

CENTRO UNIVERSITÁRIO FAG
AMANDA CAROLINA FAVORETO

**FUNDAMENTOS ARQUITETÔNICOS: ARQUITETURA E DESIGN: UM NOVO
CONCEITO GASTRONÔMICO DE BODEGA E RESTAURANTE PARA
CASCAVEL-PR**

CASCAVEL

2020

CENTRO UNIVERSITÁRIO FAG
AMANDA CAROLINA FAVORETO

**FUNDAMENTOS ARQUITETÔNICOS: ARQUITETURA E DESIGN: UM NOVO
CONCEITO GASTRONÔMICO DE BODEGA E RESTAURANTE PARA
CASCAVEL-PR**

Trabalho de Conclusão do Curso de
Arquitetura e Urbanismo, da FAG,
apresentado na modalidade Projetual, como
requisito parcial para a aprovação na
disciplina: Trabalho de Curso: Qualificação .

Professor Orientador: Cássia Rafaela Brum de
Souza

CASCAVEL

2020

CENTRO UNIVERSITÁRIO FAG
AMANDA CAROLINA FAVORETO

**FUNDAMENTOS ARQUITETÔNICOS: ARQUITETURA E DESIGN: UM NOVO
CONCEITO GASTRONÔMICO DE BODEGA E RESTAURANTE PARA
CASCAVEL-PR**

Trabalho apresentado no Curso de Arquitetura e Urbanismo, do Centro Universitário Assis Gurgacz, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Arquitetura e Urbanismo, sob a orientação da Professora Cássia Rafaela Brum de Souza.

BANCA EXAMINADORA

Professora Orientadora
Centro Universitário Assis Gurgacz
Profª Arqª Mª Cássia Rafaela Brum de Souza

Professora Avaliadora
Centro Universitário Assis Gurgacz
Profª Arqª Daniele Brum de Souza

Cascavel/PR, 02 de junho de 2020

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo fundamentar teoricamente pontos importantes para a execução de uma proposta projetual de uma bodega para cidade de Cascavel - Paraná.

O problema de pesquisa foi: É possível desenvolver um projeto para um restaurante/bodega, que una design, identidade visual, arquitetura e conforto desde o princípio? A partir do problema, foi formulada uma hipótese, que frisou a importância de alinhar os 4 pilares analisados e desenvolvidos em conjunto, para o melhor desempenho do projeto. Justifica-se o tema proposto através da necessidade de desenvolver um estabelecimento que traga uma experiência diferenciada para o público de Cascavel-PR, englobando diversas áreas projetuais e criativas. Assim posto, elaborou-se uma pesquisa analisando os quatro principais pilares da arquitetura, que são: história e teorias, projeto arquitetônico, planejamento urbano e regional e tecnologia da construção, a fim de auxiliar o desenvolvimento e entendimento da proposta projetual.

Desta forma, a proposta tem como objetivo principal desenvolver projeto de uma Bodega com uma cantina para cidade de Cascavel - Paraná, utilizando quatro pilares de base, que são: design, identidade visual, arquitetura e conforto, alinhando-os da melhor forma para o alcance da excelência e um atrativo diferenciado para a cidade.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Benefícios ambientais do LEED	12
Figura 02: Benefícios econômicos do LEED	13
Figura 03: Benefícios sociais do LEED	13
Figura 04: Restaurante Garden Hotpot - Chengdu, China	15
Figura 05: Restaurante Garden Hotpot - Chengdu, China	16
Figura 06: Grand Park Hotel - Rovinj, Croácia	17
Figura 07: Grand Park Hotel - Rovinj, Croácia	17
Figura 08: Interior do Grand Park Hotel - Rovinj, Croácia	18
Figura 09: Interior da Adega "El castillo" - Villada, Itália	19
Figura 10: Interior da Adega Santiago Rio - Rio de Janeiro, Brasil	20
Figura 11: Interior do Restaurante Seen - São Paulo, Brasil	21
Figura 12: Interior do Restaurante Seen - São Paulo, Brasil	21
Figura 13: Logo IMÃ Brands	22
Figura 14: How we do - IMÃ Brands	23
Figura 15: Site Live Fresh Market	23
Figura 16: Instagram Live Fresh Market	24
Figura 17: Restaurante Olga Nur - Curitiba, Brasil	26
Figura 18: Restaurante Olga Nur - Curitiba, Brasil	26
Figura 19: Vinícola Zuccardi - Vale do Uco, Mendoza	27
Figura 20: Restaurante Kemuri Shanghai - Xangai, China	28
Figura 21: Cascavel dentro do Paraná	29
Figura 22: Bairro Country em relação à Cascavel-PR	30
Figura 23: Bairro Country em relação à Cascavel-PR	31
Figura 24: Pontos importantes Bairro Country	31
Figura 25: Características do terreno	32
Figura 26: Zoneamento do terreno	33
Figura 27: Zoneamento do terreno	33
Figura 28: Principais vias de acesso ao terreno	34
Figura 29: Desnível do terreno	35
Figura 30: Programa de necessidades	36
Figura 31: Fluxograma	36

LISTA DE SIGLAS:

LEED: Leadership in Energy and Environmental Design (Liderança em Energia e Design Ambiental)

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	1
1.1 TEMA/ASSUNTO	1
1.2. JUSTIFICATIVA	1
1.3 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA	1
1.4 FORMULAÇÃO DA HIPÓTESE	1
1.5 OBJETIVOS	2
1.5.1 Objetivo geral	2
1.5.2 Objetivos específicos	2
1.6 MARCO TEÓRICO	2
1.7 ENCAMINHAMENTO METODOLÓGICO	3
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	4
2.1 HISTÓRIA E TEORIAS	4
2.1.1 A relação entre o lazer, a sociedade e arquitetura	4
2.1.2 A Cultura Gastronômica	5
2.1.3 Bodegas e cantinas no enoturismo	6
2.2 PROJETO ARQUITETÔNICO	7
2.2.1 O design como ponto de partida	7
2.2.2 Unindo o marketing e identidade visual à arquitetura	8
2.3 PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL	9
2.3.1 Breve história do urbanismo	9
2.4 TECNOLOGIA DA CONSTRUÇÃO	11
2.4.1 Sustentabilidade e o futuro	11
Figura 01: Benefícios ambientais do LEED	12
Figura 02: Benefícios ambientais do LEED	13
2.4.2 Arquitetura bioclimática	14
3 CORRELATOS	15
3.1 O TRATAMENTO DA ÁREA DE PRESERVAÇÃO	15
Figura 04: Restaurante Garden Hotpot - Chengdu, China.	15
Figura 05: Restaurante Garden Hotpot - Chengdu, China.	16
3.2 PARTIDO ARQUITETÔNICO DA FACHADA	16
Figura 06: Grand Park Hotel - Rovinj, Croácia.	17
Figura 07: Grand Park Hotel - Rovinj, Croácia.	17
Figura 08: Interior do Grand Park Hotel - Rovinj, Croácia.	18
3.3 QUANTO AOS ESPAÇOS DIRECIONADOS A GASTRONOMIA	18
3.3.1 Cantinas e seu acolhimento tridimensional	19

Figura 09: Interior da Adega "El castillo" - Villada, Itália	19
3.3.2 Restaurante como mirante	19
Figura 10: Interior da Adega Santiago Rio - Rio de Janeiro, Brasil	20
Figura 11: Interior do Restaurante Seen - São Paulo, Brasil.	21
Figura 12: Interior do Restaurante Seen - São Paulo, Brasil.	21
3.4 O ALINHAMENTO DA IDENTIDADE VISUAL COM O PRODUTO FINAL	22
Figura 13: Logo IMÃ Brands.	22
3.4.1 Quanto ao processo projetual	22
Figura 14: How we do - IMÃ Brands.	23
3.4.2 Exemplificando o olhar macro à experiência	23
Figura 15: Site Live Fresh Market.	23
Figura 16: Instagram Live Fresh Market.	24
3.5 QUANTO AO ARMAZENAMENTO, ADEGA E CONSUMO DE VINHOS	25
3.5.1 Bodegas e adegas	25
Figura 17: Restaurante Olga Nur - Curitiba, Brasil.	26
Figura 18: Restaurante Olga Nur - Curitiba, Brasil.	26
Figura 19: Vinícola Zuccardi - Vale do Uco, Mendoza.	27
3.6 QUANTO AO CONFORTO VISUAL E ERGOMÉTRICO	27
Figura 20: Restaurante Kemuri Shanghai - Xangai, China.	28
4. DIRETRIZES PROJETUAIS	28
4.1 O MUNICÍPIO DE CASCAVEL PR	29
4.2 O BAIRRO COUNTRY	30
4.3 AS CARACTERÍSTICAS DO TERRENO ESCOLHIDO	32
4.3.1 Análise quanto ao zoneamento	32
4.3.2 Quanto às vias principais e fachadas	33
4.3.2 Quanto ao desnível	34
4.4 PROGRAMA DE NECESSIDADES	35
4.5 FLUXOGRAMA	36
CONSIDERAÇÕES PARCIAIS	37
REFERÊNCIAS	37

1 INTRODUÇÃO

1.1 TEMA/ASSUNTO

O presente projeto abordou o assunto Cantina e Bodega, no tema Restaurante, lazer e afins.

1.2. JUSTIFICATIVA

Justificou-se o presente projeto na necessidade de um desenvolver um estabelecimento que traga uma experiência para o público de Cascavel-PR, englobando diversas áreas projetuais e criativas.

1.3 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA

O problema da pesquisa foi: É possível desenvolver um projeto para um restaurante/bodega, que una design, identidade visual, arquitetura e conforto desde o princípio?

1.4 FORMULAÇÃO DA HIPÓTESE

A partir do problema acima exposto, acredita-se que sim, e o mesmo será apresentado a partir dos 4 pilares analisados e desenvolvidos em conjunto, alinhados, para o melhor desempenho do projeto, resultando em uma proposta projetual.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo geral

Desenvolver projeto de uma Bodega com uma cantina para cidade de Cascavel-PR, utilizando 4 pilares de base, que são: design, identidade visual, arquitetura e conforto.

1.5.2 Objetivos específicos

- Realizar pesquisas através de referencial teórico;
- Pesquisar obras correlatas;
- Apresentar o terreno escolhido para aplicação do projeto
- Elaborar programa de necessidades conforme tema proposto;
- Desenvolver proposta projetual;

1.6 MARCO TEÓRICO

Segundo o professor de Design thinking da ESPM, Tennyson Pinheiro, quando alinhamos a experimentação, ideias e referências nas fases iniciais de um projeto, damos um grande passo em direção a diminuir riscos de insucesso e aumentar consideravelmente suas chances de causar um impacto maior na vida das pessoas com a solução final, ou seja, quando um serviço, projeto ou produto é pensado desde o começo aliando os pilares criativos, mais chances ele tem de se tornar um empreendimento/ produto de sucesso. “Quando um produto ou serviço é inovador ele causa impacto na vida das pessoas e transforma para sempre a forma de essas pessoas viverem e trabalharem” (PINHEIRO, 2012).

1.7 ENCAMINHAMENTO METODOLÓGICO

Na resolução do problema da pesquisa, e visando o atendimento do objetivo geral e específicos, será utilizado diversos encaminhamentos metodológicos, como: bibliografias, artigos, mapas municipais, geoportal e correlatos de obras com o mesmo fim do presente projeto.

Segundo, Kowaltowski et al. (2016) descrição de um projeto de necessidades é o ponto de partida para o as ideias começaram se tornar palpáveis. Assim, a partir de um local escolhido para a implantação do projeto temos auxílio de desenhos. Segundo Doris (2006) O projetista é responsável para analisar e estudar as condições e potenciais do projeto no processo criativo. Essa análise demanda de diversas plataformas, como: desenhos, correlatos, discussões, opiniões.

"O princípio da solução criativa de problemas é alternar fases convergentes e divergentes de pensamento, nas quais ocorrem oito etapas: analisar a situação; reconhecer um problema; fazer suposições; gerar alternativas; escolher uma alternativa; implementar a solução; e controlar." (TREFFINGER, 2003, s/n)

O projeto arquitetônico é um conjunto de métodos de decisão do indivíduo responsável pelo projeto e da necessidade imposta pelo cliente. Segundo Rosso (1980) pode utilizar a descrição verbal, gráfica ou simbólica, diversos mecanismos de informação, para antecipar analiticamente um modelo e seu comportamento.

Na arquitetura, a criatividade é o ponto chave de todo processo, mesmo que pareça ter uma regra entre os arquitetos, projetistas e designers. Os métodos de design foram criados para ter uma estrutura a ser seguida como base para a tomada de decisões entre o processo e o seu objetivo. Segundo Kowaltowski (1993) é muito difícil padronizar o processo criativo, cabe ao criador definir métodos que se encaixe com sua forma de trabalhar.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O presente capítulo abordará alguns temas referentes aos quatro pilares da arquitetura, que consistem em: história e teorias, projeto arquitetônico, planejamento urbano e tecnologia da construção, buscando assim fundamentar e contextualizar o trabalho a fim de que o trabalho seja compreendido de uma forma sequencial e completa.

2.1 HISTÓRIA E TEORIAS

Neste título será abordado principalmente a história das sociedades anteriores buscando analisar e compreender como o lazer e os costumes de cada grupo influenciaram a arquitetura.

2.1.1 A relação entre o lazer, a sociedade e arquitetura

A arquitetura é e sempre foi ditada pelos costumes, crenças e necessidades humanas. Cada período histórico carregou consigo algum momento da arquitetura. Rompe-se períodos arquitetônicos assim como rompe-se períodos históricos. As formas de lazer vão se adequando conforme as sociedades evoluem. Na Roma antiga as obras ovais eram imprescindíveis para o lazer da população, podemos citar como exemplo o Coliseu, que tinha o objetivo de entreter o público com combates, jogos e apresentações. Segundo Christianne Dumazedier, “[...] As relações entre o lazer e as obrigações da vida cotidiana e as existentes entre as funções de lazer, umas com as outras, determinam de certo modo uma participação crescente e ativa na vida social e cultural.” (DUMAZEDIER, 1973, p. 35).

Diante do contexto do período contemporâneo podemos analisar características da sociedade atual. O lazer que conhecemos hoje se deve principalmente à revolução industrial: quando o trabalho era tanto que a sociedade começou a necessitar do tempo de descanso e para isso, precisava-se de locais destinados ao lazer e após o interesse de muitos pesquisadores no

assunto, notou-se que o ser humano necessita de momentos de lazer para se sentir mais feliz e menos exausto.

"Devido ao processo de industrialização e modernização, as relações sociais sofreram profundas transformações. Trabalho e lazer assumem neste momento uma nova ordem através de intenso controle social via novos domínios, no intuito de garantir a lógica do capital atualizada ao modelo “cool” contemporâneo, que se interpreta a partir do sujeito que a tudo se molda rapidamente, assumindo-se como atualizado, antenado, conectado, “no último”". (MARTINS, 2013, p.141)

É comum que a depois de algum grande acontecimento da sociedade os costumes e necessidades mudem. Segundo o teórico Charles Jencks (1985), a sociedade num total tenta encontrar um ponto de homogeneidade, assim como os modernistas estabeleceram alguns parâmetros construtivos, por exemplo.

2.1.2 A Cultura Gastronômica

Primeiramente é necessário conceituar a palavra cultura. De acordo com (CANEDO, 2009) a cultura é totalmente multidisciplinar, pode ser estudada por diversos setores como: política, história, artes, arquitetura, economia... De certa forma cultura significa um grupo criar uma forma autêntica de viver, adequar suas necessidades ao lugar que está inserido, assim criando tradições, costumes e características próprias.

A gastronomia por sua vez, está diretamente ligada à cultura, ela pode facilmente se tornar o atrativo turístico de um determinado local associando a história de seus habitantes com a tradição alimentar.

"A alimentação pode ser considerada um fato social, pois contém em si um conjunto infinito de significados intimamente relacionados com a vida humana, pessoal e social. A comida é um elemento construído socialmente, uma vez que é precisamente dentro da sociedade que adquire valor." (FRANZONI, 2016, p. 07)

Diversos valores culturais estão relacionados a gastronomia, segundo Brillat-Savarin (1995), a gastronomia não está somente ligada aos gostos e prazeres palatais, mas também à história do homem, conseqüentemente a história da sociedade. Desta forma, cultura gastronômica se faz extremamente presente quando debatemos a projeção do lazer em ambientes como restaurantes, bodegas e afins.

A evolução não pode esquecer as origens da cultura. A partir do momento que visitamos um restaurante e esperamos comer determinado tipo de comida, viver determinado tipo de experiência e aproveitar o local, estamos vivendo uma experiência cultural gastronômica.

De acordo com o filósofo italiano Nicola Perullo (2010), a experiência gastronômica possui diversas faces, a percepção, memória afetiva, imaginação, criatividade e isso tudo depende da subjetividade do indivíduo com a subjetividade de um grupo determinado, seja ele habitantes de uma cidade bem como outros grupos específicos. Desta forma, duas pessoas nunca terão uma mesma experiência.

2.1.3 Bodegas e cantinas no enoturismo

Sabe-se que ao longo da história o vinho fez parte das sociedades mais antigas, principalmente na Europa, por ter grandes vinícolas e ter isso como base de seu sustento. Os pequenos vilarejos romanos foram os primeiros lugares a terem espaços destinados a produção e armazenamento de vinho, onde a arquitetura poderia ser considerada vernacular, o que significa que materiais, métodos construtivos e técnicas tradicionais da região eram utilizados. Segundo Veloso (2013, p. 37) O enoturismo, é um segmento da atividade turística concentrado na cultura do vinho, modificado também nas vertentes ambientais, culturais e gastronômicas das regiões.

Desde a idade média existem esses espaços destinados ao vinho. Enquanto o termo "vinícola" se refere ao espaço em que o vinho é produzido, com os vinhedos, equipamentos para a produção do vinho, o termo "bodega" refere-se ao armazenamento e venda dos mesmos, buscando remeter ao seu local de produção.

"O Enoturismo também designado por Turismo do Vinho e Turismo Enológico une o turismo com a indústria vinícola já desde o século XX pela Europa, como França, Espanha e Itália. Onde a actividade de produzir e a de comercialização do vinho, são actividades associadas aos sectores primário e secundário, e o turismo associado à indústria terciária ou dos serviços" (Carlsen, et al., 2006, *apud*, p. 37 Miranda, 2019).

De acordo com Miranda (2019, p. 40), "No contexto vinícola a arquitectura ganhou elevada importância, e os produtores de vinho compreenderam que era de facto importante a preservação e a requalificação da arquitectura histórica, investindo assim na recuperação e na renovação das suas adegas e das suas quintas, incluindo ou não a construção de novos equipamentos." Quando se pensa em vinho é quase natural remeter a boa gastronomia, e é isso que nos traz as cantinas. Cantinas são geralmente associadas a gastronomia italiana, remete-se a um lugar aconchegante, onde é servida a tradicional comida da região.

2.2 PROJETO ARQUITETÔNICO

Este título tem o objetivo de discorrer sobre os métodos projetuais que serão tomados como base para a execução do projeto arquitetônico em questão.

2.2.1 O design como ponto de partida

Que cada um tem sua forma de projetar não é novidade, porém existem diversas maneiras de dar início a uma ideia. O longo processo entre a criação e execução torna o caminho muito individual e inerte à quem projeta. Entende-se necessário eleger um ponto de partida, no caso deste projeto foi o design.

"Poucas palavras são tão associadas ao campo do design quanto o termo inovação. Uma pesquisa no mecanismo de busca oferecido por inúmeras bases de dados científicos indica que a palavra inovação possui mais referências cruzadas com design que outros termos amplamente divulgados formal ou informalmente nessa mesma área, como estética, ergonomia, usabilidade, marca ou, mesmo, criatividade." (Pinheiro, 2004, p. 01)

A inovação que o design propõe é ponto chave para o sucesso de um produto/empreendimento diferenciado e que se destaque dos demais. Com a sociedade contemporânea se torna cada dia mais difícil inovar, o mercado exige uma visão mais macro do problema e alternativas simples e ao mesmo tempo que carreguem uma complexidade que é sustentada pela criatividade e design inovador. Segundo Burdek (2006) A vida da maioria das pessoas não mais imaginável sem o design. Ele nos segue de manhã até de noite: na casa, no trabalho, no lazer, na educação, etc.

O design proporciona uma junção da tecnologia, arte e ciência na percepção e resolução de problemas decorrentes de um produto/projeto. No exterior o design é muito comum em diversos setores criativos como: moda, mobiliário, interfaces, entre outros. Ele causa uma sensação de pertencimento ao projeto visto que ele é concebido unicamente para seus usuários. O objetivo principal do design é promover a inovação e gerar resultados surpreendentes tanto no âmbito prático e ergonômico quanto no âmbito visual. Segundo a fala

De acordo com o O Conselho Internacional das Organizações de Design Industrial (ICSID), o design aborda principalmente produtos e serviços que englobam organização, ferramentas, criatividade e lógica. O design apresenta uma característica criativa, que soluciona e inova, e em conjunto com a arquitetura pode ter como resultado final algo esteticamente agradável, funcionalmente pensado e elevado a produção de mídias e marketing corretas para que alcance o fim desejado.

2.2.2 Unindo o marketing e identidade visual à arquitetura

Segundo Strunk, 1989 *apud* SILVA, 2012, p. 36) "A identidade visual é o conjunto de elementos formais que representa visualmente, e de maneira sistematizada, um nome, ideia, ideologia, produto, empresa, instituição ou serviço" Ao olhar ao nosso redor, podemos facilmente nos depararmos com uma quantidade assustadora de meios de comunicação: vídeos, mídias digitais, notícias, propagandas, etc. O planeta comunica-se desde os primórdios da cultura em sociedade por meio de símbolos. Símbolos que hoje auxiliam na identificação de algum lugar, marca, time e assim por diante.

Pela identidade visual, o invisível torna-se visível. Com a criação de um nome e a incorporação de um design se materializa a identidade conceitual. Por meio dos elementos visuais outorga-se uma personalidade à marca, fazendo com que ela se diferencie das outras. Deste modo, a identidade visual é um sistema que proporciona unidade e identidade a uma empresa, a um grupo ou uma instituição, bem como a seus produtos ou serviços. (VÁSQUEZ, 2007, p.206)

"O design tem sido muito discutido no mundo contemporâneo, principalmente na sua área de atuação, por ser uma profissão que nasceu discutindo a importância da arte dentro da manufatura e, atualmente, discute a melhora deste produto para o usuário. Antigamente as indústrias fabricavam os produtos e quem o utilizava que se adaptava a ele. O design inverte esta lógica, fazendo com que o produto fosse projetado para o usuário e que o setor produtivo se adequasse para produzi-lo." (SILVA, 2012, p.20)

É de suma importância entender o porque do alinhamento desses diversos pontos projetuais. Basicamente a identidade visual unida ao design busca explorar os sentidos humanos, tornando a experiência diferente e instigante. Wheller (2009, p.36) afirma que "o bom alinhamento entre as áreas criativas do marketing alimenta o reconhecimento do usuário no seu produto, pois, além de apresentar características singulares traz a sensação de uma atenção aos mínimos detalhes."

2.3 PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL

Neste tópico, transcorre-se sobre as nuances urbanas na cidade, buscando contextualizar o planejamento urbano e brevemente quais os impactos prévios que uma edificação implicaria no entorno imediato.

2.3.1 Breve história do urbanismo

Sabe-se que o surgimento do urbanismo aconteceu logo após a revolução industrial era óbvia a necessidade de solucionar problemas ocasionados pela nova forma de viver que a

revolução proporcionou: as cidades eram pólos industriais habitados precariamente pelos trabalhadores e as áreas rurais e afastadas eram as moradias da burguesia. Ao tratar do urbanismo Ultramari (2009, p. 07) afirma que "pertencem a esse período experiências marcantes na história da cidade, algumas delas ainda desprovidas do necessário conhecimento do fenômeno urbano e, sobretudo, de suas características sociais, econômicas, políticas e ambientais".

O preceito das cidades, tecnicamente, giram em torno da evolução e riqueza advindos dos valores éticos, sócio-espaciais e filosóficos da época e sociedade que se analisa. Bonet (1989) frisa que o urbanismo não deve ser apenas debatido por um ponto de vista técnico e espacial, ele deve ir a fundo, buscando características morfológicas, sociais e históricas.

Se torna essencial durante o longo processo do planejamento urbano, uma correta interpretação da qualidade dos espaços, garantindo que a população se beneficie da melhoria da qualidade de vida, alinhando as funções ecológicas, recreativas, estéticas, etc. (RODRIGUEZ, 2012).

"Se o conceito de urbanismo há muito se confirma como o de uma ciência crítica à sociedade sobre a qual atua (ora propondo novas cidades, ora reformulando partes das existentes), suas ferramentas se limitam tão-somente a alterar o concreto. Mais importante que seu criador, o urbanista é seu objeto criado, a nova cidade; esta sim capaz de tudo mudar. Ao se criar o objeto, delega-se ao mesmo a tarefa de mudar a sociedade. O fracasso de inúmeras tentativas urbanísticas, diferentes no desenho da cidade proposta, mas similares na indiferença em relação à permanência de antigas relações socioeconômicas, confirmam essa idéia." (ULTRAMARI, 2009, p.14)

Desde o princípio da humanidade os seres humanos construíram suas próprias casas, e desde então já tinham a intenção de constituir um local que torna-se a vida de todos - como sociedade - mais fácil, De acordo com Rossi (2001), A arquitetura com certeza está ligada aos princípios de civilização, não só na sua organização mas na sua busca pela beleza estética, visando proporcionar espaços coletivos e uma melhor vivência da vida civil.

2.4 TECNOLOGIA DA CONSTRUÇÃO

O objetivo deste título é apresentar materiais e tecnologias da construção que deverão estar presentes na infraestrutura do projeto, não só como meio de chegar ao resultado final mas como forte característica do projeto em si.

2.4.1 Sustentabilidade e o futuro

Uns dos assuntos mais debatidos da atualidade é a sustentabilidade. Estamos vindo de uma geração que se preocupa com o meio ambiente. Muitos debates são trazidos à tona neste assunto, o desenvolvimento tecnológico está acompanhando esse crescimento da preocupação com a sustentabilidade, desde o projeto na sua concepção, passando pela obra, e finalizando no seu uso, com tecnologias de energias renováveis, por exemplo.

"Você precisa mesmo antes de iniciar o projeto identificar oportunidades para a sinergia entre disciplinas e sistemas de edificação. Entre essas oportunidades estão os sistemas relacionados à energia (condições do lote, orientação, envoltória, iluminação, conforto térmico, equipamentos, parâmetros operacionais) e água (demandas de água, processos de suprimento)." (UGREEN, 2012)

A revolução industrial, mais uma vez, teve papel importantíssimo na mudança de hábitos da população. O grande boom tecnológico marcou a época e promoveu um grande aumento no uso de recursos naturais, resultando assim em um grande impacto ambiental ocasionado por atividades humanas. (ZAMBRANO, 2008). Ou seja, se torna cada vez mais imprescindível a preocupação dos edifícios em serem auto-sustentáveis e ecológicos.

Diversos setores tiveram de se aprimorar para de certa forma respeitar o espaço construído, tanto a construção civil, como a arquitetura são algumas das atividades que geram

mais impacto ambiental, principalmente na sua construção. A Partir deste fato foi necessário arregimentar diretrizes fundamentais para um edifício em todo seu tempo de vida, ou seja, desde a construção até seu uso final. Para isso foram criadas as LEED's (Leadership in Energy and Environmental Design). Segundo SANTOS (2014, p. 02) "A LEED é a certificação sustentável mais conhecida e aceita no Brasil. Os empreendimentos que adotam essa certificação têm vantagens como a redução de custos operacionais, de água, de energia, além da valorização do imóvel."

"A certificação LEED possui 7 dimensões a serem avaliadas nas edificações, todas elas possuem pré-requisitos, que são as práticas obrigatórias e os créditos, que são as recomendações que quando atendidas garantem pontos a edificação. O nível da certificação é definido conforme a quantidade de pontos adquiridos" (GBCBrasil, 2014, apud, SANTOS, 2014, p. 08).

De acordo com as figuras abaixo, podemos ver os benefícios da certificação LEED:



Ambientais

- > Uso racional e redução da extração dos recursos naturais
- > Redução do consumo de água e energia
- > Implantação consciente e ordenada
- > Mitigação dos efeitos das mudanças climáticas
- > Uso de materiais e tecnologias de baixo impacto ambiental
- > Redução, tratamento e reuso dos resíduos da construção e operação.

Figura 01: Benefícios ambientais do LEED

Fonte: GBC BRASIL (2020)



Sociais

- > Melhora na segurança e priorização da saúde dos trabalhadores e ocupantes
- > Inclusão social e aumento do senso de comunidade
- > Capacitação profissional
- > Conscientização de trabalhadores e usuários
- > Aumento da produtividade do funcionário; melhora na recuperação de pacientes (em Hospitais); melhora no desempenho de alunos (em Escolas); aumento no ímpeto de compra de consumidores (em Comércio).
- > Incentivo a fornecedores com maiores responsabilidades socioambientais
- > Aumento da satisfação e bem estar dos usuários
- > Estímulo a políticas públicas de fomento a Construção Sustentável

Figura 02: Benefícios ambientais do LEED

Fonte: GBC BRASIL (2020)



Econômicos

- > Diminuição dos custos operacionais
- > Diminuição dos riscos regulatórios
- > Valorização do imóvel para revenda ou arrendamento
- > Aumento na velocidade de ocupação
- > Aumento da retenção
- > Modernização e menor obsolescência da edificação

Figura 03: Benefícios ambientais do LEED

Fonte: GBC BRASIL (2020)

"A busca pela manutenção e/ou melhoria na qualidade de vida, deve vir Acompanhada de soluções de maior eficiência no uso dos recursos naturais, de menor impacto ambiental e de justiça social, pautados por valores éticos. A sociedade busca um novo modelo de desenvolvimento que responda a estas questões, um novo paradigma definido como desenvolvimento sustentável." (MOTTA e AGUILAR, 2009, p. 02)

É inquestionável a existência de inúmeros empecilhos para o aumento do pensamento sustentável no Brasil, principalmente em edificações residenciais - onde o custo se torna maior

que o benefício próprio. Entretanto existem muitos benefícios humanos, econômicos e principalmente sócio-ambientais para este tipo de preocupação.

2.4.2 Arquitetura bioclimática

A arquitetura bioclimática é um compilado de diversos conceitos, Segundo Neves (2006) o estudo deste conceito visa a compatibilização entre arquitetura, clima e terreno/ambiente. Alguns valores levados em conta são:

- Redução de impactos ambientais;
- Utilização inteligente da energia;
- Prezar pelo conforto ambiental.

"Seguindo o fluxo global que rema em direção ao desenvolvimento sustentável, se torna necessário empreender em questões como aproveitamento da luz solar, ventilação natural e uso sustentável de recursos naturais. A instalação ou investimentos em obras públicas sustentáveis devem ser consideradas não apenas como paradigmas sócio ambientais, mas também, como espaço de aprendizagem didática e inspirar novos projetos, sejam eles, residenciais, institucionais, urbanos ou educacionais." (VISENTIN, CARDOSO e BENINCÁ, 2017, p. 02)

O conforto térmico é uma das premissas da arquitetura bioclimática considerada essencial. Deve-se ter uma atenção especial para analisar o entorno e terreno escolhido para conseguir aproveitar da melhor forma as variáveis: regionais, ambientais, uso de materiais, condições climáticas, etc.

"A arquitetura deve servir ao homem e ao seu conforto, o que abrange o seu conforto térmico. O homem tem melhores condições de vida e de saúde quando seu organismo pode funcionar sem ser submetido à fadiga ou estresse, inclusive térmico. A arquitetura, como uma de suas funções deve oferecer condições térmicas compatíveis ao conforto térmico humano no interior dos edifícios, sejam quais forem as condições climáticas externas." (FROTA e SCHIFFER, 2001, p.17 *apud* GUERRA, 2016, p.06)

De acordo com Maragno (2002) o conceito de arquitetura bioclimática se resume no estudo e uso de elementos e métodos construtivos que relevem as principais características do local inserido. Adaptando as variáveis a fim de trazer conforto e eficiência à edificação.

3 CORRELATOS

Neste presente capítulo serão listadas algumas obras correlatas importantes para o desenvolvimento do projeto, com a finalidade de contribuir e agregar o embasamento final da proposta em questão nos seguintes fundamentos: forma, função, plasticidade e métodos contrutivos. Com o objetivo de caracterizar pontos determinantes da proposta, os correlatos a seguir buscam elencar pontos como: experiência do usuário final, identidade visual partindo da arquitetura e elementos singulares sustentáveis.

3.1 O TRATAMENTO DA ÁREA DE PRESERVAÇÃO

O Restaurante Garden Hotpot está localizado na cidade de Chengdu, na China, e foi projetado pelo grupo de arquitetos MUDA. O mais interessante da arquitetura e podemos dizer também que do design, é a forma que a natureza controla a forma da obra. As sinuosidades remetem a algum tipo de riacho, fazendo que seu organicismo tome conta da estética. Simples, monocromático, orgânico, assim como alguns princípios modernistas remetendo principalmente ao arquiteto Frank Lloyd Wright.



Figura 04: Restaurante Garden Hotpot - Chengdu, China.
Fonte: Archdaily (2020), editado pelo autor.

De acordo com Archdaily (2019) O ponto de partida de pensamento dos arquitetos foi respeitar o local inserido, decidido por eliminar os fechamentos laterais, deixando assim a obra integrada com o meio de uma maneira sutil, leve e aconchegante.



Figura 05: Restaurante Garden Hotpot - Chengdu, China.

Fonte: Archdaily (2020), editado pelo autor.

Segundo os arquitetos do escritório MUDA, não se pode ignorar o fato de que o meio ambiente complementava edificação, porém ele é muito complexo. O local de implantação conta com diversos eucaliptos e possui uma queda de aproximadamente 2 metros. Com base em mapeamentos, registro local e observação em loco buscou-se trabalhar da melhor forma o entorno, de forma que o mesmo sofresse menor quantidade de intervenção possível, e é por este motivo que este é o primeiro correlato apresentado, pois buscará-se atender os mesmos preceitos de respeito ao meio inserido como o Restaurante Garden Hotpot. (Archdaily, 2019)

3.2 PARTIDO ARQUITETÔNICO DA FACHADA

A fachada precisa estar de acordo com o que o local tem a oferecer, portanto, a fachada precisa estar em harmonia com interior, com o conceito, e com o entorno. O Grand Park Hotel, localizado em Rovinj, na Croácia, possui, assim como o Restaurante Garden Hotpot, uma integração com a natureza muito perceptível. Isso ocorre devido a fachada está repleta de

vegetação, telhados verdes e paisagismo que além de serem um atrativo visual, se torna um projeto sustentável. (Archdaily, 2020)



Figura 06: Grand Park Hotel - Rovinj, Croácia.
Fonte: Archdaily (2020), editado pelo autor.

O hotel foi projetado pelos arquitetos da companhia 3LHD, e fica situado na Marina de promenade. Em qualquer posição que você esteja é possível enxergar o mar, a ilha de St. Catherine, e o pôr do sol.



Figura 07: Grand Park Hotel - Rovinj, Croácia.
Fonte: Archdaily (2020), editado pelo autor.

Além da plasticidade e estética, Piero Lissoni, arquiteto e designer italiano, assinou o projeto de interiores, deixando-os impecavelmente pensados para o conforto e ligação com o entorno, escrevendo uma história e experiência única ao usuário (Archdaily, 2020).

Acrescentando alguns preceitos da fenomenologia também. Onde alguns sentidos além da visão são ativados, isso deve ao fato de o todo ser projetado de uma forma muito única e autêntica. A água corrente dentro da edificação proporciona geralmente um conforto não só auditivo mas também sensitivo.



Figura 08: Interior do Grand Park Hotel - Rovinj, Croácia.

Fonte: Archdaily (2020), editado pelo autor.

Fonte: Archdaily Brasil (2020)

3.3 QUANTO AOS ESPAÇOS DIRECIONADOS A GASTRONOMIA

Afim de proporcionar experiências diferenciadas ao público, o ponto chave do projeto precisa remeter exatamente a característica principal do conceito e tema, ou seja, a bodega. A grande diferença entre bodega e adega é que a bodega se destina principalmente ao armazenamento do vinho, enquanto a adega também possui a produção. Partindo principalmente do ponto do design e identidade visual que o projeto visa abordar, a construção da experiência e de espaços singulares se torna imprescindível, fazendo o usuário se sentir fora

da sua realidade convencional, abordando assim, a mudança de pé direito, a diferenciação de materiais, etc.

3.3.1 Cantinas e seu acolhimento tridimensional

A antiga adega bicentenária "El Castillo", foi recentemente revitalizada e incrementada pelos arquitetos da Moral Arquitectura e é conhecida por todos da pequena cidade de Villada na Espanha. O projeto conta com espaços moldados pela natureza, mas também com algumas alterações e intervenções do homem, sempre respeitando a forma natural dos elementos. (Archdaily, 2019)

Esta cantina, destinada a receber os usuários para degustação de vinhos e gastronomia típica, é muito peculiar, tanto pela sinuosidade de suas extremidades, tanto pela sua subjetividade de poder parecer aconchegante, ou não.



Figura 09: Interior da Adega "El castillo" - Villada, Itália
Fonte: Archdaily (2020), editado pelo autor.

3.3.2 Restaurante como mirante

Acredita-se que os pontos essenciais para esse projeto sejam proporcionar diversos espaços temáticos que tirem o usuário de sua zona de conforto e os façam lembrar como algo

marcante. Para isso a construção e planejamento de diversos ambientes diferenciados se torna o ponto chave da ideia projetual.

A adega Santiago Rio, restaurante situado no Rio de Janeiro, tem uma localização beneficiada dentro de um Shopping na Barra da Tijuca. Possui uma vista enquadrada da paisagem que conta com a Lagoa da Tijuca como seu principal ponto. O ambiente apesar de ser bem amplo, é também bem intimista e aconchegante. Segundo o Archdaily (2019) os arquitetos da Bernardes arquitetura foram responsáveis por esse projeto, e o objetivo principal foi harmonizar os materiais e princípios da iluminação para trazer o conforto e intimidade ao projeto.



Figura 10: Interior da Adega Santiago Rio - Rio de Janeiro, Brasil

Fonte: Archdaily (2019), editado pelo autor.

Outro exemplo muito conhecido na arquitetura e na gastronomia é o Restaurante Seen, situado no centro de São Paulo e está instalado na cobertura do Edifício Tivoli Mofarrej. O restaurante conta com "telas vivas", ou seja, enquadra em suas janelas abobadadas uma vista linda da cidade.



Figura 11: Interior do Restaurante Seen - São Paulo, Brasil.

Fonte: Archdaily (2019), editado pelo autor.

Segundo o escritório de arquitetura responsável pelo projeto, O estúdio Penha, teve além da preocupação em manter a vista como ponto chave do projeto, também se preocuparam em trazer esta característica até mesmo nos banheiros (Archdaily, 2020)



Figura 12: Interior do Restaurante Seen - São Paulo, Brasil.

Fonte: Archdaily (2019), editado pelo autor.

3.4 O ALINHAMENTO DA IDENTIDADE VISUAL COM O PRODUTO FINAL

Esse talvez seja um dos correlatos mais importantes para o entendimento do trabalho, o qual tem como o objetivo principal projetar a edificação alinhada com identidade visual, design, conforto e plasticidade visual. A IMÃ Brands entra como correlato guia de método projetual e resultado final da experiência de obra.

O escritório IMÃ Brands é um escritório multifuncional coordenado por duas irmãs de Londrina, Bárbara Bacchi e Victória Bacchi, o princípio é modelar e criar um *branding* ou *rebranding* de alguma marca, trazendo personalidade e criando uma experiência única.



Figura 13: Logo IMÃ Brands.

Fonte: <http://www.imabrand.com> (2020), editado pelo autor.

3.4.1 Quanto ao processo projetual

Segundo o próprio site da IMÃ brands, a intenção é focar em modelos inovadores de negócio criando conceitos, projetos, marcas e produtos a fim de promover um design único, marcante e inovador. Podemos observar na figura abaixo uma pequena demonstração de como surge a ideia e concepção do projeto criado por elas:

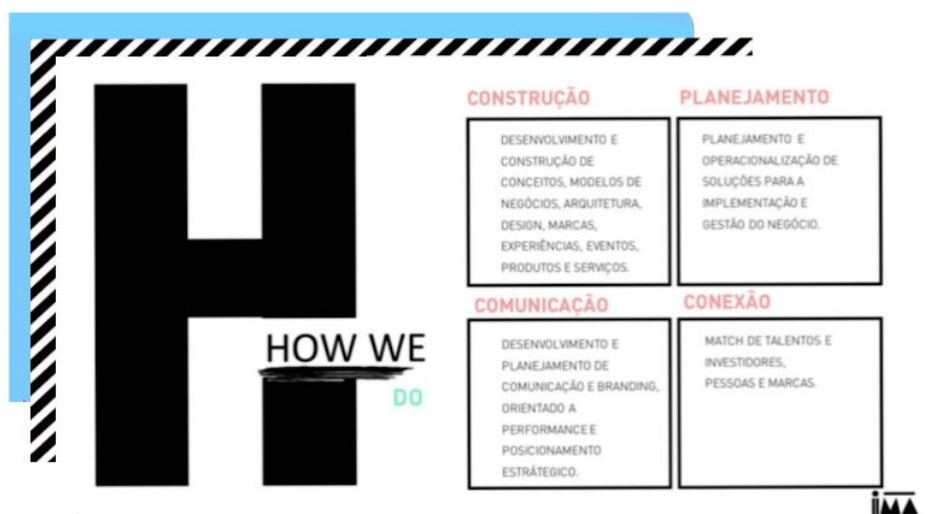


Figura 14: How we do - IMÃ Brands.

Fonte: <http://www.imabrand.com> (2020), editado pelo autor.

3.4.2 Exemplificando o olhar macro à experiência

As irmãs Bacchi prospectam a criação do projeto em um olhar 360, considerando igualmente importante o design, o empreendedorismo, a singularidade, plasticidade, funcionamento do local (tanto para os usuários, quanto para os funcionários). Podemos observar o projeto Fresh live Market localizado em Curitiba.



Figura 15: Site Live Fresh Market.

Fonte: <http://imfresh.com.br> (2020), editado pelo autor.

O projeto conta com uma das paredes mais "instagramáveis" da atualidade, todo mundo que frequenta o local tira e posta uma foto das paredes com papel de parede chanfrados preto e branco. Com certeza você já se deparou com a foto desta escada no seu instagram:

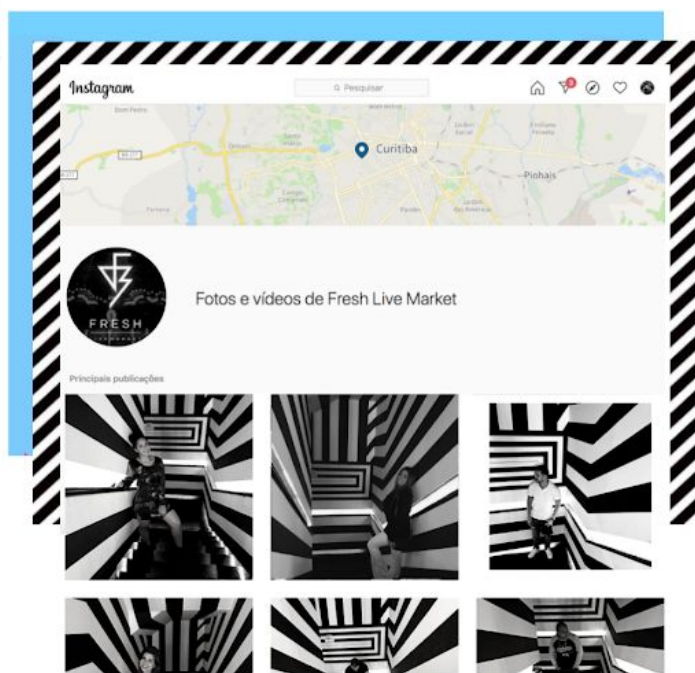


Figura 16: Instagram Live Fresh Market.

Fonte: Instagram (2020), editado pelo autor.

Segundo o site gazeta do povo o complexo de aproximadamente tres mil metros quadrados, conta com 23 restaurantes diferentes e tem capacidade para abrigar 500 pessoas sentadas. Os restaurantes e lojas tem por volta de 23 metros quadrados e algumas delas com instalações no subsolo. A maioria dos restaurantes e empreendimentos são inéditos do local, trazendo assim personalidade e singularidade ao shopping gastronômico.

Segundo uma das irmãs responsáveis pelo projeto, Bárbara Bacchi diz "Somos entusiastas da gastronomia. Fomos atrás de todos os empreendimentos que achávamos necessário para o mix e acabamos criando 12 marcas, das quais sete nós fazemos a gestão" (Gazeta do Povo, 2018)

3.5 QUANTO AO ARMAZENAMENTO, ADEGA E CONSUMO DE VINHOS

Projetar consiste em criar espaços aconchegantes, únicos e acolhedores em que o usuário se sinta confortável e bem quando o ocupa. Quando falamos de espaços sociais e de lazer essa preocupação se torna ainda maior. Uma das principais características que o projeto visa atingir e que inclusive está inserido no tema é o vinho, não só no seu armazenamento e venda mas também na preocupação com o espaço que este produto vai ser consumido. Para isso deve se pensar em algumas características e materiais que remetem ao vinho, como madeira, pedras, lareiras...

3.5.1 Bodegas e adegas

O vinho em si demanda uma preocupação adicional quanto ao seu espaço de conservação e também de degustação. A bebida já se tornou uma cultura totalmente inserida na sociedade, além de aspecto turístico e gastronômico

"A produção de vinho é uma indústria que combina forte atividade econômica com um importante legado cultural. Embora existam vários programas relacionados ao setor do vinho, geralmente, a imagem mais comum é a dos espaços onde ocorre, de fato, a transformação da uva na bebida. No entanto, há uma multiplicidade de atividades agrupadas em torno da vinicultura que desempenham um papel importante quando se trata de promover a indústria, como salas de degustação, centros de educação, vendas ou salas de distribuição. (GONZALES, 2018)

Portanto se torna imprescindível a preocupação com estes ambientes, para isso podemos observar a obra correlata do restaurante Olga Nur, tem uma arquitetura no seu interior bem imponente e expõe seus vinhos como uma forma de decoração para o ambiente.



Figura 17: Restaurante Olga Nur - Curitiba, Brasil.

Fonte: Archdaily (2020), editado pelo autor.



Figura 18: Restaurante Olga Nur - Curitiba, Brasil.

Fonte: Archdaily (2020), editado pelo autor.

As adegas carregam consigo uma tipologia construtiva similar entre elas, buscando uma elegância a partir de materiais simples, como: madeira, aço, vidro e pedra. Geralmente um projeto lindo e elegante tem como característica o uso inteligente, bem aplicado e sutil de materiais corriqueiros. A vinícola Zuccardi no Valle de Uco em Mendoza representa exatamente este conceito.

Fazer vinhos que respeitem a identidade local é uma atividade única, resultado de um processo de pesquisa e desenvolvimento. Implica comprometimento e paixão não apenas pelos vinhedos, mas também pela vinícola. É uma atividade que busca compreender o local e suas características específicas. Seguindo estas premissas, o projeto é um espelho de sua dualidade, o aspecto técnico e sua localização conjugados proporcionam uma experiência memorável. (Archdaily, 2017)



Figura 19: Vinícola Zuccardi - Vale do Uco, Mendoza.

Fonte: Archdaily (2020), editado pelo autor.

A maneira que estão estocados e armazenados os vinhos prontos, que é o enfoque do trabalho, é feito em torno de uma rocha e de maneira curva, tornando uma característica simples, estonteante.

3.6 QUANTO AO CONFORTO VISUAL E ERGOMÉTRICO

O conforto visual e psicológico são muito importantes para completar a experiência do usuário quando visita o estabelecimento. Não é apenas uma adega, não é apenas um restaurante, este lugar precisa atingir a memória afetiva e psicológica do usuário a fim de que ele se sinta bem e queira retornar. Para isso podemos utilizar de algumas estratégias como: métodos construtivos e detalhes na arquitetura que tragam este afeto e conforto para as pessoas. Por muito tempo a iluminação era deixada de lado e decidida apenas como finalização de obra, porém A iluminação tem se mostrado muito mais do que apenas uma característica de "fim de

projeto". Notou-se a eficácia que o projeto lumínico tem se feito simultaneamente com os outros projetos, principalmente no quesito conforto.

Podemos observar como a luz no Restaurante chinês Kemuri Shanghai da Prism Design, mudou totalmente o ambiente tornando-o intimista e autêntico.



Figura 20: Restaurante Kemuri Shanghai - Xangai, China.

Fonte: Archdaily (2020), editado pelo autor.

Segundo os arquitetos da Prism design (2013) o objetivo principal do projeto era relembrar o famoso filme de Tarantino, Kill Bill, e com base em algumas linhas que denotavam espadas, artes marciais, e principalmente a iluminação, conseguiu-se tematizar o ambiente sutilmente.

4. DIRETRIZES PROJETUAIS

Com a intenção de fundamentar, explicar e objetivar a proposta, o arquiteto delimita algumas diretrizes projetuais a serem seguidas, como por exemplo pesquisas teóricas, que visam estabelecer um conceito e fundamentação e também a pesquisa de correlatos, que busca auxiliar a criatividade tanto ao visual quanto ao funcional do projeto. Esta etapa busca analisar as características físicas do projeto, como: cidade e terreno em que a proposta será feita, através de estudos sobre cultura, economia e viabilidade.

4.1 O MUNICÍPIO DE CASCAVEL PR

O município de Cascavel está localizado no oeste do Paraná, e hoje em dia, faz fronteira com onze municípios ao redor da sua delimitação. De acordo com o site Brasil Mapas, o primeiro sinal de habitação na região oeste foi por volta de 1560, decorrente dos índios caingangues e também dos espanhóis, resultando nos municípios limítrofes de Foz do Iguaçu, Guaíra e Terra Roxa. Algum tempo depois, por volta de 1910, ocorreu o ciclo da erva-mate, o que possibilitou a cidade se tornar um local bom para morar e trabalhar. Em 1930, o município de Cascavel começou a ser habitado pela família de José Silvério de Oliveira, segundo o site IBGE (2020) a facilidade na compra de terras da região atraiu a maioria dos seus habitantes, tornando assim Cascavel um polo rural.

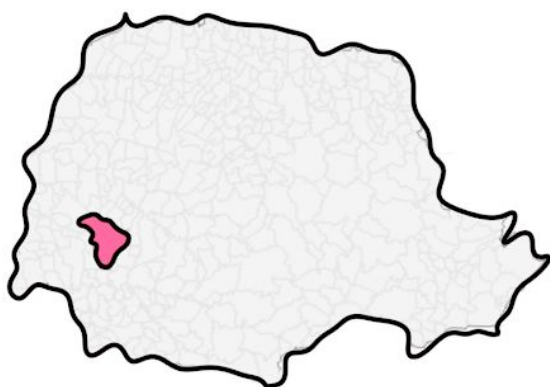


Figura 21: Cascavel dentro do Paraná
Fonte: Desenhado pelo Autor.

Em 1930 a então vila se tornou uma cidade, pois a vinda de muitos sulistas e diversos imigrantes poloneses, alemães, italianos e ucranianos deram início a economia local, movida principalmente pela produção de café e extração de madeira. (Brasil Mapas, 2019).

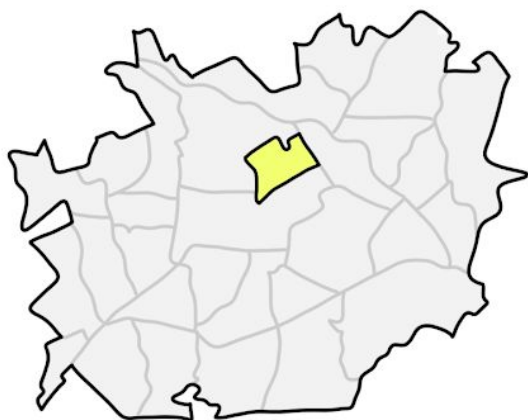


Figura 22: Bairro Country em relação à Cascavel-PR.
Fonte: Desenhado pelo Autor.

O site IBGE (2020) constata que a cidade de Cascavel atualmente possui cerca de 310.000 habitantes, e uma área territorial de 2.100,831 km². Possui uma topografia e território privilegiado, tal como a divisão de bairros e ruas bem planejada e setorizada. Não é atoa que a cidade consta em décimo quarto lugar no ranking de melhores cidades do Brasil e em 3 lugar no Paraná, ficando apenas atrás de Maringá e Curitiba, segundo o Macroplan.

4.2 O BAIRRO COUNTRY

O bairro country sempre foi caracterizado pela grande quantidade de árvores e plantas nativas. O bairro possui algumas das casas mais antigas e elitizadas da cidade que contam uma história sobre arquitetura brutalista e moderna, remetendo principalmente à arquitetura de Oscar Niemeyer. Segundo o Portal Catve, por volta de 1980, um casal, Dona Aládia e Seu Francisco, deram início a habitação no bairro Country, inclusive Francisco foi responsável por mover o comércio local e tornar o bairro autossustentável.

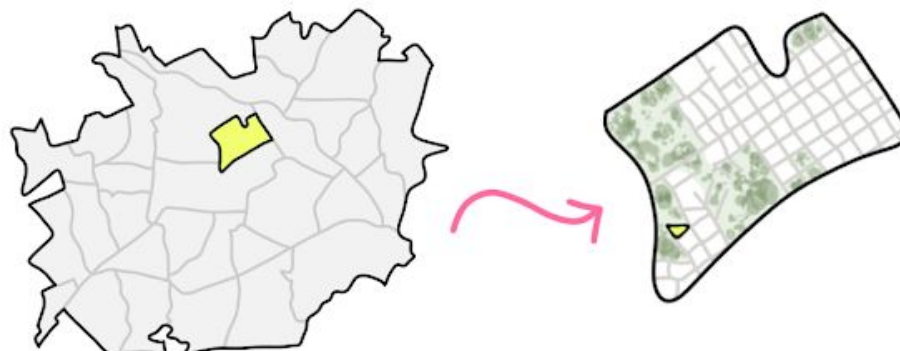


Figura 23: Bairro Country em relação à Cascavel-PR.
Fonte: Desenhado pelo Autor.

Hoje em dia o bairro conta com uma localização privilegiada, possui mercado, igreja, padaria, parques, clube esportivo e inclusive conta com uma praça muito importante para a região, a praça Parigot de Souza que possui mais de 12 mil metros quadrados de área, uma concha acústica que inclusive ocorrem vários eventos conhecidos na cidade, como rocão e algumas feiras.



Figura 24: Pontos importantes Bairro Country.
Fonte: Desenhado pelo Autor.

Uma característica marcante e muito importante é que o bairro cresceu mas não deixou seu caráter ambiental de lado, o que foi primordial para o bairro ter o metro quadrado mais caro da cidade.

4.3 AS CARACTERÍSTICAS DO TERRENO ESCOLHIDO

O terreno escolhido localiza-se na cidade de Cascavel-PR, no bairro Country, entre as ruas Goiás e Antônio Alves Massaneiro. Segundo o site GEOportal (SIGWEB), o terreno possui uma forma triangular e conta com 3.967,50m² de área total, sendo sua testada principal a Rua Afonso Pena, com 89 metros de comprimento.



INSTITUTO DE
PLANEJAMENTO
DE CASCAVEL

Município de Cascavel
Instituto de Planejamento de Cascavel - IPC

Consulta de Viabilidade de Edificação



Dados Cadastrais

Cadastro:121992000Inscrição:0040.0003.0001Nr consulta:2020-DH0A3IEData:28/05/2020

Loteamento:KIBERAMA BONATO LOT.Quadra:0003Lote:0001

Logradouro:ANTONIO ALVES MASSANEIRONúmero:1022Bairro:COUNTRY

Área Lote (m²):3967.5Área Unidade (m²):0.0Testada Princ.89.0Testada Sec. (m):0.0

Zoneamentos

Figura 25: Características do terreno.
Fonte: GEOportal (2020).

A Partir da plataforma oferecida pelo IPC, o GEOportal nos auxilia observar algumas características preponderantes do terreno. A imagem acima alguns pontos importantes, como: loteamento, logradouro, bairro, quadra, lote, número, área total e testadas principal e secundária.

4.3.1 Análise quanto ao zoneamento

O zoneamento é um fator de suma importância quando se trata da análise do terreno. Em pink conseguimos ver o terreno escolhido em relação ao zoneamento que segue os seguintes parâmetros:

Cor	Nome	Descrição
	ZFAU-SUOC 1	Zona de Fragilidade Ambiental Urbana - Subzona de Uso e Ocupação Controlados 1
	ZEA 2	Zona de Estruturação e Adensamento 2

Figura 26: Zoneamento do terreno

Fonte: GEOportal (2020).

- **ZEA 2:** Região em azul, Corresponde a 86.34% do terreno. A zona de estruturação e adensamento possui infraestrutura básica executada na maior parte do seu território, havendo espaços a serem ocupados e adensados de forma sustentável (Geoportal, 2020);
- **ZFAU-SUOC 1:** Região em verde, corresponde à 13.66% do terreno, zona de Fragilidade Ambiental Urbana - Subzona de Uso e Ocupação Controlados (Geoportal, 2020);

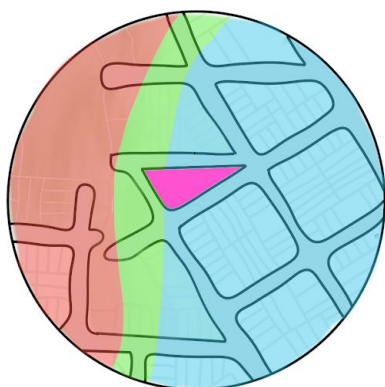


Figura 27: Zoneamento do terreno.

Fonte: Desenhado pelo Autor.

Tendo essas informações, conseguimos pré estabelecer uma maneira de usar o terreno da forma correta e aproveitá-lo da melhor forma para o alto desempenho do projeto, considerando principalmente suas características ambientais.

4.3.2 Quanto às vias principais e fachadas

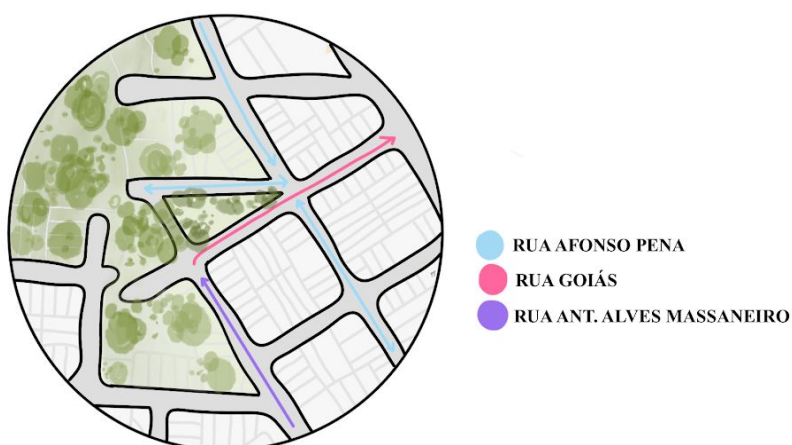


Figura 28: Principais vias de acesso ao terreno.
Fonte: Desenhado pelo Autor.

4.3.2 Quanto ao desnível

O desnível do terreno tem uma grande importância nesse primeiro momento, com uma boa análise do desnível conseguimos aproveitar da melhor maneira a sinuosidade natural que o local de implantação nos proporciona. Na foto a seguir, conseguimos perceber que o local tem uma declividade acentuada localizada no meio do terreno:

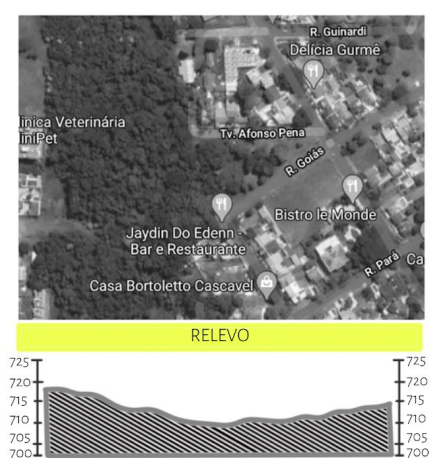


Figura 30: Desnível do terreno.
Fonte: Desenhado pelo Autor.

Considerando o tamanho do terreno, consideramos pouca a declividade presente, porem, se faz necessário o aproveitamento máximo dessa característica para que não precise ser modificado ou aplanado em seu total.

4.4 PROGRAMA DE NECESSIDADES

O programa de necessidades tem o intuito de apresentar os principais setores e áreas no projeto que caracterizam seu tema. É de suma importância um programa bem organizado e planejado para que nenhuma das principais funções do projeto fique de fora. Esta tabela será dividida entre:

- **Espaços de serviço:** utilizados apenas por funcionários do local, buscando trazer praticidade no uso diário dessas pessoas.
- **Espaços privados:** Espaços destinados a alguma atividade especial advinda de alguma reserva, por exemplo, sala de reuniões, espaço para eventos privados;
- **Espaços comuns:** utilizados por qualquer cliente e/ou visitante que entre no local, visando atender o lazer, conforto e experiência proporcionado e intencionado pelo projeto;



Figura 30: Programa de necessidades.

Fonte: Desenhado pelo Autor.

4.5 FLUXOGRAMA

Com base na setorização estabelecida pelo programa de necessidades, conseguimos observar um esboço de como o fluxo funcionará, a fim de facilitar o movimento dentro da edificação, bem como trazer funcionalidade e praticidade. O fluxograma permite a observação de uma primeira ideia de funcionamento de projeto, criando espaços e incentivando a volumetria.

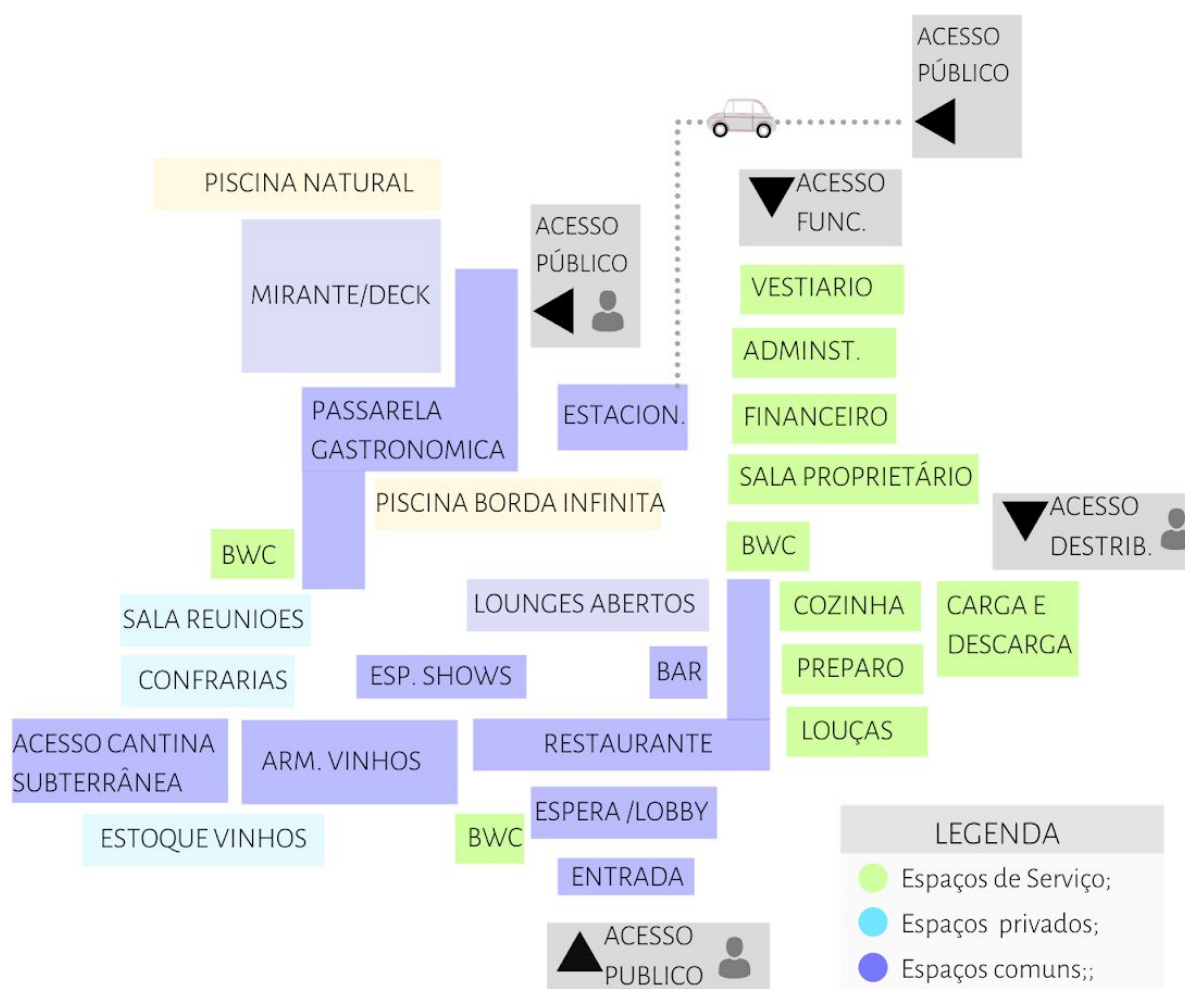


Figura 31: Fluxograma.
Fonte: Desenhado pelo Autor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo até o dado momento de esclarecer, justificar e fundamentar teoricamente alguns temas e aspectos importantes para o entendimento completo do trabalho. Para isso foram utilizados os quatro principais pilares da arquitetura para apoiar o tema escolhido: projeto arquitetônico, histórias e teorias, urbanismo e tecnologias da construção alinhando com a proposta de um novo conceito de bodega e cantina para a cidade de Cascavel – PR. O próximo passo será buscar correlatos, apresentar técnicas e métodos projetuais que ajudem a entender o objetivo proposto do tema juntamente com a parte teórica.

Logo após a fundamentação teórica, baseada em bibliografias, artigos e material didático foram utilizados diversos correlatos para fundamentar a ideia prática, apresentando elementos interessantes de outros projetos, a fim de criar um estilo e/ou uma expectativa formal.

No quarto capítulo conseguimos observar as diretrizes projetuais, ou seja, as variáveis e as características que norteiam o projeto, ou seja, onde está inserido, sua localização, seu zoneamento, bem como apresentar um fluxograma e um plano de necessidades inicial.

Desta forma, a partir das informações coletadas no decorrer desta pesquisa, pode se afirmar que o estudo feito ajudou e fundamentou o projeto em questão, elaborando uma ideia conceitual e formal do que o projeto visa alcançar, proporcionando além de um lazer de qualidade, uma nova forma de projetar na área gastronômica e comercial, aliando desde o principio suas questões mercadológicas, visuais e práticas.

REFERÊNCIAS

BAXTER, Mike. **Projeto de produto**: guia prático para o design de novos produtos. 3. ed. North Way: Blucher, 2011.

BRILLAT-SAVARIN, Jean-anthelme et al. **A fisiologia do gosto**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

BONI, Claudio Roberto; SILVA, Kelenson; SILVA, José Carlos Plácido da; "A (IN)DEFINIÇÃO DO DESIGN: OS LIMITES DO DESIGN E A RELAÇÃO COM A ARTE E A INDÚSTRIA", p. 351-361 . In: **Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design [= Blucher Design Proceedings, v. 1, n. 4]**. São Paulo: Blucher, 2014.

BÜRDEK, Bernhard E.. **DESIGN - História, Teoria e Prática do Design de Produtos**. Main: Editora Blucher, 2010. 496 p.

CAMPOS, Verônica Reis. **Parque Ipanema: inserção urbana, limites e entorno**. 2018. 136 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Arquitetura e Urbanismo) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2018.

IBGE (Cascavel) (org.). **Biblioteca IBGE**. Cascavel: Ibge, 2020. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/dtbs/parana/cascavel.pdf>. Acesso em: 13 maio 2020.

CANEDO, Daniele. **Reflexões sobre o conceito de cultura**. Bahia: V ENECULT, 2009;
KNOW, A, G; GRONDSIK, W, T. **Manual de arquitetura ecológica**. 2.ed. Porto Alegre – RS: Brookman, 2013.

CARVALHO, Diogo Ribeiro. **ARQUITETURA SITUACIONAL**: investigações sobre memória e imaginação como aportes teóricos para a construção de narrativas. 2011. 196 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Arquitetura, Escola de Arquitetura da Ufmg, Belo Horizonte, 2011.

FRANZONI, Elisa. **A gastronomia como elemento cultural, símbolo de identidade e meio de integração**. 2016. 81 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências da Educação, Universidade Nova Lisboa, Lisboa, 2016.

GREEN BUILDING COUNCIL BRASIL. **Certificação LEED**. GBCBrasil. 2014. Disponível em: <https://www.gbcbrasil.org.br/certificacao/certificacao-leed/> . Acesso em: 15 abril, /2020.

MARAGNO, G. V. **Adequação bioclimática da arquitetura de Mato Grosso do Sul. Ensaios e Ciências: Ciências Biológicas, Agrárias e da Saúde**, Campo Grande, v. 6, n. 003, p. 13-37. 2002.

MIRANDA, Catarina Marcelo - **A arquitetura do vinho como estímulo do enoturismo : um polo cultural enoturístico na antiga escola industrial Afonso Domingues.-** Lisboa: FA, 2019. Dissertação de Mestrado.

MONTEIRO, Marcelo. **O design, a interação com o marketing e a conjuntura sócio-econômica, cultural e ambiental**. 2014. 374 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Arquitetura e Urbanismo, Fausp, São Paulo, 2014.

MOTTA, S., & AGUILAR, M. T. (2009). **SUSTENTABILIDADE E PROCESSOS DE PROJETOS DE EDIFICAÇÕES**. *Gestão & Tecnologia De Projetos*, 4(1), 88-123. Disponível em: <<https://doi.org/10.4237/gtp.v4i1.79>> Acesso em: 13 de abril, 2020.

NEVES, Leticia de Oliveira. **ARQUITETURA BIOCLIMÁTICA E A OBRA DE SEVERIANO PORTO**: estratégias de ventilação natural. 2006. 222 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Arquitetura e Urbanismo, Usp, São Carlos, 2006.

PINHEIRO, Igor Reszka et al. **Sobre a definição de inovação em design: o uso da análise de redes para explorar conceitos complexos. : O uso da análise de redes para explorar conceitos complexos**. Revista Brasileira de Design da Informação /, São Paulo, v. 12, n. 3, p. 1-19, maio 2015.

PERULLO, N. **Filosofia della gastronomia laica: il gusto come esperienza**. Roma: Meltemi, 2010.

ROSSI, A. **A arquitetura da cidade**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

STRUNK, G. **Identidade visual: a direção do olhar**. Rio de Janeiro: Editora Europa, 1989.

SILVA, João Carlos Riccó Plácido. **Diretrizes para análise e desenvolvimento de identidade visual: contribuições para o design ergonômico**. 2012. 170 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2012. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/89750>>.

SIGWEB, **GEOportal**, Cascavel-PR, 2020.

ULTRAMARI, C. **Significados do urbanismo**. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/posfau/article/view/43614>> Acesso em: 15 de abril, 2020.

VÁSQUEZ, Ruth Peralta. **Identidade de marca, gestão e comunicação**. 7. ed. São Paulo: Organicom, 2007. 211 p.

VARGAS, Heliana Comin; CASTILHO, Ana Luisa Howard de. **Intervenções em centros urbanos: objetivos, estratégias e resultados**. In: *Intervenções em centros urbanos : objetivos, estratégias e resultados*[S.l: s.n.], 2006.

VISENTIN, Tales Gonçalves; CARDOSO, Grace Tibério; BENINCÁ, Letiane. **Arquitetura Bioclimática: Avaliação Pós Ocupação (APO) em escola pública estadual**. *Revista de Arquitetura IMED*, Passo Fundo, v. 6, n. 1, p. 49-61, ago. 2017. ISSN 2318-1109. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/arqimed/article/view/1910>. Acesso em: 20 abr. 2020.

WHELLER, A. **Design de Identidade da Marca**. Porto Alegre: Editora Bookman, 2009.

WOGALTER, M. S. DEJOY, D.M., LAUGHERY K. R. **Organizing theoretical framework: a consolidated communication-human information processing (CHIP) model in Wogalter, Dejoy, Laughery (eds.)** Warning ans Risk Communication, Taylor & Francis, Abington, 1999.

WILLIAMS, R. **Design para quem não é designer - noções básicas de planejamento visual**. São Paulo: Callis, 1995.

WOLLNER A.; STOLARSKI A. **Alexandre Wollner: e a Formação do Design Moderno no Brasil**. São Paulo: Editora Cosac Naify, 2005.

ZAMBRANO, Leticia Maria de Araujo. **Integração dos princípios da sustentabilidade ao projeto de arquitetura**. 2008. 381 f. Tese (Doutorado) - Curso de Arquitetura e Urbanismo, Ufrj, Rio de Janeiro, 2008.

ZANINI, Talise Valduga. **ENOTURISMO NO BRASIL: um estudo comparativo entre as regiões vinícolas do vale dos vinhedos (rs) e do vale do são francisco (ba/pe)**. 2007. 130 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Turismo, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2007.