



OUTLET JUIZ DE FORA

Laura Junqueira Vidigal¹

Centro Universitário Academia - UniAcademia, Juiz de Fora, MG

Saulo Monteiro Costa Dias²

Centro Universitário Academia - UniAcademia, Juiz de Fora, MG

Linha de Pesquisa: Arquitetura e Urbanismo na Contemporaneidade.

RESUMO

Com a urbanização, as cidades cresceram sem o planejamento necessário e de forma desordenada. Dessa forma, acabou não atendendo a necessidade humana de se conectar com a natureza.

O artigo apresenta a intenção projetual de um espaço comercial, que conta com a presença de espaços biofílicos para uma melhor saúde e bem-estar daqueles que frequentam o espaço.

O projeto em questão busca a implementação do design biofílico, da neuroarquitetura, sustentabilidade e saúde mental, em busca de influenciar nas sensações dos funcionários e clientes, deixando-os mais dispostos, criativos e entusiasmados.

O terreno escolhido está localizado em um ponto estratégico da cidade, onde ocorre a entrada e saída de fluxo da cidade, próximo a rodoviária e em uma zona bastante movimentada. Ademais, conta com uma vista privilegiada do museu da cidade, o Museu Mariano Procópio.

A arquitetura foi desenvolvida a partir de estudos da população predominante na cidade, de forma a compreender o principal público do local e atendê-lo da melhor forma possível.

Palavras-chave: Espaço comercial. Biofilia. Neuroarquitetura. Saúde mental. Juiz de Fora.

¹ Discente do Curso de Arquitetura e Urbanismo do Centro Universitário Academia - UniAcademia. Endereço: Rua Chanceler Oswaldo Aranha, 202, ap. 806 – São Mateus, Juiz de Fora/MG. Celular: (32)98483-3753. E-mail: priscila.sazo@gmail.com

² Discente do Curso de Arquitetura e Urbanismo do Centro Universitário Academia - UniAcademia. Endereço: Rua Chanceler Oswaldo Aranha, 202, ap. 806 – São Mateus, Juiz de Fora/MG. Celular: (32)98483-3753. E-mail: priscila.sazo@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

O crescimento das cidades, decorrente da urbanização acarretou em diversos problemas como redução das áreas públicas verdes, o que levou a redução da saúde humana e longevidade.

As cidades cresceram sem o planejamento necessário e de forma desordenada, e as políticas públicas não conseguiram acompanhar esse crescimento acentuado. Portanto, somos cada vez mais numerosos, concentrados e longevos. (RIBEIRO et al., 2019).

O presente trabalho possui como objetivo geral compreender quais aspectos precisam ser observados para a criação de uma estrutura comercial que atenda a sustentabilidade e a biofilia, atendendo a necessidade humana de se conectar com a natureza e entender como as áreas livres impactam na formação do espaço urbano e auxiliam na saúde mental de funcionários e consumidores. Ademais, busca entender qual a influência do espaço de trabalho no bem-estar do usuário.

De acordo com a Revista Veja Saúde (2019), estar próximo a uma área verde reduz quase 30% na probabilidade de morrer de infarto, pois reduz a exposição a poluição, o que contribui mais do que o efeito de remédios para pressão e colesterol prescritos em consultório.

Segundo a pesquisa realizada pela International Stress Management Association (ISMA-BR), algumas das pressões mais fortes podem vir do ambiente de trabalho: 20% dos funcionários ativos estão trabalhando sob forte pressão emocional, o que compromete a saúde física e psíquica, resultando em queda na produtividade, absenteísmo e maiores taxas de contratação e demissão. Além disso, cerca de 32% dos trabalhadores brasileiros sofrem com os efeitos do stress, um dos primeiros sinais da síndrome de burnout.

Dessa forma, serão tomadas decisões projetuais que auxiliem no bem-estar dos usuários e contribuam para a produtividade no ambiente de trabalho, reduzindo problemas.

Como metodologia do embasamento teórico, trabalhou-se primeiramente com os artifícios de pesquisa, através do estudo bibliográfico, de livros e nomes de referência na área de arquitetura comercial, artigos acadêmicos, dissertações de mestrado e trabalhos monográficos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA

O comércio foi uma das primeiras atividades econômicas da humanidade. Ele surgiu a partir das necessidades dos indivíduos e hoje é uma fundamental fonte de sobrevivência.

No Brasil, os primeiros shoppings surgiram na década de 1960. Portanto, antes da construção desse comércio, no início do século XX já existiam grandes lojas de departamentos com variedade de produtos, que vendiam para o interior.

Na cidade de Juiz de Fora, o primeiro shopping foi inaugurado em novembro de 1988, sendo ele o Mister shopping. Após ele, surgiram diversos outros centros comerciais e shoppings.

A arquitetura comercial passou a se desenvolver através das condições ambientais e físicas de sua localização e da demanda da sociedade.

Entende-se por arquitetura comercial um ramo da arquitetura que desenvolve, projeta e executa espaços de trabalho, como lojas, restaurantes, bares e escritórios. Um projeto bem consolidado, que busca transmitir ao consumidor a identidade da marca de forma satisfatória, tende a se destacar no ambiente comercial, visto que o mundo contemporâneo trouxe consigo uma gama de alternativas e informações. (CAMÊLO, 2019, p. 8).

Atualmente há muitas alternativas à disposição para atrair clientes, como espaços bem organizados e produtos de qualidade, além de uma identidade visual marcante que ajuda o público a reconhecer o estabelecimento com maior facilidade e traz um destaque, criando um diálogo entre o consumidor e a mercadoria.

Ademais, hoje em dia há maneiras de melhorar a experiência do cliente, como por meio da paleta de cores, iluminação, cheiros e sons que causam sensações e levam a boas experiências no ato da compra.

2.2 SURGIMENTO DOS OUTLETS

Os outlets apareceram pela primeira vez no leste dos Estados Unidos, na década de 1930. O conceito surgiu das lojas de fábrica que passaram a oferecer aos empregados

a preços baixos os produtos excedentes ou danificados. Este conceito permaneceu até a década de 1970.

O outlet é um mercado de lojas de vendas de varejo, onde acontece a venda de marcas comerciais famosas e grifes de luxo a preços mais acessíveis.

O primeiro outlet inaugurado no Brasil foi na cidade de São Paulo, recebendo o nome de Outlet Premium São Paulo, em 2009, tendo cerca de 90 lojas. Logo após, foi inaugurado o segundo outlet do país, com o nome de Outlet Premium Brasília.

Figura 1: Outlet Premium São Paulo



Fonte: Google Imagens. Acessado em: 09 de maio de 2022.

2.3 BIOFILIA EM ESPAÇOS URBANOS

As cidades são construídas muitas vezes sem pensar no meio ambiente no qual se inserem, apenas como um conjunto de construções sólidas. A Biofilia incorporada no espaço comercial é capaz de proporcionar calma, produtividade, além de estimular a criatividade e o aprendizado. Ela tem a capacidade de proporcionar saúde física e mental aos clientes.

A biofilia, quando implementada nos espaços internos atinge o sistema psicológico, físico e emocional dos usuários. Ela é capaz de gerar diferentes emoções em um mesmo espaço, porém com pessoas diferentes. (BALDWIN, 2020).

Com o avanço da tecnologia, a conexão com a natureza acabou ficando mais distante, porém o isolamento social devido ao Covid-19 fez com que a falta de conexão da natureza se destacasse mais, principalmente porque a conexão do ser humano com a natureza é um fator essencial para o bem-estar e a qualidade de vida, além de tornar os ambientes mais agradáveis.

A presença de iluminação natural e de áreas verdes em ambientes de trabalho, além de propor um design sustentável, pode reduzir a sensação de fadiga e sonolência, além de proporcionar uma sensação de otimização do tempo, ocorrendo uma perspectiva de diminuição de carga horária. (SANCHEZ et al., 2018).

A integração de projetos biofílicos em espaços comerciais resulta em um aumento de produtividade. É possível também, integrar o design biofílico aos espaços comerciais por meio de materiais, como a madeira, que oferece uma ótima conexão com o exterior, além de diminuir o estresse.

O design biofílico busca uma união que trabalha com conceito aberto, prevalência da iluminação natural, ventilação cruzada, revestimentos naturais, plantas e elementos naturais como a água, pedra e madeira, buscando coerência entre meio construído e meio ambiente. Dessa forma, o design biofílico é uma integração entre projeto arquitetônico e projeto paisagístico. (TAKEDA, 2019).

Figura 2: Design biofílico no espaço urbano



Fonte: Google Imagens. Acessado em: 09 de maio de 2022.

2.4 NEUROARQUITETURA NO AMBIENTE DE TRABALHO

A neurociência estuda o sistema nervoso humano e vem sendo aplicada na arquitetura por meio da neuroarquitetura. Conceito que estuda a mudança do comportamento humano causada pelo impacto do ambiente físico no cérebro humano. Há um déficit de projetos arquitetônicos que visem a qualidade de vida de seus colaboradores e que incentivem a criatividade, o conforto e o bem-estar aos clientes e colaboradores.

A neuroarquitetura pode ser aplicada nos ambientes por meio de alguns fatores, como iluminação solar, temperatura, acústica ventilação e cores utilizadas. Em ambientes comerciais, essa arquitetura aumenta a produtividade dos funcionários, melhora o foco e a concentração.

Um espaço mal projetado pode gerar danos à saúde física e mental dos colaboradores. Muitas vezes não notamos as influências do meio externo, pois elas entram no nosso cérebro de forma inconsciente. (BENCKE, 2018, p.01)

2.5 SAÚDE MENTAL NO COTIDIANO

A saúde mental de um indivíduo funciona como um equilíbrio entre atividades internas e externas e é necessário para atingir a resiliência. Investindo na saúde do negócio, o colaborador faz uso de suas habilidades de maneira produtiva, melhorando seu desempenho e sua saúde física-mental-emocional.

Ambientes mal planejados ligados a uma longa jornada de trabalho, podem acarretar transtornos psicológicos ou mentais.

A Sociedade Brasileira de Cardiologia revelou que em 2019 duzentas mil pessoas morreram no país devido a doenças cardiovasculares, sendo o estresse apontado como uma das principais causas.

Segundo a OMS, 322 milhões de pessoas sofrem de depressão no mundo (4,4% da população mundial). O Brasil é o segundo país mais depressivo da América Latina, ficando apenas atrás dos Estados Unidos. São 11,5 milhões de brasileiros (5,8% da população). Além disso, a Organização Mundial de Saúde (OMS, 2009), aponta que os casos estão crescentes, portanto são necessários espaços que visem o bem-estar e saúde do trabalhador.

3 METODOLOGIA

Para a execução dessa pesquisa foram utilizadas: Pesquisas Bibliográficas, para possibilitar de forma embasada a discussão sobre o assunto, compreender de quais maneiras o outlet ocorre e como a Arquitetura pode auxiliar no bem-estar e saúde mental dos frequentadores.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Segundo o IBGE a maior parte da população de Juiz de Fora é composta por jovens. É grande a concentração da população na faixa entre 20 e 49 anos. Sendo assim, o maior público alvo do projeto em questão.

Cerca de 33,5% nasceram em outros municípios. A cidade funciona como polo das regiões onde estão inseridas, atraindo moradores por ofertar condições de trabalho, estudo, entre outras características.

As pessoas que têm família em outras cidades, mas vivem em Juiz de Fora e fazem uso da rede de ensino local, normalmente, são contabilizadas como habitantes dos municípios onde seus pais residem. Por isso, o número de pessoas de fora que estão presentes no dia a dia da cidade é ainda maior.

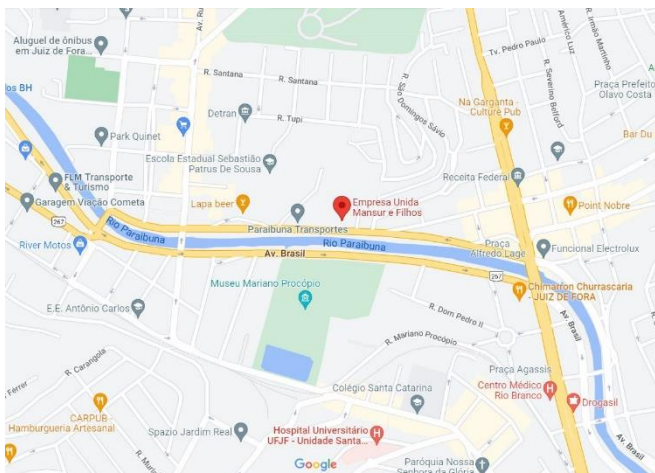
4.1 TERRENO ESCOLHIDO

O terreno definido para o desenvolvimento do projeto se localiza na Avenida Brasil, em frente ao Museu Mariano Procópio, possuindo assim vista para o mesmo, em uma área de entrada e saída de fluxo da cidade. Atualmente no terreno funciona a empresa Unida Mansur e Filhos.

O terreno escolhido possui 32.911m². Devido a isso, é possível a exploração de amplas áreas verdes e espaços abertos, auxiliando no bem-estar dos clientes e funcionários do local.

Esse espaço será composto por lojas de departamento, seguindo o modelo de outlets, tendo assim, a venda de peças diferenciadas. Além de um amplo estacionamento e área de embarque e desembarque de veículos.

Figura 3: Localização do terreno



Fonte: Google Maps. Acessado em: 09 de maio de 2022.

4.2 PROGRAMA DE NECESSIDADES

O programa de necessidades do outlet conta com acessos (pedestre, estacionamento e circulações), estacionamento interno e externo, podendo ocorrer eventos, área de convivência e lazer, praça, lojas, praça de alimentação e áreas de apoio, como sanitários e depósitos.

4.3 TOPOGRAFIA

O terreno cria como um vale com três níveis bastante definidos. A intenção do projeto é trabalhar a topografia atual, sem muita interferência, valorizando assim, os relevos e a vegetação já existente no local. Além disso, o projeto adiciona outras características da natureza que podem ser incorporadas aos projetos biofílicos, como água, vegetação, luz natural, formas orgânicas e uso de materiais como a madeira.

4.4 ESTRUTURA METÁLICA

A estrutura escolhida para ser utilizada no projeto foi a estrutura metálica, devido a possuir diversas vantagens, como resistência, versatilidade, rapidez na obra, sustentabilidade, padronização e custo benefício.

Esse sistema construtivo é industrializado, ou seja: todas as peças são produzidas em fábrica e chegam no canteiro de obra prontas para montagem. Essa característica faz com que uma obra de estrutura metálica não permita muitas improvisações, por isso o arquiteto deve criar plantas extremamente detalhadas.

A estrutura metálica pode ser utilizada para a execução de vigas, pilares, terças, treliças de telhado, barrotes de mezaninos, pórticos, pergolados, dentre outros.

Figura 4: Estrutura Metálica



Fonte: Google Imagens. Acessado em: 09 de maio de 2022.

4.5 LAJE NERVURADA

A laje escolhida para ser utilizada no projeto foi a laje nervurada, por obter maior economia, por utilizar menos concreto, além de ser versátil (permitindo vãos mais amplos, flexível, reduzir as cargas, promover um maior isolamento térmico e acústico e reaproveitamento).

Essa laje é um tipo de laje maciça feita com nervuras de concreto interligadas entre si por uma capa ou mesa de compressão.

Figura 5: Laje nervurada



Fonte: Google Imagens. Acessado em: 09 de maio de 2022.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O intuito desse estudo foi evidenciar que o ambiente comercial também pode ser um ambiente agradável e que incentiva a produtividade e criatividade por meio de paisagens naturais. Além de retratar que ambientes fechados e a falta do design biofílico podem limitar muito os trabalhadores gerando insatisfação, estresse e até mesmo a depressão.

Através de toda pesquisa feita para a fundamentação do presente trabalho, conclui-se que há uma necessidade de estudar a implantação de mais áreas verdes na cidade de Juiz de Fora/MG, em busca de uma maior conexão dos seres humanos com a natureza, trazendo o bem-estar e conforto emocional a funcionários e clientes.

O tema traz a realidade, onde há um déficit de projetos arquitetônicos que visem a qualidade de vida de seus colaboradores, incentivando a criatividade e produtividade, além de melhorar o foco e concentração dos mesmos.

Há um potencial no terreno escolhido na cidade de Juiz de Fora, por contar com a presença de taludes e bastante vegetação, facilitando a inserção do conceito de biofilia e saúde mental no projeto, além de contar com uma vista privilegiada para o Museu Mariano Procópio.

Ademais, o estudo apontou que ambientes mal planejados ligados a uma longa jornada de trabalho, podem acarretar transtornos e desequilíbrio emocional, prejudicando assim, a saúde mental dos usuários.

Com um espaço bem planejado e com contato com o ambiente, não há necessidade das pessoas se afastarem das cidades para se reconectar. O design biofílico é capaz de trazer de volta as relações sociais.

ABSTRACT

With urbanization, cities grew without the necessary planning and in a disorderly way. In this way, it ended up not meeting the human need to connect with nature.

The article presents the design intention of a commercial space, which has the presence of biophilic spaces for better health and well-being of those who frequent the space.

The project in question seeks to implement biophilic design, neuroarchitecture, sustainability and mental health, seeking to influence the feelings of employees and costumers, making them more willing, creative and enthusiastic.

The chosen land is located in a strategic point of the city, where the entrance and exit of the city flow takes place, close to the bus station and in a very busy area. In addition, it has a privileged view of the city museum, the Mariano Procópio Museum.

The architecture was developed from studies of the predominant population in the city, in order to understand the main public of the place and serve it in the best possible way.

Keywords: Commercial space. Biophilia. Neuroarchitecture. Mental health. Juiz de Fora.

REFERÊNCIAS

ANAMT. **Pesquisa mostra que 86% dos brasileiros têm algum transtorno mental.** Disponível em: <https://www.anamt.org.br/portal/2019/08/01/pesquisa-mostra-que-86-dos-brasileiros-tem-algum-transtorno-mental/>. Acesso em: 30 nov. 2021.

ARCHDAILY. **Biofilia: Trazendo a natureza para dentro de casa.** Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/935460/biofilia-trazendo-a-natureza-para-dentro-de-casa>. Acesso em: 1 dez. 2021.

CARDEAL, Catharina Castro; VIEIRA, L. R. C. Neurociência como meio de repensar a arquitetura: Formas de contribuição para a qualidade de vida. **Neurociência como meio de repensar a arquitetura**, Aracaju, v. 6, n. 3, p. 55-70, jan./2021. Disponível

em: file:///C:/Users/vidig/Downloads/neuro%209980-Texto%20do%20artigo-28649-1-10-20210406.pdf. Acesso em: 1 dez. 2021.

CATALISAJR. **Objetivos Sustentáveis da ONU: entenda o que são e qual a sua importância.** Disponível em: <https://www.catalisajr.com.br/objetivos-sustentaveis-da-onu-entenda-o-que-sao-e-qual-a-sua-importancia/>. Acesso em: 28 nov. 2021.

DISTRITO.ME. **Saúde Mental no trabalho: 5 dicas para startups e empresas!**. Disponível em: https://distrito.me/saude-mental-no-trabalho/?utm_term=&utm_campaign=Dynamic+Search&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=7030450594&hsa_cam=10806537086&hsa_grp=108867214200&hsa_ad=455436009514&hsa_src=g&hsa_tgt=dsa-19959388920&hsa_kw=&hsa_mt=b&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gclid=Cj0KCQiAtJeNBhCVARI. Acesso em: 29 nov. 2021.

ESTRATEGIAODS. **O que são os ODS?**. Disponível em: <https://www.estrategiaods.org.br/o-que-sao-os-ods/>. Acesso em: 28 nov. 2021.

FIALHO, Mariana Gomes. Bioworking : Aplicação do design biofílico no ambiente de trabalho compartilhado. **Bioworking**, Fortaleza, v. 1, n. 1, p. 1-116, jan./2021. Disponível em: https://issuu.com/marianagfialho.arq/docs/bioworking_-_tcc_mariana_gomes_fialho__oficial_. Acesso em: 28 nov. 2021.

GERMANO, Alaor; BERGOC, Gilson Jacob. Comércio: História e Arquitetura. **Comércio**, Akrópolis, v. 11, n. 3, p. 1-2, set./2003. Disponível em: file:///C:/Users/vidig/Downloads/comercio.pdf. Acesso em: 1 dez. 2021.

LINKEDIN. **Tendências que farão a diferença no Mercado Imobiliário em 2019: DESIGN BIOFÍLICO E SUSTENTABILIDADE.** Disponível em: <https://www.linkedin.com/pulse/tend%C3%A2ncias-que-far%C3%A3o-diferen%C3%A7a-mercado-imobili%C3%A1rio-em-takeda-3e/>. Acesso em: 29 nov. 2021.

MELLO, Jéssica Bronzatti; BIANCHI, C. A. M; LIBARDONI, Felipe. Inteligência Artificial : A nova fronteira da ciência Brasileira. **Design Biofílico**, unijuí, v. 1, n. 1, p. 1-12, out./2020. Disponível em: <file:///C:/Users/vidig/Downloads/18595-Texto%20do%20artigo-51744-501170-2-20201021.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2021.

SAUDE. **Os problemas de saúde que atingem as grandes cidades**. Disponível em: <https://saude.abril.com.br/bem-estar/os-problemas-de-saude-que-atingem-as-grandes-cidades/>. Acesso em: 27 nov. 2021.

SIGNIFICADOS. **Sustentabilidade ambiental**. Disponível em: <https://www.significados.com.br/sustentabilidade-ambiental/>. Acesso em: 30 nov. 2021.

TUIUTI. **Arquitetura comercial: uma tendência que chegou para ficar!**. Disponível em: <https://www.tuiuti.edu.br/blog-tuiuti/arquitetura-comercial-uma-tendencia-que-chegou-para-ficar>. Acesso em: 29 nov. 2021.

SANCHEZ, Julia Ayuso; IKAGA, Toshiharu; SANCHEZ, Sergio Vega. A Melhoria quantitativa do desempenho no local de trabalho através do design biofílico: um estudo de caso de um experimento piloto. **Revista científica Energy and Buildings Journal**, v. 177, p. 316-328, 2018. Acesso em: 27 nov. 2021.

BENCKE, Priscilla. **Como os ambientes impactam no cérebro? Qualidade corporativa**, [s. l.], 2018. Disponível em: <http://www.qualidadecorporativa.com.br/como-os-ambientes-impactam-no-cerebro/>. Acesso em: 27 nov. 2021.

BEBRAIN. **O que é a Síndrome de Burnout ou Esgotamento Profissional?**. Disponível em: https://www.bebrain.com.br/burnout?gclid=Cj0KCQiA15yNBhDTARIsAGnwe0Uy030p-cPekArVNnAuF-AB29IZnSEsTQCX5R1cP76lzzC_qf_fXLAaAhR_EALw_wcB. Acesso em: 1 dez. 2021.

ARCHADEMY. **Neuroarquitetura: entenda como criar espaços para estimular o bem-estar**. Disponível em: <https://www.archademy.com.br/blog/neuroarquitetura-entenda-como-criar-espacos-para-estimular-o-bem-estar/>. Acesso em: 29 nov. 2021

ARCHDAILY. **Os benefícios da biofilia para a arquitetura e os espaços interiores.** Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/927908/os-beneficios-da-biofilia-para-a-arquitetura-e-os-espacos-interiores>. Acesso em: 1 dez. 2021.

KALUANA. **O Que é Sustentabilidade?**. Disponível em: https://kaluana.org.br/o-que-e-sustentabilidade/?gclid=Cj0KCQiA15yNBhDTARIsAGnwe0W-dJEMloHi86kMROVsD8j9vc1f6Y3l6O2GxLb9sDWj-Kyh60I_2koaAolxEALw_wcB. Acesso em: 30 nov. 2021.