

HÁ COMO (RE)PENSAR, (RE)DESENHAR, (RE)PROJETAR O ESPAÇO DE COMPRAR?

trabalho de conclusão de curso _____ **DISCIPLINA**

gilcélia pesce do amaral e silva _____ **ORIENTADORA**

gisele sabrina ferreira da silva _____ **ALUNA**

universidade federal de santa catarina _____ **UFSC**

centro tecnológico _____ **CTC**

departamento de arquitetura e urbanismo _____ **DAU**

data _____ **JULHO DE 2004**

Este relatório é o resultado de um semestre (2004/1) de estudos, pesquisas e discussões sobre o tema escolhido para o trabalho de conclusão de curso (TCC 1 e TCC 2). Até o presente momento o trabalho não tem título definido, porém se trata da tentativa de (re)pensar, (re)desenhar e (re)projetar um espaço, e um tipo de arquitetura, muito difundidos na sociedade, e na cidade, contemporâneas: **o espaço de comprar.**

O tema surgiu de uma inquietação pessoal: o costume de criticar freqüentemente certos espaços e tipos arquitetônicos considerados de pouca qualidade - e que, no fim, prestam desserviços à cidade e à sociedade - dentre estes, se têm como exemplos os condomínios residenciais (horizontais e verticais), os conjuntos habitacionais, os shoppings centers, etc. Daí, surgiu a dúvida: **há como corrigir certos equívocos nestes tipos de arquitetura sem destituí-los da sua finalidade?**

Por fim me decidi pelo **shopping center**, tanto pelo desafio de nunca ter feito algo do tipo ao longo do curso, quanto por ser um "fato" arquitetônico que se repete em quase todas as cidades de médio e grande porte do país. E, em se tratando de Florianópolis, brevemente será inaugurado pelo menos um destes equipamentos (Florianópolis Shopping Center, localizado na SC 401, com inauguração prevista para novembro de 2004), sendo que mais dois shoppings estão esperando a liberação para serem construídos. O forte interesse neste tipo de empreendimento vem a ratificar a necessidade de existir um projeto que abrigue, e amplie, as funções que se encontram em shoppings centers, porém que propõe mudanças estruturais na maneira como estes se inserem na cidade.

Enfim, o objetivo deste trabalho é aproveitar o conceito de aglomeração de diversas funções e de concentração de pessoas a que os shoppings se propõem, mas fazê-lo de maneira a não repetir as falhas e os aspectos negativos tão presentes no modo como estes equipamentos se organizam hoje.