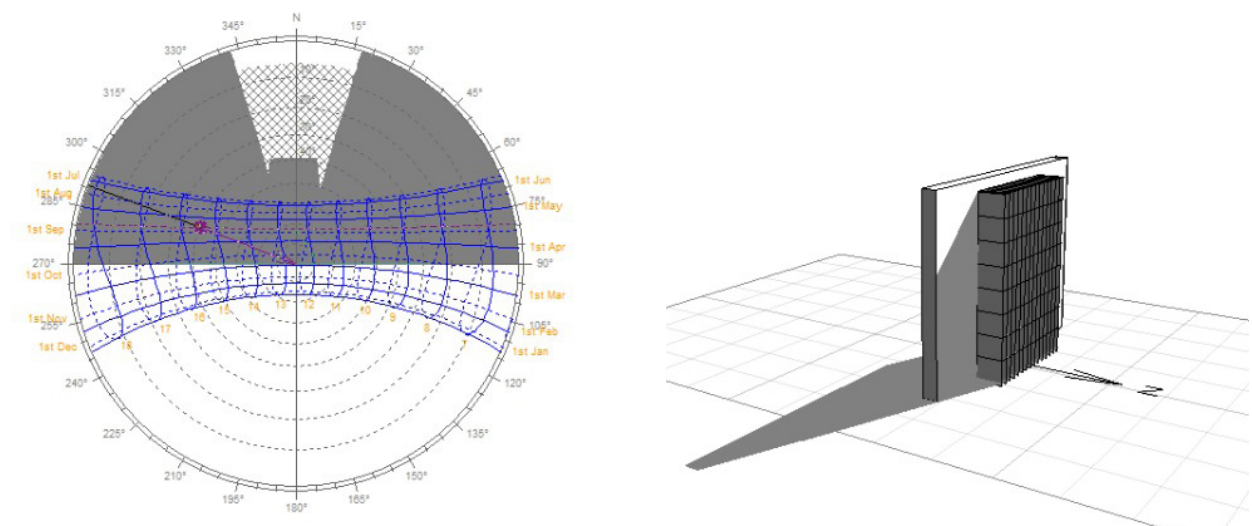


Figura 101: Análise do comportamento da proteção solar sobre a esquadria. Fachada norte. Localização referenciada conforme projeto. Resultado: Proteção total da abertura durante todos os dias ao longo do ano. Elaborado a partir do *software SolarTool*.

2. S

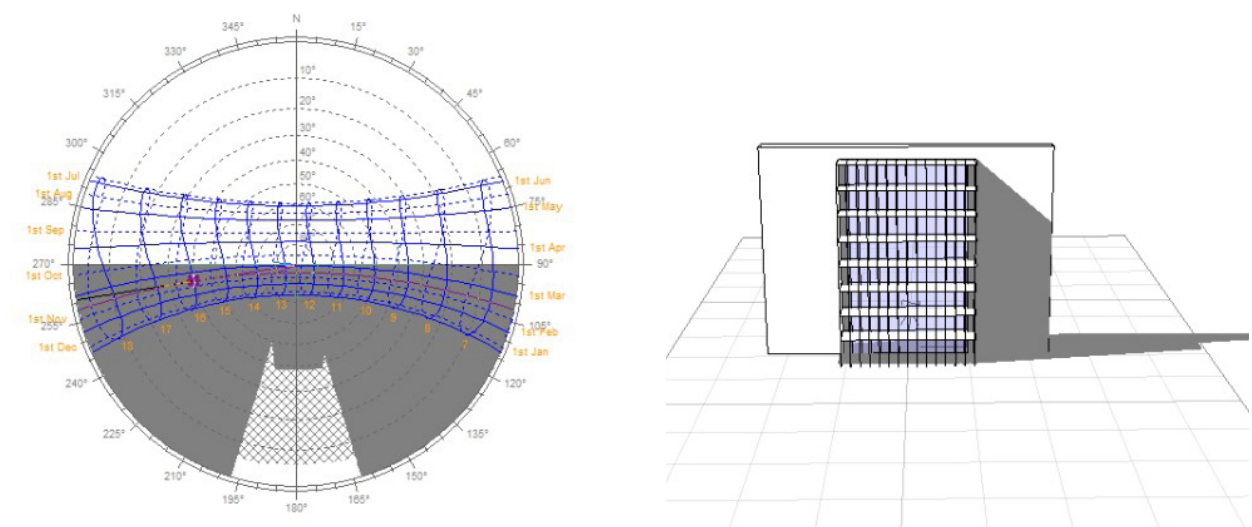


Figura 103: Análise do comportamento da proteção solar sobre a esquadria. Fachada sul. Localização referenciada conforme projeto. Resultado: Proteção total da abertura durante todos os dias ao longo do ano. Elaborado a partir do *software SolarTool*.

3. L

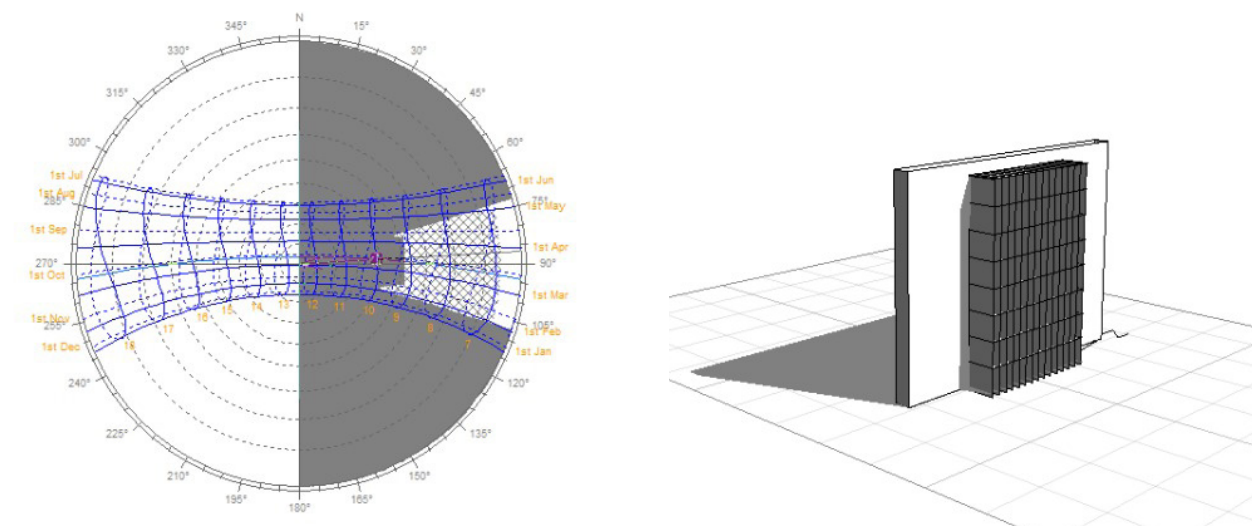


Figura 102: Análise do comportamento da proteção solar sobre a esquadria. Fachada leste. Localização referenciada conforme projeto. Resultado: Proteção total da abertura durante todos os dias ao longo do ano a partir das 9h da manhã, estando parcialmente protegida durante toda a manhã. Elaborado a partir do *software SolarTool*.

4. O

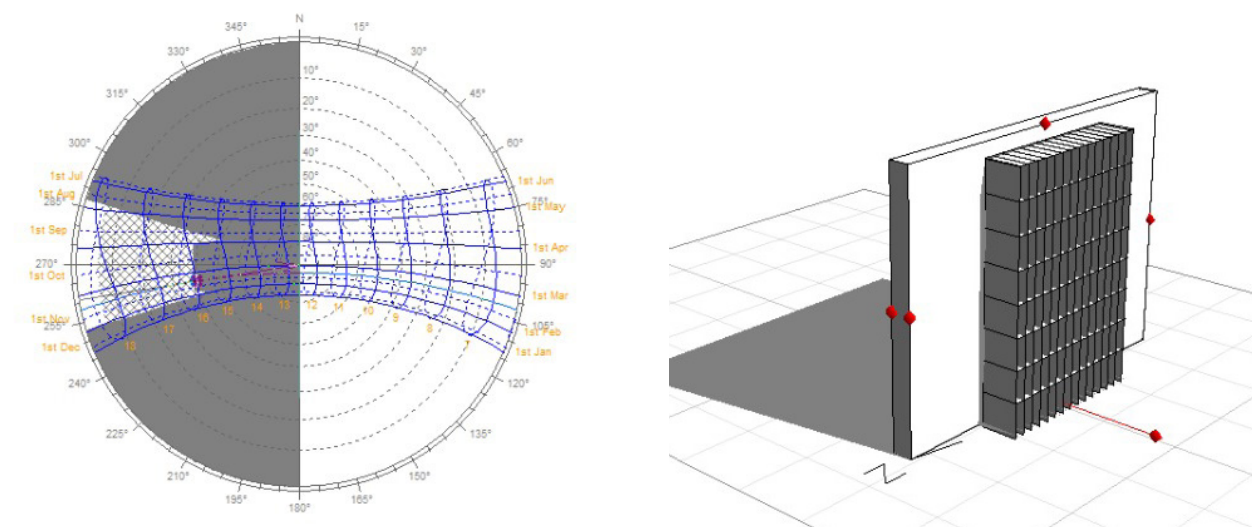


Figura 104: Análise do comportamento da proteção solar sobre a esquadria. Fachada oeste. Localização referenciada conforme projeto. Resultado: Proteção total da abertura durante todos os dias ao longo do ano até as 16h da tarde, estando parcialmente protegida durante toda a tarde. Elaborado a partir do *software SolarTool*.



A circulação vertical foi pensada, desde o início do projeto, como um elemento marcante para o funcionamento e a dinâmica espacial dentro do edifício, sendo solucionada de três maneiras:

- 1. criação de uma **escada aberta**, com vista para a cidade e conexão com a natureza, através de um **jardim vertical**;
- 2. **elevadores para pessoas** e outro destinado ao transporte de maquinário, tecidos e **mercadorias**;
- 3. **escada de emergência**, à prova de incêndio, a partir das recomendações da legislação.

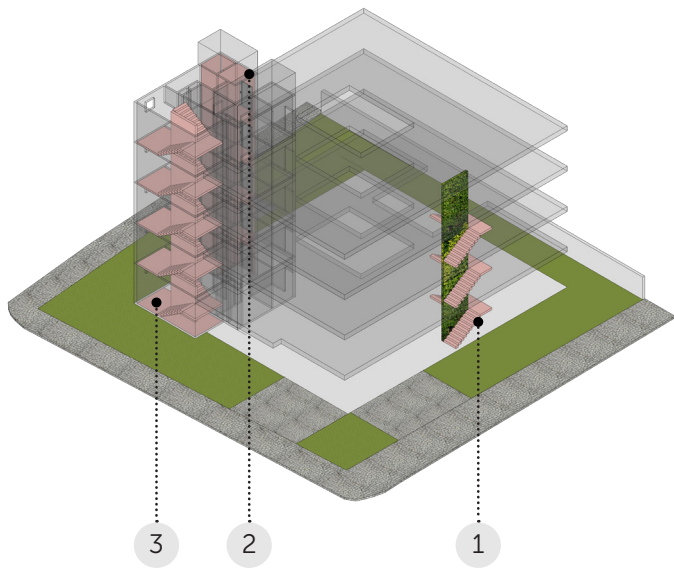


Figura 105 : Diagrama de circulações verticais

Essas soluções aparecem ilustradas no diagrama acima, representam um interesse em dinamizar os acessos e as conexões dentro do edifício.

Se por um lado, a escada aberta e integrada à vegetação está conectada aos principais ambientes de lazer e descontração estimulando a promenade, a caixa de elevadores está situada próxima ao acesso secundário/de serviços, de modo que as mercadorias sejam recebidas e distribuídas facilmente.

Associado à caixa de elevadores, temos a escada enclausurada protegida, e junto a ela, encontram-se os banheiros e os shafts.

O Fabrico foi concebido enquanto um espaço colaborativo, que atende às diferentes demandas da população de Santa Cruz do Capibaribe, dentre elas, a necessidade de servir de palco para pequenos eventos, ou mesmo a utilização da cobertura/terraço do edifício como um camarote, em dias de festividades no local.

Conforme mencionado na introdução, o terreno está situado na Avenida 29 de Dezembro, a principal avenida da cidade, onde acontecem os mais importantes festejos da cidade, como por exemplo, a festa de padroeiro, o São João e réveillon.

Desse modo, a posição estratégica do volume de circulação (escada + elevadores) e banheiros junto à fachada leste, é estratégica, visto que, em dias de festas, o acesso ao terraço (que funcionaria como um camarote) pode ser realizado na Rua José Pereira Neto, uma via secundária.

UNIDADES DE PASSAGEM

O cálculo das unidades de passagem foi realizado de acordo com a NBR 9077 - Saídas de emergência em edifícios. Segundo a normativa, o Fabrico é classificado na seguinte categoria:

Tabela 01 - Classificação das edificações quanto à sua ocupação (Fonte: NBR-9077)

Grupo	Ocupação / Uso	Divisão	Descrição	Exemplos
D	Serviços, profissionais, pessoais e técnicos	D-1	Locais para prestação de serviços profissionais ou condução de negócios	Escritórios administrativos ou técnicos, consultórios, instituições financeiras, repartições públicas, cabeleleiros, centros profissionais e outros.

Tabela 05 - Dados para o dimensionamento das saídas (Fonte: NBR-9077)

Grupo	Ocupação / Uso	Divisão	População	Capacidade U. de Passagem		
				Acessos e descargas	Escadas e rampas	Portas
D	-	D-1	Uma pessoa por 7,00m ² de área	100	60	100

Utilizando a norma como referência, temos o seguinte cálculo:

Área do pav. de maior população = 332,19m² / 7m² por pessoa = 47,45

Escadas = 47,45 / 60 = 0,79 = 1 Unidade de passagem

Acessos e portas = 227,4 / 100 = 2,27 = 3 Unidades de passagem

Conforme recomendado na NBR 9077, dimensionamento das escadas foi realizado em função do pavimento de maior população.

Ainda segundo a normativa, o tipo de escada adequada para o edifício é a **escada enclausurada protegida**, resultando na seguinte solução:

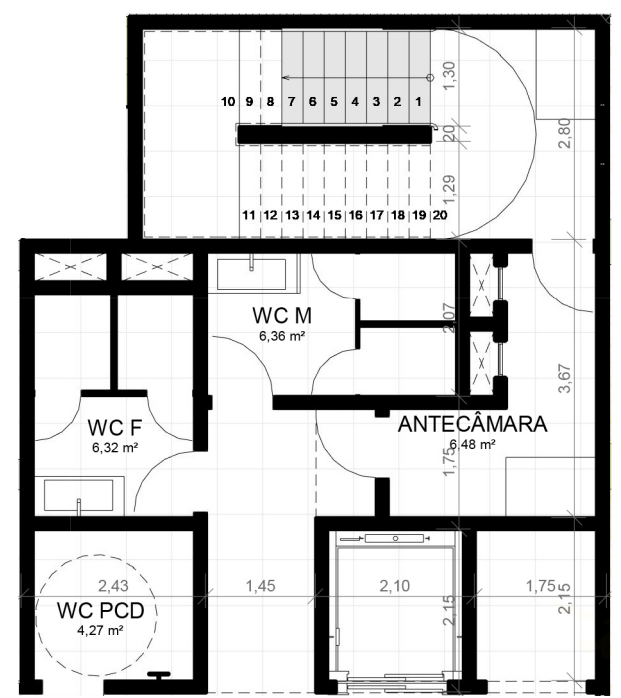


Figura 106: Planta baixa do volume de circulação vertical e banheiros. Escala: 1/100

O dimensionamento dos reservatórios foi realizado a partir da NBR 5626 - Instalação predial de água fria, que orienta para que o cálculo de caixa d'água seja feito com base na população e nas atividades exercidas no edifício, para dois dias de funcionamento.

A norma regulamenta que o consumo médio para a tipologia escritórios é de 50 litros/dia, por pessoa. Considerando o cálculo de população orientado pela NBR 9077 (Quantidade de pessoas = área total do pavimento / 7), temos:

Cálculo de população = 1.591,80 / 7 = 227,4 = 228 pessoas

Cálculo de consumo d'água = 228 x 50 = 11.400 litros / 1 dia
11.400 litros x 2 dias = 22.800 litros

Para o cálculo do volume da reserva técnica de incêndio, utilizou-se o item 5.4.2. da NBR 13.714/2000, cujo:

- V = Volume da reserva técnica em litros;
- Q = Vazão, em litros por minuto, de dois jatos de água do hidrante mais desfavorável hidráulicamente;
- T = Tempo de 60 minutos para sistemas tipo 1 e 2.

Tabela D.1 - Classificação dos edifícios e aplicabilidade dos sistemas (NBR 13.714/2000)

Grupo	Ocupação / Uso	Divisão	Tipo	Descrição	Exemplos
D	Serviços, profissionais, pessoais e técnicos	D-1	1	Locais para prestação de serviços profissionais ou condução de negócios	Escritórios administrativos ou técnicos, consultórios, instituições financeiras, repartições públicas, cabeleleiros, centros profissionais e outros.

Temos, portanto, o seguinte resultado para reserva técnica de incêndio:

V = Q x T
V = (2 x 100) x 60 min
V = 1.200 litros

O dimensionamento do reservatório inferior consiste em 3/5 da capacidade total encontrada, ou seja, 13.680 litros. O reservatório superior, armazena, portanto, 10.320 litros (9.120 litros de capacidade diária + 1.200 l de reserva técnica de incêndio. Além disso, o edifício conta com um reservatório para captação de água da chuva.

DIAGRAMAS DOS ESPAÇOS
Soluções de layout e arquitetura de interiores

TÉRREO

A FEIRA DA SULANCA

Local das trocas comerciais e da colaboração. Nesse andar, contamos com a feira, materializada no projeto, em loja colaborativa, coworking e espaços livres, para realização de eventos e feirinhas locais.



Loja colaborativa



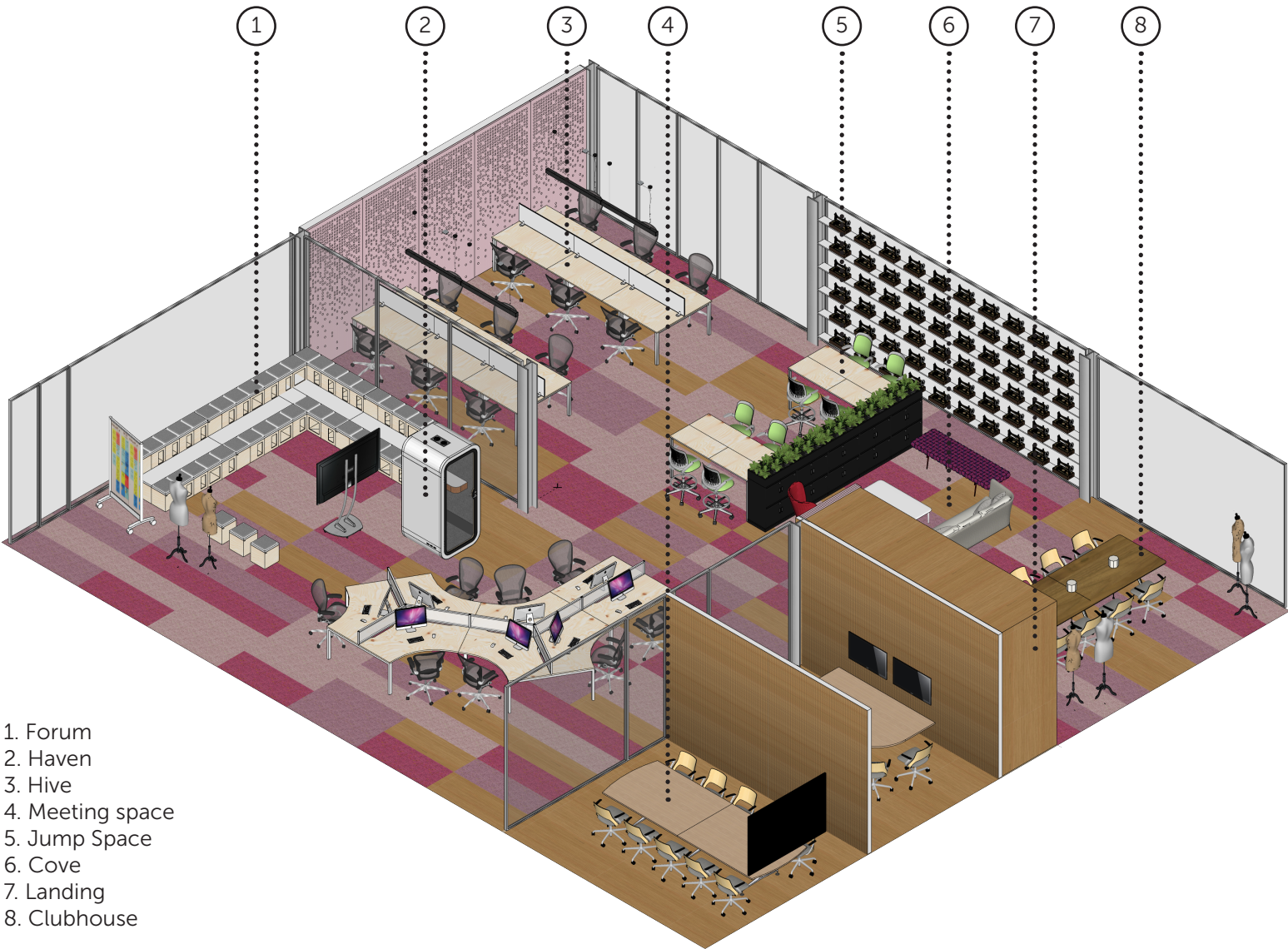
Coworking

CONCEITO DE LIVING OFFICE APLICADO AO PROJETO

Conforme mencionado no referencial teórico do projeto, para o coworking adotou-se o modelo de *living office*, proposto pela empresa americana Herman Miller.

Esse conceito, aplicado ao projeto, utiliza-se dos mesmos princípios espaciais, e alguns casos, os mesmos mobiliários sugeridos pela marca. Optou-se por utilizar móveis sobre rodinhas e/ou flexíveis, que permitem reconfigurar o espaço a partir das necessidades.

Ao fundo, criou-se, no pé-direito duplo, um grande painel com máquinas de costura, de modo a celebrar, nesta instalação, a força motriz da cidade de Santa Cruz do Capibaribe: a costureira.



- 1. Forum
- 2. Haven
- 3. Hive
- 4. Meeting space
- 5. Jump Space
- 6. Cove
- 7. Landing
- 8. Clubhouse

Coworking



CENA DO COWORKING

Figura 107.

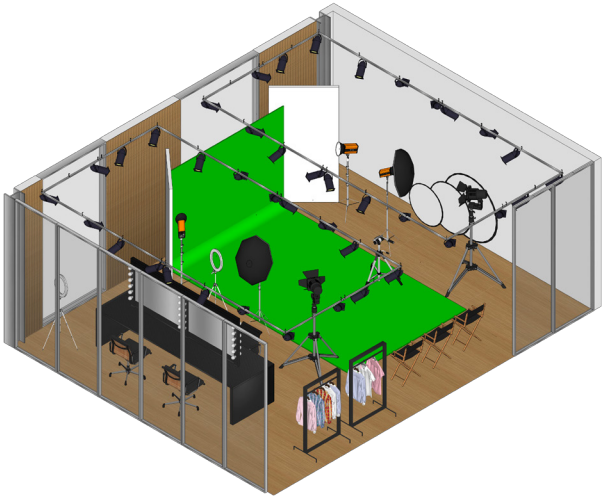
DIAGRAMAS DOS ESPAÇOS
Soluções de layout e arquitetura de interiores

A CIDADE DE SANTA CRUZ DO CAPIBARIBE

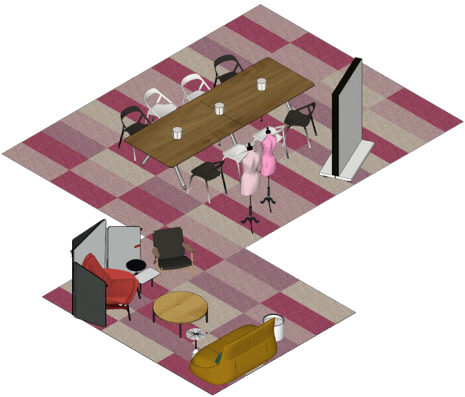
Lugar de “pessoas trabalhadoras” e de progresso constante, aqui, temos situados espaços de trabalho, sala multiuso, incubadora e ateliês, onde as pessoas podem trabalhar e aprender coletivamente.

ck.Optou-se essa solução devido à rapidez de execução,

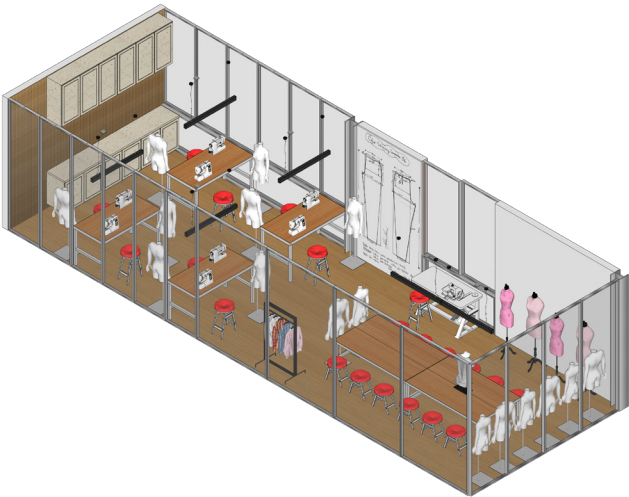
PAVIMENTO 01



Estúdio fotográfico | Versao standard



Sala de estar | Pequenas reunioes e convivência



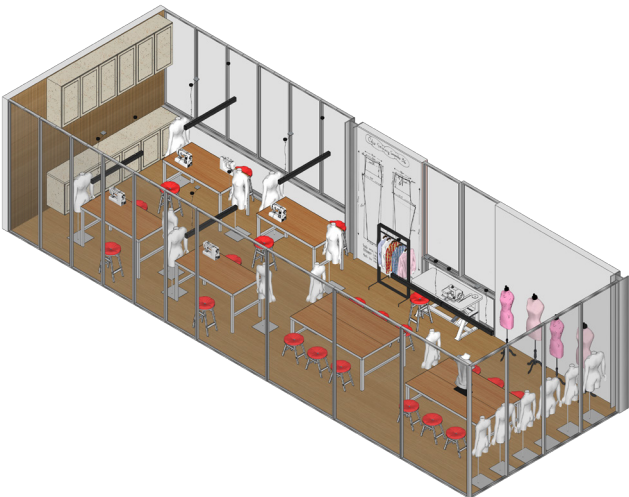
Ateliê de modelagem | Versão standard



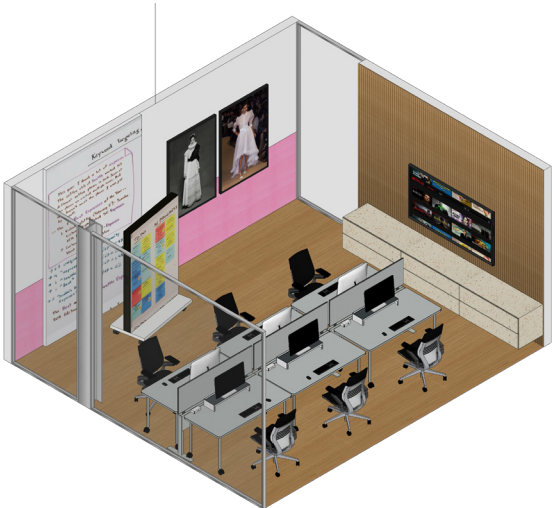
Estúdio fotográfico | Versão cenário maior



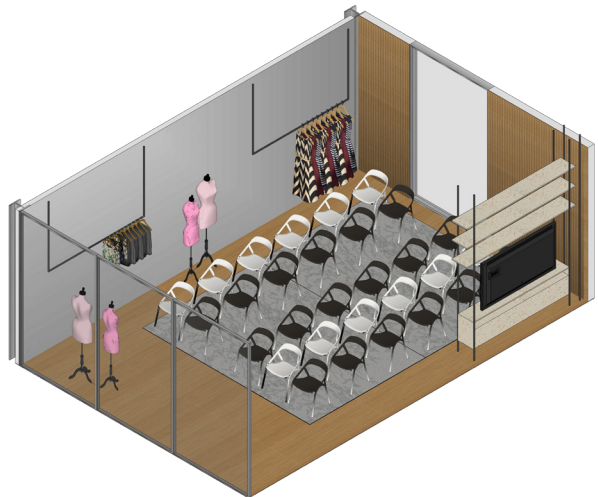
Sala multiuso | Versão estações de trabalho, reuniões e eventos



Ateliê de modelagem | Versão distanciamento social



Incubadora de empresas



Sala multiuso | Versão plateia

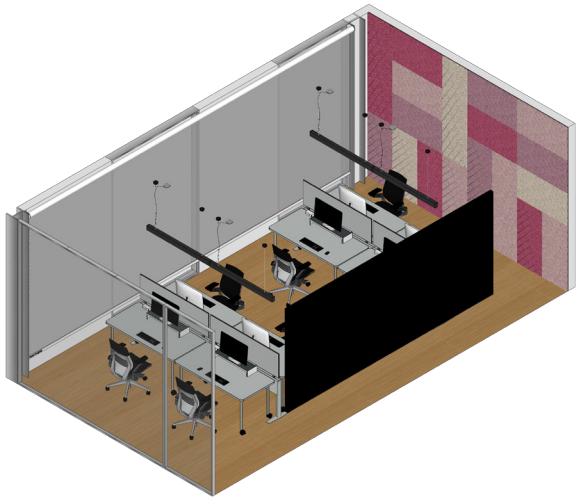


Figura 108.

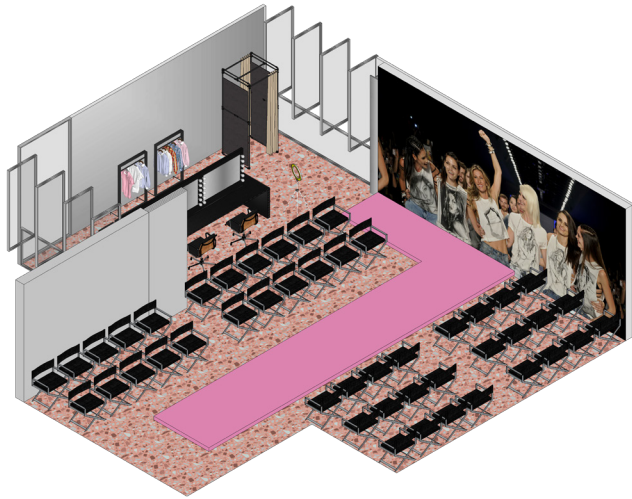
DIAGRAMAS DOS ESPAÇOS
Soluções de layout e arquitetura de interiores

UM FUTURO POSSÍVEL...

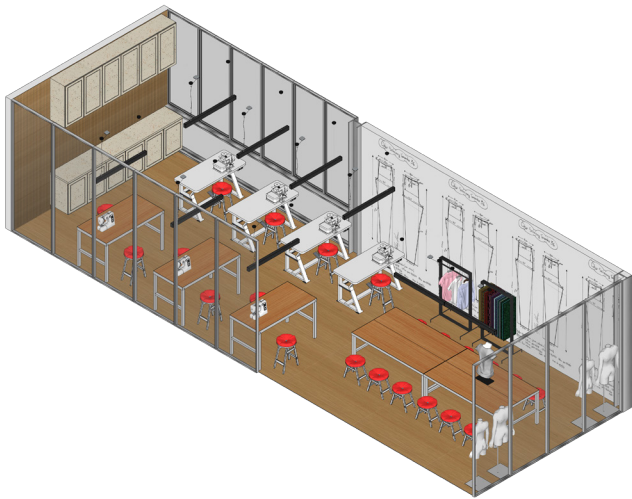
Celebra a riqueza dos criadores locais, sendo um ambiente para ensino e aprendizagem dos novos talentos e interessados por moda, na cidade. Possui um ateliê-escola, laboratório de informática e biblioteca de moda.



Laboratório de informática



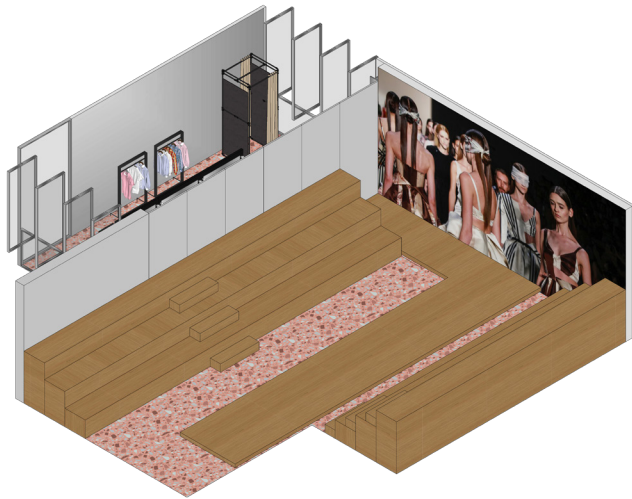
Sala de desfiles + backstage | Versão 1:
plateia em cadeiras



Ateliê oficina



Loja de tecidos



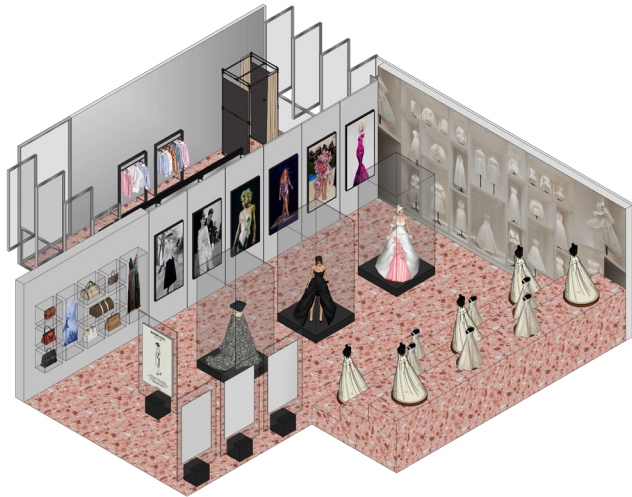
Sala de desfiles + backstage | Versão 2:
plateia em arquibancada



Biblioteca



Sala de estar | Versão lazer e descompressao



Sala de desfiles | Versão 3: exposição de moda



livros

revistas

catálogos

amostras de materiais

CENA DA BIBLIOTECA DE MODA

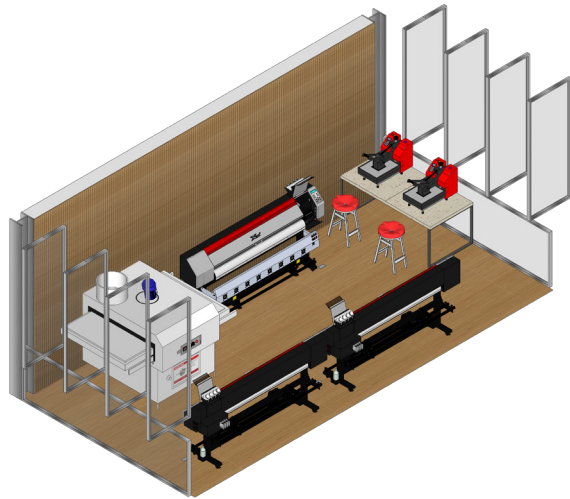
Figura 109.

DIAGRAMAS DOS ESPAÇOS
Soluções de layout e arquitetura de interiores

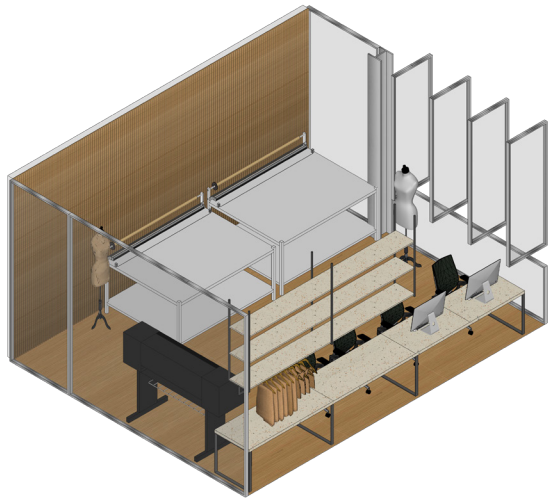
VIVA AS COSTUREIRAS!

Pavimento onde está localizada a sala de costura, assim como salas de corte, enfestagem, e demais etapas do processo de confecção de uma peça de roupa. Possui ainda um workcafé e espaço de desconpressão e lazer.

Para atender às demandas de todas as etapas de produção de uma peça de roupa, o espaço denominado oficina de costura possui 15 máquinas, distribuídas e escolhidas a partir de conversas com costureiras da cidade, em especial, Karol Diniz.

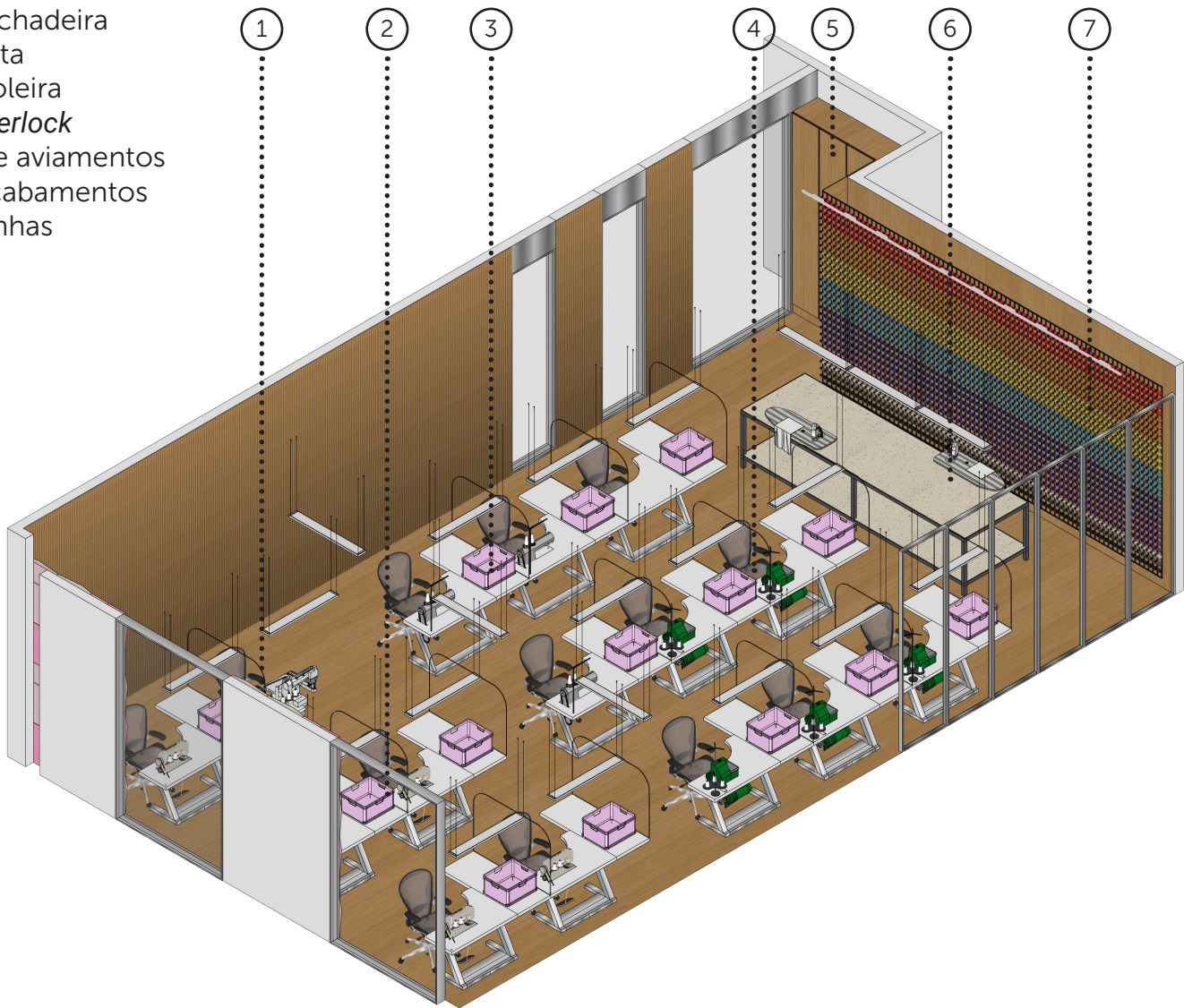


Estamparia digital

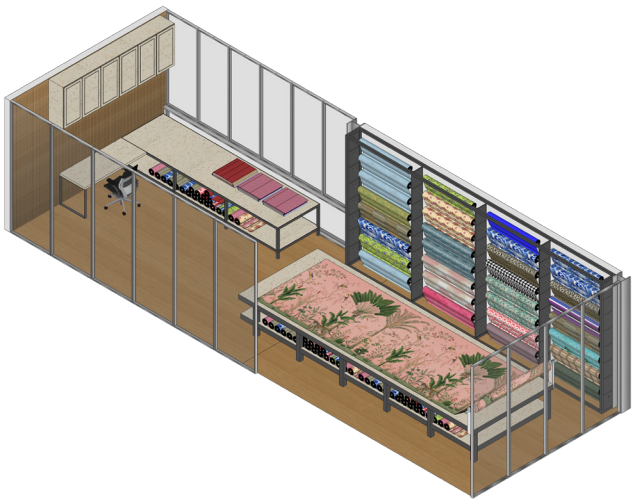


Sala de moldes

- 1. Máquina fechadeira
- 2. Máquina reta
- 3. Máquina goleira
- 4. Máquina *overlock*
- 5. Armário de aviamentos
- 6. Mesa de acabamentos
- 7. Pannel de linhas



Oficina de costura



Sala de enfestagem e cortes



Worcafé



CENA DA OFICINA DE COSTURA / FABRICO

Figura 110.

Uma das dificuldades impostas por projetos corporativos e de espaços de trabalho está associada à contenção do barulho e ruídos, que interferem diretamente na concentração e na produtividade dos indivíduos que trabalham em determinado ambiente.

No projeto, especificamente, um dos grandes desafios reside em como conter o barulho nos diferentes espaços, especialmente aqueles próximos ao vazio central, criado para circulação de ventilação, mas principalmente, para integração visual entre os usuários do edifício.

Para o vazio central, foram utilizadas jardineiras com plantas trepadeiras, que formam uma espécie de “cortina vegetal” entre os pavimentos, permitindo essas interações sociais, mas filtrando, de certo modo, o barulho emitido no térreo.

O contato com a vegetação, nesse caso, reforça uma das diretrizes projetuais, voltada à promoção da integração com a natureza, dentro e fora do edifício.

A vegetação foi utilizada ainda como um importante elemento que contribui para a absorção de ruídos, em alguns espaços.

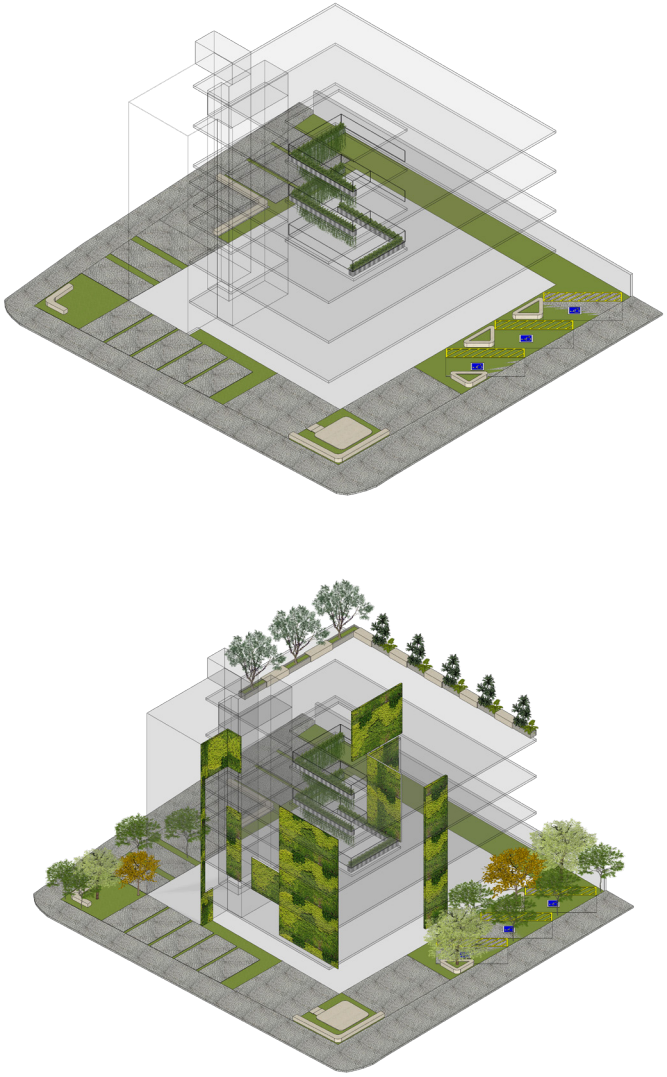
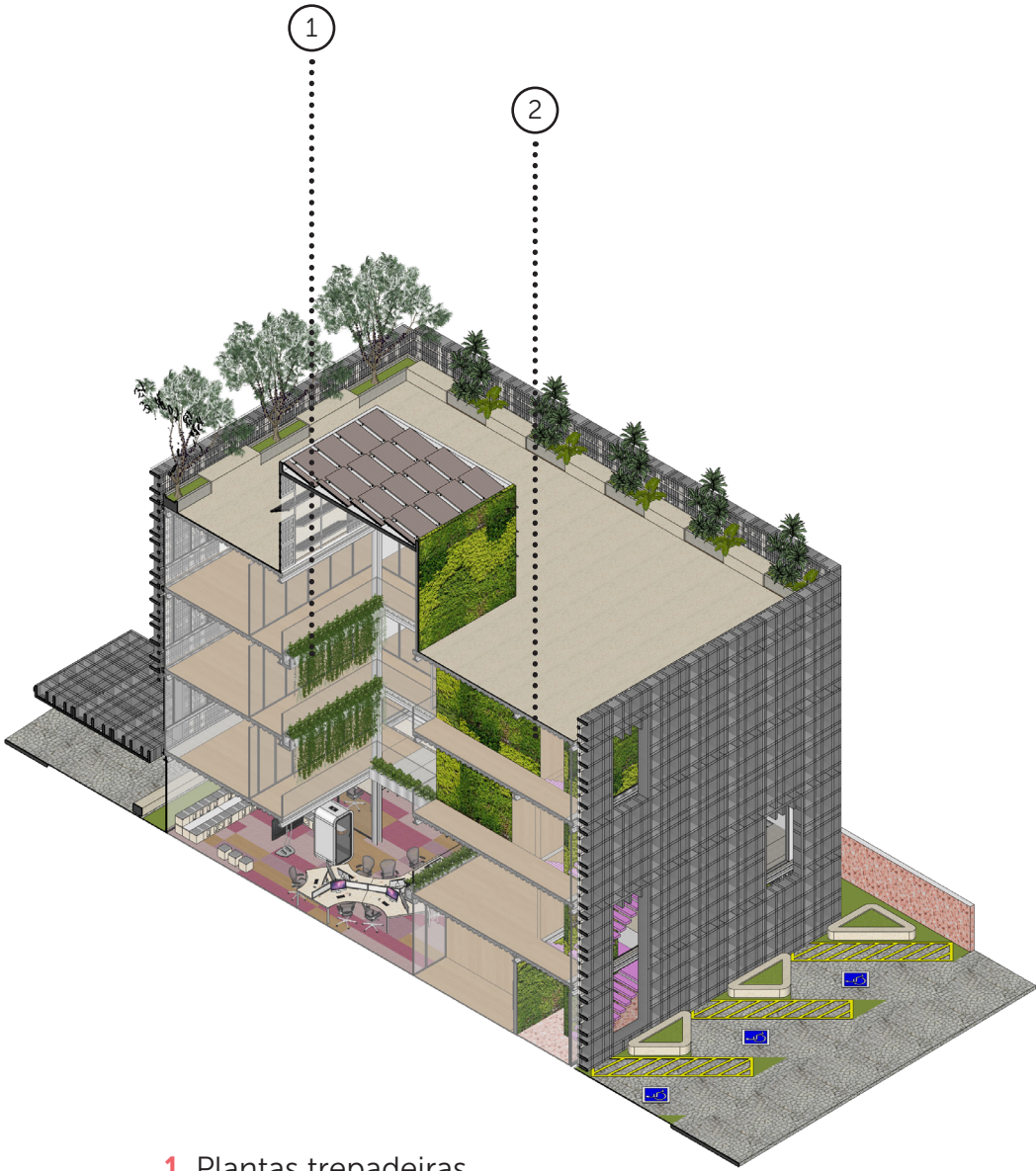
Neste caso, optou-se pela criação de paredes verdes, no interior do edifício, no eixo vertical e, no eixo horizontal, plantas integram-se a painéis acústicos, suspensos acima de estações de trabalho e mesas de reunião, reforçando a absorção sonora.

Outros elementos que contribuem para a absorção de ruídos também foram utilizados, como por exemplo: carpete composto de material absorvente no térreo e nas áreas comuns do edifício: circulações, passarelas, salas de estar etc.

Nos interiores de cada ambiente fechado, foram adotadas outras soluções acústicas, sendo elas: piso de madeira (devido ao caráter absorvente desse material), painéis ripados de madeira em algumas superfícies; painéis absorventes ora fixados nas paredes, ora suspensos sobre estações de trabalho.

Em geral, as soluções de absorção acústica aparecem distribuídas nas três superfícies do ambiente: teto (através de suspensões), muros (painéis acústicos fixados na parede, ou painéis ripados de madeira) e no piso, através do uso do carpete nas áreas comuns, e madeira nos ambientes fechados.

Os diagramas apresentados nas páginas a seguir ilustram as soluções acústicas em cada ambiente, nos diferentes pavimentos. Abaixo, observam-se diagramas com as áreas verdes, dentro e fora do edifício, que contribuem para absorção de ruídos, melhorando o desempenho acústico do edifício, e indo ao encontro da diretriz projetual que prevê o contato com a natureza.



1. Plantas trepadeiras
2. Jardins verticais

Figura 111 : Corte esquemático. Diagrama de áreas verdes. Elaborado pelo autor.

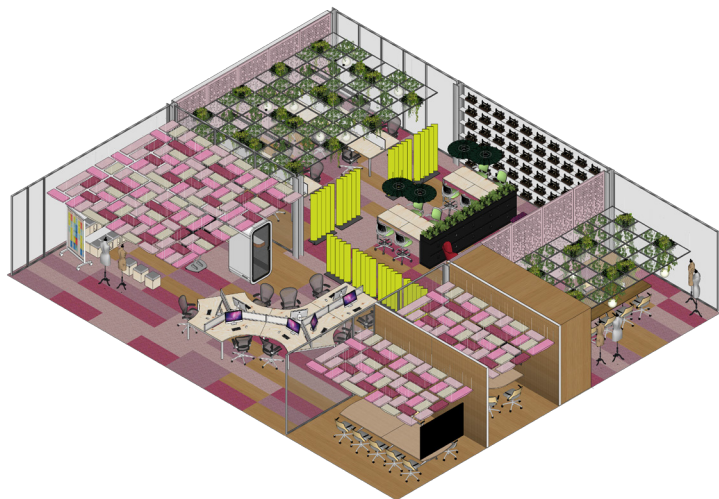
Figuras 111 e 112: Diagramas de áreas verdes. Elaborado pelo autor.



Coworking | Soluções acústicas versão standard



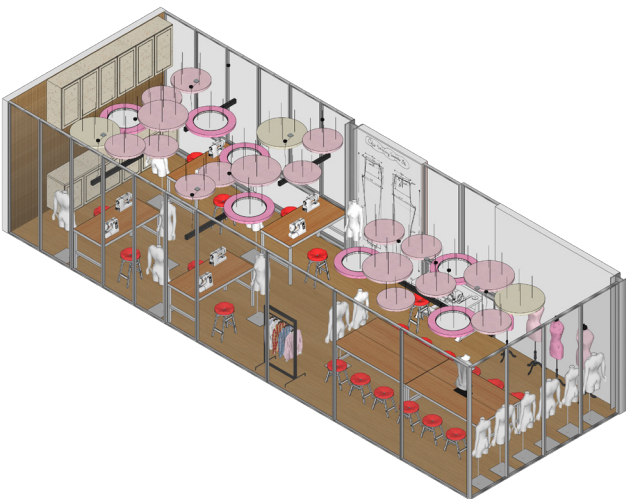
Coworking | Soluções acústicas versão 02: painéis acústicos móveis separam os ambientes



Coworking | Soluções acústicas versão 02: painéis acústicos móveis sobre rodinhas, dispostos no ambiente

No térreo, o espaço de coworking é o que mais exige soluções de absorção de ruídos, devidàs atividades realizadas, que por um lado, exigem o maior silêncio, por se tratar de atividades de concentração (trabalho no computador, escrita, criação), mas que por sua vez, recebe a maior quantidade de pessoas, e a interação entre elas resulta em barulho.

Por isso, neste pavimento, contamos piso de carpete; suspensões de forros acústicos e suspensões de forros acústicos com vegetação. Além disso, temos ainda os painéis acústicos móveis sobre rodinhas (na cor verde), a serem usados conforme a necessidade, e os painéis acústicos moveis pendurados (cor de rosa).



Ateliê de modelagem



Incubadora de empresas

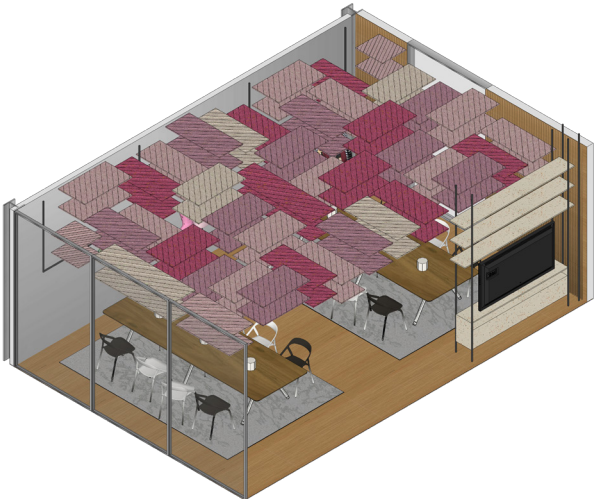
No pavimento 01, as soluções acústicas variam conforme a natureza dos espaços. O ateliê de modelagem contempla piso de madeira, painel ripado de madeira e suspensões acústicas circulares, no centro do ambiente.

A incubadora de empresas recebe painéis acústicos com vegetação suspensos sobre o ambiente de trabalho, possui piso e parede ripada, ambos em madeira. A sala de estar, por sua vez, recebe as mesmas suspensões acústicas, porém tem piso em carpete.

Finalmente, a sala multiuso é equipada com placas acústicas suspensas, piso de madeira e painel ripado de madeira em uma das paredes.



Sala de estar



Sala multiuso

PAVIMENTO 02

No segundo pavimento, o ateliê oficina recebe suspensões acústicas, piso e painel ripado em madeira. Na biblioteca, encontram-se painéis ripados de madeira, nas paredes e piso de carpete, e painéis acústicos sobre as mesas/estações de leitura.

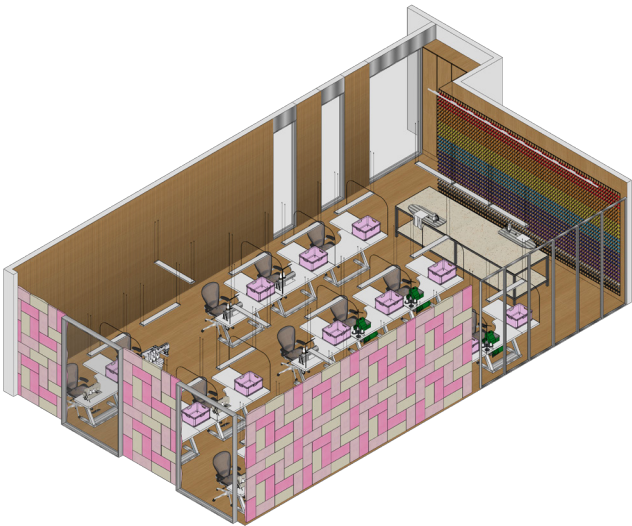
O laboratório de informática possui revestimento acústico em uma das paredes, assim como piso de madeira e painéis acústicos com vegetação, suspensos sobre as mesas. Esses painéis aparecem também na sala de estar (ambiente de descompressão), que possui piso em carpete.

No pavimento 03, a sala de costura apresenta

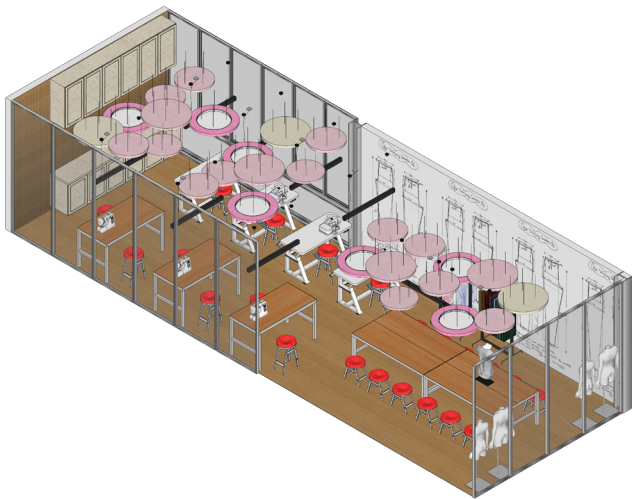
diferentes anteparos para absorção de ruídos: painéis ripados de madeira, painéis acústicos nas paredes, piso de madeira, e ainda, um painel de linhas, que também possui função absorvente. Neste ambiente, ressalta-se a necessidade de tratamento acústico, de maneira especial, pois as máquinas de costura fazem muito barulho, no dia a dia.

As salas de molde, de estamparia digital e de enfiagem e corte possuem acabamentos em piso de madeira, painéis ripados de madeira, e suspensões acústicas. O workcafé, por sua vez, tem piso em carpete e painéis acústicos com vegetação suspensos.

PAVIMENTO 03



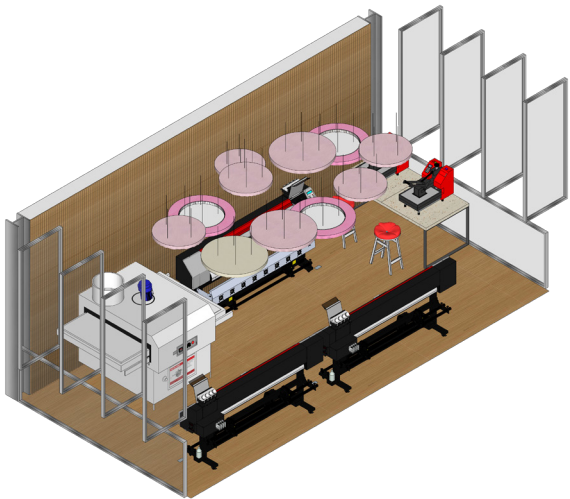
Oficina de costura



Ateliê oficina



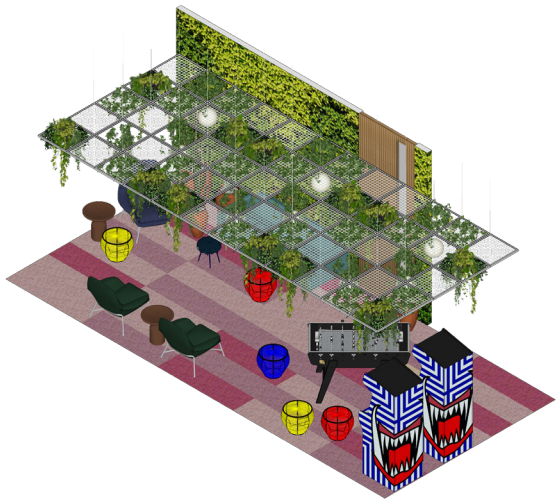
Laboratório de informática



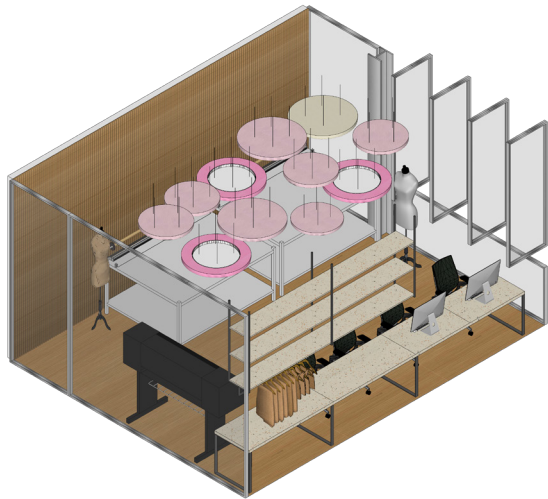
Estamparia digital



Biblioteca



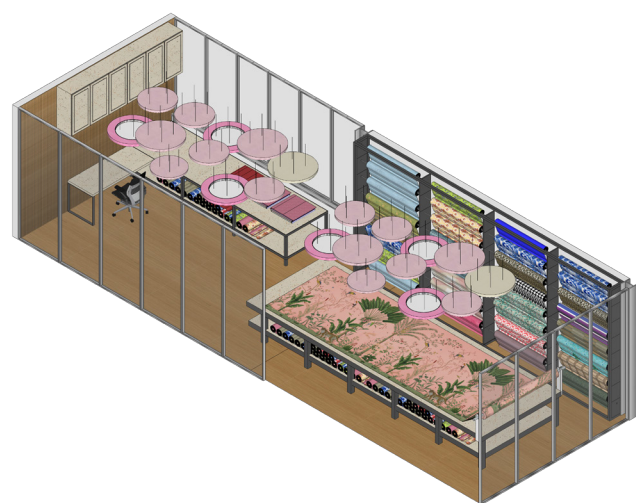
Sala de estar | Versão lazer e descompressao



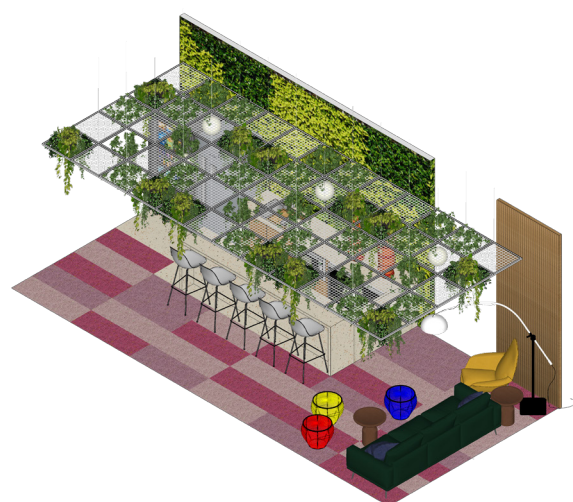
Sala de moldes

ARTE NOS ELEVADORES

Comunicação visual na construção de narrativas



Sala de enfestagem e cortes



Worcafé

O Fabrico é um projeto que tem como objetivo pensar o futuro da moda em Santa Cruz do Capibaribe, mas também busca contar a história da cidade, seja através de símbolos, exposições e instalações artísticas.

Um detalhe de comunicação visual presente no projeto, reitera a vontade de contar essas histórias.

Na caixa de elevadores de cada pavimento, foi instalada uma colagem que homenageia os símbolos da cultura local, uma espécie de instalação artística, que promove o contato com a criatividade e as artes nos mínimos detalhes do projeto.

VIVA AS COSTUREIRAS!



Painel ilustra a costureira Dona Petinha, uma das pioneiras da indústria de confecções em Santa Cruz do Capibaribe.

UM FUTURO POSSÍVEL...



Painel ilustrando uma das peças da coleção Sulanca, do estilista Jorge Feitosa, um dos mais celebrados jovens estilistas da cidade.

A FEIRA DA SULANCA



Colagem a partir de uma fotografia da Feira da Sulanca, nos anos 1960.

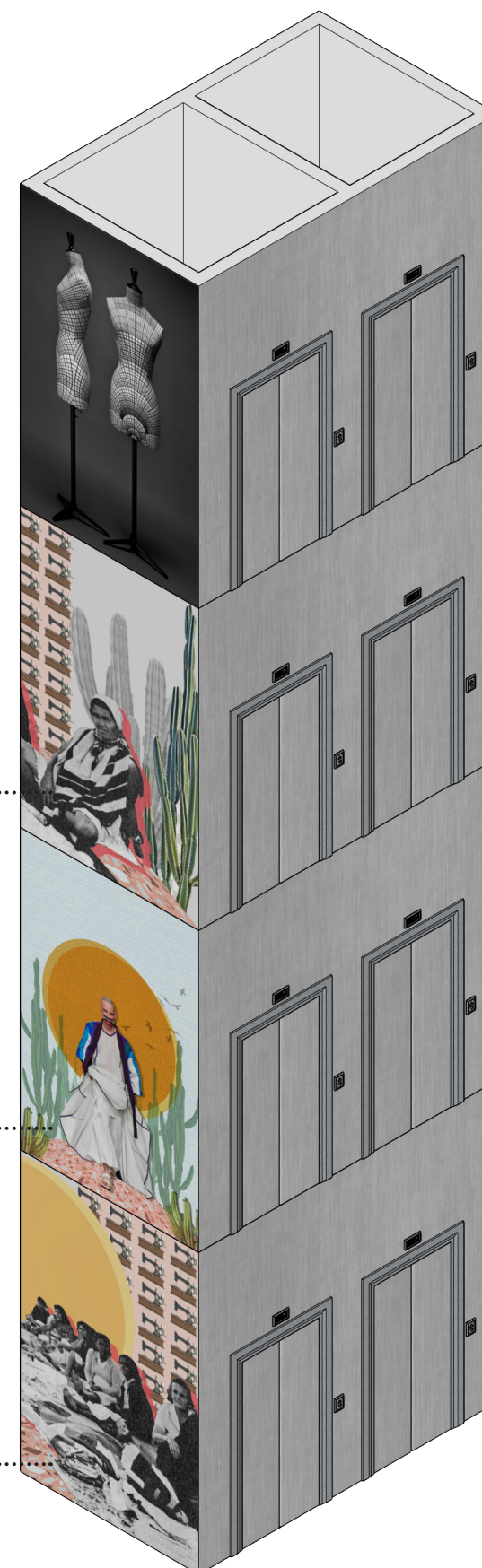


Figura 113 : Axonometria da caixa de elevadores. Elaborado pelo autor.

VISUAL MERCHANDISING

Arquitetura de interiores, vitrines e a construção de narrativas



Figura 114: Loja **Bon Marché**, em Paris, no século XIX. Fonte: Morgan, 2017



Figura 115: Loja colaborativa Endossa, na Rua Augusta, em São Paulo, Fonte: Economia UoL, 2012



Figura 116: Vitrine natalina da grife Dior. Fonte: Fashion Retail

Um dos principais interesses, do ponto de vista conceitual, deste tcc, para além de uma reflexão sobre os espaços de trabalho na indústria da moda, está associado à experiência do cliente e à percepção do espaço, enquanto consumidor.

Uma loja de moda e um espaço colaborativo pensado para esse nicho do mercado, requer, obviamente, soluções técnicas adequadas, mas principalmente, elementos que estimulem a criatividade, a vivência do espaço, para que esta seja agradável, diferente e que possa ser multiplicada e compartilhada entre as pessoas.

Se desde o final do século XIX (figura 114), os grandes magazines como a loja de departamentos parisiense Bon Marché (MORGAN, 2017), ou as aguardadas vitrines natalinas da Quinta Avenida, em Nova York (**figura xx**) despertam o desejo e a atenção do público, hoje em dia, o desafio consiste em atrair o público através de redes sociais, por exemplo, criando espaços “fotogênicos” ou “instagramáveis”*, que viralizam em imagens pela internet, atraindo olhares e consumidores de todo o mundo.

Avançando no projeto, chegando a uma escala de « projeto de interiores », apresento-lhes algumas reflexões acerca da arquitetura de lojas, voltada ao vitrinismo e ao visual merchandising, propondo algumas disposições e organização espacial para a loja colaborativa, localizada no térreo.

Esse exercício é puramente conceitual, mas busca explorar os sentidos do consumidor, oferecendo desde espaços de exposição de produtos setorizados por temas de produtos, até a criação de espaços « instagramáveis », denominação destinada aos espaços « fotogênicos », com propensão a viralizar nas redes sociais, através da imagem.

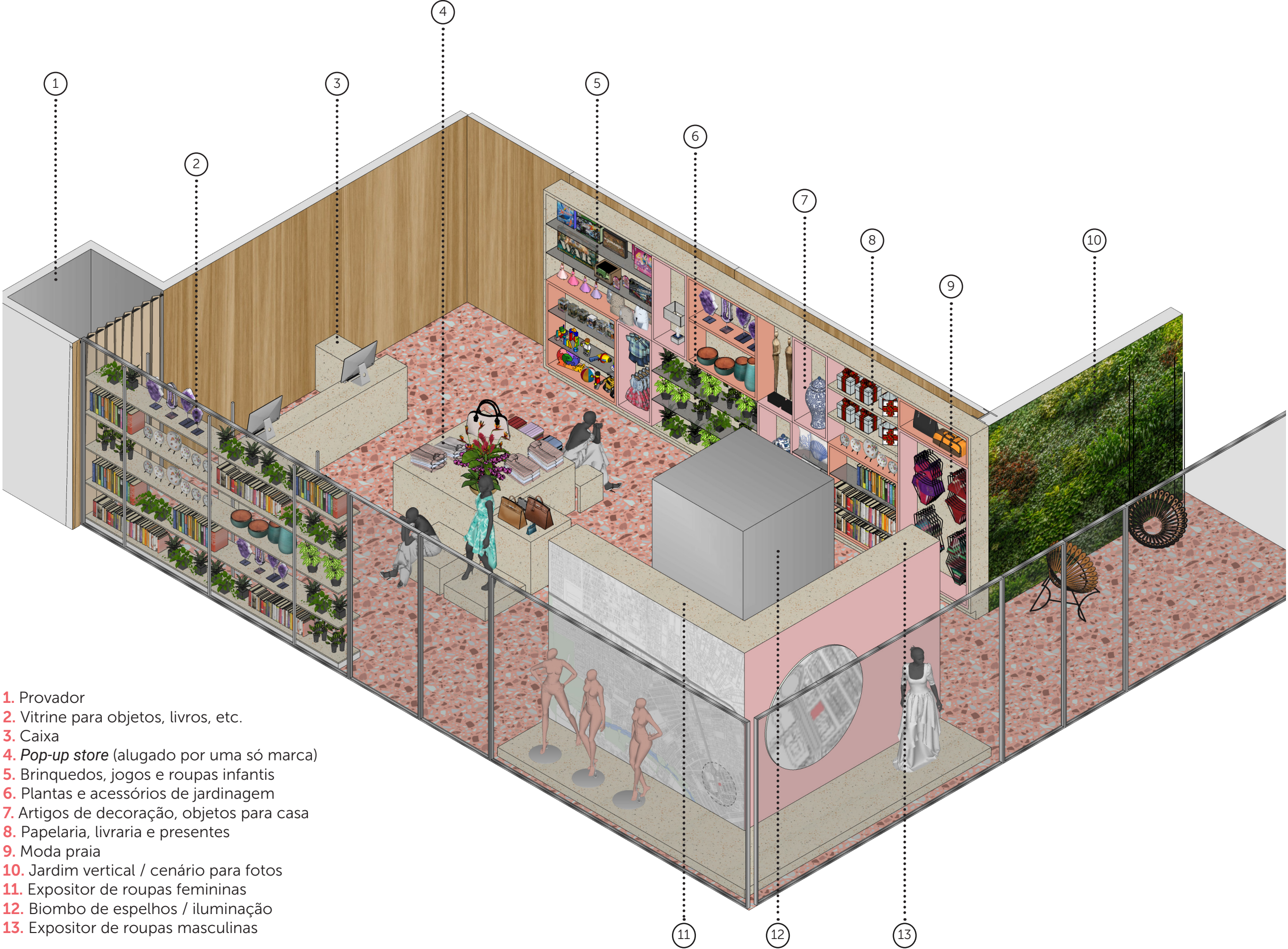
Hoje em dia, além de pensar na função, na forma e nas soluções técnicas impostas por um projeto, cabe aos arquitetos reforçar o olhar e a atenção para a estética, de modo a conceber projetos que dialoguem também com o indivíduo no mundo virtual.

Por mais estranho que possa parecer, é sim importante pensar espaços que fotografem bem para mídias sociais, especialmente em projetos comerciais e corporativos.

Desse modo, no térreo temos a cabine de fotografias, para « looks do dia » e fotos dos produtos comercializados na loja; criou-se um pequeno espaço de estar com balanços e parede verde, que funciona tanto como ambiente de espera, como uma espécie de cenário para fotografias; foram utilizados grandes painéis de espelho, enquanto que os produtos expostos foram dispostos a partir de segmentos e/ou público.

Esse tipo de loja colaborativa consiste do aluguel de baias / caixa onde os pequenos comerciantes expõem os seus produtos, que são vendidos e administrados pelos proprietários da loja colaborativa. Esse aluguel pode ser somado a um percentual (comissão) para os vendedores, custeados pelas marcas contratantes do serviço.

Durante a disciplina de TCC 1, eu tive a oportunidade de visitar alguns espaços que funcionam com essa dinâmica: a loja Endossa, em São Paulo, pioneira no modelo de negócio colaborativo (**figura xx**), e a loja Plural Colab, em Caruaru, cidade que também integra o Polo de Confeccões do Agreste de Pernambuco.



- 1. Provador
- 2. Vitrine para objetos, livros, etc.
- 3. Caixa
- 4. *Pop-up store* (alugado por uma só marca)
- 5. Brinquedos, jogos e roupas infantis
- 6. Plantas e acessórios de jardinagem
- 7. Artigos de decoração, objetos para casa
- 8. Papelaria, livraria e presentes
- 9. Moda praia
- 10. Jardim vertical / cenário para fotos
- 11. Expositor de roupas femininas
- 12. Biombo de espelhos / iluminação
- 13. Expositor de roupas masculinas

CONCEITO DA VITRINE

Além de funcionar como uma barreira física à insolação nas fachadas oeste e noroeste, no térreo, a vitrine é o principal cartão de visitas para o público, do que é oferecido pelas marcas que trabalham e vendem seus produtos no Fabrico.

Desse modo, enquanto exercício criativo, optou-se por elaborar um esquema de vitrine, que ilustrasse o que o edifício representa no contexto da cidade, e como os novos designers locais poderiam expor seus produtos.

Conforme mencionado, a vitrine forma um “L”, nas fachadas oeste e noroeste, e em cada face temos uma maneira de enxergar a moda, conceitualmente.

A VELHA MODA

Na face voltada à fachada norte, temos um painel com aplicação adesiva com o mapa da cidade de Santa Cruz do Capibaribe, e em frente a ela encontram-se três manequins na cor rosa, sem roupas.

Essa face representa a velha moda, ilustrada através do Moda Center Santa Cruz e sua relação com a cidade.

Os manequins “nus” ilustram indiretamente que a velha moda não representa mais os consumidores locais, que agora “não têm o que vestir”.

A cor rosa dos manequins está associada à uma escolha de acabamento para grande parte da arquitetura de interiores, aparecendo tanto no piso, quanto nos revestimentos acústicos de algumas superfícies.

A MODA PARA O FUTURO

Na face da vitrine voltada à fachada oeste, temos uma vitrine com fundo cor de rosa, a mesma dos manequins da face oeste, e uma aplicação de um círculo sobreposta na superfície rosa.

Nesse círculo, ilustra-se o raio de 200 metros, a partir do Fabrico, cujo lote aparece marcado em rosa.

Compondo a vitrine, temos à direita, um manequim preto, vestindo uma peça de roupa de alguma marca que trabalha no Fabrico.

Se de um lado da vitrine temos “a velha moda”, nesta face, apresentamos a moda do futuro, ou “o futuro da Moda em Santa Cruz do Capibaribe”, ilustrando, através do mapa, o novo ponto de encontro para os designers e criativos locais, que são homenageados através da escolha de uma roupa, apresentada em destaque nesta fachada.

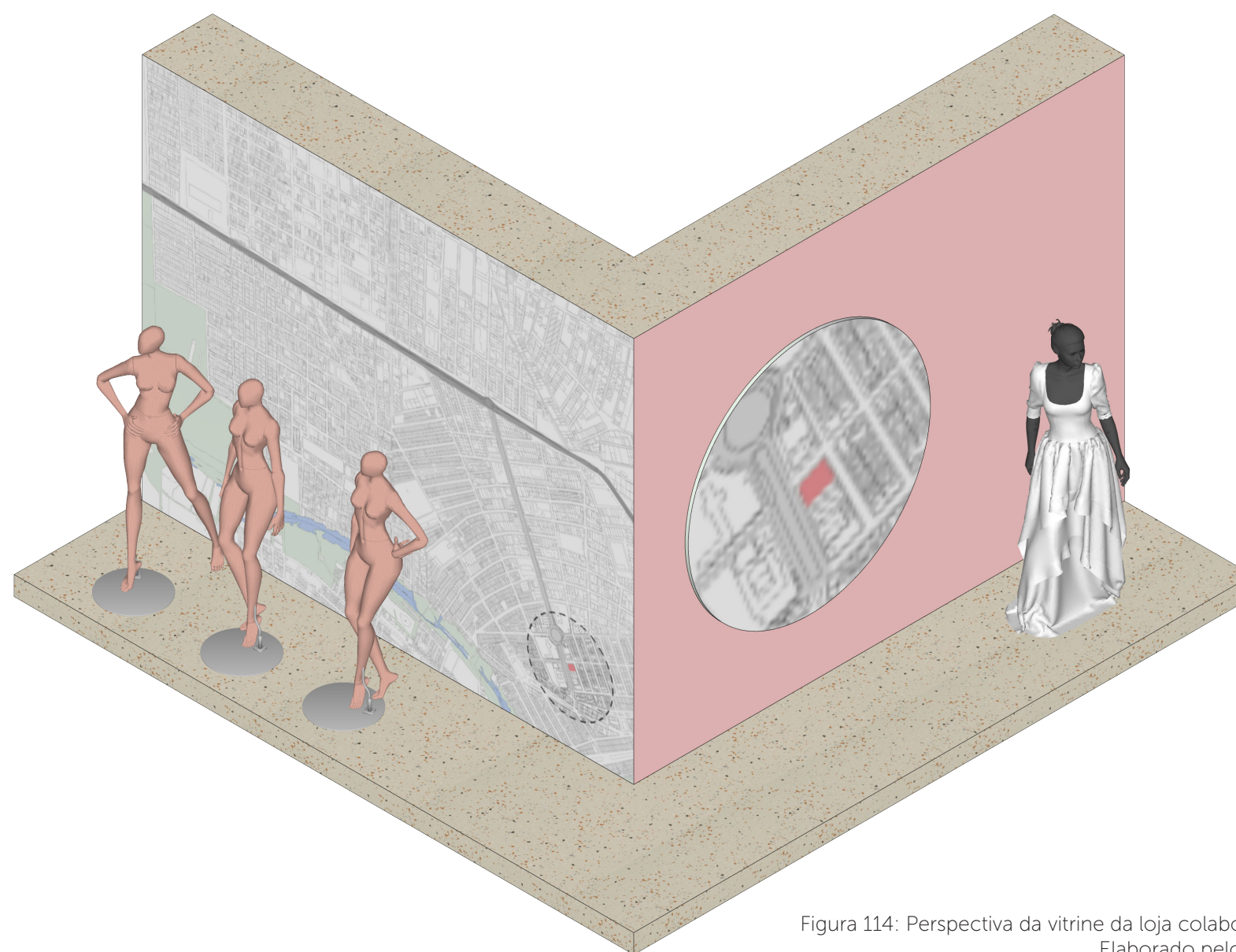


Figura 114: Perspectiva da vitrine da loja colaborativa.
Elaborado pelo autor



Figura 115. Vista para vitrine/acesso principal, a partir da Av. 29 de Dezembro.



Figura 116. Vista para vitrine a partir da Rua Rosemiro Alves da Rocha, na fachada norte.



Figura 117. Vista para vitrine/acesso principal a partir da 29 de Dezembro.

VISUAL MERCHANDISING

Arquitetura de interiores, vitrines e a construção de narrativas

O projeto expográfico foi concebido para receber exposições sobre a história da cidade, arquitetura, e principalmente: mostras sobre moda e vestuário, ao longo dos anos.

As exposições sobre moda são cada vez mais frequentes, levando anualmente, admiradores dessa indústria a museus ao redor do mundo. No calendário da moda, a mais importante exposição realizada, é a que acontece no Metropolitan Museum of Art, em Nova York, e cuja vernissage acontece sempre na primeira segunda-feira do ano.

Anualmente o museu recebe centenas de visitantes para uma exposição dedicada à moda associada a tema específico, seja homenageando um estilista ou um período histórico, por exemplo (HELENA, 2019).

Em 2018 o tema foi moda e a Igreja Católica, em 2016, discutiu-se moda e tecnologia.

Além de ser a mais emblemática exposição, um dos eventos mais aguardados da indústria da moda celebra a abertura dessas exposições: o MET Gala, um baile de gala que acontece na primeira segunda-feira de maio abrindo a temporada de exposições, e reunindo as maiores celebridades globais.

Outras exposições foram marcantes para a moda, como a grande retrospectiva da Dior, no Victoria and Albert Museum, a exposição L'Asie Rêvée d' Yves Saint Laurent, na França (figura 118).

No Brasil, as mais significativas mostras voltadas à moda, foi a mostra MASP Rhodia, realizada em 2016 (figura 120). e a exposição sobre os 70 anos de moda italiana no Brasil, no Instituto Tomie Ohtake (figura 119), principal inspiração para o layout deste espaço, em meu projeto.

De modo a aprimorar a utilização do espaço da melhor forma possível, utilizaram-se diferentes suportes para a exposição. a expografia é pensada de modo a inserir o espectador num panorama geral sobre a história da moda, através de objetos, materiais, peças

de desfile, etc.

Como elementos expográficos, utiliza-se: cavalete de cristal; tablado com manequins e vestidos icônicos; caixas de acrílico para exposição de objetos, bolsas, acessórios e calçados; vitrines climatizadas para exposição de peças raras; quadros e um grande telão de led, no qual podem ser expostos vídeos de desfiles, instalações e toda sorte de material expográfico audiovisual.



Figura 118: Exposição Ásia dos Sonhos de Yves Saint Laurent, 2018. Acervo do autor.



Figura 119: Exposição de moda no Instituto Tomie Ohtake, 2019. Acervo do autor.



Figura 120: Manequins da exposição MASP Rhodia. Fonte: MASP, 2016

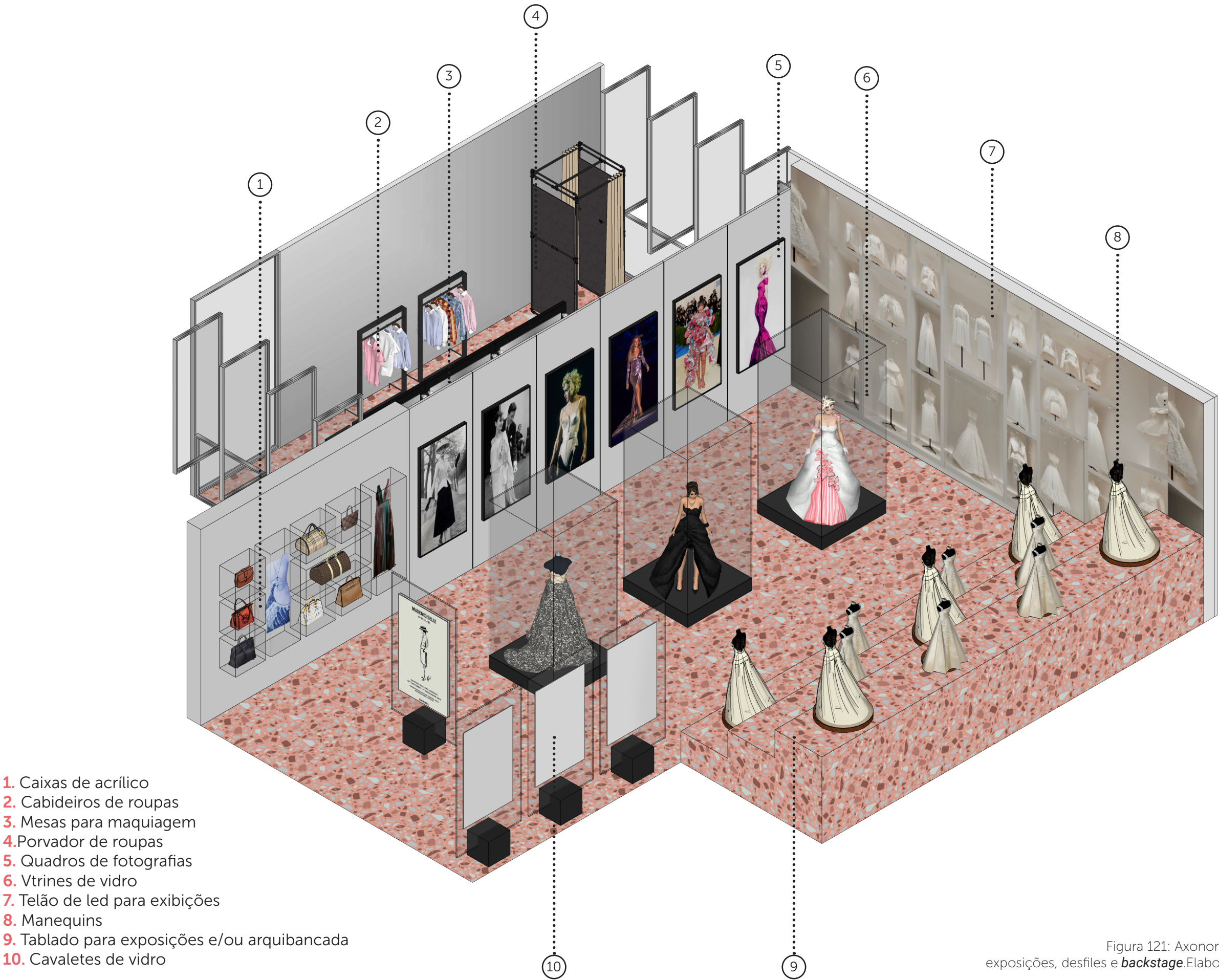


Figura 121: Axonometria da sala de exposições, desfiles e *backstage*. Elaborado pelo autor.

No **sol**
escaldante do agreste,



um edifício que
clareia feito a luz do **lunar**.



No sol escaldante do agreste, um edifício que clareia feito a luz do luar é uma metáfora que resume bem o que foi proposto ao longo da trajetória deste projeto: desde as pesquisas teóricas iniciais, indo ao estudo sobre os espaços de trabalho, em especial, nas na indústria da moda, ou mesmo analisando projetos correlatos ao edifício proposto.

Em meio a isso tudo, o surgimento de um vírus que aos poucos, atingia os lugares mais longínquos do planeta, nos obrigando a parar, ficar em casa, evitar o contato com os outros e refletir sobre tudo o que está a caminho. Num contexto onde o trabalho de casa se torna realidade e quase uma obrigação, ainda faz sentido continuar projetando um coworking, um lugar que reúne pessoas para trabalharem presencialmente?

As reflexões propostas neste trabalho apresentam que sim, quer seja para a realidade cruel da moda, pré-pandemia, quer seja para refletir como iremos trabalhar no futuro, este tcc mostra-se como uma ferramenta importante para o diálogo e a proposição de novas maneiras para o ofício na indústria da moda, e como esta, através da arquitetura, pode se desenvolver de forma mais justa, humana e colaborativa.

Ocupando o segundo lugar no ranking das indústrias que mais empregam no Brasil, a moda é também uma das indústrias mais desiguais e poluentes, no mundo, cujo as desigualdades permeiam toda a cadeia, atingindo principalmente aqueles que estão na base da pirâmide do setor: as costureiras e demais envolvidos na confecção de uma peça de roupa.

Essa problemática, como vimos, não afeta apenas os grandes centros urbanos, ou as ditas capitais mundiais da moda. Ela se faz presente, também, em cidades de porte médio, como a interiorana Santa Cruz do Capibaribe, no agreste de Pernambuco.

Um agreste onde o sol é escaldante não somente no sentido literal, mas também metaforicamente em termos de oportunidades, acesso à inovação, ao conhecimento e às possibilidades de um futuro melhor.

Um lugar que abriga o segundo maior polo de confecções do Brasil, orgulha-se disso, mas pouco faz para resolver os problemas ao qual o setor está submetido, tão pouco têm interesse em melhorar a qualidade de vida dos trabalhadores.

Nesse sentido, optou-se pela concepção de um edifício que contempla as mais contemporâneas discussões sobre espaços de trabalho, especialmente os voltados para a moda.

Através de um projeto de arquitetura, realizou-se o desejo de ampliar o diálogo entre esta disciplina e o universo da moda, diálogo este que resultou em um edifício cujo programa contempla desde a elaboração de um croqui, ou processo de criação de uma coleção de roupas, passando pela modelagem, corte, costura, fotografia (marketing digital), até a venda do produto ao consumidor final.

Distribuídas em um edifício com pouco mais de 1.200 m² de área construída, onde as atividades se distribuem em 4 pavimentos, dialogando com o entorno urbano, mas também contemplando estratégias adotadas por grandes arquitetos internacionais, como a utilização de um invólucro/segunda pele minimalista.

No projeto, utilizou-se uma malha metálica feita em hastes que ora funcionam como brises, ora cumprem o papel de luminária, sendo feita com perfis e led envoltos num material acrílico. Estas hastes iluminam a cidade, apresentando que sim, há uma luz, uma esperança de futuro para o setor criativo local.

Um prédio que ilumina feito a luz do luar, de forma poética, mas também literal.

Enxergar poesia no exercício de projeto pode se tornar mais fácil, quando o objeto do trabalho é algo a que se há afeto. E neste projeto, dediquei todo o meu afeto e atenção para solucionar os problemas técnicos impostos por este exercício.

Em suma, para além de ser uma resposta definitiva de como serão os espaços de trabalho do futuro a nível global, este trabalho olha para o regional/ local, enxergando neste terreno árido, possibilidades de um novo futuro.

Para além de encontrar respostas, o meu projeto busca fomentar novas questões. Será que esse espaço funcionaria? Como a cidade com um gigante centro atacadista reagiria a um edifício pequeno, voltado pra moda autoral?

A esses questionamentos, não faço a menor ideia de como solucionar, mas aqui, ao longo dessas páginas, pude apresentar caminhos trilhados até a entrega deste projeto.

Um exercício de arquitetura, mas sobretudo, de amor.



ABIT. **Perfil do Setor**. Disponível em: <https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor> Acesso em 15 de fevereiro de 2020

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 9077: Saída de Emergência em Edifícios: Procedimento**. Rio de Janeiro, 1993. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS NBR 9441/94 - Execução de Sistemas de Detecção e Alarme de Incêndio: Procedimento, Rio de Janeiro, 1994.

BLOG DO NEY LIMA. **Moda Center Santa Cruz comemora 12 anos**. 08 de outubro de 2018. Disponível em: < <https://www.blogdoneylima.com.br/cotidiano/moda-center-santa-cruz-comemora-12-anos>>. Acesso em: 18 dez. 2019.

BOF. **The State of Fashion 2020 Report**. Disponível em: < <https://www.businessoffashion.com/articles/global-markets/the-state-of-fashion-2020-coronavirus-update-download-the-report>> Acesso em 22 de novembro 2019.

CAGNOL, Rémy. **Petite histoire de l'espace de travail**. Disponível em: <<http://www.deskmag.com/fr/-architecture-bureau-petite-histoire-de-lespace-de-travail>> Acesso em 09 de agosto de 2020.

CARVALHAL, André. **A moda imita a vida: como construir uma marca de moda**. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2014.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito: manifesto pela grande virada**. São Paulo: Paralela, 2016.

COSTA, Anderson. **Co-sewing: o mundo da moda abraçando o coworking**. Disponível em <<https://movebla.com/co-sewing-o-mundo-da-moda-abra%C3%A7ando-o-coworking-76431d6ea68>> Acesso em 18 de novembro de 2019.

COWORKING BRASIL. **Censo coworking 2019**. 2019. Disponível em: <https://coworkingbrasil.org/censo/2019/> Acesso em 15 de outubro de 2020.

CRANE, Diana. **Ensaios sobre moda, arte e globalização cultural**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

FABBRI, Julie et CHARUE-DUBOC, Florence (2016) **Les espaces de coworking : nouveaux intermédiaires d'innovation ouverte ?** Revue française de gestion, vol. 254, no 1, p. 163-180. Disponível em: <<https://www.cairn.info/revue-reseaux-2016-2-page-147.htm>>

FAPESP. **Setor têxtil e de confecções deve crescer 2,3% em 2020**. 28 de fevereiro de 2020. Disponível em: <<https://zanotti.com.br/blog/setor-textil-e-de-confeccoes-deve-crescer-23-em-2020/>>. Acesso em 10 de março de 2020.

FARAH, Alexandra. **O futuro da moda, com Alexandra Farah**. Youtube, 30 de mai. 2019. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=a9X4Y2w5GTM&ab_channel=AlvaroLeme>. Acesso em: 17 jan. 20.

GIANNELLI, Marcio Augusto. **Coworking: o porquê desses espaços existirem! Estudo sobre espaços de coworking na cidade de São Paulo e sua importância arquitetônica na era da**

informação. Dissertação (mestrado) - Universidade São Judas Tadeu, São Paulo, 2016.

GODART, Frédéric, tradução de Lea P. Zylberlicht. **Sociologia da Moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

HELENA, Lígia. **O que é o Met Gala, ou Baile do Met, e por que se fala tanto nele?** Disponível em: < <https://claudia.abril.com.br/moda/o-que-e-o-met-gala/>>. Acesso em: 20 de novembro de 2020.

HERMAN MILLER. **Can Office Design Promote Corporate Values? MASS Design Group Case Study** Disponível em: <https://www.hermanmiller.com/research/categories/case-studies/mass-design-group/> Acesso em 15 de outubro de 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Brasileiro de 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2012. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE).

KALIL, Gloria. **Gloria Kalile o fenômeno do "Chic" | Damas da Moda | ep. 3 | Lilian Pacce**. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=CULF05I2pBw&ab_channel=LilianPacce>. Acesso em: 20 março de 2020.

MACIEL, Betania e NASCIMENTO NETO, Nelson Varela do. **Comunicação e representações sociais nas relações de trabalho do pólo de confecções de Santa Cruz do Capibaribe, Pernambuco, Brasil**. Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun. [online]. 2011, vol.34, n.2, pp.117-135. ISSN 1809-5844. <http://dx.doi.org/10.1590/S1809-58442011000200007>.

MOADDEM, Sarah e MHIRI, Sinda. **Le Co-working comme alternative émergente pour promouvoir le « bien-être » au travail**. Management et Sciences Sociales, N 22, Janvier-Juin 2017. Disponível em: < <https://www.hal.inserm.fr/USPC/hal-01867742>> Acesso em 09 de agosto de 2020.

MORGAN, Tony. **Visual Merchandising: vitrinas e interiores comerciais** / Tony Morgan; tradução de Elizabeth Ardións, Intinerário Editorial. - 2. ed. rev. e ampl. - São Paulo: Gustavo Gilli, 2017.

MOVEBLA. **Como funciona o conceito de living office, da Herman Miller**. Disponível em: < <https://movebla.com/como-funciona-o-conceito-de-living-office-da-herman-miller-d61250c80a7>> Acesso em 22 de outubro de 2020.

REBELLO, Yopanan C. P.. **A concepção estrutural e a arquitetura**. São Paulo : Zigurate, 2000. 270 .

SARABIA, Mônica Luize. **Nova e velha centralidade urbana: o exemplo de Santa Cruz do Capibaribe**. Recife: Editora Universitária da UFPE, 2011.

SEBRAE PERNAMBUCO. **Apresentação em tema: "Polo de Confecções do Agreste de Pernambuco**. Disponível em: <<https://slideplayer.com.br/slide/3204805/>> Acesso em 20 de maio de 2020.

SOUSA, Deyse Kelly Medeiros. **GUMBANE Escola Primária**. TCC (Graduação em arquitetura e urbanismo) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB. 2019.

STEELCASE. **Prochaines étapes: l'espace de travail post-COVID.** Disponível em < <https://www.steelcase.com/eu-fr/recherches/sujet/espace-travail-post-covid/> > Acesso em 20 de agosto de 2020

WEATHER SPARK. **Condições meteorológicas médias de Santa Cruz do Capibaribe.** Disponível em < <https://pt.weatherspark.com/y/31280/Clima-caracter%C3%ADstico-em-Santa-Cruz-do-Capibaribe-Brasil-durante-o-ano> > Acesso em 20 de novembro de 2020.

YAHN, Camila. **Tem que ver o doc de Marcelo Gomes sobre polo de produção de jeans no agreste.** Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/noticias/cinema/tem-que-ver-o-doc-de-marcelo-gomes-sobre-polo-de-producao-de-jeans-no-agreste/> Acesso em 09 de fevereiro de 2020.

YAHN, Camila. **Novo polo industrial da moda, Etiópia tem o salário mais baixo do mundo.** Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/noticias/business/novo-polo-industrial-da-moda-etiofia-tem-o-salario-mais-baixo-do-mundo/> Acesso em 09 de fevereiro de 2020

Porto Digital | Caruaru, Pernambuco, Brasil | 2014

CONTEXTO DA OBRA

O Armazém da Criatividade é uma unidade avançada do Porto Digital. Uma estrutura de suporte à inovação e ao empreendedorismo para o Agreste do estado de Pernambuco, que está integrado a instituições de ensino, ciência e tecnologia e cultura, para fortalecer os negócios por meio de conhecimento e criatividade.

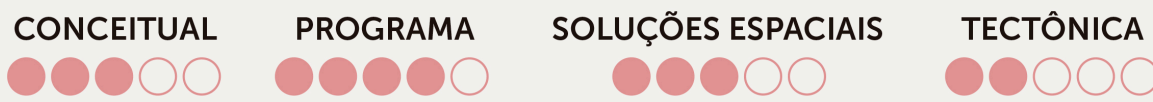
O edifício está situado dentro do Polo de Caruaru, centro comercial localizado a 7,7 km do centro da cidade. O acesso ao Armazém da Criatividade deve ocorrer através de transporte individual ou coletivo, estando afastado da cidade, o que possivelmente o afasta do cotidiano das pessoas.

Inaugurado em 2014, o AC tem como público alvo “jovens egressos do ensino superior ou técnico; empreendedores já estabelecidos que percebam valor na inovação tecnológica”.

MATERIALIDADE, TÉCNICAS CONSTRUTIVAS E TEMPO DE EXECUÇÃO

- Construção dentro de uma estrutura pré-existente (espaço funciona no interior de um centro comercial);
- Materiais adotados: alvenaria tradicional, concreto, elementos de estrutura metálica, salas de reunião enviaçadas (relação entre interior e exterior);
- Estrutura metálica para espaços de circulação vertical (escadas);
- Soluções de mobiliário: peças de design nacional, cadeiras flexíveis, empilháveis e que se adaptam a diferentes necessidades.

INFLUÊNCIA DO CORRELATO NO MEU PROJETO



PROGRAMAÇÃO ARQUITETÔNICA: correlato x meu projeto

- Showroom (120 pessoas, 135m²);
- Salas de formação / qualificação (2 salas, 20 alunos por sala);
- Salas de reunião (10 pessoas);
- Coworking: salas de aluguel;
- Salas empresariais para aluguel;
- Laboratório de modelagem de vestuário (sistema Audaces);
- Laboratório de prototipagem;
- Laboratório de estampa digital / sala de plotter;
- Sala de corte eletrônico;
- Estúdio fotográfico / audiovisual;
- Laboratório de edição de imagens.

ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE
CORRELATO REGIONAL

O EDIFÍCIO E A MODA: relações conceituais e arquitetônicas

Qual a relação do edifício com a indústria de moda?
Por ser uma extensão do Porto Digital, atuando como incubadora de empresas de setores diversos, dentre eles as confecções, o Armazém da Criatividade incentiva a economia criativa no interior de Pernambuco, movimentando capital financeiro e intelectual na realização de eventos e na construção de novas marcas.

Qual o diferencial do meu projeto em relação ao Armazém da Criatividade?
Enquanto o AC atua enquanto incubadora e espaço de coworking, tendo em seu programa laboratórios e sistemas tecnológicos, observa-se a ausência de maquinário para confecções de peças em larga escala. O meu projeto avança de tal modo, a oferecer um ateliê colaborativo, onde as pessoas podem alugar as máquinas e trabalhar nesse espaço, num funcionamento semelhante ao espaço de coworking tradicional.

ANÁLISE : aspectos positivos e negativos do edifício

- | | |
|-------------------|---|
| Pontos positivos: | Proximidade com lojas (situado no centro comercial);
Grande espaço para receber eventos, conferências, desfiles;
Design contemporâneo e boas soluções espaciais; |
| Pontos negativos: | Distância do centro da cidade / ausência de relação direta;
Ausência de equipamentos de produção (ateliê de costura);
Inexistente relação com elementos da natureza (iluminação natural, vegetação nos espaços de trabalho, etc.) |

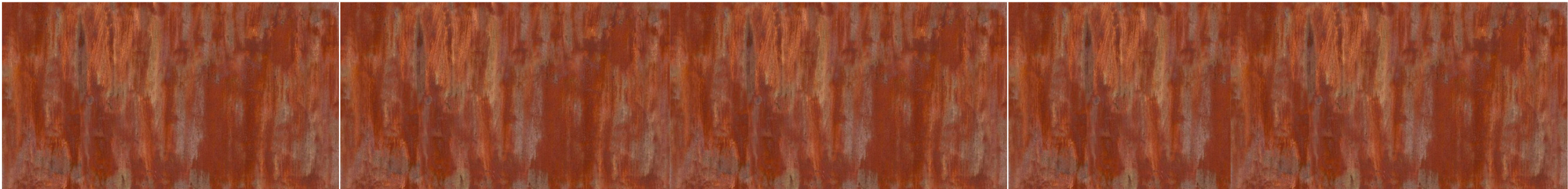


Porto Digital | Caruaru, Pernambuco, Brasil | 2014

DESENHOS TÉCNICOS não foram disponibilizados pelo Porto Digital

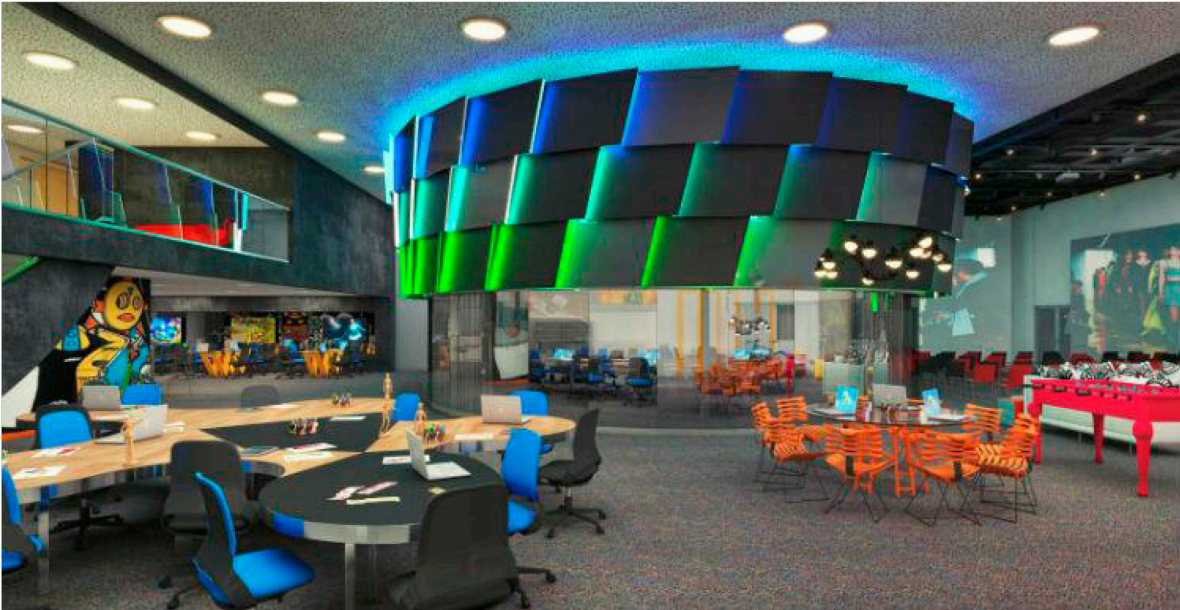


MOODBOARD / PAINEL SEMÂNTICO



ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE
CORRELATO REGIONAL

IMAGENS DO PROJETO



Tavares Duayer Arquitetura | Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil | 2016

MALHA
CORRELATO NACIONAL

CONTEXTO DA OBRA

O espaço existe para ser uma laboratório e estimular a troca e a experimentação entre profissionais de criação (...). Para a sede, foi escolhida um galpão de São Cristóvão, bairro histórico do Rio de Janeiro conhecido pelo seu potencial cultural e por abrigar muitas empresas e confecções de moda.

A Malha é fruto da parceria de André Carvalhal, escritor de “Moda Com Propósito” e Herman Bessler, CEO do Templo (um dos maiores coworkings do Brasil), que juntos, investigam espacialmente e conceitualmente um lugar voltado às indústrias criativas.

Segundo os arquitetos, o espaço físico destinado a receber a Malha, deveria refletir as questões colocadas acerca da sustentabilidade, novas formas de consumo e de se relacionar com o meio ambiente.

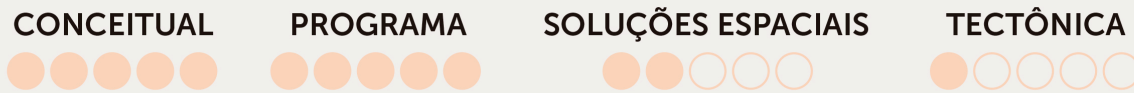
MATERIALIDADE, TÉCNICAS CONSTRUTIVAS E TEMPO DE EXECUÇÃO

Tirou-se partido de uma construção pré-existente: um galpão com pé direito de 9 metros, planta livre e telhas translúcidas, que permite a entrada de luz natural;

Utilização de container como elemento construtivo principal que possibilitaria a distribuição do programa pelo galpão, além de uma obra rápida e limpa. Foram utilizados 42 containers manufaturados, que criam volumes e espaços vazios a serem utilizados pelos usuários da Malha;

Além dos containers, foram utilizados materiais de baixo impacto ambiental e baixo custo, como o compensado de madeira e telhas metálicas e translúcidas, aplicadas nas fachadas internas.

INFLUÊNCIA DO CORRELATO NO MEU PROJETO



PROGRAMAÇÃO ARQUITETÔNICA: correlato x meu projeto

- Recepção;
- Fábrica compartilhada (cosewing);
- Estúdio fotográfico;
- Praça de convivência / eventos;
- Fashion LAB (laboratório de prototipação, corte a laser, etc.);
- Cozinha coletiva;
- Bar e restaurante;
- Escritórios;
- Sala multiuso;
- Estoques;
- Showroom.

O EDIFÍCIO E A MODA: relações conceituais e arquitetônicas

Qual a relação do edifício com a indústria de moda?

A Malha é maior espaço de coworking e cosewing (compartilhamento de fábrica) de moda do Brasil, e propõe repensar a moda, desde a sua concepção e produção até o consumo. O espaço conta com infraestrutura completa de maquinários e equipamentos, que dão suporte a novas marcas e jovens estilistas em início de carreira, possibilitando e favorecendo o encontro e o compartilhamento, entre marcas tradicionais e as que estão surgindo no mercado de moda.

Qual o diferencial do meu projeto em relação à Malha?

Enquanto a Malha surge instalada numa arquitetura já existente, tendo que adaptar os espaços de trabalho da cadeia de confecções ao restrito espaço de containers, meu projeto antecipa demandas e contempla os espaços de maneira adequada, num objeto arquitetônico que pensa a cidade, a arquitetura e os espaços de trabalho de maneira integrada, desde o início do projeto.

ANÁLISE : aspectos positivos e negativos do edifício

- | | |
|-------------------|--|
| Pontos positivos: | Conceito, planos de negócio e o programa bem resolvidos;
Abrigo de diferentes etapas da cadeia produtiva, pensando na sustentabilidade e reuso de materiais;
Aproveitamento da luz natural e criação de espaços de convivência; |
| Pontos negativos: | Estética e execução do projeto estão mais próximas de um espaço efêmero, do que um espaço que vá se perpetuar no local;
Qualidade espacial condicionada ao espaço de containers, pouco explorados no projeto, além do pouco apelo estético. |



Jakob + MacFarlane | Paris, Île-de-France, França | 2012

CONTEXTO DA OBRA

Construído em 1907, os armazéns gerais de Austerlitz eram usados como depósitos e contribuíram para o desenvolvimento do porto de Paris. De uma superfície útil de 36.000 m², o edifício em concreto armado constitui uma das principais docas parisienses modernas do século XX.

Em 2005, o projeto de reconversão em Cidade da Moda e do Design é atribuído à Dominique Jakob e Brendan MarcFarlane. O programa compreende o Instituto Francês de Moda, um clube, um local de exposições e manifestações, uma livraria, um restaurante, e um solário com terraço, comércios e serviços, além de uma cervejaria e um restaurante no térreo.

O edifício, devido à sua importância histórica e o simbolismo presente no volume arquitetônico, marca a paisagem parisiense, integrando-se à cidade e atraindo diferentes públicos ao longo do ano.

MATERIALIDADE, TÉCNICAS CONSTRUTIVAS E TEMPO DE EXECUÇÃO

Os arquitetos decidiram conservar as construções preexistentes revelando e evidenciando a estrutura de concreto, além disso, criaram um novo envelope, uma estrutura “leve” que recobre o edifício, feito em estrutura tubular em vidro e aço.

O novo revestimento deve-se à deformação da malha estrutural do edifício preexistente. Inspirados nas águas que correm ao longo do rio, essa estrutura transforma-se num percurso pietonal que permite explorar a construção do térreo até o terraço panorâmico.

A materialidade do concreto armado é reafirmada, evidenciando-se, assim como cria-se um novo elemento de linguagem (e forte presença visual) no edifício, em estrutura metálica.

INFLUÊNCIA DO CORRELATO NO MEU PROJETO



PROGRAMAÇÃO ARQUITETÔNICA: correlato x meu projeto

Escola de moda e design;
Grande hall para eventos e exposições (3.400m²);
Atelier (270m²);
Rooftop (600m²);
Galeria de atualidades (250m²);
Estúdios de trabalho e pequenos eventos (110m²);
Livraria / biblioteca de moda;
Bar e restaurante;
Comércios e serviços.

CITÉ DU DESIGN ET DE LA MODE
CORRELATO INTERNACIONAL

O EDIFÍCIO E A MODA: relações conceituais e arquitetônicas

Qual a relação do edifício com a indústria de moda?
A Cidade do Design e da Moda, conhecido como “les Docks” é um lugar aberto ao público e há como vocação a descoberta de jovens talentos, jovens criadores, etc, sensíveis ao design e à arquitetura. Nesse espaço, funciona o Instituto Francês de Moda, com atividades da Escola de Moda de Paris, abrigando atividades que vão desde exposições, desfiles e moda e feiras do setor. Além disso, conta com laboratórios de costura e biblioteca destinada à moda e design.

Qual o diferencial do meu projeto em relação à Cidade do Design e da Moda?
Situado na “capital da moda”, o Les Docks está situado num contexto socioeconômico, político e geográfico totalmente diferente do meu objeto arquitetônico. O interesse por esse projeto está associado a entender como se organiza espacialmente e programaticamente a Escola de Moda de Paris, uma das mais importantes para o setor. Para o meu projeto, adoto algumas soluções espaciais, como salas de aula e espaço expositivo.

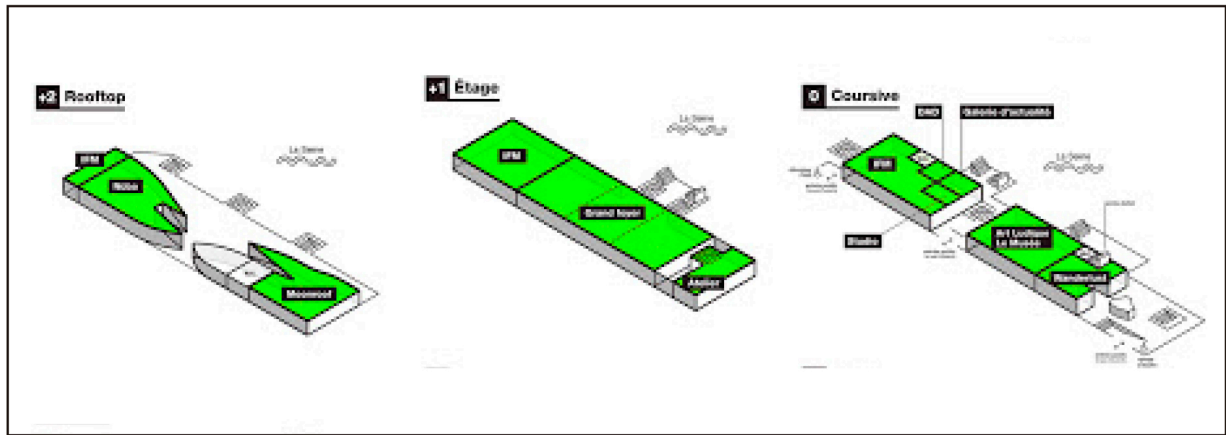
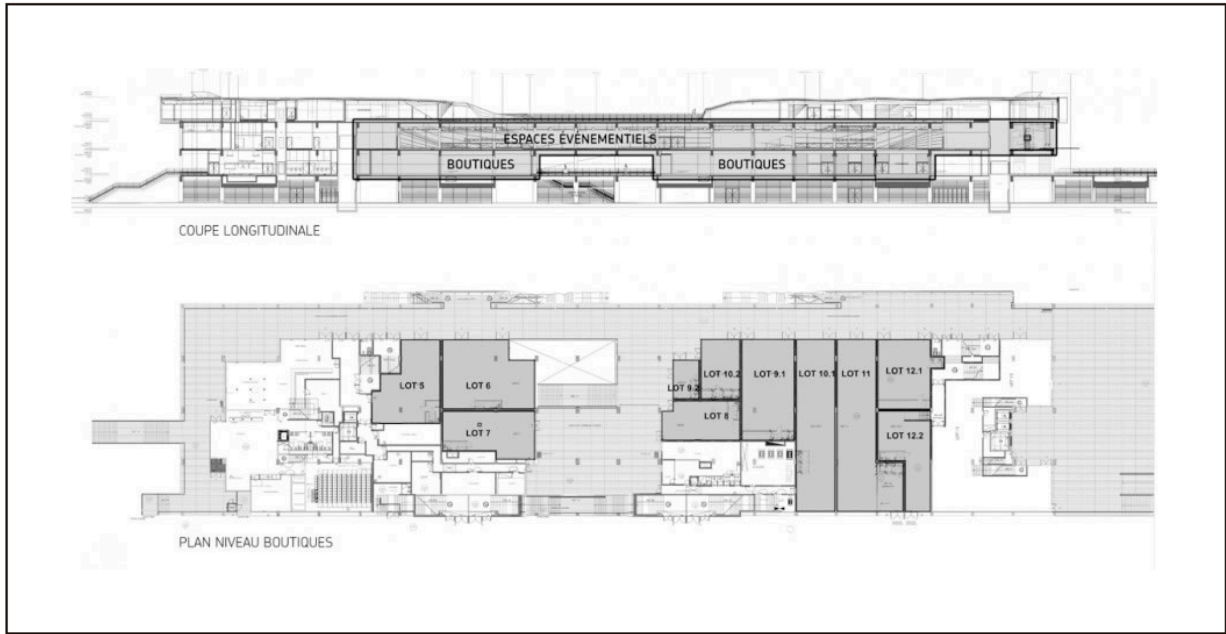
ANÁLISE : aspectos positivos e negativos do edifício

Pontos positivos:	Edifício marcante no contexto onde está inserido (criação de uma imagem/símbolo); Integração do edifício com a cidade (na arquitetura, em si, e no fato de ser aberto e gratuito ao público); Criação de áreas de lazer comuns para os cidadãos e os usuários do edifício (alunos, professores, estilistas, etc).
Pontos negativos:	O edifício não funciona (aulas, cursos de moda, etc.) em todos os meses do ano;

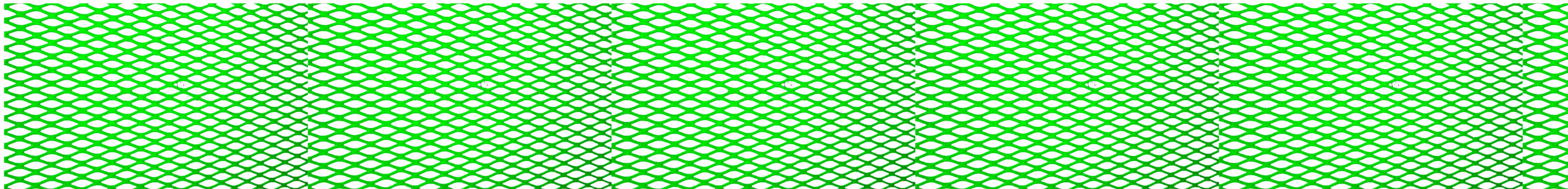


Jakob + MacFarlane | Paris, Île-de-France, França | 2012

DESENHOS TÉCNICOS

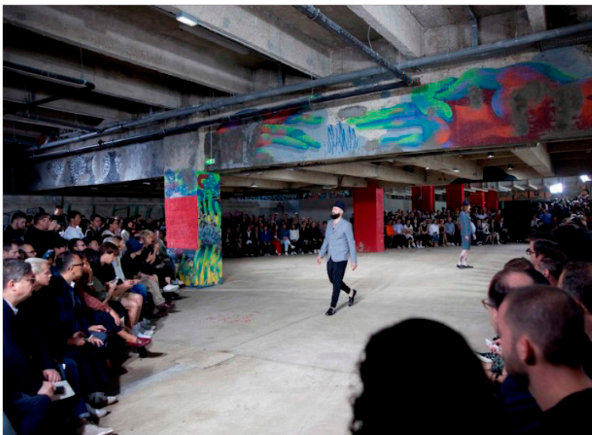
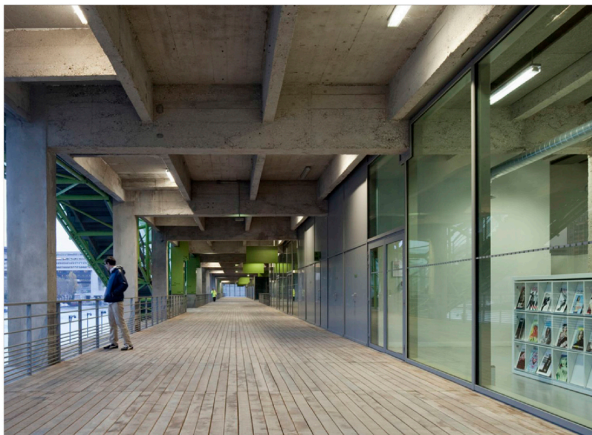


MOODBOARD / PAINEL SEMÂNTICO



CITÉ DU DESIGN ET DE LA MODE
CORRELATO INTERNACIONAL

IMAGENS DO PROJETO



Moda, arquitetura, diálogos e angústias de um jovem arquiteto em formação.

O trabalho apresentado, conforme dito desde o início, tem como principal interesse correlacionar arquitetura de espaços de trabalho e a indústria de moda. No início do amadurecimento dessa ideia, ao comentar com outras pessoas que o meu tcc se tratava de um coworking de moda, muitas vezes, eu recebi olhares estranhos, com um certo repúdio.

Alguns pensavam somente na palavra MODA e associavam imediatamente a algo fútil, menos relevante e acessível a poucos. Eu sentia, direta ou indiretamente, que as pessoas tinham uma certa dúvida sobre a pertinência do meu tema, em especial por se tratar de um trabalho de conclusão de curso de arquitetura.

Na verdade, o que observamos após a leitura deste tcc, é que mesmo quando pensamos em moda associada ao alto luxo, às grandes grifes internacionais, ou ao majestosos desfiles em Paris, não podemos esquecer que a moda não está distante de nós, ela está presente no dia a dia de cada indivíduo que compra desde uma camiseta básica, até o mais elegante vestido de festa.

A indústria da moda, é a segunda maior empregadora da indústria de transformação do país. É através da moda que todo lar em Santa Cruz do Capibaribe tem o seu sustento, no fim do mês. Nesta cidade do agreste pernambucano, é vendendo roupas (ou participando de qualquer outra etapa da produção de confecções) que as pessoas têm o seu "ganha pão".

Embora complexa do ponto de vista ético, moral, de gênero e raça, é inegável o quanto essa indústria é simbólica e importante para a economia brasileira.

Enquanto arquiteto apaixonado por moda, utilizo o meu trabalho para responder a questões e demandas específicas de um lugar, um terreno, um programa de necessidades e implicações técnicas e bioclimáticas individuais da cidade de Santa Cruz do Capibaribe.

Porém, entretanto, todavia, o papel do arquiteto vai muito além de responder a demandas técnicas, um programa de necessidades e um orçamento.

O arquiteto é peça chave na construção da cidade, seja projetando-a, traçando desenho urbano, seja criando os edifícios que se farão presentes e que irão dialogar com o cotidiano da urbe.

Mas, o arquiteto, por si só, não é a resposta para os problemas do agora. Tão pouco a arquitetura não é o caminho que vai mudar o mundo. Este, só será realmente transformado se tivermos a tolerância, o respeito e a atenção voltada para os cidadãos do mundo, se tivermos olhando para (e colaborando na vida) das pessoas.

Através da minha arquitetura, apresentada neste TCC, eu dialogo com as pessoas de Santa Cruz do Capibaribe, em especial aquelas que trabalham com confecções, na cidade. Foi para elas que eu destinei o meu olhar, interpretando e visitando os espaços de trabalho de maneira coerente, coesa e pautada em como eu acredito que esses espaços para a indústria da moda devem ser.

Ao longo da pesquisa, que me acompanha há anos, por se tratar de um assunto o qual eu sou realmente apaixonado, pude perceber que a indústria de moda é totalmente diferente, na prática, daquele luxo e glamour que novelas, filmes e vídeos nas redes sociais costumam mostrar.

Essa indústria, esconde atrás de plumas e paetês, uma série de incoerências e de desrespeitos à dignidade humana, onde em alguns casos, trabalha-se de modo análogo a escravidão, sem qualidade de vida.

Mas tapar o sol com a peneira não é qualidade específica da indústria de moda. Essa atitude também faz parte do universo da arquitetura.

Quantas vezes a expectativa criada acerca de um arquiteto e das publicações especializadas em arquitetura não esconderam práticas irresponsáveis, anti éticas e de exploração de funcionários? Quantas vezes não projetamos espaços onde um móvel especificado custa 20x mais do que aquilo que recebemos pela nossa mão de obra?

Este trabalho de conclusão de curso, me fez refletir e ampliar o meu panorama para a realidade de profissionais da indústria criativa no Brasil, e para apresentar a minha visão sobre arquitetura, mostrando que alguns tabus merecem ser discutidos e encarados de frente.

Não, caro leitor, a moda não é fútil como parece ser. A arquitetura, não, não é resposta nem solução para os problemas do mundo. Mas ela pode, sim, ser ferramenta na escrita de novas narrativas, na construção de novas histórias.

Esta foi a minha visão, o meu parágrafo na história da cidade de Santa Cruz do Capibaribe, a minha narrativa sobre a moda no Brasil, e como ela pode, sim dialogar com a arquitetura.

Um novo mundo e uma moda nova são possíveis. Novos caminhos se abrem, e é importante estar atendo, forte, pronto para aprender, transformar e fazer a diferença.

Se o Niemeyer dizia que a vida é o sopro, 2020, o ano infinito, deixa claro que sim, a vida é realmente um sopro. O nosso celebrado arquiteto estava certo: a vida é um sopro, mas nossas escolhas têm consequências eternas.

Que saibamos refletir ao tomar decisões eternas, e que sigamos fortes com nossas escolhas. Cada vez mais, elas se fazem presentes no nosso dia a dia, e repercutem no nosso futuro.

Em um ano de incertezas, dúvidas e falta de esperança, só a poesia, a arte e a cultura podem nos servir de consolo. mais do que nunca. Porque:

**Tudo é perigoso
Tudo é divino maravilhoso
Atenção para o refrão
É preciso estar atento e forte
Não temos tempo de temer a morte**



