

André Luis Carrilho Nucci

**“DNA” ARQUITETÔNICO: CONCEITOS DE DESIGN
APLICADOS AO MÉTODO PARA REABILITAÇÃO DOS
ESPAÇOS DA ARQUITETURA.**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do Grau de Mestre em Arquitetura e Urbanismo.
Orientador: Prof. Dr. Luiz Salomão Ribas Gomez.

Florianópolis

2012

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Carrilho, André L

DNA Arquitetônico: [dissertação] : Conceitos de design aplicados ao método para reabilitação dos espaços da arquitetura. / André L Carrilho ; orientador, Luiz S. R. Gomez - Florianópolis, SC, 2012.

148 p. ; 21cm

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo.

Inclui referências

1. Arquitetura e Urbanismo. 2. DNA Arquitetônico. 3. Conceitos. 4. Partido. 5. Reabilitação. I. Gomez, Luiz S. R.. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo. III. Título.

**“DNA” ARQUITETÔNICO: CONCEITOS DE DESIGN
APLICADOS AO MÉTODO PARA REABILITAÇÃO DOS
ESPAÇOS DA ARQUITETURA.**

Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de “Mestre em Arquitetura e Urbanismo”, e aprovado em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo.

Florianópolis,....dede.....

Prof. Dr. Ayrton Portilho Bueno
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Luiz Salomão Ribas Gomez
Orientador
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof^a. Dra. Chrystianne Goulart Ivanóski
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Eduardo Jorge Felix Castells
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Roberto Novelli Fialho

À minha mãe que mais uma vez
deixou um pouco do seu coração para
que eu pudesse melhorar um pouco de
mim.

AGRADECIMENTOS

À minha Família com apoio, amor e confiança.

A todos os meus Professores que se doaram Sonia, Castells, Richard, Margaritta, Maristela e em especial ao meu Orientador Salomão.

Aos meus Amigos que cuidaram para que eu tivesse força e que colaboraram para isso direta ou indiretamente. Aos de uma vida toda: Marina, Paulo; aos que fiz por aqui: Ana, Angela, Crisley, Cristiana, Bruno, Fernando, Julia, João, Laura, Louise, Letícia, Muller, Natália (Laddy), Renata, Thais e Vanessas Dorneles e Casarin.

Aos Alunos da disciplina de Metodologia de projeto de interiores – “DNA” de Projeto cujo muito me ensinaram e tornaram possível parte importante deste trabalho, alguns mais, outros menos, agora amigos também: Claudia, Talita, Lis, Gabriela, Luciana, Priscila, Paulo, Elvis, Rodrigo e Danielas.

À Ritalina e as incontáveis músicas clássicas que muitas vezes eram o que me mantinha concentrado para que tivesse foco em concluir essa dissertação.

Aos colegas do LOGO e em especial a Luana e a Magali que me ajudaram quase que diretamente.

À Equipe da C.O. e da Mundial Calçados que colaboraram para parte da realização deste trabalho.

A CAPES que por meio do programa REUNI financiou os meus estudos por parte do tempo que me dediquei ao mestrado.

O meu muito Obrigado!

As pessoas têm medo das mudanças. Eu tenho
medo que as coisas nunca mudem.

(Chico Buarque, 1995)

Quase tudo que é incomum no homem pode ser
resumido em uma palavra: cultura.

(Dawkins, 1995)

RESUMO

Ao longo do tempo se produziu um estoque de artefatos arquitetônicos, e para a preservação dos mesmos já existem diretrizes, porém ficam aos cuidados dessas, somente poucos exemplares responsáveis por manter a memória cultural, mais do que ser essa representação histórica, a arquitetura deve cumprir um papel de servir a humanidade de espaços úteis esses podendo ser preservados e disponibilizados ao uso por tempo indeterminado, visto os cuidados dados ao longo da vida. A genética promove uma evolução das estruturas orgânicas, pensando nessa maneira de perpetuar é que se faz uma analogia com a memética uma ciência nova que promove a evolução cultural, procurando perpetuar o caráter intangível de toda e qualquer estrutura, o DNA então se coloca como o código de elementos que determinam as características tanto dessas estruturas orgânicas como de qualquer outra ideia, se propondo nessa pesquisa como uma metáfora de conceitos e imagens que representem um partido para se desenvolver trabalhos futuros que levem a arquitetura antiga como suporte. Propõe-se para a ciência de arquitetura a adaptação de uma metodologia de projeto do design para co-criar trabalhos que venham a salvaguardar as obras de arquitetura, não se resguardado somente a matéria, mas de toda dimensão espacial, desenvolve-se por fim neste trabalho uma validação da metodologia adaptada, diagnosticando um DNA do Espaço Arquitetônico para uma edificação de relevância para a sociedade.

Palavras-chave: DNA Arquitetônico, reabilitação, preservação, métodos de projeto, co-criação.

ABSTRACT

Over time a stock of architectural artifacts has been produced, and although preservation guidelines already exist, only a handful of those artifacts, responsible for maintaining cultural memory, are under their care. Rather than being just a historical representation, architecture should be valued in its role of serving humanity with useful spaces which can be preserved and made available for use indefinitely, if appropriate care is taken throughout an artifacts' life. Genetics promote an evolution of organic structures, and in thinking about that perpetuation aspect we can draw an analogy with memetics, a new science that promotes cultural evolution, seeking to perpetuate the intangible nature of any structure. In that context, the DNA is posed as code elements that determine the characteristics of not only these organic structures but also any other idea, being, in this research, used as a metaphor for the concepts and images which are the basis to develop future work supported in traditional architecture. This research proposes that architectural sciences adapt a design methodology in order to co-create solutions that will safeguard architectural works, not only in the material, but in every spatial dimension and, for that purpose, we have developed a validation study of the adapted methodology by diagnosing the DNA of Architectural Space for a building of relevance to society.

Keywords: Architectural DNA, rehabilitation, preservation, design methods, co-creation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Infográfico da analogia Genética x Memética.	32
Figura 2 e 3: Comparação entre DNA dos organismos vivos e seus elementos e o DNA do espaço e seus elementos.	34
Figura 4 e 5: Edifício antigo e a simulação da intervenção com o conceito "DNA" da empresa de hotelaria responsável.	38
Figura 6 e 7: Anfiteatro de Arles antes de depois da intervenção de restauro.	55
Figura 8: Brand DNA Process.	63
Figura 9: Etapas da metodologia para processo de diagnóstico do DNA da marca.	65
Figura 10: Planta do edifício utilizado para o trabalho.	67
Figura 11: Planta do edifício utilizado para o trabalho com destaque para o apartamento selecionado.	68
Figura 12: Esquema da Análise SWOT e como é feito o cruzamento das informações.	69
Figura 13: Mapa semântico desenvolvido em aula pelos alunos.	74
Figura 14: Painel semântico desenvolvido em aula pelos alunos.	75
Figura 15: Planta do exercício de projeto com as intervenções feitas pelos alunos.	76
Figura 16 e 17: Perspectiva eletrônica do espaço que teve o projeto com as intervenções feitas pelos alunos.	77
Figura 18 e 19: Perspectiva eletrônica do espaço que teve o projeto com as intervenções feitas pelos alunos.	78
Figura 20 a 22: Perspectiva eletrônica do espaço que teve o projeto com as intervenções feitas pelos alunos.	79
Figura 23: Foto da fachada com foco nos espaços do térreo do edifício.	87
Figura 24 e 25: Foto dos espaços internos do térreo do edifício.	88
Figura 26: Foto dos espaços internos do subsolo do edifício.	89

Figura 27 e 28: Foto dos acessos verticais do edifício.	89
Figura 29 e 30: Foto dos espaços internos dos pavimentos tipos do edifício.	90
Figura 31: Foto do evento criativo.	94
Figura 32: Foto do evento criativo 2.	95
Figura 33: Mapa semântico elaborado pelo grupo no evento criativo.	96
Figura 34: Painel semântico elaborado pelo autor.	98
Figura 35: Painel semântico com conceito Integrador detalhado, elaborado pelo autor.	99
Figura 36: Painel semântico com conceitos Técnico, detalhado, elaborado pelo autor.	100
Figura 37: Painel semântico com conceitos Emocional, detalhado, elaborado pelo autor.	101
Figura 38: Painel semântico com conceitos Mercadológico e Resiliente, detalhado, elaborado pelo autor.	102
Figura 39: Painel semântico com conceitos Mercadológico e Resiliente, detalhado, elaborado pelo autor.	103
Figura 40: Fotos do Relatório entregue a empresa.	104

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Procedimentos metodológicos.	26
Tabela 2: Dados tabulados pelos alunos para a análise SWOT.	70
Tabela 3: Perguntas para entrevista, primeira etapa da metodologia.	71
Tabela 4: Resultado da Análise SOWT.	91
Tabela 5: Perguntas para entrevista, primeira etapa da metodologia.	91
Tabela 6: Dado tabulados para a Análise SOWT.	92
Tabela 7: Resultados do cruzamento da análise SOWT.	93
Tabela 8: Conceitos diagnosticados para o espaço do Edifício Guinle.	95
Tabela 9: Questões de confirmação.	97

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	21
1.1 MOTIVAÇÕES, JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA DO TEMA ..	21
1.2 OBJETIVOS.....	24
1.1.1 Objetivo Geral	24
1.1.2 Objetivos Específicos	24
1.3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	24
1.4 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO	26
2 FUNDAMENTAÇÃO	29
2.1 EVOLUÇÃO CULTURAL BASEADA NA EVOLUÇÃO GENÉTICA: A MEMÉTICA E A METÁFORA DO DNA.....	29
2.2 CONCEITOS COMO SÃO ENTENDIDOS NO DESIGN E NA ARQUITETURA	36
2.3 A CULTURA MATERIAL E A CAPACIDADE DE PERCEBER... 39	
2.4 CO-CRIAÇÃO, COLABORAÇÃO E PROCESSO DE CRIAÇÃO PARTICIPATIVO.....	41
2.5 DEFINIÇÃO DE ESPAÇO E O SENTIDO DA DIMENSÃO ESPACIAL.....	44
2.5.1 Definindo o significado de espaço:.....	44
2.5.2 Reconhecendo a falta de preservação do espaço:	46
2.6 PRESERVAÇÃO E PROJETO, TEORIAS E MÉTODOS	47
2.6.1 Projeto como uma teoria de preservação:	47
2.6.2 Projeto de intervenção, conservando a dimensão espacial:	50
2.7 REABILITAÇÃO DO ESPAÇO E DO SIGNIFICADO DA ARQUITETURA	51
2.7.1 Intervenção como reabilitação, construindo significado na arquitetura:.....	51
2.7.2 Recuperar a cultura e a emoção da arquitetura:	53
2.7.3 Reabilitar o espaço como um projeto de preservação:.....	56
2.7.4 Definição do que é reabilitação, projeto permitindo resiliência: 57	
3. TRANSPOSIÇÃO DO MÉTODO, ADAPTAÇÃO E VALIDAÇÃO PARA A ARQUITETURA:	61
3.1. ADAPTAÇÃO DO BRAND DNA PROCESS PARA O PROCESSO DE DIAGNOSTICO DO DNA DO ESPAÇO ARQUITETÔNICO.....	61
3.1.1 A Metodologia do Design O “Brand DNA Process”	61
3.1.2 Conteúdo programático da disciplina - Metodologia de projeto de interiores – “DNA” de Projeto:	64
3.1.2.1 Adaptando o método:.....	65

3.1.3A versão do Brand DNA Process para a arquitetura: O Processo de diagnostico do DNA do espaço Arquitetônico.....	80
3.1.3.1 Pesquisa preliminar:	80
3.1.3.2 Diagnóstico:	81
3.1.3.3 Análise SWOT:	81
3.1.3.4 Evento Criativo:	82
3.1.3.5 Busca de Imagens:.....	82
3.1.3.6 Discussão:	83
3.1.3.7 Definição do DNA:	83
3.1.3.8 Apresentação do DNA.....	83
3.2 VALIDAÇÃO DO DNA ARQUITETÔNICO: APLICANDO A METODOLOGIA NOS ESPAÇOS DO EDIFÍCIO GUINLE.....	84
3.2.1 Aplicando o Processo de diagnóstico do “DNA” do espaço arquitetônico.	85
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	105
4.1 RESPONDENDO À PERGUNTA DA PESQUISA.	105
4.2 RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS.	105
4.3 CONCLUSÕES.	106
REFERÊNCIAS	107
APÊNDICE A – ENTREVISTAS UTILIZADAS PARA A COLETA DE DADOS NO ESTUDO DE CASO.	113
ANEXO A –PROJETO DE RESTAURO DO EDIFÍCIO GUINLE..	129

1 INTRODUÇÃO

1.1 MOTIVAÇÕES, JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA DO TEMA

A discussão sobre o assunto preservação da arquitetura já é muito corrente, e já é também de acordo comum, que a sua salvaguarda é importantíssima por inúmeros fatores. As leis governamentais e a tradição social já amparam um número significativo de exemplares de artefatos arquitetônicos que servem como modelos da memória e testemunho das técnicas e da capacidade humana.

Através da reabilitação dos espaços deixados por uma arquitetura se faz coerente à preservação de mais do que a obra, mas também de toda cultura e toda a emoção que estão impregnados de significados, uma dimensão espacial, como coloca Edward Hall (1977), uma dimensão cultural, dimensão oculta. Além disso, deixar para as próximas gerações a capacidade de desfrutar do planeta como se faz nos tempos atuais, é a principal diretriz de sustentabilidade. Desse modo, readaptar a arquitetura com falência no projeto original (ARGAN, 2000) contribui muito com essa premissa, visto que, deixa de se construir algo novo, que consumiria mais recursos naturais, ou de aumentar a produção de lixo no caso das demolições.

Pensar que a preservação dos edifícios com relevância é um problema do Estado é um equívoco, essa tarefa deve envolver toda a sociedade de maneira consciente. O reconhecimento do valor das significações deixadas pelas sociedades passadas deve ser pensado como uma das partes do desenvolvimento cultural, mas não somente cultivar essa imagem que tem um caráter de educação e de identificação de costume, porém num sentido de aproveitar o que já existe para uso, cooperar para com que o ambiente construído seja sempre desfrutado e vivido. “Espacializações são a expressão, no espaço, das interações entre os eventos (formas sociais) e as coisas (formas físicas).” (MALARD, 2006, p.37). Os eventos e as interações do homem com a arquitetura são o que a justificam existir. A organização dos homens, de seus corpos e as atividades são o que configuram uma ordem para com as espacializações.

A memética é a ciência que procura promover o desenvolvimento cultural de maneira a perpetuar o conhecimento, o que tem conexão direta com a ideia de perpetuar a arquitetura como cultura. Em analogia com a genética responsável pela evolução das estruturas orgânicas e tendo o “DNA” como o intermediador da perpetuação das características

nos organismos vivos, que se faz pertinente pensar nele de maneira metafórica, para desenvolver a perpetuação da cultura da arquitetura.

A ganância por um lucro egoísta gera somente problemas de mais individualidade, atualmente a sociedade se desloca para um pensamento mais coletivo, em que mais pessoas participando do processo que envolve tradição e respeito mútuo, pelos indivíduos e pelas obras do fazer de todos. Hansen cita que neste momento é cabível mudar os comportamentos de uma maneira geral e não que se mudem somente as atitudes. (HANSEN, 2010).

Através das redes sociais a sociedade se encontrou em uma nova forma de posição, capaz de pensar de maneira coletiva, encontrando possibilidades de fazer a conscientização de problemas como o da preservação. A sociedade junta e engajada em rede pode desenvolver novas experiências de valor e, ao mesmo tempo, aperfeiçoar a qualidade ética dessas redes, fortalecendo os padrões através de pensar em grupos e não deixando sempre a responsabilidade para o outro ou para o Estado. (GOUILLART, 2011, p.35)

A ideia de que para gerar o lucro não importam os meios, ou seus impactos sociais, deve ser substituída pela ideia de que é de interesse comum uma sociedade mais equilibrada e mais rica. A sociedade não pode cruzar os braços e deixar para o Estado a construção da nação, a defesa de seus interesses e seu desenvolvimento. Cada segmento e cada indivíduo precisa considerar-se parte do processo de desenvolvimento. Cabe à sociedade civil entender que é a soma do trabalho de cada um que define padrões de desenvolvimento. (CARSALADE, 2001)

A arquitetura envolve um grupo de ciências para se conceber, passa por uma relação mais humana enquanto busca atender as pessoas para suas ações de experiências, pela física que explica sua existência quanto um equilíbrio real, a matemática que geometrizava uma estética, mas também outras ciências como a administração que contribui com a gestão. Pensando por esse aspecto é que essa pesquisa se promove, motivada através da união de inúmeras ciências e conhecimentos diversos a fundamentar a aproximação de uma ferramenta de gestão, já utilizadas em marketing, publicidade, design a arquitetura compartilhando valores junto com a preservação da arquitetura.

As ações concernentes à defesa da memória corporificada no patrimônio histórico e artístico se fazem através de três vertentes principais, nominadamente, a proteção, a conservação e a promoção. Cada uma delas apresenta problemas e metodologias específicas embora

à defesa do patrimônio seja mais eficaz se há a integração das três de modo coerente e sistemático. (CARSALADE, 2001).

Para essa pesquisa acontecer foram cruzadas informações de várias temáticas, sempre em busca de encontrar formas para fomentar muitas soluções para uma problemática que é a da preservação da arquitetura do passado, um problema que deveria ser visto como oportunidade. “A iniciativa privada e a sociedade civil encontram nos edifícios históricos e bens culturais um importante setor produtivo da economia que propicia negócios e oportunidades de investimento, carreando lucros e avanços econômicos.” (CARSALADE, 2001).

Dois conceitos regeram a motivação desse estudo é o da já colocada sustentabilidade, e o outro o de sustentação, se referindo a maneiras de como se fazer o primeiro conceito possível economicamente. “A sustentabilidade refere-se a ações que incentivem formas variadas de conservação e preservação, através de articulação da comunidade, base legal específica ou, ainda, outras formas de atração de investimentos financeiros ou de trabalho.” (CARSALADE, 2001), “A sustentação se refere aos investimentos diretos no patrimônio histórico e artístico que geram benefícios de conservação e é tarefa de todos os agentes por ele responsáveis, seja o governo, com recursos do tesouro e outros fundos, seja o proprietário particular ou a parceria entre eles.” (CARSALADE, 2001).

Tendo como o conceito de sustentação um balizador para a problemática, procura-se através desse trabalho, utilizar uma ferramenta de ação, que tem como embasamento, a gestão e a criação de valores para motivar o trabalho de financiar as obras de preservação da arquitetura. Ferramenta essa que será apresentada para o trabalho alcançada nos fundamentos do campo do design.

Pretende-se possibilitar através dos conhecimentos do design, uma associação entre promoção e preservação da arquitetura, com o foco em reabilitar o espaço interno devolvendo a obra, um destino funcional, levando em conta os significados que foram se parasitando na obra ao longo do tempo. Colaborar por meio de uma nova metodologia com criação de conceitos em arquitetura, unindo teoria, com a possibilidade de melhor fazer uso dos espaços negligenciados do passado, promovendo receita para a solução de um problema, que é de cunho financeiro, o de sustentar a reabilitação da arquitetura.

Busca-se então a resposta para uma pergunta bastante abrangente:

Que conceitos são decodificados através do diagnóstico de um “DNA” dos espaços arquitetônico e que poderão servir para reabilitar uma arquitetura?

Espera-se encontrar essa resposta e se deparar com uma nova possibilidade de ação para requalificação e incentivar essa prática coerente com a premissa de sustentabilidade.

1.2 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Demonstrar o processo de diagnóstico do “DNA” do espaço arquitetônico, este como um conjunto de conceitos que serão responsáveis por servir de parâmetro para projetos de reabilitação da obra de arquitetura.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Aplicar o BRAND DNA Process, um método de diagnóstico de DNA metafórico do design, em um espaço de interiores como uma disciplina de arquitetura.

- Adaptar o BRAND DNA Process para método de diagnóstico do DNA do espaço arquitetônico, transportando-o do design, para a arquitetura.

- Validar o DNA do espaço arquitetônico de um edifício de relevância social.

1.3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa tem um caráter aplicado procurando criar conhecimento para melhorar um problema de cunho real (SILVA e MENEZES, 2005). Pretende, por meio do diagnóstico conceitual de um DNA da obra arquitetônica, verificar se é possível, tornar mais eficiente, o projeto das intervenções sobre os espaços de uma arquitetura, isso quando as obras se encontrarem num estado onde é necessária a requalificação desses espaços sendo o dado momento aquele em que seu projeto de uso original se encontra ultrapassado.

Para fazer possível esse trabalho, foi necessário um **estudo exploratório** do material bibliográfico, desenvolvendo uma fundamentação teórica e possibilitando um raciocínio crítico sobre os

assuntos envolvidos. Pretende-se abordar o problema de maneira **qualitativa**, pois procura envolver conhecimentos, com fatos e opiniões, sem medir dados numéricos.

O principal foco do trabalho é a propagação de uma educação, a da preservação dos espaços da arquitetura. Dessa forma, pretende-se promover uma evolução cultural utilizando o **processo de diagnóstico do DNA** como a ferramenta metodológica para validar um resultado, um conjunto de memes que sirva de parâmetro para as intervenções.

Parece já ter sido comprovada a eficácia dessa prática de intervir na arquitetura como forma de preservação, mas a conscientização dessas ideias e a promoção delas, para com a sua sustentação, é que busca cada vez mais ferramentas. É a partir dessa problemática que se faz a transposição dos conceitos utilizados em outras áreas científicas para a da arquitetura. A pesquisa pretende desenvolver uma ferramenta de apoio no processo de projeto contribuindo assim para a gestão e promoção das propostas.

Para desenvolver a validação desse processo já estabelecido no design foi necessário o uso de dois **estudos de caso** (GOMES, 2008) sendo o primeiro aplicado na forma de uma disciplina de projeto em design de interiores no curso de graduação de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Santa Catarina, e o segundo em um edifício de relevância social.

No primeiro momento a metodologia foi aproveitada como no design, sendo durante as aulas adaptada para os parâmetros da arquitetura, onde depois teve seu resultado o projeto dos alunos que levaram em conta como partido de projeto o DNA do espaço arquitetônico.

Foi então que com o processo adaptado se fez possível uma a validação do mesmo em outro estudo onde se fez o diagnóstico do DNA do espaço arquitetônico, que possivelmente pode servir como o partido para as intervenções e qualquer tipo de ação que leve a obra para o qual foi trabalhado como suporte.

Para o **tratamento desse material** serão utilizadas técnicas científicas de **coleta e análise de dados** (SILVA e MENEZES, 2005) de trabalhos pertinentes ao mesmo desígnio científico, colocando em prática o que foi proposto e **analisando os resultados**. Durante essa etapa ainda serão utilizados alguns procedimentos técnicos como **entrevistas semi-estrutura** das (SILVA e MENEZES, 2005), **análises documentais, brainstorm, análise SWOT e debates** (GOMEZ e MATEUS, 2009), seguindo uma metodologia formada na ciência de design gráfico que serve como gestora para a promoção de marcas.

Objetivos específicos	Procedimentos metodológicos
Aplicar o BRAND DNA Process, um método de diagnóstico de DNA metafórico do design, em um espaço de interiores como uma disciplina de arquitetura.	exploratório do material bibliográfico, desenvolvendo uma fundamentação teórica estudo de caso com análise de dados.
Adaptar o BRAND DNA Process para método de diagnóstico do DNA do espaço arquitetônico, transportando-o do design, para a arquitetura.	Através de estudo de caso com entrevistas semi-estruturadas, brainstorm, análise SWOT e debates.
Validar o DNA do espaço arquitetônico de um edifício de relevância social.	Através de estudo de caso com entrevistas semi-estruturadas, brainstorm, análise SWOT e debates.

Tabela 1: Procedimentos metodológicos.

Fonte: Autor, 2012.

1.4 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

O seguinte trabalho foi organizado em quatro capítulos, apresentados a seguir:

CAPÍTULO 1: INTRODUÇÃO. Neste capítulo foi realizada uma breve apresentação e contextualização do tema proposto, seguidos da justificativa, motivação e relevância do trabalho, ainda foi feita a exposição da pergunta de pesquisa, dos objetivos e dos procedimentos metodológicos utilizados, fechando com a presente estrutura da pesquisa.

CAPÍTULO 2: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA. Este capítulo foi dividido em sete pequenos temas, que, acredita-se, serem cruciais para o embasamento teórico do presente trabalho, sejam eles:

EVOLUÇÃO CULTURAL BASEADA NA EVOLUÇÃO GENÉTICA: A MEMÉTICA E A METÁFORA DO DNA. Para situar o eixo principal da pesquisa e possibilitar o entendimento da metáfora que se propõe. (2.1).

CONCEITOS COMO SÃO ENTENDIDOS NO DESIGN E NA ARQUITETURA. Entendendo como se faz a proposta de conceitos (memes) nas ciências aqui abordadas (2.2).

A CULTURA MATERIAL E A CAPACIDADE DE PERCEBER. Neste é colocado a percepção e a cultura intangível no destaque do que se fara com o método (2.3).

CO-CRIAÇÃO, COLABORAÇÃO E PROCESSO DE CRIAÇÃO PARTICIPATIVO. Seguindo o entendimento do método proposto pela pesquisa se viu necessário fundamentar o assunto que faz parte da filosofia do processo, este que procura trabalhar munido de todos os indivíduos envolvidos no mesmo (2.4).

DEFINIÇÃO DE ESPAÇO E O SENTIDO DA DIMENSÃO ESPACIAL. O foco da pesquisa fica em perceber o espaço e então neste se define o que foi o sentido de espaço para este trabalho e o reconhecimento de que até os dias de hoje ficaram negligenciadas a sua preservação (2.5).

PRESERVAÇÃO E PROJETO, TEORIAS E MÉTODOS. Como já colocado acima esse item trata da preservação e dos possíveis planos de sua abordagem (2.6).

REABILITAÇÃO DO ESPAÇO E DO SIGNIFICADO DA ARQUITETURA. Finalizando a fundamentação se fecha com o presente item a ideia de que este método busca através do diagnostico do DNA como uma metáfora, desenvolver memes, ou como colocados conceitos, que levam em conta a percepção dos envolvidos na obra. Dessa maneira se pretende preservar a cultura e reabilitar os espaços da arquitetura (2.7).

CAPÍTULO 3: TRANSPOSIÇÃO DO MÉTODO, ADAPTAÇÃO E VALIDAÇÃO PARA A ARQUITETURA. Neste capítulo foi apresentado método como era aplicado no design e a sua aplicação durante uma disciplina no curso de arquitetura o adaptando para esta ciência (3.1). Depois por meio deste resultado e o processo devidamente adaptado se aplica ele em um objeto de estudo de cunho pratico (3.2).

CAPÍTULO 4: CONSIDERAÇÕES FINAIS. Por fim se apresenta a resposta para a pergunta de pesquisa, as conclusões finais desta pesquisa fechando assim como recomendações para pesquisas futuras.

2 FUNDAMENTAÇÃO

2.1 EVOLUÇÃO CULTURAL BASEADA NA EVOLUÇÃO GENÉTICA: A MEMÉTICA E A METÁFORA DO DNA

Desde 1868, sabe-se da existência de ácidos localizados no núcleo das células dos seres vivos e, por esse motivo, recebem o nome de ácidos nucleicos. São dois tipos, o DNA e o RNA, que foram descobertos pelo biólogo suíço Friedrich Meischer. Ele acreditava que esses ácidos continham informações genéticas, porém suas pesquisas não puderam confirmar sua ideia. No entanto, foi a partir dessa descoberta que cientistas puderam estudar a estrutura desses ácidos, principalmente do DNA, e começaram, então, a entender o funcionamento da vida e da perpetuação da espécie. “O DNA - ácido desoxirribonucléico - é a parte mais importante de cada célula. Ele contém informações vitais que passam de uma geração à outra.” (GOMEZ; OLHATS e FLORIANO, 2010, p.143). É no “DNA” que são encontradas as informações para a formação dos seres humanos, determinando todas as suas características.

O gene, a molécula de DNA, por acaso é a entidade replicadora mais comum em nosso planeta. Poderá haver outras. Se houver, desde que certas outras condições sejam satisfeitas, elas quase inevitavelmente tenderão a tornarem-se a base de um processo evolutivo. (DAWKINS, 1995, p. 121)

Nos dias atuais, já se dispõe de outro meio de armazenamento de informações, que tem a possibilidade de se disseminar com uma facilidade muito maior, e que permite uma replicação muito mais rápida e transformadora que a da genética. Esse meio é tão eficaz que permite a criação de um novo tipo de evolução, difundindo informações que podem se replicar incontidamente em um tempo curtíssimo, modificando e influenciando tão fortemente que se torna mais interessante e importante para nossa vida cotidiana do que os genes.

É dentro desse meio que se faz possível, assim como o gene, o replicador da genética, um novo tipo de replicador. Para Richard Brodie, esse meio “atende pelo nome de mente, e o replicador que evolui em nossa mente é chamado de meme.” (BRODIE, 2009, p.85). Esse mesmo autor acrescenta que, “os memes entram em nossa mente sem pedir

permissão. Eles se tornam parte de nossa programação mental e influenciam nossa vida sem que nós nem mesmo tenhamos consciência disso” (BRODIE, 2009, p.150).

Dawkins, em 1995, coloca que existe um novo replicador no ”caldo”¹ da vida; ele o denomina, como já mencionado, “meme”. Esse é responsável por um novo tipo de evolução, a da cultura. Essa denominação vem de uma aproximação entre a mimética e a genética, na qual os genes estão relacionados à imitação e à memória. Um meme, para Dawkins (1995), é como uma melodia, uma ideia, um slogan, e através dele é que é possível um outro tipo de evolução diferente da genética, a evolução cultural. Assim como na genética onde, os genes se replicam no caldo, os memes também se replicam, só que isso ocorre de uma mente para outra, se espalhando através de conhecimentos, formando e influenciando comportamentos.

A memética segundo Brodie, (2009), é o estudo do funcionamento dos memes: como eles se interagem, como se multiplicam e evoluem. (BRODIE, 2009). Dessa forma, é a ciência que estuda essa evolução causada pelos memes e o funcionamento do processo que é provocado pelos tais. É uma ciência nova, formada pelos estudos sobre a perpetuação das ideias. Assim como a genética estuda a perpetuação das características dos seres vivos, sejam elas físicas ou de personalidade, é a memética que estuda a perpetuação dos memes, que são as características culturais que estão se replicando na mente e, assim, influenciando e modificando pensamentos e preconceitos de todos os tipos e naturezas.

Da mesma forma como os genes se propagam no "caldo" pulando de corpo para corpo através dos espermatozoides ou dos óvulos, da mesma maneira os memes propagam-se no "fundo", na mente pulando de cérebro para cérebro por meio de um processo que pode ser chamado, no sentido amplo, de imitação. (Dawkins, 1995, p.123)

Brodie, (2009) explica a replicação como uma forma de permanecer vivo, seja um gene ou um meme, seja em um animal, um humano ou as ideologias dos mesmos. Para ele, replicar é perpetuar e deixar no mundo uma parcela de importância que deve ser preservada. A

¹..."caldo primitivo" o qual, biólogos e químicos acreditam constituiu os mares de cerca de três a quatro bilhões de anos atrás. (Dawkins, 1995)

força de um meme é a capacidade que este tem de permanecer com vida no mundo, a capacidade de existência nas mentes se perpetuando.

As coisas que são aptas a permanecer e a replicar-se são chamadas de replicadores. Os dois tipos de replicadores mais interessantes no universo atual - interessante tanto porque dizem respeito a nós quanto por estarem evoluindo com enorme rapidez - são o gene, que é o replicador básico no universo da biologia, e o meme que é o replicador básico no universo da mente. (BRODIE, 2009, p.27)

Pode-se entender, a partir disso, que o “DNA”, assim como é usado para identificar as características genéticas que são determinadas pelos genes, é utilizado também como termo metafórico para as características que são determinadas pelos memes.

Em algum momento, nossa mente evoluiu a ponto de desenvolvermos a linguagem. A linguagem fez explodir a evolução dos memes. Ela revolucionou a comunicação ao tornar possível criar novos conceitos e novas distinções; associar uma coisa a outra; e compartilhar estratégias. (BRODIE, 2009, p.93)

Sendo assim, um “DNA” de um ser humano pode ser comparado a um “DNA” de qualquer coisa. Essa metáfora já é utilizada nos dias atuais e com um processo de atribuição de valores em comunicação entre coisas e pessoas. Essa cultura está diretamente ligada à capacidade de percepção de cada indivíduo, porém de forma persuasiva pode-se fazer com que isso contribua positivamente.

Esse “DNA” proposto seria, então, como um conjunto de informações, memes, que definem as características de qualquer que venha ser a cultura e que precise ser determinado, produzido de uma forma colaborativa e contribuindo, assim, de alguma maneira para a qualificação de ideais.

Esse conjunto de memes seria as características que identificam uma marca ou qualquer coisa que desejemos criar uma identidade, mas o que deve ser notado é que a identidade dos objetos é construída a partir da cultura. “A identidade não pode ser aparafusada; ela cresce das raízes, da sua história, e de tudo que a da uma autoridade e legitimidade

única com valores e benefícios específicos” (GOMEZ; OLHATS e FLORIANO, 2010, p.145). São essas características que dão identidade ao que chamamos de memes e que, assim como os genes, definem um “DNA”.

Consegue-se assim entender o “DNA”, de maneira geral, como o conjunto de informações determinantes de características não somente dos seres vivos, mas também de objetos ou de todas as coisas que podem de ser identificadas, e todas as coisas que têm a possibilidade de transmitir qualquer tipo de informação.

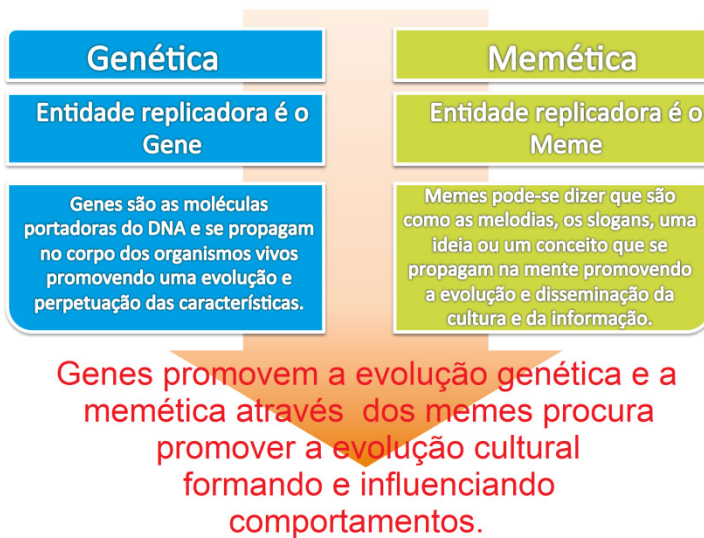


Figura1: Infográfico da analogia Genética x memética.

Fonte: elaborado pelo autor, 2012

Coloca-se assim, que toda forma de cultura possui, então, um “DNA”, um conjunto de peculiaridades que determinam uma tradição, permitindo assim a evolução de tudo e não somente dos seres vivos, mas das suas ideias. A partir desse raciocínio, Dawkins afirma que:

Quase tudo que é incomum no homem pode ser resumido em uma palavra: cultura. Não usei a palavra em um sentido esnobe, mas como os cientistas a usam. A transmissão de cultura é análoga à transmissão genética no sentido de que

embora seja basicamente conservadora, pode originar um tipo de evolução. (1995, p. 121)

Partindo da pesquisa dos autores citados que tratam da memética, justifica-se pensar que todas as coisas possuem um “DNA” e que, consideradas essas informações, faz-se possíveis metáforas de qualquer natureza sobre o assunto. Sendo assim pode-se utilizar o “DNA” de uma maneira a formar estratégias que permitam difundir conceitos sobre coisas, e assim divulgar essas considerações de maneira a perpetuá-las na mente das pessoas.

Dawkins (1995) defende que a formação de cultura é possível nos seres humanos como em nenhum outro animal, e que é por essa capacidade de produzir cultura que os seres humanos se fazem diferentes, e é nesse conteúdo que se formam os memes. Essa teoria do autor é a que desenvolve toda essa discussão da possibilidade de replicação cultural neste meio que é a mente, produzindo uma evolução contínua, mudança catastrófica e sem volta. Uma vez entendido e aceito que existe essa capacidade de se criar memes e de difundi-los na mente, o mundo se modifica para sempre.

Considerando que as teorias de Dawkins têm sido tidas em consideração por cientistas do mundo inteiro e que, cada vez mais, o mundo globalizado se transforma no ‘caldo’ que transmite imediatamente informações entre os seres humanos, é possível afirmar que os memes são, tal como os genes nos seres vivos, os componentes do DNA dos elementos ‘não vivos’, ou artificiais, da sociedade. (GOMEZ; OLHATS e FLORIANO, 2010, p.144)

Entende-se então que os memes são as informações que compõem o “DNA” das estruturas não orgânicas, e assim são formadas as características que desenvolvem a cultura. “DNA” pode ser entendido como a essência do ser humano e, partindo desse raciocínio, o “DNA” também é a essência das outras coisas. É a informação que irá carregar todas as características da entidade, refletindo cada posição, reação, ou mesmo a imagem que se pretende transmitir de algo ou de alguma ideia à sociedade.

É, então, utilizando essa possibilidade dos memes que podemos criar estratégias que possam modificar o pensamento das pessoas e conscientizar a sociedade de coisas que muitas vezes não estão tão bem resolvidas ou definidas, podendo assim sustentar-se em algo que não consegue proporcionar sua própria manutenção, ou justificar investimento de tempo em ideais que ainda não estão completamente concretizadas.

A partir desse entendimento pode-se promover a criação de um “DNA” metafórico para organismos não vivos, desenvolvendo uma alma metafórica para objetos, marcas, pessoas e até lugares, e proporcionando para estes uma atribuição de valor não somente técnico e comercial, mas de valor sentimental e de perpetuação.

[...] o “DNA” das organizações vivas compõe-se de quatro elementos básicos, que se combinam e recombinam para expressar distintas identidades, ou personalidades (NEILSON, 2008, p.10)

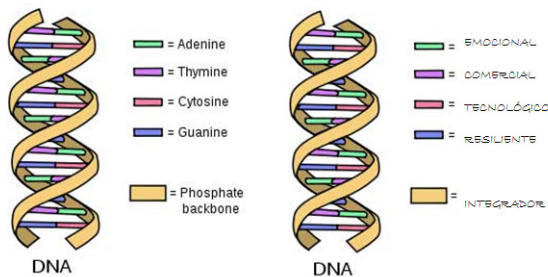


Figura 2 e 3 : Comparação entre DNA dos organismos vivos e seus elementos e o DNA do espaço e seus elementos.

Fonte: <http://www.differencebetween.net/science/difference-between-dna-and-genes/> e alteração pelo autor em Illustractor.(2012)

Levando em conta Neilson (2008), podemos pensar que, se os genes combinam elementos básicos para construir um “DNA” com características específicas, pode-se, em metáfora, fazer uso de conceitos que sejam comparados aos quatro elementos básicos do “DNA” dos organismos vivos. São eles: adenina (A), timina (T), citosina (C) e guanina (G). Também podemos fazer referência a quatro outros elementos que se definem como Emocional (E), Mercadológico ou

Comercial (C), Técnico ou tecnológico (T) e de Perpetuação ou Resiliência (R), e havendo, ainda, um quinto elemento integrador comparado à proteína que é a integradora dos elementos na formação do “DNA” dos organismos vivos.

Criada a situação proposta onde se desenvolve um “DNA” de coisas que não têm características de vida orgânica, pode-se acreditar em uma experiência emocional ou virtual para essas, as quais receberão uma atenção para a determinação desses “DNA”s, podendo assim entender que pode-se atribuir um tipo de sentido, experiência ou simplesmente uma história para os memes.

O conceito emocional se justifica pelo fato de serem as emoções que permitem satisfazer as necessidades do “coração e da alma” dos usuários, como cita Elwood (2004); e Norman (2008) completa, dizendo que as emoções são essenciais para a vida das pessoas, pois permitem a avaliação das situações como positivas ou negativas.

Como conceito mercadológico, entende-se como sendo o responsável por tornar as coisas com um valor potencial de comércio um conceito que deva balizar decisões que atendam as necessidades da vida no tempo contemporâneo, sem provocar engessamento das futuras transformações, ou como coloca Lopez e Gomez (2012), que diz que as coisas devem possuir, em seu DNA, um componente mercadológico, o qual diz respeito a como se apresenta no mercado de modo vendável.

Defendendo a estrutura física do espaço e não só os aspectos intangíveis é que coloca-se no DNA o conceito técnico ou tecnológico, que procura direcionar “um benefício racional, mensurável que relacionamos aqui como um atributo físico ligado ao produto a fim de garantir uma promessa de suprir uma necessidade do usuário” (LOPEZ; GOMEZ, 2012)

Explicando o elemento de resiliência, Neilson e Pastemack (2007) afirmam que “o mercado se torna cada vez mais exigente e as mudanças ocorrem em um ritmo mais acelerado”, exigindo que cada vez mais flexibilidade e capacidade de adaptação sejam uma preocupação na tomada de decisão para criar qualquer tipo de produto, podendo ser incluída, assim, a arquitetura como tal. “A resiliência não significa mudar com a maré; mas manter sua autenticidade dentro das mudanças contínuas da sociedade de consumo” (LOPEZ; GOMEZ, 2012).

Finalizando os elementos do DNA como metáfora ocupando o lugar da proteína, coloca-se o conceito integrador, que tem a intenção de ser o que conecta os demais, pois ainda que cada um deles tenha um sentido separado e distinto, são suas combinações que fazem a diferença como DNA. Lopez e Gomez citam, sobre os elementos, que esses

“devem trabalhar sempre em conjunto combinando-se e recombinando-se, interferindo na forma de agir um do outro, coexistindo”; para isso, interligados pelo quinto elemento o Integrador.

2.2 CONCEITOS COMO SÃO ENTENDIDOS NO DESIGN E NA ARQUITETURA

Nas teorias de design, conceito pode ser entendido como “[...] um conjunto de propriedades e associações que dão ao produto um significado específico” (TYBOUT, CALKINS, 2006, p.27). Então, fazendo uso da metáfora de “DNA” nesse conceito, podemos utilizar as palavras do autor neste parágrafo supracitado, que diz que “um conceito é a forma pela qual diferenciamos certo item entre todas as coisas que experimentamos” (TYBOUT, CALKINS, 2006, p.28).

Em termos psicológicos, uma cadeira não é uma cadeira – uma cadeira é um conceito que aplicamos a uma peça de madeira ou plástico, baseado em sua adequação às propriedades e associações que compõem nossa idéia do que deve ser uma cadeira. (TYBOUT, CALKINS, 2006, p.28)

No exemplo da cadeira, fica determinado que nenhum conceito surge sem que seja colocado um esforço para se produzir um significado. E, assim como nas teorias de design, nas de arquitetura isso também é evidente, por exemplo quando Snyder e Catanese dizem que “a formulação de conceitos não é uma atividade automática. É necessário um esforço concentrado para desenvolver um conceito que integre apropriadamente coisas que antes nunca eram postas juntas.” (MIGINTY, 1984, p. 214).

O conceito não deve ser colado pelo arquiteto como justificativa, após o trabalho terminado, ele deve ser construído como uma forma de justificar as idéias, unindo-as em um todo. Como visto na obra de Snyder e Catanese, “os conceitos integram os vários elementos de um projeto em um todo coerente e permitem que o arquiteto dirija seus recursos para os aspectos mais importantes do projeto.” (RAPOPORT, 1984, p. 34).

Conceitos são semelhantes a idéias, já que são pensamentos específicos que temos como resultado de uma compreensão, exceto que um conceito tem esta característica particular: é um pensamento que se refere à maneira como vários elementos ou características podem ser combinados numa coisa única. Em arquitetura, um conceito também identifica como vários requisitos de um edifício podem ser reunidos num pensamento específico que influencie diretamente o projeto e sua configuração. Um conceito em arquitetura é uma coisa audaciosa, o resultado de um esforço concentrado e imaginativo para juntar coisas aparentemente dissimilares (MIGINTY, 1984, p. 216)

Então, conceitos em arquitetura são entendidos, assim como no design, como ideias que definem e integram vários elementos em um todo, dentro de um contexto que trabalha por conjugar exigências programáticas, traduções organizadoras das formas, muito comum sendo denominado de partido, todavia, mais importante que buscar conceitos adequados, é buscar como a sua aplicação em projeto pode colaborar em fazer bem a arquitetura. (RAPOPORT, 1984).

Com esses conhecimentos, tende-se combinar talentos para desenvolver maneiras de melhorar o método de projeto combinando distintas experiências que gerem um conhecimento capaz de quebrar paradigmas (BROWN, 2010). “Criar consiste não em fazer combinações inúteis, mas em efetuar aquelas que são úteis e constituem apenas uma pequena minoria. Inventar é discernir, escolher.” (DAMÁSIO, 1995, p.196).

No caso do “DNA” como metáfora, os conceitos seriam criados através de um esforço em reconhecer, como seus memes, os valores e significados impregnados na dimensão espacial. Um exemplo “DNA” como conceito para projeto em arquitetura é o que uma rede de hotéis leva nas suas obras.



Figura 4 e 5: Edifício antigo e a simulação da intervenção com o conceito "DNA" da empresa de hotelaria responsável.

Fonte: Revista Istoé Dinheiro (2011)

Um dos projetos de uma de suas sedes, em específico, se aproxima muito do que é pretendido com essa pesquisa. No exemplo, o “DNA” da marca é impresso sobre uma intervenção em um edifício já estabelecido, com a finalidade de reabilitar os espaços de uma arquitetura do passado.

Nesse caso, o “DNA” não é do espaço como se pretende fazer através deste trabalho com o método que será proposto, mas sim o “DNA” de uma marca, algo já bastante comum, feito com o mesmo método no design, somente o fim para o qual foi utilizado no exemplo é semelhante. Distingue-se da proposta dessa pesquisa, por conta do foco, no caso que o diagnóstico do “DNA” é do espaço arquitetônico, levando em conta as marcas físicas e culturais expressas naquela obra.

Preende-se, por meio do diagnóstico de conceitos, através de uma estrutura metodológica co-criativa, levar em conta as significações culturais da dimensão espacial no momento em que forem executar ações de preservação das obras arquitetônicas.

Então, formar conceitos que determinem as características deixadas pelo tempo, pelos usos, pelos usuários, localizadas no espaço de modo intangível é que se propõe utilizar um método que segue uma estrutura específica, com ideia interdisciplinar que pretende reunir valores para resgatar ou entregar uma experiência que já existe e está parasitada na cultura, fazendo parte da expectativa dos seres humanos (TYBOUT, CALKINS, 2006).

Assim sendo, é proposto, como encontrado em Pralahad e Krishnan (2008), que é por meio de novas estruturas que se organizam novas formas de pensar, que dão foco nos indivíduos e em suas habilidades, comportamentos e atitudes, em vez de estruturas passadas,

que davam foco a uma eficiência movida somente prevendo impactos ambientais e não emocionais.

Hoje em dia, se você estiver pensando em criar uma instituição cultural, precisa ter um bom conhecimento de memética. Se a coisa não for criada com bons memes, capazes de perpetuá-la a partir do primeiro dia de sua existência, ela vai, ou acabar rapidamente, ou desenvolver-se de modo a perpetuar-se. O problema é que, dependendo do modo como se dê essa evolução, seus objetivos originais podem ser muito deturpados. (BRODIE, 2009, p.172)

Pode-se utilizar métodos de outras áreas de pesquisa para a arquitetura parece pertinente, já que a ferramenta foi desenvolvida para criar memes que possam perpetuar uma cultura, e, assim, perpetuar a dimensão cultural dos espaços da obra arquitetônica. O exame para diagnóstico de um “DNA” do espaço da arquitetura necessita de uma estrutura nova e específica, que pretende reunir valores que estão na sociedade, precisam ser transmitidos para o futuro, com consciência do seu impacto no emocional do observador.

2.3 A CULTURA MATERIAL E A CAPACIDADE DE PERCEBER.

A noção da percepção pode ser definida como a capacidade de combinar os sentidos que foram captados. Dessa forma, entende-se que o cruzamento de informações de sentidos interpretados é algo que foi percebido. Hal (2005) diz que nosso cérebro interpreta essas informações através de associações com outras já percebidas que estão armazenadas em nossa memória.

Outra ferramenta, que pode ser aliada para entender como é o funcionamento da percepção, é a neurociência, as pesquisas médicas sobre o funcionamento do cérebro sobre a percepção e aceitação das coisas contribuem muito no modo com o qual as pessoas recebem uma inovação; o profissional necessita utilizar da neurociência como aliada, mas com certa noção ética. “A percepção ocorre muito rapidamente, e, ordinariamente, é automática (ocorre fora de nosso estado de consciência)” (TYBOUT, CALKINS, 2006, p.29).

Em geral, os impulsos e os instintos operam quer diretamente, através da geração de um determinado comportamento, quer através da indução de estados fisiológicos que levam os indivíduos a agir de determinado modo, de forma consciente ou não. Praticamente todos os comportamentos que resultam de impulsos e instintos contribuem para a sobrevivência quer em termos diretos, através da execução de ações de preservação da vida, quer em termos indiretos, através da criação de condições potencialmente adversas. (DAMÁSIO, 1995, p.131)

Como foi colocado, estamos sendo bombardeados o tempo todo por informações, sejam visuais, olfativas, auditivas. Enfim, é possível recebermos informações através de todos os sentidos. O armazenamento dessas informações proporciona às pessoas um banco de dados de imagens, sons e todo tipo de reflexos que os sentidos receberam através dessas sinestésicas mensagens, e é a partir desse conjunto de dados na memória que é possível fazer associações, o que permite decodificarmos involuntariamente a linguagem das coisas.

Essa linguagem está ligada diretamente à produção de cultura que é uma dimensão intangível que está impregnada em tudo, seja nos veículos midiáticos e no caldo do conhecimento, que é onde estão pulando os memes, como também impregnada nos testemunhos materiais e tangíveis das obras passadas da arquitetura, por exemplo.

As pessoas, ainda que muito individualistas, não se desligam destas manifestações sociais. Elas estão vivendo essa conexão, que vai modificar naturalmente essas relações de unidade e coletivo. É claro o interesse provocado pela empatia que todos têm por acompanhar a moda, conhecer e seguir as tendências, assim como ter um cantor predileto, tudo, como mostra de cultura, é como contar quem você é através do que está vestindo, ou como se apresenta, freqüentando os lugares de costume, lendo um livro de um autor especial.

O traje usado para cobrir o corpo, o meio de transporte adotado não são de ordem estritamente funcional, ao contrário, dizem, sem palavras, nossas preferências, explicitam nossos gostos. Escolher cores, modelos, tecidos, marcas significa expectativas socioeconômicas, mas, sobretudo

revela o que queremos que pensem de nós; aquelas escolhas representam, são signos de auto-imagem que queremos comunicar. Estes signos falam sem palavras, são linguagens não-verbais altamente eficientes no mundo da comunicação humana. (FERRARA, 2007, p. 06)

Essa relação que existe em conhecer o comportamento humano e usar da empatia e das significações, tanto das coisas tangíveis como intangíveis, promove uma variante discutível quanto a um sentimento de domínio e manipulação das informações, que podem ser usadas popularmente para o bem ou para o mal, “[...] esta dependência varia bastante de pessoa para pessoa e de tema para tema. O processamento simbólico pode ser vantajoso ou pernicioso, consoante o tema e as circunstâncias” (DAMÁSIO, 1995, p.196).

Trabalhar, então, esses conhecimentos é como desenvolver um dinâmico raciocínio de ética. Pode-se colocar então como juízo de valor popularmente dito de bem e mal, mas aplicar com critérios de eficiência. “A informação de atributos, imagem ou atitude fornece uma razão para se acreditar no benefício funcional ou emocional” (TYBOUT, CALKINS, 2006, p.18).

A responsabilidade, agora, fica forte quando se fala sobre o impacto de cada decisão tomada no âmbito do comportamento humano e da sua produção de experiência. “O apelo emocional é o mais eficiente que existe. Fragrância e músicas trabalham justamente o emocional, funcionando como um grande atalho para lembranças e sensações.” (NETO, 2008, p.03).

Então fica claro como a relação entre os sentidos e a cultura material, determinam em uma dimensão acoplada às formas físicas ou emocionais, em sua maior parte oculta, formando uma nova dimensão; a dimensão oculta como concluiu Hall (2005).

2.4 CO-CRIAÇÃO, COLABORAÇÃO E PROCESSO DE CRIAÇÃO PARTICIPATIVO.

A co-criação diz respeito ao trabalho coletivo entre todos os envolvidos em processos criativos, tanto dos contratantes como dos contratados, tratando de um modelo em que o conhecimento de todos são envolvidos em prol de um bem comum, que venha buscar um resultado de sucesso.

Assim, todos os produtos vindos de um processo, onde os integrantes fizeram parte do que foi criado, trazem com eles algum sentimento desses envolvidos. Esse produto ainda promove sentido aos que o desenvolveu, indo além da satisfação por fazer parte dessa construção, mas também criando uma consciência de que são realmente partes do resultado.

O desenvolvimento integrado de produto considera que esse processo de transformação e geração de informações deva ser efetuado por uma equipe multidisciplinar, ou melhor, que os requisitos do produto e soluções, ao longo de todas as fases do processo, devam ser considerados ou pensados simultaneamente (Back et al, 2008, p.4).

A metodologia de projeto é considerada por Back et al (2008) como a organização dos conhecimentos, métodos e ferramentas utilizados para o desenvolvimento de produtos em que a eficiência e eficácia deles necessita saber o que fazer, para quem fazer, quando fazer, com que fazer e como fazer.

Lana (2007) coloca que projeto participativo consiste no processo em que as decisões tomadas durante as atividades são compartilhadas entre o arquiteto e/ou uma equipe junto do usuário consumidor do produto final.

É deste modo que esse tipo de processo tem um papel ativo para elaboração de projetos, que pode ser denominado social, se diferenciando dos processos mais tradicionais, conhecidos como comercial, cujo cliente emprega a função do desenvolvimento dos seus espaços a um profissional que, junto a um escritório, repassa a ideia somente depois de concluída para este usuário final (LANA, 2007).

Gonçalves (2005) coloca, em tese, que projeto participativo em arquitetura se apresenta muitas vezes com denominações diferentes:

“Projeto participativo” ou “desenho comunitário” são expressões cunhadas para designar um método de trabalho de projetar no qual os envolvidos (usuário, moradores de certa vizinhança, participantes de clubes, adultos, seniores, ou crianças) sejam ouvidos em suas demandas para o projeto (GONÇÁLVES, 2005, Pag. 55)

O mesmo autor reflete que, estudadas as publicações de origens norte-americanas e inglesa, nota-se experiências com projetos participativos de naturezas diversas, envolvendo técnicos arquitetos, paisagistas e os clientes, contando, às vezes, com equipes mistas de

educadores, economistas, administradores, psicólogos, sendo estes projetos tanto de construção ou requalificação de algum espaço livre, de edifícios para uso comunitário, conjuntos habitacionais, escolas, praças e parques (GONÇALVEZS, 2005).

A co-criação envolve profunda democratização e descentralização da criação de valor; a criação sai do modelo concentrado na empresa e passa para integrações com clientes, comunidades de clientes, fornecedores, parceiros e empregados, bem como para interações entre indivíduos. (GOUILLART, 2011, p.6)

Sendo assim, pode-se entender, em design e ciências administrativas, esse mesmo sentido participativo pela expressão co-criação, que é a teoria que tem por premissa a integração dos envolvidos em qualquer conteúdo criativo, com o intuito de que o grupo promova um desenvolvimento conjunto das idéias para um resultado democrático. Esta, se bem direcionada, resulta numa eficiência muito maior para com as problemáticas de como o profissional pode interferir de maneira qualitativa na relação com que o usuário terá com os ambientes e vice-versa (GOUILLART, 2011).

A diretriz da co-criação se adapta perfeitamente ao processo de projeto de espaços, onde faz-se possível a orientação dos trabalhos a um resultado que tenha os anseios da maioria. “Cada oportunidade de co-criação (e de integração com o cliente) pode ser vista como projeto específico” (PRALAHAD, KRISHNAN, 2008, P.188) quando existe a oportunidades de projetar, incluindo os diversos envolvidos, tende a uma busca por resultado de maior sucesso para o projetista e de maior satisfação para o cliente/consumidor/usuários do espaço.

Na co-criação, os clientes são parte integrante da criatividade investida no processo de transformação e em seu desenho, porque isso atende ao interesse de cada um. Por meio da co-criação de novas interações, eles ganham experiências de melhor qualidade e aprimoram os aspectos econômicos envolvidos. (GOUILLART, 2011, p.165)

O trabalho co-criativo está apoiado na transformação do comportamento humano e nas relações sociais, ainda que as pessoas tenham muita dificuldade para aceitar as mudanças elas estão sempre involuntariamente presentes, e a co-criação se encaixa perfeitamente ao método para projetos, fazendo com que todos participem das mudanças, com seus desejos e suas opiniões. “O projeto participativo exige uma equipe composta por elementos, cuja soma de competências seja complementar e supra a maioria das demandas” (GONÇALVES, 2005, p. 56). Deve-se, mediante essas teorias, direcionar atenções aos acontecimentos atuais como uma forma de apoiar o trabalho de cada um pra melhorar as atividades profissionais (HANSEN, 2010).

As informações estão pulando em nossa vida sem a menor possibilidade de filtro. Então, agora é a hora de fazer uso dessas possibilidades do conhecimento para interagir com os consumidores do design, de uma maneira a qualificar os projetos.

A digitalização, conectividade e o acesso aberto e livre à informação e às redes sociais estão impulsionando o desenvolvimento de uma base ativa de consumidores, dispostos a participar e a co-criar suas próprias experiências personalizadas. (PRALAHAD, KRISHNAN, 2008, p.203)

Fazer uso dessas informações não tem somente fatores positivos, como afirmado acima, acontece sem critérios de seleção. Inúmeras informações chegam a todo momento e “o excesso de informações dificulta a busca em virtude do ruído de informações – relação entre quantidade total de informações disponíveis e a quantidade de informações úteis” (HANSEN, 2010, p.64). E não somente isso, mas, como supracitado, existe uma insegurança social sobre esses aspectos de mudança.

2.5 DEFINIÇÃO DE ESPAÇO E O SENTIDO DA DIMENSÃO ESPACIAL

2.5.1 Definindo o significado de espaço:

O conceito de espaço pode ser entendido em inúmeros contextos, e mesmo na arquitetura se distingue em alguns significados bastante abrangentes. Norberg-schulz cita em sua obra o Fenômeno do lugar -

cita - duas definições, as quais ele mesmo concorda que são bastante discutíveis.

A literatura corrente distingue dois usos: o espaço como geometria tridimensional, e o espaço como campo perceptual. Entretanto, nenhum deles é satisfatório, porque são abstrações a partir da totalidade intuitiva tridimensional da experiência cotidiana, que podemos chamar de “espaço concreto” (NORBERG-SCHULZ, 2008, p. 449)

O espaço para Tuan (1983) é um conceito abstrato para um conjunto complexo de idéias, que, como completa Malard (2006), o espaço e o corpo não podem ser separados do sentido de existir presente nos seres vivos, sendo o corpo a referência de toda a percepção espacial, de toda a noção que temos da espacialidade. Então, entender o sentido de espaço passa a ser impossível sem ter uma relação direta com os indivíduos, sendo corpo e espaço “indissociáveis”.

Tuan (1983) ainda coloca que os espaços do homem refletem a qualidade dos seus sentidos e sua mentalidade. Os espaços só passam a ter significações depois que o homem se atribuiu dos mesmos e os marcou. Antes disso, o significado somente existe para o arquiteto, que o projetou e o qual colocou uma intenção naquela idéia, um significado para um único indivíduo. “O espaço criado pelo homem pode aperfeiçoar a sensação e a percepção humana” (TUAN, 1983, p.114).

A intenção de um arquiteto, somada à capacidade de percepção das pessoas, é o que produz, ao longo do tempo, uma dimensão que tem em conjunto, marcas tangíveis como também intangíveis, que se pode chamar de dimensão espacial.

Em Malard (2006), o espaço arquitetônico, como a concretização do espaço existencial, pode ser considerado então em três dimensões: primeiramente a dimensão simbólica, que é relacionada ao universo das percepções, emoções e crenças, ou seja, o universo dos desejos. Em segundo lugar, a dimensão funcional (ou de uso) que se refere ao ordenamento das coisas no espaço para o desempenho das atividades cotidianas e finalmente a dimensão tecnológica, ou pragmática, que é a técnica construtiva com o qual será produzida a tal arquitetura.

O espaço pode ser entendido, então, tanto no sentido geométrico de medidas abstratas, quanto no sentido de volume cultural, onde as pessoas são a referência que dão sentido a essa significação.

O vão da arquitetura se dá obvio e abertamente a pessoas e coisas, com a exigência única de que se acomodem no lugar prescrito para elas mesmas, vindo todos a participar desse invólucro, já com título de valores do próprio vão (COUTINHO, pag. 167, 1972)

Para a presente pesquisa, o entendimento do espaço leva em conta a ideia de que o mesmo é o vão deixado pela forma arquitetônica e terá um sentido tanto dos limites geométricos, quanto do campo de percepção. Assim sendo, o espaço arquitetônico, o qual tem-se a intenção de investigar e de diagnosticar o DNA metafórico, é o espaço das obras de arquitetura que resulta da forma material, incluindo a mesma.

2.5.2 Reconhecendo a falta de preservação do espaço:

Para Loureiro e Amorin (2007) o espaço é um termo bem jovem atribuído a teorias de arquitetura quase ao mesmo tempo com que se veio o assunto da preservação. Falar da preservação do espaço pode ser que seja algo que ainda está negligenciado nas teorias de conservação. Considerar a dimensão espacial da arquitetura como um objeto de conservação, um testemunho a ser legado às gerações futuras, baseia-se no princípio de que o espaço é matéria indissociável da arquitetura e do corpo.

Entender a preservação do espaço é complexo e, por isso, faz-se necessário entender a preservação e as suas teorias para com a conservação da arquitetura. Torna-se imprescindível conhecer a importância dessa dimensão que está repleta de significação, fica abordado como mais que preservar os artefatos materiais, mas, junto a eles, uma cultura empregada na matéria. “O meio ambiente construído, como a linguagem, tem o poder de definir e aperfeiçoar a sensibilidade. Pode aguçar e ampliar a consciência. Sem a arquitetura, os sentimentos sobre o espaço permanecem difusos e fugazes” (TUAN, 1983, p.119).

Com a intenção de resgate dessa cultura e a preservação dessa dimensão espacial, deve-se garantir e demonstrar gratidão para com os costumes que regem a evolução. “A capacidade de reconhecer essas várias zonas de envolvimento e as atividades, relações e emoções associadas com cada uma delas, agora se tornou extremamente importante” (HALL, 2005, p.116). Reconhecer a cultura e literalizar os significados é a intenção por trás de métodos de trabalho específicos.

“A analogia de linguagem esclarece a questão. As palavras contêm e intensificam o sentimento” (TUAN, 1983, p.119).

2.6 PRESERVAÇÃO E PROJETO, TEORIAS E MÉTODOS

2.6.1 Projeto como uma teoria de preservação:

Os profissionais que desenvolvem projetos de qualquer natureza têm em mente uma analogia entre as palavras projeto e projétil. Entende-se por projétil o objeto que foi lançado para frente, é a partir deste pré suposto que, quando se designa a tarefa de projetar, devem desenvolver um serviço único e com inovação, podendo trazer contribuições para um usuário ou sociedade. “O ato de criar arquitetura, constitui um processo de resolução de problemas ou de projeto” (CHING, 1998, p. IX).

Sabe-se que, em geral, projetos tentam solucionar um problema gerado por um movimento social ou uma necessidade pessoal, e isso cabe em consentir ao gosto de pessoas, que podem ou não saber o que querem ou o que precisam. Uma vez que todas as pessoas estão no ambiente, elas são construtoras, criadoras, modeladoras ou conformadoras do mesmo.

Na arquitetura existe o problema, que está sempre direcionado a essas necessidades, sejam de um indivíduo como de um grupo deles, tendo o projeto como algo solucionador. O projeto segue sempre o gosto de um ou mais indivíduos, este quase sempre um balizador para solucionar problemas que tem impactos de vertentes diversas, como o custo, o lugar, e as expectativas humanas.

O edifício é construído para atender algum propósito, público ou privado, que é fruto de uma demanda do contexto cultural. Por outro lado, ele é construído em um lugar específico, que possui sua própria identidade física como tal, necessidade e sítio são os dois componentes essenciais da Arquitetura (MALARD, 2006, p.44).

Projeto é um título que não só é dado para os trabalhos que foram desenvolvidos de um início. Essa terminologia também pode ser atribuída a qualquer atividade que tem um problema a ser solucionado. No caso, na arquitetura, não existe somente problemas que partem de algo inédito, até mesmo porque a arquitetura é uma intervenção no meio físico, que tem um caráter de mudança nesse meio, o que a torna integrante de uma paisagem, tendo influência visual e espacial com um potencial quase permanente.

Partindo dessa premissa, pode-se direcionar soluções para algo já concebido, apresentando novas alternativas para problemas novos sobre um espaço já existente. Também é possível discutir a possibilidade de um projeto ter um tempo hábil de funcionalidade, junto ao destino para o qual foi concebido originalmente, um tempo de permanência do uso para aquela arquitetura, assim como ela pode também ter um tempo de permanência, ou não, dado um cuidado de conservação e manutenção.

Tem de estar lá, para um propósito, configurando um lugar, senão não é arquitetura. [...] se isso ocorre, ela deixa de ser Arquitetura para se transformar num objeto de atração turística, numa curiosidade que merece ser fotografada. (MALARD, 2006, p.46).

Retomando o juízo de que arquitetura está na paisagem e pode ter uma durabilidade quase infinita, e ainda seguindo a idéia de Ruskin (2008, p. 81), que não acreditava em reabilitações, mas foi um pioneiro no que se trata de preservação, como ensinamento, “cuide bem dos seus monumentos, e não precisará restaurá-los” (RUSKIN, 2008, pag.81), no que, dependendo dos cuidados que a arquitetura venha recebendo por sua história, não se pode esquecer, que a mesma tem sempre que cumprir um papel, o de servir de espaço para as ações humanas, não tendo o menor fundamento mantê-la somente para deixar como um testemunho artístico. De acordo com Argan (2000), a arquitetura fica elevada somente a um caráter de obra de arte; com isso, traz a condenação do que se trata do seu projeto original e, do que se trata da arquitetura, ocorre à falência do projeto junto do seu programa de uso original.

Para que os edifícios perdurem pelo tempo e sirvam como testemunho para as próximas gerações, eles precisam continuar servindo de arquitetura e não uma escultura em grande escala, como aponta Zevi (2009, p. 5), dizendo que as pessoas na contemporaneidade admiram a arquitetura como outras artes e não no seu sentido. Para ele, essa questão de as pessoas não entenderem para que serve a arquitetura consiste no fato de os edifícios serem apreciados como se fossem esculturas e pinturas, ou seja, externa e superficialmente, como simples fenômeno plástico.

Nem tudo o que foi criado teve sucesso ou importância no que se trata de uma cultura que deva permanecer quanto apreciação, e o que fazer com todos os deslizos da tentativa de soluções espaciais é a

preocupação que move o processo por dar um novo destino aos espaços fracassados, com falência no projeto original, junto do seu destino funcional exigido e engessados.

Essas lógicas, teorias e ideias sobre como projetar se modificam com o passar do tempo como já visto e tendem a uma evolução delas mesmas. Evoluem e se transformam como a sociedade, a língua, a tecnologia e a cultura de uma maneira geral.

Assim como as ideias, evolui com elas, a arquitetura e é natural surgirem necessidades diferentes com todas as alterações das manifestações humanas; se o homem este em constante mudança, e com ele também as suas necessidades, é necessário rever e repensar a maneira como se ditam as regras passadas.

Todo arquiteto urbanista é, enfim, um reformador social, do mesmo modo como os arquitetos do Renascimento foram os reformadores do pensamento científico de seu tempo: e não porque tenham intuído profeticamente certas verdades depois confirmadas pela investigação científica, mas porque a realidade nova e absoluta que puseram com suas obras era uma condição da qual o pensamento posterior, mesmo o científico, não podia prescindir sem romper a própria lei de seu vir-a-ser histórico, sem contradizer e se negar (ARGAN, 2000, p. 87)

O projeto de arquitetura está para o usuário do mesmo modo que um solucionador de um espaço necessário para algo ou alguma coisa. Então, quando ele perde o seu propósito de uso, essa arquitetura já não atende a sociedade para o qual foi concebido o seu projeto, entretanto não necessariamente a faz dispensável.

Essa obra já está pré-estabelecida e tem com ela inúmeras características, algumas vezes, de um valor artístico e histórico, outras somente vale-se pensar em toda a infraestrutura de que está dedicada à mesma, todo o tempo ofertado e toda a manutenção de que já passou, e mais importante, o seu espaço que já está impregnado de significado e de personalidade dos usuários e das manifestações que ali viveram.

A partir dessa ideia, cabe-se repensar um novo uso para aquela arquitetura, levando em conta que intervir não atinge a construção em uma perda de característica, às vezes são necessárias transformações mais agressoras, desde que tudo isso seja refletido e muito bem

justificado. Assim, fica claro que repensar um uso é coerente e perfeitamente plausível para salvaguardar um produto do fazer humano.

Existem poucas dúvidas de que o ambiente e o equilíbrio ecológico do planeta se tornaram insustentáveis. A menos que aprendamos a preservar e conservar os recursos da Terra, e a mudar os nossos padrões básicos de consumo, fabrico e reciclagem, podemos não ter futuro. (PAPANNEK, 1995, pag. 17)

2.6.2 Projeto de intervenção, conservando a dimensão espacial:

Dvorák, (2008), considera que a preservação não deve ser feita apenas nas coisas que a sociedade reconhece com de alto valor, mas sim acredita que se faz necessário preservar toda obra do fazer humano, levando em consideração, que isso devesse ser ensinado como dever social assim como se ensina a não roubar ou não matar, ou qualquer crime que venha ser cometido; para o tal a destruição dos bens patrimoniais deve ser de consciência social e nem deveria ser de alguma forma imposta.

Intervir numa arquitetura é prática que já foi vista nas abordagens como sendo comum e completamente plausível para a apropriação do espaço por seus usuários, que naturalmente vão mudando e com eles seus desejos, pensamentos e isso reflete diretamente na sua manifestação com seu lugar de permanência e seus espaços de viver.

Entender essa prática como um jeito para salvar o planeta de uma completa destruição é o mínimo que a sociedade deveria ter como responsabilidade. E isso sim, também deveria ser de entendimento comum e não só o de intervir e apropriar-se das coisas, mas de cuidar e de manter as mesmas ao invés de abandoná-las e destruí-las. “[...] preservar é um dever moral, que deve ser transmitido hereditariamente, assim como se ensina o respeito pela propriedade alheia.” (DVORÁK, 2008, p. 14). Essa noção de ética se faz importante para uma evolução social consciente para com os limites do seu planeta, dos recursos deste e com a preocupação com as gerações futuras.

Através dessa transmissão do passado para o futuro, é que a sociedade solidifica seus valores morais para com a educação de preservação e de conservação dos meios físicos tantos artísticos quanto funcionais (RUSKIN, 2008).

Pode-se dizer que John Ruskin, (2008), seja o pioneiro na história da vida humana a se falar sobre preservação do meio ambiente. Este autor em parte do texto *A Lâmpada da Memória*, manifesto para o entendimento da preservação e de toda sua formação até a contemporaneidade, discute a importância de se pensar no futuro quando se está vivendo uma experiência que conflita com os recursos da terra, do que propriamente o fazer na vida cotidiana, na ideia, de que plantamos florestas para crescerem e servirem de sombra para as futuras gerações, já que, quem as plantou pouco poderá aproveitar.

Completa que se deve ver a terra como se fosse algo que nos foi confiado e que temos obrigação no seu cuidado, pois essa, também pertencerá a todos os quais vierem viver nela. E que mais que fazer algo para ter reconhecimento instantâneo, será mais reconhecido, quem o deixar de fazer, pelo ato de poupar da destruição (RUSKIN, 2008).

A esse reflexo acima se faz o exemplo, toda sua coerência e esforço por educar a humanidade do seu tempo, para com preocupações ainda completamente relacionadas para com as discussões atuais, o autor foi um angustiado inicial, com o tema sustentabilidade.

O que ainda hoje não fica claro para a sociedade, para ele já era completamente plausível e óbvio, claro que ele nem enxergava a sustentabilidade como vemos hoje, até porque nem teria imaginado chegarmos ao ponto da escassez dos recursos como se está posicionando atualmente, porém para aquela circunstância no qual estava inserido, já era quase intuitivo para o mesmo, o dilema a qual estamos a chegar nesse dado contexto.

2.7 REABILITAÇÃO DO ESPAÇO E DO SIGNIFICADO DA ARQUITETURA

2.7.1 Intervenção como reabilitação, construindo significado na arquitetura:

No caso de alguns anfiteatros ou outras construções do passado, essas sofreram intervenções no decorrer de suas histórias e foram sendo habitados, servindo às pessoas com funções não pré-estabelecidas pelo seu projeto original. Mesmo assim, servindo com uma qualidade espacial, trazendo para todos, satisfação e experiências enriquecedoras, tanto para a sociedade como para arquitetura.

Essas relações do espaço e da maneira como não criar confusão é sempre polêmica e cada momento histórico dita a diretriz, relacionando

ética, filosofia, gosto e conhecimentos de cada época. É algo que depende da consciência da sociedade e das relações humanas de cada tempo, tendo a natureza como uma definidora dessas preocupações através das suas manifestações naturais que parecem ser a defesa dela para com as ações humanas (ARGAN, 2000).

Parece claro que todos concordem que a sociedade tem um gosto por marcar uma história, as pessoas de uma maneira geral querem ter seus fazeres importantes reconhecidos, pelas pessoas do seu tempo e do futuro, assim como essas, reconhecem os feitos dos antigos seja na música, na literatura, ou nas descobertas revolucionárias, na política e nas artes como um todo. O reconhecimento é o resultado e esse resultado se vê na sociedade através da memória, se vê isso quando uma personalidade conquista uma grande vitória e recebe um prêmio ou, às vezes até um monumento artístico em homenagem (ARGAN, 2000).

As teorias de preservação apresentam à humanidade, que, deveria construir para sempre e que, para isso, seria necessário construir com qualidade, respeitando tanto aos materiais naturais que foram empregados na obra, quanto aquela atitude de projetar. Com o passar do tempo e a perda da funcionalidade, deveria ter-se orgulho daquela obra, e porque não para tanto fosse pensado maneiras de se reutilizar aquela? Independente de para que fosse, seria uma maneira de respeitar os que a fizeram e a natureza que não aceita desaforo para com seus recursos (RUSKIN, 2008).

Na modernidade, falava-se em um estilo que permitisse ser útil a todos e a qualquer função. O estilo internacional do período, por mais belo e genial em toda sua frieza e simplicidade, não foi o mais apropriado. Talvez no dado momento que se encontrou, fosse o mais coerente, porém agora entendemos que a psicologia humana não foi capaz de entendê-lo, toda aquela flexibilidade e toda aquela possibilidade de vida e de transformações. Os usuários ainda não estavam preparados para algo tão disponível à sua apropriação (ZEVI, 2009).

Flexibilidade se tornou a palavra mágica, tinha de ser a panacéia para curar todos os males da arquitetura. Contanto que o projeto dos edifícios fosse neutro, pensava-se, eles poderiam servir a vários usos e poderiam, portanto, pelo menos em teoria, absorver e abrigar a influência de épocas e situações de mudanças. Isso seria pelo menos um passo à frente, mas, na verdade, a neutralidade consiste apenas na ausência de identidade, em

outras palavras, na falha de traços característicos. O problema da mudança não é tanto uma questão de ter de adotar e mudar traços característicos, mas de, antes de tudo, possuir esses traços característicos! (HERTZBERGER, 1999 p. 146)

Se a função da arquitetura é servir para um destino, e esse uso tem um tempo de funcionalidade, assim que a sociedade muda e perde a tal antiga necessidade e a destinação daquele espaço fica perdida, se faz necessário encontrar um novo uso, para preservar ela de vir a ser abandonada e num futuro demolida, isso é a preservação do espaço e assim daquela obra.

2.7.2 Recuperar a cultura e a emoção da arquitetura:

Mais do que preservar aquela imagem, aquelas decorações, aquelas muitas características que se tem inseridas num edifício, é preciso preservar o uso dele, preservá-lo sem dar função, transformá-lo em obra de arte, e é negligenciar o potencial da dimensão espacial, a qual inclui toda uma história, toda uma cultura não material e passa a não ser mais muito inteligente custear toda a manutenção que exige, sem que sirva para absolutamente nada.

Ademais, o melhor meio para conservar um edifício é encontrar pra ele uma destinação, é satisfazer tão bem todas as necessidades que exige essa destinação, que não haja modo de fazer demolições (VIOLETTE-LE-DUC, 2007, p.65)

Ao contrário das obras de arte plásticas, a arquitetura possui uma influência de comunicação direta com as pessoas. Ela deve ser parte do cotidiano e não somente representar uma manifestação ou embelezar e enfeitar a vida. Deve ainda estar em uma dinâmica convivência com as pessoas, e as alterações ocorridas nelas são intervenções do homem sobre o seu espaço de experiências vividas. É possível afirmar que, em alguns casos, através dessas intromissões, pode ter-se perdida a imagem original da obra, mas também podem ser trazidos novos sentidos bastante significativos.

De acordo com Idem (2007, p. 29), restaurar um edifício não é mantê-lo, repará-lo ou refazê-lo, é restabelecê-lo em um estado completo que pode não ter existido nunca em um dado momento, e, com

isso, podemos entender como se o que ele fazia não era restaurar, contudo a ideia de reabilitação propriamente.

Não se trata de recuperar, como dizem os acadêmicos, “as características estilísticas dos monumentos”, mas a dimensão, o sentido de um espaço, já que esse foi especialmente alterado ao longo do tempo, e mais gravemente nos últimos tempos, com a inserção de construções intensivas, com as sobrelevações, com a ocupação de cada metro quadrado de terreno livre (ARGAN, 2000, p. 105)

Um exemplo da apropriação humana é o caso dos anfiteatros de Arles e Lucca, os dois tinham a mesma função e durante sua história foram absorvidos pelas cidades onde estavam inseridos não perdendo sua relação significativa com a sua forma, no mais foram reutilizados e tiveram intervenções de transformação.

O anfiteatro de Arles sofreu a restauração e perdeu essas características que foram acrescentadas, retornando ao seu estado original, no que poderia ser discutido se foi bem ou mal a atitude, dada pela perda de parte de feitos humanos, mas voltou a ser um testemunho sobre uma experiência anterior; nem nesse nem no de Lucca a estrutura concreta mudou, a matéria da arquitetura é capaz de adaptar-se a uma variedade de funções e de assumir numerosas aparências, ao mesmo tempo em que permanece fundamentalmente a mesma (HERTZBERGER, 1999). Opiniões sobre isso são diversas, mas o fato é que as intervenções, tanto da reutilização quanto a de restauro, mostraram-se genialmente justas e, se houveram perdas, também houveram ganhos significativos.

A função dos dois edifícios foi perdida, todavia a forma de anfiteatro foi mantida, inclusive pelo fato de essa característica material ser muito forte, que mesmo com todas as alterações, esses edifícios conseguiram manter sua identidade como espaços cercados, mesmo que a utilização dos mesmos se alterassem. Aquela matéria pôde assumir aparências diferentes sob circunstâncias novas, sem que sua estrutura portanto mudasse. Além disso, de acordo com Hertzberger (1999), o exemplo de Arles, depois de sofrer o restauro e retornar à sua forma inicial, testemunha como se esse tipo de processo de transformação fosse reversível e possível de acontecer sem que algumas coisas fossem negligenciadas.

Para Viollet-le-Duc (2007), um arquiteto não pode ser alguém que aprova facilmente uma invenção ou solução já existente para algo que não existe, tem de ter um espírito de pesquisador, curioso e atento, procurando desenvolver-se sempre para o futuro e para as melhorias possíveis, propondo a união perfeita entre a pesquisa e a prática, também como o médico que busca a cura de doenças, o arquiteto deve buscar resolver os problemas sempre com uma investigação insaciável por soluções.

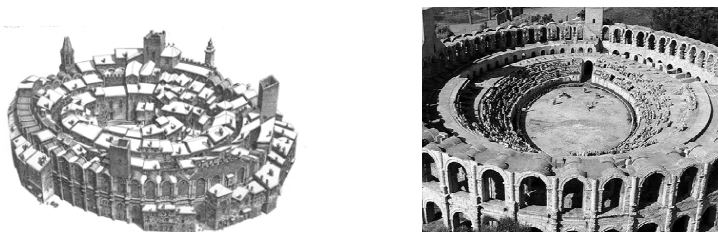


Figura 6 e 7: Anfiteatro de Arles antes de depois da intervenção de restauro.
Fonte: HERTZBERGEN, 1999.

Os escritos desse mestre influenciaram não somente os profissionais ligados a restauração em sua época, mas também outros arquitetos, e essa incansável teoria, de que era preciso que esses estivessem em busca sempre de fazer melhor e fazer novo, é que ele se tornou admirável para outros de uma geração posterior à sua, os seus textos:

Vieram servir de inspiração para a vanguarda do ultimo quartel do século XIX; seu método penetrou nos países europeus em que a influencia cultural francesa era forte, mas a tradição do Classicismo, fraca. Por fim suas idéias difundiram-se ate na Inglaterra, onde influenciaram homens como sir George Gilbert Scott, Alfred Waterhouse e mesmo Norman Shaw. Fora da França, sua tese, em particular seu nacionalismo cultural implícito, teve seu impacto mais pronunciado nas obras do catalão AntoniGaudí, do belga Victor Horta e do arquiteto holandês Hendrik PetrusBerlage (FRAMPTON, 2008, p.69)

Os influenciados por Viollet-le-Duc não só foram geniais arquitetos como são conhecidos como grandes arquitetos de vanguarda que tiveram forte impacto, como inovadores da história e dos estilos da arquitetura.

2.7.3 Reabilitar o espaço como um projeto de preservação:

A arquitetura deve, em seu projeto, prever que sua funcionalidade não tenha uma duração infinita, até mesmo pelo fato de que a sociedade e suas atividades, junto às suas realidades, se modificam no passar do tempo e, com elas, suas maneiras de viver, de se relacionar com seu meio e seus espaços também o fazem.

Boito (2008) propõe em suas teorias, que se produz quase que como uma cartilha de ensinamentos do que deve ser evidenciado na ação de preservar e de documentar o passado através do projeto, tanto dos males causados pelos tempos, das estéticas a serem seguidas, e das antigas intervenções, quanto de uma maneira de fazer-se clara a nova intervenção, marcando a obra e deixando documentado tudo que foi feito e/ou descoberto através do projeto.

O desenvolvimento das necessidades comerciais e tecnológicas foi um dos fatores responsáveis pelo não pensamento de como seria feita a união do passado e do presente junto às suas necessidades no território e, assim, na urgência negligenciavam as presenças passadas, e se espremia o que restava de antigo, para poder sucumbir às necessidades que a sociedade tinha, a evolução da cidade e das suas novas manifestações sociais (DVORÁK, 2008).

Ainda que os arquitetos pensem em maneiras de tornar seus projetos possíveis de ser usados pra outra função, num momento em que a sociedade muda e faça necessária a transformação dos espaços, eles não devem perder a autonomia de prover características aos seus projetos; por mais que venham facilitar o projeto de intervenção no futuro, não deve também negligenciar a estética do presente.

O estilo internacional, como já foi dito previamente, é exemplo dessa tentativa de dar o poder da arquitetura somente ao espaço e não às decorações e formas naturais da arte de projetar arquitetura. Os usuários são quem poderiam se apropriar totalmente daqueles espaços neutros, mas não foi de total sucesso, principalmente no que tange ao uso residencial.

O próprio Zevi (2009), que é o defensor do espaço e não dos ornamentos, entende que uma coisa não necessariamente interfere na outra. O entendimento do espaço, ainda que não neutralizado, faz-se

entender e o ser possível de apreciar, não é, no entanto, necessário extinguir as características do tempo o qual se vive para a preocupação com a forma e com ou como ela se relaciona com os usuários.

Pelo contrário; é possível entender mais claramente como era a vida no espaço através do entendimento da manifestação social para a qual ele contemplava a função. O espaço neutro é possível dizer que poderia confundir aquela sociedade de como usar o espaço assim como confundir as gerações futuras de como as antigas usavam e entendiam aquele espaço do passado (HERTZBERGER, 1999).

O processo de mudança deve afigurar-se constantemente a nós como uma situação permanente; é por isso a que a possibilidade de mudança deve se tornar, em primeiro lugar e acima de tudo, um fator constante, que contribui para o significado de cada forma individual. Para fazer frente à mudança, as formas construídas devem ser feitas de tal modo que permitam múltiplas interpretações [...] que possam ao mesmo tempo absorver e exsudar múltiplos significados, sem, contudo, perder sua identidade neste processo. (HERTZBERGER, 1999, p. 149)

Como disserta Dvorák (2008), sobre a sociedade não ter um juízo sobre o valor real das coisas, o autor coloca que aos mesmos agrada-lhe o que é novo, simplesmente por ser novo, o que às vezes confunde o que é bom no passado, e o que é realmente bom no presente ou simplesmente se pode dizer o que é ou não é bom.

O mesmo autor coloca que muitas vezes são as administrações políticas e os proprietários privados quem provocam calamidades na intenção de embelezar e modificar as obras, somente com o pretexto de provocar uma especulação imobiliária. Sabe-se que sempre na vida humana o poder foi o que mandou e desmandou no modo de como fariam os valores das coisas, ditos e não ditos, do que deve ou não deve fazer ou cuidar, sempre concorrendo com a filosofia e a crítica.

2.7.4 Definição do que é reabilitação, projeto permitindo resiliência:

O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - PHAN, no seu Manual de elaboração de projetos (2005), define que reabilitação é um conjunto de operações destinadas a tornar apto o edifício a novos usos, diferente do motivo original de sua concepção. Através das idéias

de preservação que estão nas teorias abordadas, pode-se tomar como base para uma fundamentação sobre como reabilitar a arquitetura de uma maneira geral, promovendo as obras que estão com falência do seu uso original uma evolução de seus espaços juntos das necessidades humanas da atualidade.

Reutilizar a arquitetura que está abandonada é uma lógica de sustentabilidade perfeitamente coerente para com as suposições dos teóricos abordados, combinados aos exemplos citados e às realidades do cenário atual. Os profissionais quando vão promover a elaboração de um projeto, mesmo que desde o seu início, devem ter em mente que a sua arquitetura terá um tempo muito grande de existência e que sua funcionalidade, por sua vez, pode ter um tempo hábil. Contudo, é possível, durante o seu raciocínio, prever quando essas mudanças irão acontecer e mesmo que elas modifiquem os espaços e as formas da matéria, não vão levar com essas mudanças, a perda das características do seu contexto geral (HERTZBERGER, 1999).

A arquitetura que está sofrendo intervenções não é um meio natural, mas um meio construído, que será à base da nova arquitetura, a transformada, responsável para passar a nova história.

Certa parte desses meios físicos funcionará como suporte para outros aos quais será mais propriamente confiada a transmissão da imagem, ainda que estes últimos deles necessitem por razões estritamente ligadas à subsistência da imagem (BRANDI, 2008, p.32)

A arquitetura nova será uma obra com a imagem antiga como suporte de novos significados e novas crônicas. Essa arquitetura precisa ter um valor construído e a manter uma flexibilidade para uma futura intervenção, quantas forem possíveis e necessárias para fazer essa perdurar por gerações.

A única abordagem construtiva para a situação que esta sujeita a mudança como fator permanente – isto é, como dado essencialmente estático: uma forma que seja polivalente. Em outras palavras, uma forma que se preste a diversos usos sem que ela própria tenha de sofrer mudanças, de maneira que uma flexibilidade mínima possa produzir uma solução ótima (HERTZBERGER, 1999, p. 147)

Pensar nos testemunhos do passado como meio físico para a intervenção como a única inspiração é, sem dúvida, um equívoco, pois grandes exemplos intuitivos já foram feitos e com sucesso o que prova que, “a obra não é apenas manual: também a imaginação é uma técnica, é geradora de imagens que povoam o espaço da mente antes do espaço do mundo.” (ARGAN, 2000, p. 18). Através do projeto de arquitetura, deve-se pensar como essa representa, nos seus usuários, suas percepções e sensações. E é através do projeto de reabilitação de uma arquitetura ociosa que devolvemos a ela essa possibilidade de vida e de promover a vida de usuários nela.

Uma dificuldade muito grande para a arquitetura do passado é perdurar quanto ao uso, já que nunca um uso é tão duradouro quanto a sua estrutura física. A realidade mais espiritual de uma arquitetura fica diretamente ligada à sua utilidade e à sua dimensão espacial. Por isso, deveriam ser feitos projetos cujos resultados não fossem tão evidentes, que permitam a interpretação e assumam sua identidade pelo uso.

Hertzberger (1999) aponta que fazer arquitetura de modo que constitua a possibilidade, que não se determine, que as obras tenham a capacidade de provocar sempre reações específicas adequadas a situações específicas. Assim, não deve ser apenas neutro e flexível – e, portanto, não-específico -, mas deve possuir aquela eficácia mais ampla que o autor chama de polivalência.

Confiado aos arquitetos esse trabalho de dar nova vida a uma arquitetura, devendo trazer as pessoas de volta àquele espaço e não só a apreciá-lo, mas utilizá-lo nas suas vidas, aceitando-o, porque mais que somente existir, a arquitetura com todo o seu significado, deve promover apropriação daqueles que a usam.

3. TRANSPOSIÇÃO DO MÉTODO, ADAPTAÇÃO E VALIDAÇÃO PARA A ARQUITETURA:

O capítulo que segue tem o caráter de demonstrar a adaptação do método que se estuda do Design para a Arquitetura, além de também promover a validação do mesmo em um estudo da segunda disciplina, confirmando a sua real possibilidade de uso.

3.1. ADAPTAÇÃO DO BRAND DNA PROCESS PARA O PROCESSO DE DIAGNOSTICO DO DNA DO ESPAÇO ARQUITETÔNICO.

3.1.1 A Metodologia do Design O “Brand DNA Process”

O Brand DNA Process é um processo de trabalho organizado metodologicamente, que evoluiu em torno da BRAND DNA TOOL® (GOMEZ; MATEUS, 2009), fazendo parte de um conjunto de propostas pelos métodos “Brands [R]Evolution” (CARDOSO, 2011). A ferramenta possui oito anos de experiência internacional em aplicações bem sucedidas por meio da disciplina do design, em vários locais do mundo, em iniciativas com empresas, instituições, pessoas e localidades. (BASSOTTO, 2012).

Assim sendo, é uma metodologia desenvolvida no escopo do design, que visa identificar o “DNA de marca”, também fazendo o uso de fundamentos de outras áreas de conhecimento, como marketing, publicidade, branding, percepção e neurociência.

O processo envolve a co-criação de valor para o qual estiver sendo aplicado, pois propõe que os seus diversos envolvidos estejam desde o início do trabalho criativo, a partilhar suas experiências e participar da concepção dos serviços até a comunicação (GOMEZ; OLHATS e FLORIANO, 2010, p.145).

O processo, como supracitado, já teve inúmeras aplicações e o mesmo efetivou-se como metodologia a partir do trabalho de pós-doutoramento do orientador da presente pesquisa, no IADE Portugal, passando por empresas de moda, tecnologia, serviços, instituições governamentais, localidades e até pessoas (CARDOSO, 2011), com

algumas dessas aplicações, nem sempre formais, e cientificamente adaptadas, testes que serviram como possibilidades para futuras pesquisas acadêmicas como esta. Como colocaram Gomez; Olhats e Floriano que dizem:

Observando a dinâmica evolutiva das práticas de design, e incluindo a relação com as expressões culturais do contexto em que opera, pode-se compreender o processo de inovação e de co-criação entre agentes envolvidos neste ambiente (GOMEZ; OLHATS e FLORIANO, 2010, p.154).

Essas experiências em trabalhos dentro do laboratório foram o que destacaram a possibilidade de se fazer um teste para a área de arquitetura, onde seria possível trabalhar, assim como nas marcas, a economia de experiência e gerando alguma inovação. Para isso, foi necessário um estudo profundo de cada técnica usada dentro das ferramentas e métodos que compõem essa metodologia proposta.

Foi trabalhado, então, primeiramente um entendimento do processo por meio de levantamentos bibliográficos utilizados para a fundamentação das teorias ali apontadas, conhecendo, assim, cada etapa e relevância que cada parte tinha em estar selecionada para essa ordem de tarefas. Junto desses conhecimentos, verificou-se qual o resultado que cada fase tinha sobre a próxima que fosse ser realizada.

A metodologia consiste em oito etapas, que foram desenvolvidas e fundamentadas através de uma análise das ferramentas utilizadas em design, marketing, negócios e disciplinas paralelas. Para o melhor entendimento do processo, serão explicadas as etapas diretamente com a aplicação da metodologia na disciplina de projeto de interiores e, antecedendo, coloca-se, neste momento, somente como exemplo uma das técnicas usadas, a análise SWOT, que, como o autor cita no trecho abaixo, vem das disciplinas administrativas.

[...] é uma ferramenta de análise estratégica básica que é perfeitamente adaptável a estratégias de gestão de design. Ela sintetiza que a empresa determina os principais fatores de sucesso a serem considerados na concepção e da situação em seu contexto (BORJA DE MAZOTA, 2003, p. 241).

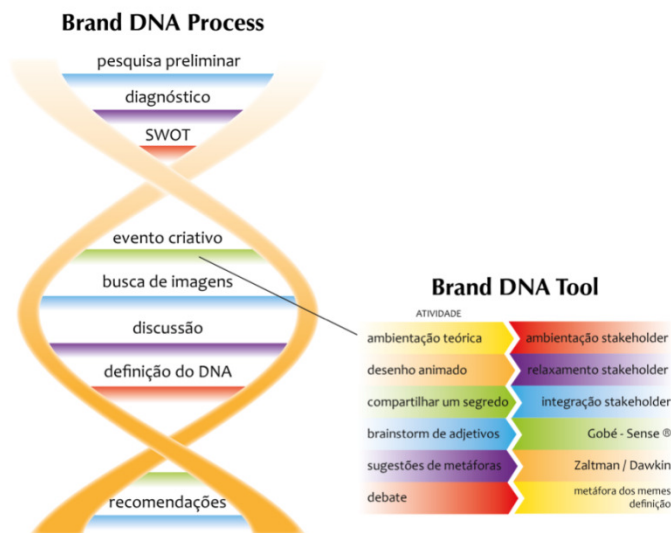


Figura 8: Brand DNA Process.
Fonte: (OLHATS, 2012, p. 97)

Entendido o raciocínio da metodologia e a importância dos assuntos envolvidos, através da revisão bibliográfica e das aplicações do método dentro do laboratório, foi possível ponderar as características pertinentes para trabalhar o diagnóstico de um “DNA” do espaço arquitetônico, transpondo então esse método para a arquitetura.

Para fazer possível a transição do método do design à área de arquitetura, foi organizada uma disciplina: Metodologia de projeto de interiores – “DNA” de Projeto, com o intuito de, através da demonstração do método e da aplicação dele, entender e analisar as possibilidades e o que era de real interesse da arquitetura.

Para o melhor entendimento dessa pesquisa, e também para não tornar o texto muito repetitivo, o Brand DNA Process será apresentado juntamente à aplicação da disciplina, sendo explicado como era originalmente aplicada no design e como ele foi sendo desenvolvido em sala de aula com os alunos, vindo servir como adaptação para a arquitetura.

Foram trabalhadas, junto aos alunos, a fundamentação teórica aqui apresentada e a validação do “DNA” do espaço, etapa essa que define o partido de projeto com o qual os alunos trabalharam a

concepção para os espaços internos de um apartamento, servindo de parâmetro para a avaliação dos resultados finais (os projetos).

O DNA do espaço Arquitetônico diagnosticado, colocado como o partido, foi aplicado a um projeto cujo um dos exercícios será no final apresentado como exemplo dos resultados da disciplina, apresentando a metodologia e suas adaptações.

3.1.2 Conteúdo programático da disciplina - Metodologia de projeto de interiores – “DNA” de Projeto:

Foi durante a disciplina que realmente foi possível ver como os resultados adquiridos pela metodologia poderiam ser satisfatórios para com a construção de conceito, no caso um conjunto de conceitos denominado DNA do espaço arquitetônico.

O DNA do espaço arquitetônico foi importante para o desenvolvimento do exercício de projeto, o sucesso da aplicação e adaptação da metodologia do design junto à disciplina que motivou a sua apresentação como um modelo para o melhor entendimento da proposta desta pesquisa.

A disciplina foi dividida em duas partes. Primeiramente uma teórica, onde foi apresentado todo o conteúdo aqui colocado, como revisão bibliográfica, e depois a aplicação desses conhecimentos em um ambiente de ateliê de projeto.

O material teórico teve a apresentação inicial baseada em um levantamento histórico dos métodos de projeto até a atualidade, sendo colocada em uma apresentação comparativa entre arquitetura e design. Ainda na teoria, foi considerado que, para tornar possível a qualificação dos espaços internos de uma arquitetura, independente do seu valor ser reconhecido ou não, por uma lei de patrimônio histórico, deveria ter como base teórica os ensinamentos de autores; autores esses que defenderam a reabilitação e a preservação do uso da arquitetura para mantê-la em plena utilidade, conservando, desse modo, mais do que a matéria da obra, mas também a sua destinação.

A partir disso, foram organizadas leituras sobre espaço e discussões sobre sua importância em diferenciar a arquitetura de uma escultura, defendendo que a qualidade do seu uso é que permite essa identificação e sua justificada permanência. Nessa parte também foi estudada algumas bibliografias que discutem a sustentabilidade da arquitetura e sua eventual propriedade de promover uma evolução flexível, poupando, desse modo, a arquitetura de uma

destruição/construção, permitindo sua permanência e salvaguardando os recursos naturais.

Ainda como base teórica, foram apresentadas definições de memética e do DNA de marcas, explicando qual é o intuito da metodologia estudada dentro das atividades de design, e como poderiam ser utilizadas na arquitetura. Dessa forma, foram também ensinados conhecimentos sobre os assuntos que fundamentam a metodologia, como co-criação, marketing, branding e neurociência.

Seguindo os conceitos de co-criação, que direcionam a metodologia e são a base de um projeto participativo, tudo, durante a segunda parte da disciplina, o ateliê de projeto foi trabalhado de maneira democrática e através de discussões, que foram avançando conforme as necessidades de cada momento.

3.1.2.1 Adaptando o método:

Como já apresentado, essa metodologia é um processo fundamentado em oito etapas, sendo aqui descrita a forma como foram organizadas cada uma delas, em aula, nos ateliês de projetos:

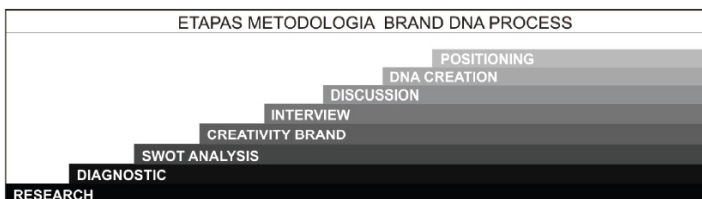


Figura 9: Etapas da metodologia para processo de diagnóstico do DNA da marca.

Fonte: (PRESTES e GOMEZ 2008, p.98)

Diferente de como será feito na aplicação do estudo de caso e ajustando o método, direcionaram-se as primeiras etapas da metodologia, um pouco diferente de como é feito no caso das marcas, bem como do modo em que será na aplicação definitiva, sendo essa demonstração uma parte do processo que levou à adaptação que foi posteriormente definida.

Isso foi necessário já que, neste caso, o DNA seria criado para que fosse aplicado a um projeto partindo do início, e de forma que este só teria de atender aos significados, às necessidades e demandas de um

suposto personagem a quem estivesse contratando o profissional para desenvolver um projeto de interiores de um apartamento.

Para isso, fez-se a definição de um usuário em debate com os alunos, estabelecendo as características de uma personalidade específica, baseado na realidade entre a idade, estabilidade econômica e emocional de um indivíduo, que deseja adquirir um apartamento e pretende contratar um profissional para o projeto. Buscando-se aproximar muito da realidade, então surgiu, em sala, com os alunos, a personagem descrita abaixo:

Nossa cliente é uma mulher de 29 anos, de nome Ana Paula. Ela tem um namorado, não tem filhos, mas tem forte relação com a família, hospeda sempre seu sobrinho, não sendo sua única visita, já levando em conta que quase sempre reuni os amigos para o seu parceiro, que gosta e sabe cozinhar para mostrar seus dotes criativos na gastronomia.

Psicóloga bem sucedida, trabalha com o que gosta e faz com prazer, procurando manter a estabilidade financeira. É uma pessoa metódica, prática e organizada, que não gosta muito de bagunça. Ela transita pelo estilo contemporâneo. Está atenta à tecnologia, mas não deixa de lado suas referências pessoais do passado, ficando sempre balanceada entre a tradição e o hi-tech. Não tem uma crença estabelecida, tendo uma fé bem comedida.

Adora os animais e não descarta a possibilidade de adquirir um bicho de estimação no futuro como companhia e para entretenimento da família. Preocupada com o corpo, ela pratica esportes náuticos, mas ainda assim tem suas paixões mais declaradas ao intelectual, orgulhando-se de ser uma colecionadora de livros, músicas, artes, lembranças de viagens e cacarecos afetivos e emocionais.

Sentindo a falta de um indivíduo real para a construção do “DNA” e suas etapas, uma aluna do curso de design foi convidada e, de maneira voluntária, participou das fases seguintes, sendo nela a pessoa na qual seriam focadas as primeiras fases da pesquisa de estudo preliminar, onde são aplicadas entrevistas, incluindo, além dessas, uma coleta de dados como plantas, cortes, características do entorno, clima, posição do terreno, insolação e legislação.

Uma vez que tudo era fictício, porém tendo como parâmetro a realidade de mercado, escolheu-se um imóvel: um apartamento em particular. Essa escolha deu-se junto à personagem representada pela voluntária que a interpretava. A planta escolhida foi também trazida como sugestão por uma aluna e foi retirada de um catálogo de venda das incorporadoras, levando em considerações as ideias de localização, as

características da personagem e realidades de mercado.

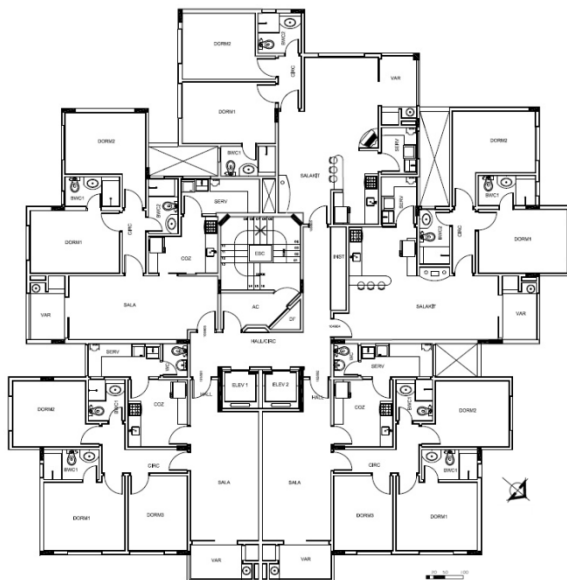


Figura10: Planta do edifício utilizado para o trabalho.

Fonte: Catálogo de promoção do empreendimento, digitalizado pelo autor, 2012.

Com esse material à disposição, foi possível fazer um diagnóstico geral, tomando todas as informações recebidas não como um simples programa de necessidades, pois esse tinha informações possíveis de serem sobrepostas, contribuindo de maneira mais completa. Assim, cumpriram-se as primeiras duas fases do método, de estudo preliminar e de diagnóstico, formando dados que servem para um segundo momento, onde se organizam as informações mais relevantes para serem cruzados em uma análise SWOT.

Levando em conta que, para essa pesquisa, os conceitos devem ser representantes das emoções e das significações históricas ocorridas em uma obra da arquitetura, considerando que, para a aplicação em um objeto de estudo com essas características, este será empregado de forma diferente. Sendo assim, na aplicação, a primeira etapa da pesquisa se coloca como:

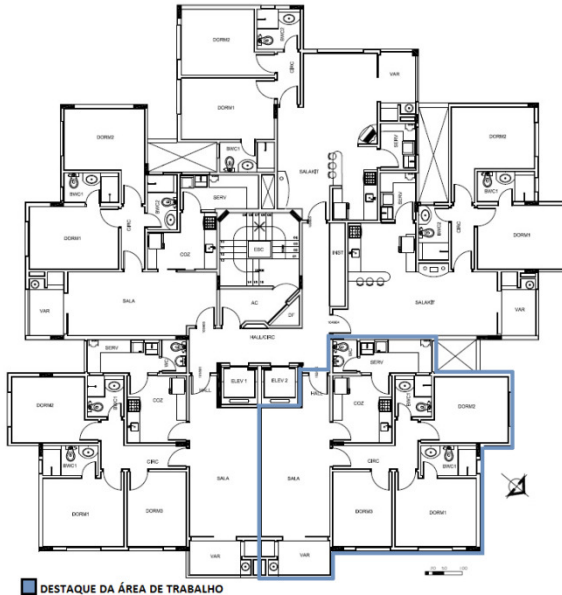


Figura11: Planta do edifício utilizado para o trabalho com destaque para o apartamento selecionado.

Fonte: Catálogo de promoção do empreendimento, digitalizado pelo autor, 2012.

Baseado no diagnóstico, utiliza-se a terceira etapa da metodologia da análise SWOT para contextualizar a posição, os problemas e as possibilidades da obra no tempo e no espaço. Uma análise SWOT é uma ferramenta de negócios que serve para organizar uma listagem das forças (S), fraquezas (W), oportunidades (O) e ameaças (T) apontadas direta ou indiretamente pelos entrevistados com seus perfis diversos (KOTLER, 2008). Essa etapa procura criar um material de referência com mais credibilidade, pois, através das entrevistas já realizadas com as diversas pessoas de diferentes categorias, podem-se cruzar seus pontos de vista, criando um histórico mais imparcial e coerente.

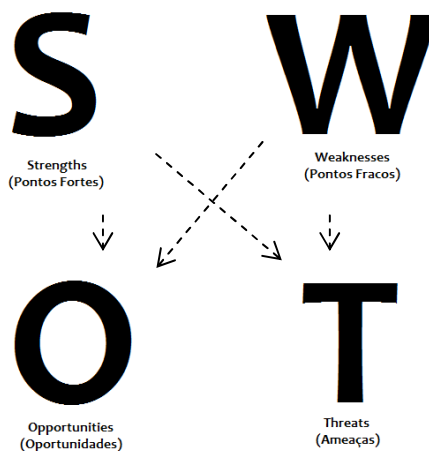


Figura12: Esquema da Análise SWOT e como é feito o cruzamento das informações.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2012.

Depois de cruzadas as informações, são traçadas estratégias baseadas nos dados. A análise procura utilizar os pontos fortes como alternativas para as oportunidades e como eles podem aniquilar as ameaças. O mesmo é feito com os pontos fracos, onde se tenta delinear formas de combater estes com as oportunidades e como eles podem não ser potencializados por meio das ameaças (OLHATS, 2012). Essas estratégias serão utilizadas, tanto para enriquecer os debates no evento criativo, como também para no final, com o DNA Arquitetônico definido, servirem como parâmetros solucionadores.

Essa ferramenta de análise e desenvolvimento de estratégias foi perfeitamente adaptada para as gestões no design (OLHATS,2012), sendo assim, também não demonstra dificuldade nenhuma para arquitetura, pois é completamente possível sua adequação, ajudando a qualificar as informações recebidas durante as outras fases.

Ter um programa do assunto estudado perfeito é uma realidade dificilmente alcançada. Na coleta de dados e no diagnóstico, consegue-se muitas vezes ampliar o repertório tradicional, porém, ao realizar a análise SWOT, torna-se possível traçar um perfil mais realista daquela arquitetura. O objetivo é ter material para contrapor às pessoas que vão participar da etapa de Evento Criativo.

Durante a disciplina, essa etapa do projeto foi aplicada na sua originalidade, já sendo colocada sobre o contexto da arquitetura, desta forma deu-se a terceira fase da metodologia, a de análise SWOT, empregada com o intuito de listar os pontos fortes e fracos, neste caso do espaço; e as ameaças e oportunidades que são as peculiaridades fora da empresa, neste caso, de fora do espaço.

Exemplificando como foram entendidos os dados internos ao espaço, coloca-se que seriam as características diretas relacionadas, tanto ao espaço, como ao projeto, morfologia da planta, tamanho dos ambientes, posição de uma esquadria, ou pilar, etc.

Como externas, entende-se a insolação sobre o edifício ou um terreno ainda não edificado no entorno, que pode ser visto como uma oportunidade ou uma ameaça. Pode ser uma oportunidade se valorizar o projeto, levando em conta a paisagem ou a iluminação e ventilação natural. Pode ser ameaça caso seja um lugar possível de especulação imobiliária e, assim, transformar-se em um empecilho.

Essa etapa tem um caráter de ponderar as características de dentro e de fora do espaço analisado, utilizando o diagnostico feito na etapa anterior sobre as informações coletadas através da primeira etapa, servindo como uma avaliação para as perspectivas nas próximas fases de trabalho. Assim, os dados da disciplina de projeto foram tabulados, sendo apresentados na tabela abaixo.

A análise tabulou as seguintes informações:	
Pontos fortes	Pontos fracos
<ul style="list-style-type: none"> • Área de serviço ampla • Varanda • Forma da circulação • Integração varanda – sala – visual • Dormitório 3 	<ul style="list-style-type: none"> • Pilar Cozinha • Falta de ventilação da cozinha • Falta de ventilação banheiro
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Vento norte e nordeste; • Morro – preservado; 	<ul style="list-style-type: none"> • Morro – favela; • Incidência solar fachada oeste;

Tabela 2: Dados tabulados pelos alunos para a análise SWOT.

Fonte: Autor, 2012.

Depois de tabulados, os dados são cruzados de forma que gerem as estratégias já mencionadas, que servem como material tanto para a seleção dos conceitos de projeto, quanto para depois na forma de informações para o exercício de criação dos ambientes. Desse modo temos:

O resultado do cruzamento desses dados são algumas diretrizes que se colocam como:	
Cruzam-se os pontos fortes e as oportunidades vistos como uma tática de vantagens para o trabalho:	
S-O (vantagens)	Integrar a varanda com os espaços internos permitindo melhor aproveitamento da paisagem externa e fazendo um uso equilibrado da ventilação e iluminação natural.
Em seguida, o cruzamento é dos pontos fracos com as oportunidades que gera uma característica de motivação e de defesa:	
W-O (capacidade de defesa)	Resolver o problema espaços pequenos e pouca ventilação/iluminação através da integração dos ambientes provida pela versatilidade do layout e mobiliário selecionado.
Após essa etapa são cruzadas as informações de ameaças com os pontos fracos, os quais demonstram o principal problema que deixa o trabalho mais sensível a dificuldades:	
S-T (Vulnerabilidade)	Melhorar as características deficientes dando melhor uso às características positivas apresentadas.
Finalizando a análise, cruzam-se os pontos fracos com as oportunidades, gerando uma diretriz de atenção:	
W-T (necessidade de orientação)	Integrar o dormitório central ao ambiente de home work, levando em conta a incidência solar e a paisagem, ainda que essa possa sofrer mudanças negativas com o passar do tempo.

Tabela 3: Resultado da Análise SOWT.

Fonte: Autor, 2012.

A próxima etapa é denominada como evento criativo e é o coração da metodologia, onde todos os dados serão trabalhados em um ambiente descontraído e criativo. É organizada uma reunião com um grupo de pessoas que se interessem pela obra de arquitetura para o qual estiver sendo aplicado o processo, podendo ser os mesmos ou não dos primeiros passos, para possibilitar a aplicação desta etapa que necessita fomentar um volume de ideias, as quais servirão como material para o diagnóstico do DNA.

Essa fase utiliza uma ferramenta específica, a “Brand DNA tool” que é uma sequência de técnicas de onde teve origem a metodologia aqui proposta e aqui já citada. Essa é fundamentada em seis técnicas, uma de ambientação sobre o assunto, uma de relaxamento, de integração, o brainstorming de adjetivos, a sugestão de metáforas e o debate.

A disciplina foi organizada dando continuidade ao método de trabalho proposto. Na primeira fase dessa etapa de evento criativo, nesse caso, ainda que os alunos já se conhecessem e fossem bastante preparados para exercícios de criatividade, mantendo a originalidade da metodologia, apresentou-se um desenho animado com o intuito de criar um ambiente propício à criatividade, sem preconceitos e sem limites. Depois disso, os ali presentes foram convidados a trocar um segredo entre eles, promovendo a integração dos mesmos, facilitando a fase seguinte, que necessitava de envolvimento e inventividade.

Depois desse ambiente construído, deu-se início a um brainstorming emocional de adjetivos e debates. A turma foi dividida em dois grupos onde teriam 20 minutos para coletar um número de 200 adjetivos cada, esses serviriam de apoio para a seleção de conceitos que teriam significado para a área analisada, assim podendo vir a fazer parte do DNA do espaço que se estava promovendo.

Os brainstorms podem ser de três características diferentes: livre, onde todos falam o que querem e sem tempo definido; estruturada, onde cada um fala o que pensa num determinado momento indicado; ou mista, onde todos falam o que querem, mas com uma ordem um pouco controlada para que a sessão seja bem sucedida. São estabelecidas regras: não criticar, evitar encontrar soluções, trabalhar em prol de um objetivo, controlar o tempo, relaxar e ser democrática (ABROSE; HARRIS, 2011).

Neste caso, como na metodologia do design, utiliza-se a maneira mista, aplicando, assim, para a arquitetura, o mesmo método original. A técnica leva a uma lista satisfatória de adjetivos para servir como base, onde, com ela em mãos, foi feita uma leitura em voz alta. Assim, cada

aluno deveria selecionar entre quatro e seis adjetivos que acreditassem representar melhor aqueles espaços, tendo como referência as outras etapas até então aplicadas. Desse modo, agrupa-se o material em um painel, os separa e os organiza, unindo as palavras iguais ou com sentidos similares.

No caso do “DNA” que pretende-se formar para o espaço, os conceitos são direcionados a quatro características, sendo elas: emocional; mercadológica; técnica ou tecnológica (característica física), um conceito com apelo resiliente; e um último, que tem o caráter de integração entre esses outros. Dessa maneira, relacionados com os já aqui apresentados, os quatro elementos básicos do “DNA” dos organismos vivos, mais a ligação proteica.

Dessa forma, os adjetivos devem ser organizados para representar os interesses que fazem parte do DNA do espaço, bem como no design, que justifica essas características elencadas, pois são essas ideias que se encontram com importância para manter e satisfazer as necessidades para o sucesso das empresas.

Acredita-se que esses fundamentos venham, então, se encaixar também para a arquitetura, já que essa deve também se integrar com as realidades de satisfação e durabilidade para com as necessidades da vida contemporânea e do maior tempo possível de aproveitamento dos espaços, assemelhando-se às características que levaram a seleção desses interesses para a metodologia de DNA.

O resultado dessa parte é um mapa semântico, que permite a visualização dos conceitos que ‘podem’ estar presentes no genoma dos ambientes. Sendo assim aqui apresentados, diante de outros selecionados, como acolhedor, o responsável pelo elemento; emocional, como inteligente o elemento técnico; equilibrado, o de valor mercadológico; polivalente o de resiliência; e, por fim, o integrador, como versátil. Esses no painel são acompanhados por adjetivos que foram geradores desses definitivos, servindo como um apoio para se rememorar o caminho que foi feito até a escolha dos principais.

O mapa semântico dentro do processo de DNA da marca conecta os cinco adjetivos escolhidos com outros conceitos discutidos durante o debate e entrevistas, bem como atributos adicionais que são fundamentais para a personalidade e os valores da marca (OLHATS, 2012, p.96).

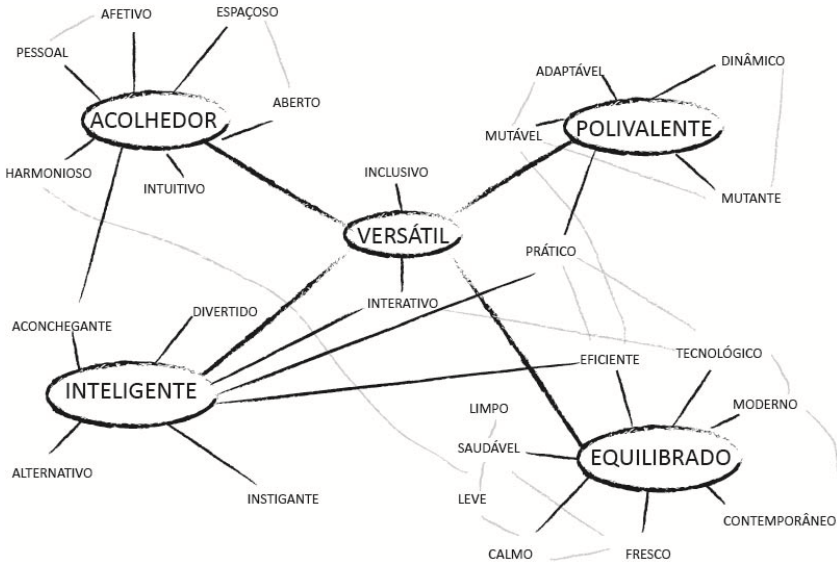


Figura 13: Mapa semântico desenvolvido em aula pelos alunos.

Fonte: Elaborado pelos alunos em sala de aula e digitalizado pelo autor, 2012.

Definindo o método que será utilizado na pesquisa diretamente no objeto de estudo, as próximas três fases se colocam como busca por imagens, desenvolvendo uma metáfora visual, discussão e definição do DNA, descrita conforme segue abaixo.

A partir do mapa semântico, que foi desenvolvido e digitalizado, acontecem alguns debates que fazem parte das próximas três direções da metodologia: a de busca de imagens, discussão e definição do DNA. As três fases têm a intenção de prover a escolha e validação de cinco conceitos.

Assim, todos os envolvidos buscaram imagens que tivessem ligações com os adjetivos, associando a ideia literal à ideia visual de cada conceito até então co-criados, utilizando a internet, alguns catálogos e revistas velhas. Com o material selecionado e digitalizado, organizaram-se, então, debates onde se deve discutir se esse é realmente condizente com o que o grupo acreditava ser o DNA do espaço o qual estudavam.

O grupo, em consenso, então define os conceitos do DNA do espaço arquitetônico, e assim tudo é reunido para que, com esses conceitos destacados, as imagens selecionadas sejam trabalhadas em um

exercício de analogias gráficas, assim esse resultado se transforma em um painel semântico. Essa arte final será, como já é comum tratar em arquitetura, o partido para o projeto. Assim, a adaptação da metodologia para o objeto de estudo desta pesquisa será feita por meio das etapas colocadas de forma distintas, uma após a outra.

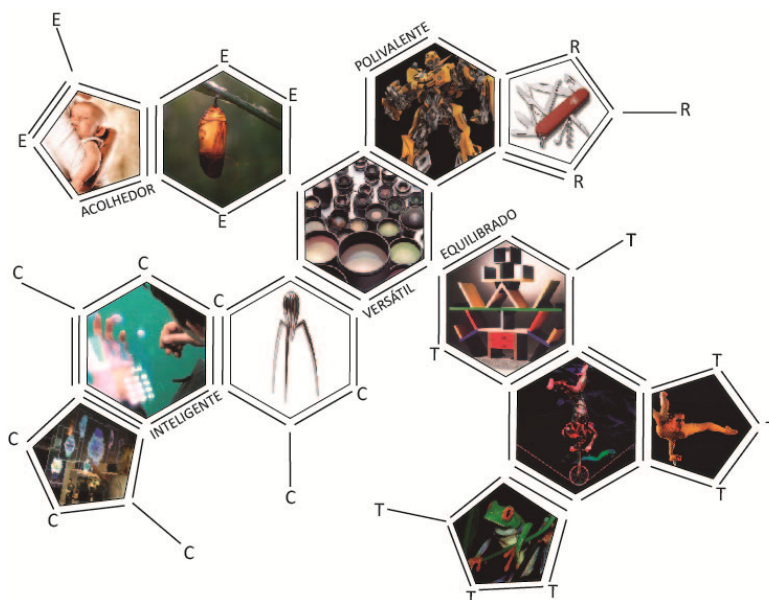


Figura 14: Painel semântico desenvolvido em aula pelos alunos.
Fonte: Digitalizado pelo autor, 2012.

A oitava e última etapa em design se refere a um relatório organizado para a equipe utilizar as informações para o projeto, o que, durante a disciplina, não foi feito, visto que o processo todo estava bastante recente na memória dos integrantes e também porque tudo poderia ser procurado de maneira bastante tranquila.

A partir do desenho e de todas as análises formuladas através da proposta, será trabalhado o projeto e sua gestão, e assim, todas as decisões para cada intenção dos projetistas, desde a escolha de materiais e revestimentos até o desenho e disposição do layout que definem as espacializações do ambiente.

Para o melhor entendimento, será apresentado aqui o projeto que tem como partido o DNA do espaço arquitetônico. Este resultado, que

foi o exercício de um dos grupos de alunos, foi apresentado de maneira digital em projetor e tinha de ter tudo justificado, tendo como base o DNA construído em aula.



Figura 15: Planta do exercício de projeto com as intervenções feitas pelos alunos.

Fonte: Elaborada pelo grupo, 2011.

Assim, a planta teve um layout que integrava a maior parte dos espaços e que permitia suas eventuais mudanças quando necessário, além de, no futuro, poder ser alterado com poucas modificações, atendendo aos conceitos do DNA organizado para o projeto.



Figura 16 e 17: Perspectiva eletrônica do espaço que teve o projeto com as intervenções feitas pelos alunos.
Fonte: Elaborada pelo grupo, 2011.

O ambiente apresenta elementos do DNA que definem as decisões de projeto, onde o conceito emocional e o mercadológico são combinados com conceito integrador e ainda ao técnico. Em outras vezes as combinações podem ser diferentes, levando em conta o que melhor atende à necessidade.



Figura 18 e 19: Perspectiva eletrônica do espaço que teve o projeto com as intervenções feitas pelos alunos.
Fonte: Elaborada pelo grupo, 2011.

Como exemplo, temos o elemento emocional de “acolhedor” onde o ambiente aberto interliga cozinha, sala de estar, sala íntima e jantar, somente separadas por divisórias que utilizam de tecnologias, essas remetendo ao elemento técnico e que permite um equilíbrio procurando atender ao elemento mercadológico e ainda o de resiliência, o polivalente onde todos os espaços podem servir para vários usos em várias ocasiões, ligando tudo de maneira versátil; nesse caso o conceito integrador.



Figura 20 a 22: Perspectiva eletrônica do espaço que teve o projeto com as intervenções feitas pelos alunos.
Fonte: Elaborada pelo grupo, 2011.

Através das imagens de perspectiva, é possível notar as espacializações e como elas sugerem que sejam feitas as transformações, caso necessárias.

3.1.3A versão do Brand DNA Process para a arquitetura: O Processo de diagnóstico do DNA do espaço Arquitetônico.

Este subitem é parte necessária, visto ser a contribuição deste trabalho para com a academia e para com os interessados ao assunto, servindo como uma sequência eficaz do processo estudado, passível de melhorias e novas adaptações, mas o mesmo como se encontra já trouxe resultados satisfatórios e pertinentes, auxiliando diretamente trabalhos similares.

3.1.3.1 Pesquisa preliminar:

É necessário o reconhecimento da obra e dos seus significados, devendo esses serem analisados na arquitetura por meio de entrevistas semiestruturadas (Briefing) e da coleta de documentos, onde se pretende reunir informações referentes ao edifício e ao sentimento construído através do tempo, impregnados de maneira intangível no espaço daquela arquitetura.

No caso das empresas de vestuário, nas quais o processo foi realizado através das aplicações pela ciência do design, pôde-se construir um histórico para determinar o seu DNA, como foi feito durante a disciplina, ou também promover a validação a partir de uma empresa que já estava no mercado por muitos anos.

Quanto à arquitetura, e no caso desta pesquisa, será utilizada a ferramenta para determinar conceitos que foram sendo construídos através do tempo, esses representando os significados daquele edifício, promovendo, como no caso da empresa que já tinha uma história construída, a validação do DNA arquitetônico.

Para isso foram promovidas entrevistas com as pessoas de dois tipos de pareceres:

1 – Os personagens com uma experiência sobre a obra de maneira mais direta, como os proprietários, o arquiteto que executou o projeto - isso quando for possível - ou, quando não, a de profissionais que trabalharam na concepção das intervenções posteriores.

2 – É entrevistado também um público mais indireto da arquitetura, como frequentadores, familiares, funcionários do edifício concluído e os que participaram de algumas das obras, essas entrevistas são menos extensas e visam descobrir como os espaços são percebidos, e se existem deficiências evidentes ou características com oportunidades que podem ser trabalhadas.

A seleção dos envolvidos a apresentar suas observações e suas opiniões deve levar em conta que esses são de influência fundamental para o processo. As entrevistas devem seguir um esquema básico de perguntas, permitindo a discussão e abertura para modificações das perguntas. (OLHATS,2012)

A segunda fase de diagnóstico não sofre muitas diferenças na aplicação sobre o edifício, o qual receberá o estudo, sendo assim se coloca do modo descrito no subcapítulo a seguir.

3.1.3.2 Diagnóstico:

Essa fase procura analisar as informações preliminares recolhidas na etapa anterior, através da leitura criteriosa e da observação de documentos, plantas, imagens, mapas, entrevistas e debates. Nesse momento é onde são definidas as expectativas e percepções sobre as obras, onde, além de gravações, devem ser feitas observações não só sobre o material recolhido, mas também sobre a equipe selecionada.

Os dados coletados explicam a história da obra, o estado de conservação, a cronologia arquitetônica, e até mesmo características da cultura material e intangíveis do espaço, isso levando em conta as diversas opiniões dos entrevistados. Conhecer a “história da obra”, através dos seus proprietários, fundadores e da comunidade que tem acesso àquela edificação, fomentam conteúdo para a aplicação da próxima etapa, além de entender os processos de estruturação do DNA. Estas informações serão organizadas e posteriormente tabuladas em uma análise SWOT (etapa seguinte).

3.1.3.3 Análise SWOT:

Como essa etapa foi aplicada na íntegra e, conforme o original, sendo detalhada a execução na fase de transposição da metodologia em que utilizou os alunos como uma técnica de pesquisa, foi percebida que, durante o emprego desta técnica de análise SWOT no estudo de caso, não serão necessárias maiores modificações, sendo sobreposta exatamente como foi com os alunos.

3.1.3.4 Evento Criativo:

Por meio dessas técnicas, aplicadas nessa seqüência, os participantes devem então executar a quarta etapa da metodologia, sendo assim eles assistiram a um desenho animado com o intuito de exercitar a criatividade e se desprenderem da realidade mais programática, nesse momento é requerido que os participantes abstenham-se de interpretação ou análise do vídeo, sendo simplesmente para relaxar e desfrutar.

Em seguida, eles devem compartilhar um segredo ou um anseio, um desejo ou sonho, onde o grupo fica mais integrado, reunindo as partes interessadas e removendo os bloqueios mentais, preparando os participantes para o debate, livres de medos, criando uma atmosfera que iniba as críticas, abrindo a mente, perdendo os receios de cometer erros, permitindo que as idéias fluam para formar um ambiente propício onde depois possa ser aplicado um brainstorming emocional.

Assim se dividem grupos de aproximadamente oito pessoas, em que durante 20 minutos terão de selecionar no mínimo 200 adjetivos, esses não relacionados aos atributos da arquitetura. Essa lista servirá para orientar os participantes. Passados os 20 minutos, cada lista de palavras é lida em voz alta, nesse momento os participantes são convidados a ouvir as palavras e permite-lhes selecionar de quatro a seis adjetivos que descrevem as características da obra sob suas opiniões. Não é preciso que se limitem aos existentes na lista, essa pode só servir de inspiração. As palavras selecionadas devem descrever as qualidades diferenciais e emocionais na opinião de cada participante.

Escritas as palavras, uma em cada post-it, será organizada em um painel de forma que sejam unidas as ideias repetidas, ou similares e as mais significantes, sendo reagrupadas até que restem sete ou oito decididas de forma democrática. Nesse momento é que se pensa em valores para cada um dos elementos do DNA, sendo um adjetivo referido ao emocional, um ao sentido mercadológico, um técnico, um resiliente e um que seja integrador das conexões possíveis, procurando selecionar adjetivos que possam ter significados relevantes para determinar as características do DNA Arquitetônico. O resultado é um mapa semântico que permita a visualização dos conceitos que 'podem' estar presentes no genoma arquitetônico.

3.1.3.5 Busca de Imagens:

Os entrevistados e envolvidos diretamente no processo da obra participam de um debate que busca definir os cinco conceitos

fundamentais do DNA arquitetônico, e também imagens que os representam graficamente. Nesse momento, dedica-se preferencialmente aos envolvidos mais diretos motivados que o DNA metafórico deve ser construído de dentro para fora, levando em consideração a vivência dos seus colaboradores, para que a emoção e as experiências embutidas naqueles espaços sejam transmitidas após a requalificação através do projeto arquitetônico. Definido os adjetivos que representarão o DNA do espaço da arquitetura, cada participante vai buscar imagens gráficas que representem metaforicamente cada adjetivo (ZALTMAN, 1995). Após o material coletado foi feita a discussão dos resultados.

3.1.3.6 Discussão:

Nessa fase são apresentados a todos os participantes os resultados obtidos, sendo avaliados qualitativamente em discussão. Todos são convidados a dizer se concordam ou não com as decisões, adjetivos e imagens. Como o processo é co-criativo, a opinião de todos deve ser levada em conta para que o DNA represente as emoções e características fielmente.

Tudo devidamente esclarecido, o DNA é definido por meio de uma reunião onde o painel semântico é definido.

3.1.3.7 Definição do DNA:

A fase de definição do DNA consiste em uma reunião final com os integrantes do processo para exposição das informações e análises obtidas. A partir dos conceitos já propostos, são destacados aqueles que foram definidos para representar a arquitetura e que serão transmitidos ao público após o projeto de intervenção. São definidas as quatro características essenciais da obra e a informação geral que as conecta, formando um meme (DNA arquitetônico), que permite suas diversas conexões. As conexões possibilitam a criação de significados que, durante o projeto de intervenção, estarão de acordo com o DNA arquitetônico.

3.1.3.8 Apresentação do DNA

Uma exposição do DNA na forma de painel semântico ilustrado aos responsáveis pelos futuros trabalhos de intervenção, valorizando

assim, o processo de co-criação, em que todos contribuíram para a definição do genoma do espaço daquela arquitetura, na qual, o processo tenha sido aplicado. Com o DNA arquitetônico definido, é possível rever as prioridades da preservação; a visão e os valores de projeto; balizar as ações sobre a arquitetura que receberá novos projetos; ampliar a participação dos envolvidos nesse processo e, finalmente, viver este DNA.

3.2 VALIDAÇÃO DO DNA ARQUITETÔNICO: APLICANDO A METODOLOGIA NOS ESPAÇOS DO EDIFÍCIO GUINLE.

A experiência significativa permitida por um exemplar da arquitetura é construída a partir de diversos conhecimentos, sendo aqui contemplada com a ajuda da ciência de design, onde a metodologia de trabalho aqui indicada já vem sendo utilizada em várias áreas como design de experiência, design gráfico, branding, design emocional e ‘DNA de marca’, todos contextualizados em uma economia da experiência. (GOMEZ; OLHATS e FLORIANO, 2010, p.145).

A proposta de se trazer uma metodologia do design para a arquitetura, onde se permite o diagnóstico do “DNA do espaço Arquitetônico”, é de utilizar os conhecimentos acima colocados como base para identificar as características mais significativas que a obra precisa preservar, o que resulta em conceitos gráficos balizadores das futuras ações sobre a obra para o qual o processo for dedicado.

Determinar o “DNA do espaço arquitetônico” pode ser uma ferramenta poderosa de gestão e promoção para a preservação do estoque de edificações do passado. A arquitetura precisa existir de maneira coerente com seu tempo, sem perder seus significados tão importantes para os sentidos de pertencimento nos seres humanos. Através de atividades de avaliação com usuários, é possível determinar as características genéticas da arquitetura, transmitindo esses conceitos de dentro para fora (GOMEZ; MATEUS, 2009). Essa aplicação pode ajudar na decisão do que se deve perpetuar das obras de arquitetura, no planejamento e determinação dos novos usos, bem como na promoção daquela arquitetura, esta última importante, pois é uma maneira de prospectar recursos que financiem a preservação.

No design, quando utilizado o processo para o diagnóstico do ‘DNA de marca’, definem-se quatro palavras chave, como os quatro componentes do DNA humano e uma palavra integradora, que ligam às outras para descrever a personalidade da marca. A partir das palavras,

juntam-se imagens que descrevem, de forma concisa, a identidade que a empresa quer dar à marca. Esse visual criado serve como ferramenta para o designer da marca responder os problemas de criação, comunicação e interpretação da marca (GOMEZ; OLHATS e FLORIANO, 2010, p.145).

No caso da arquitetura, pode-se dizer que, ao definir esses conceitos, descreveremos a identidade e as características significativas do espaço daquela arquitetura, e assim criando uma personalidade para o edifício, este então servindo como o partido para qualquer trabalho que venha usar aquela obra como suporte.

O processo de diagnóstico do DNA arquitetônico faz-se, então, compreendido como na versão criada para o design em oito etapas (PRESTES; GOMEZ, 2010). Fazendo a transposição dos conhecimentos e adaptando o método para a ciência da arquitetura temos o tema a seguir, onde será retratado a aplicação desse processo de diagnóstico do DNA do espaço arquitetônico.

3.2.1 Aplicando o Processo de diagnóstico do “DNA” do espaço arquitetônico.

Por meio da validação do DNA do espaço arquitetônico de um edifício de relevância social é que esse estudo pretende exemplificar a metodologia aqui proposta, onde, neste momento da pesquisa, foi aplicada sobre os espaços de um edifício com a falência do seu uso de projeto original, servindo este resultado como o partido para um novo projeto, o de reabilitação da obra.

Assim como na disciplina de projeto anteriormente apresentada, onde utilizava essa mesma metodologia não para o mesmo fim, mas de forma que esta fosse adaptada do design para a arquitetura, servindo como um requisito, que atendeu o primeiro objetivo específico desta dissertação.

Este novo estudo tem a intenção de responder o segundo objetivo específico, e assim, mais diretamente o objetivo geral, que é de demonstrar o processo de construção do DNA metafórico do espaço arquitetônico como um conjunto de conceitos que serão responsáveis por servir de parâmetro para reabilitação de obras de arquitetura.

Para a defesa da presente dissertação foi aplicado, em um estudo de caso, o processo que permite o diagnóstico de um DNA do espaço arquitetônico, trabalho este sobre um edifício específico, pois a escolha dessa edificação leva em conta que, para a aplicação da metodologia,

depende de um número significativo de pessoas que estejam envolvidas na obra.

Um grupo que envolva indivíduos tanto no que se trata das características emocionais – proprietários, familiares e usuários (1), como indivíduos dotados de informações, técnicas e mercadológicas – arquitetos, engenheiros e gestores das intervenções (2). Essa seleção deve levar em conta os conhecimentos específicos de cada um, somados à percepção das pessoas.

Essa informação diferencial é que define o objeto de estudo, sendo uma exigência para a aplicação da metodologia, visto que esta segue as diretrizes do design de co-criação, e como chamada na ciência de arquitetura, de projeto participativo.

Dessa forma, através das características apontadas acima, é que o edifício foi selecionado. Essa escolha contou com o apoio das empresas que trabalham com intervenções de reabilitação, possibilitando a integração, entre indivíduos com envolvimento nas esferas relacionadas.

Para o início da aplicação da metodologia estudada, então surgiu o primeiro impasse, o das possibilidades e a escolha de uma ou mais obras que tivessem disponibilidade para o emprego das diretrizes de trabalho. Isso se deu em contato com a empresa Companhia de Restauro, empresa cujo autor já prestou serviços anteriormente.

Esse fato foi o que permitiu que a empresa citada servisse como interlocutora junto com alguns de seus clientes, pessoas e ou empresas que incluíssem em seu patrimônio, edificações de arquiteturas do passado, que já tivessem recebido intervenções, ou que tivesse por receber.

O melhor seria poder aplicar essa pesquisa durante um processo de reabilitação dos usos de uma destas obras, mas o tempo hábil para isso não seria coerente. Dessa forma, coube encontrar alguma que melhor se encaixasse nos requisitos para demonstrar o objetivo desta pesquisa.

A partir de reuniões com o proprietário e diretor da Companhia de Restauro, surgiu a possibilidade de trabalhar uma edificação que já faz uso de parte dos seus espaços para funções contemporâneas, mas que tem a intenção em fazer uso de mais áreas deste seu edifício, este parte do patrimônio material da empresa, ou até a possibilidade de nova adaptação de uso para aquela obra.

A empresa que se disponibilizou para a pesquisa foi a Mundial Calçados, que é proprietária de um edifício de relevância histórica no centro de São Paulo, onde utiliza como loja o térreo de um dos primeiros arranha céus da cidade, o edifício Guinle. Os proprietários pretendem

fazer uso de toda a edificação no futuro, já que hoje o edifício tem espaços ociosos, com bastante potencial de uso.

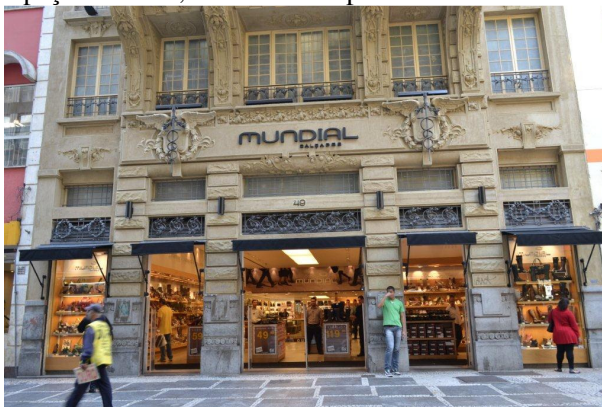


Figura 23: Foto da fachada com foco nos espaços do térreo do edifício.
Fonte: Marina Zocca, 2012.

A escolha se deu não só pela disponibilidade e interesse dos envolvidos, mas também na adequabilidade do exemplo, visto que essa obra se encaixa como um bom emprego da metodologia estudada, servindo como possibilidade para a validação do DNA de uma intervenção que já se faz presente em parte dos espaços, e que pretende ser ajustada e/ou expandida, utilizando o DNA que veio a ser diagnosticado como o partido para as futuras ações nos espaços ainda disponíveis.

Esses requisitos que determinaram a seleção do objeto de estudo atendem à pesquisa com maior nível de aproveitamento, já que o mesmo pode servir para que os proprietários da arquitetura se vejam motivados a fazer a gestão dos espaços ainda não utilizados, como também uma nova gestão de uso e preservação da edificação, sendo o resultado desta etapa possível de ser utilizado no futuro. O processo de diagnóstico do DNA do espaço arquitetônico e mais especificamente o DNA que foi definido, como o partido conceitual e semântico, é um aliado para as intervenções futuras. DNA que leva em conta a emoção e as significações afetivas e físicas da obra, produzida e percebida pelas pessoas.

Como primeira etapa da aplicação do método, a investigação teve início com a pesquisa preliminar que contou com o apoio do projeto de restauro (em anexo) já estabelecido para a obra, onde se recolheram

materiais como fachadas, cronologia arquitetônica e material teórico da edificação.



Figura 24 e 25: Foto dos espaços internos do térreo do edifício.

Fonte: Marina Zocca, 2012.

Além da coleta desse material, foram feitas fotos e observações no espaço e completou os dados com entrevistas (em apêndice), com arquitetos que trabalharam no projeto e a obra de restauração do prédio, e também com o proprietário da empresa responsável, que foi a ponte entre esse material e os demais trabalhos.



Figura 26: Foto dos espaços internos do subsolo do edifício.
Fonte: Marina Zocca, 2012.

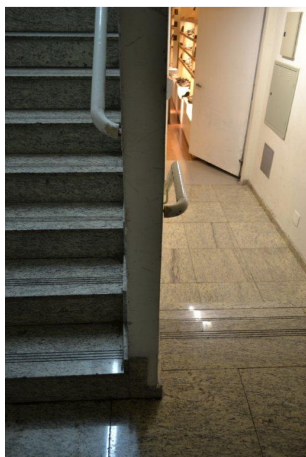


Figura 27 e 28: Foto dos acessos verticais do edifício.
Fonte: Marina Zocca, 2012.



Figura 29 e 30: Foto dos espaços internos dos pavimentos tipos do edifício.

Fonte: Marina Zocca, 2012.

Para isso foi utilizado um questionário aberto com algumas perguntas preparadas para orientar as entrevistas, organizadas em um ambiente tranqüilo. No entanto, essas não foram de nenhuma maneira limitada, possibilitando uma abertura para que cada um expusesse suas ideias abertamente.

Perguntas para entrevistar os representantes mais diretos da obra:

- Qual a história do edifício?
- Qual a destinação da edificação?
- Qual o uso atual da obra?
- Qual a sua relação com essa edificação?

Quais as características físicas mais fortes do edifício?
 Quais as características menos relevantes da obra?
 Como você vê o futuro da obra?
 Se você fosse decidir o destino dessa obra o que seria mais importante permanecer e o que seria menos significativo para preservação?

Tabela 4: Perguntas para entrevista, primeira etapa da metodologia.

Fonte: Autor, 2012.

Perguntas para entrevistar os representantes mais indiretos da obra:

Qual a sua relação com essa edificação?
 Qual a sua história com a edificação?
 Quais as características físicas mais fortes do edifício?
 Quais as características menos relevantes da obra?
 Como você vê o futuro da obra?
 Se você fosse decidir o destino dessa obra o que seria mais importante permanecer e o que seria menos significativo para preservação?

Tabela 5: Perguntas para entrevista, primeira etapa da metodologia.

Fonte: Autor, 2012.

As entrevistas contribuíram de maneira interessante, pois balizaram um histórico e um respeito de todos. Uma demonstração de orgulho por terem aquela obra histórica e importante como marco da arquitetura e da cidade de São Paulo fazendo parte das suas vidas de maneira direta. Também trouxe, através dessa etapa, material suficiente para fazer uma análise detalhada, parte das tarefas da próxima etapa.

Após esse passo de coleta, tudo foi posto em questionamento crítico. Nessa etapa foi feita uma análise qualitativa do material, tendo como base para os diagnósticos as entrevistas, assim podendo o autor fazer a seleção das informações relevantes.

Leituras criteriosas foram feitas nos textos e observações rigorosas no material gráfico da obra, de maneira que a todo tempo ia-se colocando as informações numa condição que pudesse avaliar a autenticidade do material, possibilitando dados para aplicar na próxima etapa. Através desse estudo, em cima de todo o volume coletado, é que foi possível dar credibilidade aos dados, já que esses foram sobrepostos, assegurando suas veracidades. Assim, as opiniões e os elementos históricos não podem se contradizer ou se desvalidar.

Inicia-se assim a terceira etapa da metodologia, que, com base no material levantado na etapa anterior, utiliza a análise SWOT para

contextualizar estratégias para o espaço arquitetônico, ajudando a compreender melhor os problemas que o espaço possa oferecer e quais as melhores possibilidades dele podem ser usadas para equilibrar as soluções futuras. Diretamente ao processo, as informações servem para preparar a equipe para o evento criativo, contribuindo com o que deve ser destacado no seu DNA arquitetônico.

A análise tabulou as seguintes informações:	
Pontos fortes	Pontos fracos
<ul style="list-style-type: none"> - Características originais ainda existentes. - Grandes vãos com poucas interferências físicas. - Técnicas construtivas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Localização dos acessos verticais. - Falta de integração entre térreo e o restante dos pavimentos. - Pouca consideração com o antigo.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Potencial de uso. - Importância histórica e arquitetônica. - Potencial turístico do local da obra. - Tecnologias atuais. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mercado imobiliário. - Custos da conservação, manutenção e intervenção. - Adequação do uso às necessidades contemporâneas

Tabela 6: Dados tabulados para a Análise SOWT.

Fonte: Autor, 2012.

O resultado do cruzamento desses dados são algumas diretrizes que se colocam como:

S-O (vantagens)

Os espaços têm um potencial de uso, permitido pela sua amplitude e poucas interferências físicas nos ambientes.

Valorização turística, possibilitada pelas características originais que ainda se mantém existentes e a técnica construtiva de importância histórica e arquitetônica.

W-T (necessidade de orientação)
Compatibilizar as necessidades de uso contemporâneas cobradas pelo mercado, integrando o térreo ao restante da edificação repensando os acessos verticais.
Considerar a intervenção no antigo como uma forma de justificar os altos custos de manutenção e conservação das obras
W-O (capacidade de defesa)
Integrar os espaços internos considerando o potencial de uso e as tecnologias disponíveis no mercado.
Reabilitar os espaços internos de importância histórica e arquitetônica valorizando o passado e contribuindo diretamente para o turismo.
S-T (Vulnerabilidade)
Flexibilidades dos espaços amplos e grandes vãos possibilitam adequar usos diversos, potencializando-o comercialmente.
Intervir de maneira racional respeitando as características relevantes, possibilitando a receita necessária para a conservação e manutenção da preservação da forma física original.

Tabela 7: Resultados do cruzamento da Análise SWOT.

Fonte: Autor, 2012.

O coração da metodologia é a quarta etapa do processo.

O evento criativo para este estudo de caso realizou-se em parceria com a empresa proprietária e que utiliza o edifício estudado como sede de uma de suas lojas para comércio de produtos em varejo. Estiveram presentes nove pessoas, sendo eles proprietários e alguns funcionários, junto com alguns funcionários da empresa Companhia de Restauro, responsáveis pelo projeto para preservação do edifício.

Abriu-se a reunião com uma breve explicação de todo o processo e da importância do mesmo, e da relevância de cada uma das etapas que haviam sido aplicadas e também da etapa a qual ali seria consagrada, bem como a explicação de como seria esta etapa atual.

Depois, para transformar a atmosfera do ambiente, utilizou-se da apresentação de um desenho animado para que os participantes se sentissem mais livres e saíssem do estado mais prático para um mais relaxado e sem muita relação sério aplicativa, e sim promovessem a criação, logo depois foi pedido que os mesmos trocassem um segredo para que o grupo se sentisse integrado e mais conectado para com o exercício.

Depois disso, o grupo foi dividido em dois, para que estes fizessem um brainstorming emocional, com a intenção de reunir o maior número de adjetivos que fosse possível em um período de tempo de 20 minutos. O resultado foi satisfatório, onde chegou-se quase ao valor de 200 por equipe, o difícil foi fazer com que o grupo não se desprendesse da ideia de estar selecionando as palavras vinculadas ao edifício, mas quando entraram no ritmo e na ideia já faltavam poucos minutos.



Figura 31: Foto do evento criativo.

Fonte: Autor, 2012.

Com as listagens formadas, partiu-se para uma leitura em voz alta, onde agora sim eles deveriam selecionar os adjetivos que achavam que fizesse alguma referência aos espaços estudados nesta pesquisa.

Dada essa atenção e seleção, cada integrante do grupo deveria escrevê-los em post-its; um adjetivo para cada papel. Não houve nenhuma dificuldade e, para isso, reuniu-se todo o material, sendo esses colocados sobre a mesa; foram então selecionados, agrupados, aproximados por compatibilidade, também sem muita dificuldade.

Os adjetivos escolhidos foram: Histórico, Patrimonial, Monumental, Artístico, Renovado, que foram colocados como parte técnica do DNA, dando para esse elemento o adjetivo “histórico” como o selecionado para fazer parte do DNA do espaço. Para o elemento emocional foram indicados “Agradável”, “Elegante”, “Aconchegante” ficando “Agradável” como o adjetivo escolhido para o elemento.

Como integrador, os adjetivos “Centralizado”, “Visível” que deram lugar a “Cosmopolita”. “Ousado”, “Inovador”, “Marcante”, “Referencial”, “Glamoroso”, “Interessante” como o elemento para resiliência sendo escolhido o adjetivo “Referencial”. Os adjetivos “Articulado”, “Distinto”, “Iluminado” fizeram parte do elemento mercadológico, sendo esses unidos na palavra “Versátil”. Formando esses cinco adjetivos o DNA do espaço do edifício Guinle, resultou no conteúdo da tabela abaixo.

Elementos do DNA	Conceitos
Técnico	Histórico
Emocional	Agradável
Integrador	Cosmopolita
Mercadológico	Versátil
Resiliente	Referencial

Tabela 8: Conceitos diagnosticados para o espaço do Edifício Guinle.
Fonte: Autor, 2012.



Figura 32: Foto do evento criativo.
Fonte: Autor, 2012.

Esse processo de aproximação das palavras repetidas, agrupamento daquelas com significados parecidos e a seleção das intenções que o grupo pretendia defender como o DNA dos espaços do

Edifício Guinle se transformaram em um mapa semântico que ajudava os integrantes do grupo na próxima tarefa, a etapa da metodologia aqui apresentada. Esse painel foi feito em grupo, em papel e digitalizado pelo autor da pesquisa para a documentação e relatório a ser apresentado para o grupo no final do processo como resultado final da etapa do evento criativo.

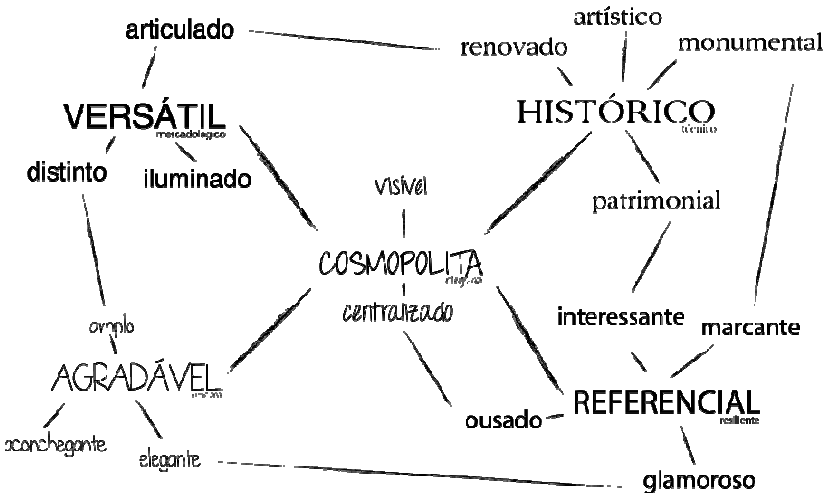


Figura 33: Mapa semântico elaborado pelo grupo no evento criativo.
 Fonte: Digitalizado pelo autor, 2012.

5. Busca por imagens.

Com os prováveis cinco elementos do DNA Arquitetônico selecionados, o processo de métodos continua com a seleção de imagens que represente os conceitos graficamente. A partir disso, os participantes da etapa anterior do evento criativo são indicados para buscar imagens que representassem os conceitos em um painel semântico.

Para isso, foi apresentado o resultado do evento criativo já digitalizado em Adobe Illustrator, o mapa semântico, com os conceitos principais e os outros adjetivos que levaram à definição dos cinco principais, fazendo parte dos elementos do DNA do espaço arquitetônico da obra para o qual a metodologia esta sendo aplicada.

Foi informado aos mesmos, que teriam um prazo de aproximadamente dez dias para efetuarem a tarefa, podendo procurar esse material em sites, revistas, catálogos ou até mesmo em arquivos

pessoais, desde que depois fossem digitalizadas e enviadas por e-mail para o autor, dentro do prazo estabelecido com o grupo.

Essas imagens foram recolhidas e classificadas a melhor combinação dessas, correspondendo sempre com os ideais buscados pelo grupo, determinados na etapa do evento criativo onde se definiram os conceitos que se encaixariam nos elementos do DNA dos espaços do edifício Guinle.

6. Discussão

Antes da definição e construção do painel com as imagens recebidas na etapa anterior, foi enviado individualmente por e-mail um questionário semi-estruturado aberto para cada integrante (do evento criativo), para que confirmassem se estavam de acordo com o DNA definido na etapa anterior.

As seguintes perguntas foram feitas.

1. Você concorda com o DNA diagnosticado no evento criativo?
2. Como você encontrou as imagens que representam o DNA?
3. Como você acredita que esses representam o DNA definido?
4. No DNA quais conceitos poderiam ser adicionados ou removidos?

Tabela 9: Questões de confirmação.

Fonte: Autor, 2012.

Somente dois dos participantes responderam essa etapa. Sendo ignorados pelos demais integrantes os contatos feitos. Os resultados das entrevistas foram avaliados qualitativamente na forma de uma tabela que permitisse uma visão das opiniões. De maneira geral, eles concordaram com o DNA, o que definiu por manter os conceitos concebidos no evento, onde o grupo estava reunido, sendo decisão da maioria.

7. Definição do DNA.

O mapa semântico, que é o resultado dessa etapa de definição do DNA arquitetônico, nesse caso, o edifício Guinle, tem como objetivo, relacionar os cinco conceitos juntos de uma maneira fácil de compreender e de se replicar, rememorar, reproduzir e perpetuar.

Para isso, foram reunidas as imagens selecionadas de forma a combiná-las e melhor incorporar o painel, que deve ficar bem apresentável e também estar exatamente dentro do que o DNA definido, queira transmitir como mensagem. Esse material foi digitalizado pelo

autor em Adobe Illustrator, para que esse fosse de fácil reprodução e de documentação.

A forma do painel procura integrar-se com os conceitos, as cores e a tipografia, essas características foram selecionadas procurando seguir a mesma ideia, a de que cada elemento seja movido pelo DNA.

Juntas, essas medidas tomadas tem a intenção de representar visualmente o DNA do espaço arquitetônico, junto aos cinco conceitos corretamente. Nesse formato podem-se prover as ações de projeto, combinando e recombinando cada conceito, determinando as escolhas ou atitudes a serem executadas sobre a obra.



Figura 34: Painel semântico elaborado pelo autor.

Fonte: Digitalizado pelo autor, 2012.

8. Apresentação do DNA definido aos participantes do processo.

Como é habitualmente feito com os processos no design dentro do LOGO (Laboratório de Orientação da Gênese Organizacional), o resultado dado com o mapa e o painel semântico são apresentados aos envolvidos na forma de um relatório final, explicando todo o processo.



Figura 35: Painel semântico com conceito Integrador detalhado, elaborado pelo autor.
Fonte: Digitalizado pelo autor, 2012.

O formato desse relatório varia de uma organização para outra, sendo que ele deve ser um reflexo do DNA, sendo assim o primeiro item produzido para comunicar esse novo DNA arquitetônico. Esse material foi produzido em um caderno com a encadernação aberta, de maneira que o conteúdo possa vir a ser atualizado, e/ou adaptados com o passar do tempo.



Figura 36: Painel semântico com conceitos Técnico detalhado, elaborado pelo autor.

Fonte: Digitalizado pelo autor, 2012.



Figura 37: Painel semântico com conceitos Emocional detalhado, elaborado pelo autor.

Fonte: Digitalizado pelo autor, 2012.

O relatório, do modo pelo qual é organizado, torna possível o uso do mesmo sempre que convir, da maneira que venha a ser necessária, abrindo e separando as partes. A intenção é que esse manual sirva como base sempre que for ser executada qualquer ação naqueles espaços.

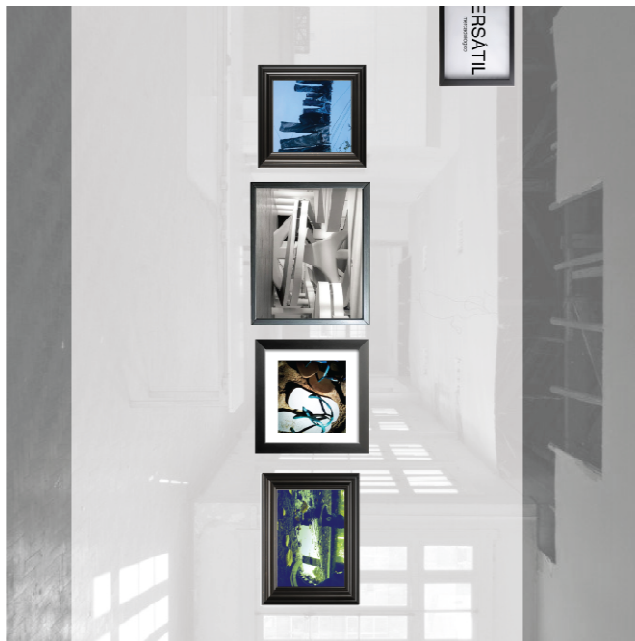


Figura 38: Painel semântico com conceitos Mercadológico detalhado, elaborado pelo autor.

Fonte: Digitalizado pelo autor, 2012.

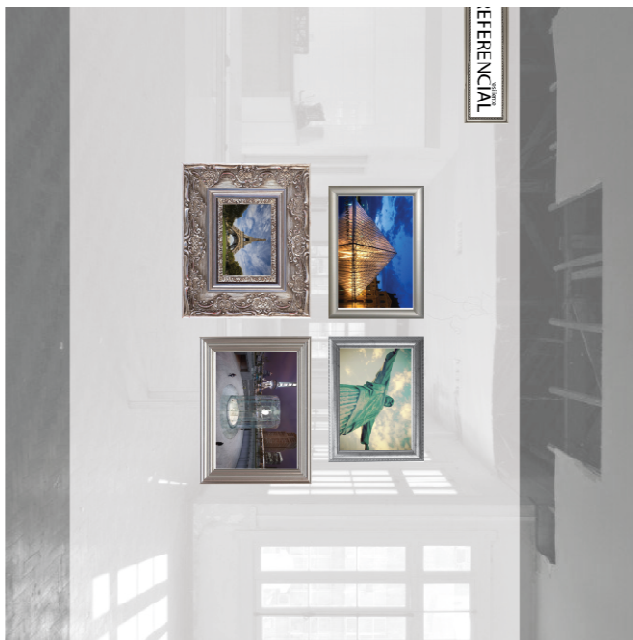


Figura 39: Painel semântico com conceitos Resiliente detalhado, elaborado pelo autor.

Fonte: Digitalizado pelo autor, 2012.



Figura 40: Fotos do Relatório entregue a empresa.

Fonte: Digitalizado pelo autor, 2012.

O volume que foi entregue para a empresa colaboradora, possui dados e imagens desenvolvidas pelo presente autor e foi recebido com entusiasmo e satisfação pelos integrantes, que, mesmo não tão motivados, acreditaram na intenção dessa pesquisa.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

4.1 RESPONDENDO À PERGUNTA DA PESQUISA.

Finalizando a pesquisa, chega-se a conclusão com o diagnóstico de cinco conceitos que representam os anseios e as necessidades dos espaços internos do Edifício Guinle e de seus usuários.

Representam os elementos do DNA metafórico como Emocional o conceito Agradável, no lugar do técnico o Histórico, para o Integrador o Cosmopolita, no lugar do elemento mercadológico o Versátil e no de Resiliência o conceito referencial, juntos eles devem se combinar e recombinar para determinar as ações de intervenção para a reabilitação dos espaços ainda ociosos do Edifício.

Ressalta-se que esses elementos foram co-criados com uma equipe de envolvidos e representam o caráter do lugar, sendo a identidade percebida pelos representantes. Esse DNA poderia ter um resultado diferente para uma nova equipe, mas o resultado foi recebido com satisfação pelos participantes, caracterizando um sucesso da metodologia para o fim proposto pela pesquisa.

4.2 RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS.

Como recomendações para trabalhos futuros, sugere-se a continuidade da aplicação da metodologia em estudos que forem dar continuidade ao processo de projeto, podendo analisar a qualidade do resultado final, levando em conta o DNA metafórico como o partido, podendo dessa maneira permitir uma análise que reflita as ações que forem tomadas baseadas nesse partido conceitual.

Numa escala de gestão ainda maior seria possível trabalhar o DNA dos espaços arquitetônicos como um balizador para a administração das intervenções, possibilitando a promoção, a divulgação e conscientização de uma educação para com a preservação da arquitetura do passado, bem como a revitalização de espaços degradados da cidade numa escala de urbanismo.

Espera-se com essa pesquisa uma contribuição para projetos de espaços, aonde por meio de conceitos venham a melhorar os resultados das ações sobre a lógica da arquitetura.

Sendo uma característica da metodologia estudada, que a mesma encontra-se sempre em construção, também seria possível assim pensar uma evolução para a mesma acrescentando etapas e aumento a

abrangência das diretrizes para novos tipos de resultados. Ou mesmo aumentar o foco acrescentando assuntos a essa pesquisa como o da fenomenologia e a sintaxe espacial.

Ficam aqui as minhas sugestões, a fim de manter viva as pesquisas entorno deste método, ou mesmo entorno de melhorias metodológicas para as intervenções de reabilitação da arquitetura, que possibilitam a preservação de mais do que o estoque de construções, mas do sentimento envolvido as obras.

4.3 CONCLUSÕES.

A aplicação da Metodologia que procura diagnosticar o DNA de espaços arquitetônicos em um estudo de caso, como investigação da eficiência de uma metodologia já estabelecida no design provou que a adaptação do processo foi possível.

O DNA definido, através das etapas do processo, contribui muito para o arquiteto que dedica seus estudos sobre os espaços para a aplicação de um projeto, desenvolver um trabalho coeso para com as diretrizes do projeto de restauro, para com a emoção das pessoas que utilizam os espaços bem como para com as cobranças mercadológicas que não devem dispor da demolição de artefatos e elementos de arquitetura toda vez que pretende renovar os usos.

Aplicar a metodologia também contribuiu para notar o quanto as pessoas ainda tem dificuldades para entender conceitos apresentados pra elas, seja em projetos como em marcas, sejam arquitetônicos. Assim como também não conseguem externar muito bem seus sentimentos, deixando claro que sentem algo pelas obras, mas não tendo uma leitura certa do que os espaços chamam mais sua atenção.

A dificuldade da aplicação após o evento criativo trouxe impasses para a pesquisa sem problematizar muito o processo. A ideia de co-criar no início pareceu bastante apreciada, porém os participantes tiveram pouco interesse durante o processo e pouca dedicação, levando a ideia sempre que o profissional, no caso, o pesquisador, é quem deveria tomar as decisões, e não que as decisões estavam sendo co-criadas, como se a responsabilidade não fosse do grupo, mas somente do profissional que estivesse executando o processo.

Talvez fosse possível rever algumas fases da metodologia para melhorar esse envolvimento dos integrantes. Mas independente disso, até a fase aqui proposta, o trabalho atende as expectativas e demonstra os resultados esperados.

REFERÊNCIAS

ABROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design Thinking**. Tradução: Mariana Belloi. Porto Alegre: Bookman, 2011.

ARGAN, Giulio Carlo. **Projeto Destino**. São Paulo: Editora Ática, 2000.

BACK, Nelson et al. **Projeto Integrado de produtos**: planejamento, concepção e modelagem. Barueri: Manole, 2008

BASSOTTO, Leonardo Minozzo. **Brand DNA de Estúdio Criativo**: A importância para o resultado. 2012. Dissertação (Mestrado em Gestão Estratégica de design Gráfico). – Programa de Pós-Graduação em Design, UFSC, Florianópolis, 2012.

BOITO Camilo. **Os restauradores**. São Paulo: Atelier Editorial, 2007.

BORJA DE MAZOTA, Brigitte, **Design and competitiveness**: A model for design management excellence in European SMEs. Design Management Journal, Academic Review. Vol 2. Boston: Design Management Institute, 2003. P. 88 - 103

BRANDI Cesari. **Teoria de restauro**. São Paulo: Atelier Editorial, 2007.

BRODIE, Richard. **Vírus da mente**. São Paulo: Editora Cultux, 2009.

BROWN, Tim. **Uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas idéias Design Thinking**. São Paulo: Editora Elsevier, 2010.

CARDOSO, Helder. **A abordagem Brand DNA Process, como fator motivacional na construção de identidade e na gestão de marca**. Monografia (Especialização em Gestão de Design) – Programa de Pós-Graduação em Design, UFSC: Florianópolis, 2011.

CARSALADE, Flávio de Lemos, **Patrimônio histórico. Sustentabilidade e sustentação**. Disponível em: <<<http://www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq000/esp080.asp>>> acesso em: 23/10/11

CHING, Francis. **Arquitetura: Forma, Espaço e Ordem**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

COUTINHO, Evaldo. **O espaço da arquitetura**, São Paulo: Editora Perspectiva, 1972.

- DAMÁSIO, António R. **O Erro de Descartes: Emoção, Razão e Cérebro Humano**. Portugal: Publicações Europa-America, 1995.
- DAWKINS, Richard. **O gene egoísta**. Lisboa: Gradiva, 1999. (Ciência Aberta)
- DVORÁK, Max. **Catecismo Da Preservação De Monumentos**. São Paulo: Atelier Editorial, 2007.
- ELLWOOD, L. **O livro essencial das marcas: tudo o que você precisa saber, em mais de 100 técnicas para aumentar o valor das marcas**. São Paulo: Clio, 2004.
- FERRARA, Lucrecia D'Aléssio. **Leitura sem palavras**. São Paulo: Editora Ática, 2007.
- FERRARA, Lucrecia D'Aléssio. **Design em espaços** - São Paulo: Rosari, 2002.
- FRAMPTON, Kenneth. **História crítica da arquitetura moderna**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- GOMEZ, L. S. R. e MATEUS, A.C. **Brand DNA: The Brands creative [R]evolution**. 40IADE40, Lisbon: IADE. 2009.
- GOMEZ, Luiz S. R.; OLHATS, Magali; FLORIANO, Juliana. **Fashion's Brand DNA: The Process**. International Conference Global Fashion: Creative and Innovative Contexts. Porto, 2010.
- GONÇALVES, Paulo Cássio de Moraes. **CONSTRUÇÃO COLETIVA DA PAISAGEM: processos participativos com comunidades escolares**. Dissertação (Mestrado em Arquitetura) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.
- GOLEMAN, Daniel. **Inteligência Emocional**. Camarate: SIG, 2009.
- GOUILLART, Francis. **A empresa Co-Criativa**. São Paulo: Editora Elsevier, 2011.
- HANSEN, Morten T. **Colaboração**. São Paulo: Editora Elsevier, 2010.
- HALL, Edward T. **A Dimensão oculta**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1977. 2ª edição.
- HERTZBERGER, Herman. **Lições de arquitetura**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. Programa Monumenta. **Manual de Elaboração de Projetos**. Brasília, 2005a. 76 p. Disponível em: <http://www.monumenta.gov.br/upload/Manual%20de%20elaboracao%20de%20projetos_1168630291.pdf>. Acesso em: 08 jun. 2010.

KOTLER, Philip & ARMSTRONG, Gary. **Principles of Marketing**. New Jersey: Prentice Hall, 2008.

LAMEIRA, Allan P. et al. **Neurônios Espelho**. Versão on-line de: Psicologia USP, v.17 n.4: São Paulo dic; 2006. Disponível no site: http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?Script=sci_arttext&pid=S1678-51772006000400007&lng=es&nrm=iso (acesso em 14/06/2011)

LANA, Sibelle Meyer. **O arquiteto e o processo de projeto participativo**: o caso RSW. 2007. Dissertação (Mestrado em Arquitetura) – Curso de Mestrado da Escola de Arquitetura, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2007.

LOUREIRO, Claudia; AMORIN, Luiz. **Por uma conservação do espaço da arquitetura**. In. O Lugar do Projeto: no ensino e na pesquisa em arquitetura e urbanismo. Anais. Rio de Janeiro, 2007 p. 491- 503.

LOPEZ, Dayane Alves; GOMEZ, Luiz Salomão Ribas. **Os 4 elementos do DNA de Marcas**: Emoção, Resiliência, Técnica e Mercadologia. In II CIDAG – Conferência Internacional em Design e Artes Gráficas. No prelo 2012.

MALARD, Maria Lúcia. **As aparências em arquitetura**. Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

MIGITY, Tim. Conceitos em arquitetura. In: SNYDER, James C.; CATANESE, Anthony. **Introdução à Arquitetura**. Rio de Janeiro: Editora Campus Ltda.,1984. Cap. 9 pag. 210 -236

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: M. Fontes, 1998.

NETO, Guilherme. **Neuromarketing: entenda a ciência que estuda a mente do consumidor**. Site brasileiro, 2008. Disponível no endereço: <http://www.mundodomarketing.com.br/10,3549,neuromarketing-entenda-a-ciencia-queestuda-a-mente-do-consumidor.htm> (acesso em 14/06/2011).

NEILSON, Gary L.; KARLA L. Martin e ELIZABETH Powers. **The Secrets to Successful Strategy Execution**. Harvard Business Review. June, 2008.

NEILSON, G. L, PASTERMACK, B. A. **Resultados: mantenha o que está certo, corrija o que está errado e obtenha um ótimo desempenho**. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

NORBERG-SCHULZ, Christian. O fenômeno do lugar. In: NESBITT, Kate (Org.). **Uma nova agenda para a arquitetura**: Antologia teorica (1965-1995). Tradução Vera Pereira. 2. Ed. São Paulo: Cosac Naify, 2008. Pag. 449.

NORMAN, D. **Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. São Paulo: Rocco, 2008.

OLHATS, Magali. **A decodificação do Brand DNA**: Uma metodologia de gestão de design aplicada a moda de favelas. 2012. . Dissertação (Mestrado em Gestão Estratégica de design Gráfico). – Programa de Pós-Graduação em Design, UFSC, Florianópolis, 2012.

PAPANEEK, Victor. **Arquitetura e Design – Ecologia e ética**. Lisboa: Edições 70

PRALAHAD, C. K.; KRISHNAN, M. S. **A nova era da Inovação: A Inovação Focada no Relacionamento com o Cliente**. São Paulo: Editora Elsevier, 2008.

PRESTES, Máira Gomes e GOMEZ, Luiz Salomão Ribas. **A experiência da marca: proposta de metodologia para a identificação do DNA de organizações**. 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo, 2010.

RAPOPORT, Anos. Origens da Arquitetura.. In: SNYDER, James C.; CATANESE, Anthony. **Introdução à Arquitetura**. Rio de Janeiro: Editora Campus Ltda., 1984. Cap. 1 pag. 26-42.

RUSKIN, John, 1819-1900. **A lâmpada da memória**. Cotia – SP: Ateliê Editorial, 2008.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4ed. Ver. Atual. Florianópolis: UFSC, 2005. Disponível em:

<http://soniaa.arq.prof.ufsc.br/roteirosmetodologicos/metpesq.pdf>. Acesso: 22.08.11.

SNYDER, James C.; CATANESE, Anthony. **Introdução à Arquitetura**. Rio de Janeiro: Editora Campus Ltda., 1984.

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e lugar**: a perspectiva da experiência. Sao Paulo: DIFEL, 1983.

TYBOUT, Alice M. CALKINS, Tim. **Branding**. São Paulo: Atlas, 2006.

VIOLLET-LE-DUC, Eugène Emmanuele, **Restauração**. Cotia – SP: Ateliê Editorial, 2007.

VITRUVIO, sec. 1a.C. . **Tratado de arquitetura**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

ZALTMAN, Gerald & COULTE, Robin Higie. **Seeing the Voice of the Customer: Metaphor-** Based Advertising Research. Journal of Advertising Reasearch, Vol.35, No 4, Jul/Agust, 1995.

ZEVI, Bruno. Saber ver **arquitetura**. 5.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

APÊNDICE A – Entrevistas utilizadas para a coleta de dados no estudo de caso.

Entrevistada - Patrícia

Entrevistador: O meu nome é André, para começar a entrevista sobre o edifício Guinle gostaria que você falasse seu nome.

Patrícia - Meu nome é Patrícia.

Entrevistador: Patrícia qual a sua história com o edifício, a sua relação com a história daquele edifício?

Patrícia: Eu estou na empresa já há algum tempo e desde que adquiriram o prédio à gente tem acompanhado, eu acompanhei todo o processo de levantamento de dados para poder chegar efetivamente na restauração da obra em si.

Patrícia - Então é bacana, assim eu fico bem, eu como parte da empresa fico muito feliz que a empresa tenha essa atitude de restaurar, uma que eu sou apaixonada pela cidade de São Paulo e aí restaurar um edifício tão importante como esse e tão conhecido do público da importância dele, então eu fico bastante feliz com isso.

Entrevistador: Então você trabalhou adquirindo material histórico daquele edifício?

Patrícia – Isso.

Entrevistador: Para o projeto de restauro?

Patrícia – É eu trabalhei junto com a companhia de restauro.

Entrevistador: Você pode contar um pouquinho desta história, brevemente, não precisa ser a história do edifício como um todo, mas um destaque para as características do edifício... como foi feito?

Patrícia - Na verdade a pesquisa a fundo quem fez foi a companhia de restauro, o que fizemos foi colher o que tínhamos, os dados que vieram junto com escritura e tudo mais.

Patrícia - Na verdade depois que juntei umas pequenas informações que eu tinha com as informações da companhia de restauro, e li o texto final achei muito bacana, porque ali conta a história do edifício como ele foi pensado para ser feito, justamente para ser o maior arranha-céu, e paralelamente estava sendo construído o... feito o Martinelli, na época, que é um prédio muito mais conhecido do que o nosso e aí tinha uma disputa para ver qual era o mais alto, então, um fazia um andar, o outro fazia outro e assim foi indo até que nós fizemos uma torre em cima, uma espécie de antena, que foi o que caracterizou mesmo como o maior edifício da cidade, então não foi por causa de andares, a disputa foi tão... acirrada que foi justamente por causa de uma, dessa, torre. Foi muito interessante descobrir isso da história e de tudo que aconteceu.

Patrícia - A preocupação que eles tinham em trazer aquela imagem européia para São Paulo, em ajudar a fazer daqui uma, sei lá, uma metrópole bacana com aquela cara européia... Então é bem legal.

Entrevistador: Qual a sua relação com aqueles espaços? Por exemplo, quando você entra? Qual a sensação que você tem dentro daquele edifício?

Patrícia - A sensação que eu tenho é assim, a gente tentou preservar muita coisa, mas não tem muita coisa pra preservar da época, mas, por exemplo, tem o piso, têm as janelas que foram restauradas também, então assim isso pra mim é... Eu gosto muito daquele prédio. Eu não trabalho lá, mas já fiz muitos trabalhos lá, eu me sinto bem lá dentro do prédio, é uma energia boa, eu gostodesta coisa tipo, pensar que já teve outras pessoas no lugar, sabe? Que tem uma história, então a sensação que eu tenho é muito boa, muito prazerosa, e quando eu vejo a fachada hoje, assim, restaurada então, é eu fico muito... eu gosto, é uma sensação como eu posso dizer, é um orgulho, eu tenho orgulho disso.

Entrevistador: Aqueles espaços da arquitetura já existentes como o processo é retroativo, ele já tem um novo significado, ele tem uma outra percepção, para aqueles espaços onde a gente tem as instalações da loja. Como você explicaria em termos de aparência e de sensações?

Patrícia - É na área da loja mesmo a gente pouco percebe essa arquitetura, na verdade no teto tinha uns detalhes, mas que agora com essa ultima reforma a gente cobriu tudo com gesso, quer dizer esta lá os detalhes, mas está coberto com gesso. Então na loja, hoje, você não sente que é um prédio histórico, mas ai subindo para os outros andares ai cada andar tem uma característica da época.

Patrícia - Então tem um andar lá que tem o piso da época, aquela madeira super bacana, super linda e a gente tem o maior cuidado de sempre estar tratando, sempre estar tomando cuidado com cupim e essas coisas todas.

Patrícia - Têm as janelas que são muito bacanas, muito interessantes, na fachada, tem umas... eu não sei como se chama, tipo umas mini-varandinhas, e tem um, um, um....

Entrevistador: Você acha que isso qualifica aquele espaço?

Patrícia - A qualifica porque quando se olha, aquela mini-varandinha com aquelas ferragens que dá para ver os desenhos, então, aquilo te remete um pouco, o teto tem alguns detalhes também é bem bacana.

Entrevistador: O que você vê de ponto positivo e de ponto negativo, pontos fortes e pontos fracos que tem naquela arquitetura, tenta trazer isso para o universo da arquitetura, mas especificamente para o espaço arquitetônico, pode ser características físicas como marcas, alguma coisa que você já reparou, ou alguma característica que te chama mais atenção, tanto do espaço como da nostalgia que ele pode causar daquilo que você acha que podia se preservar?

Patrícia - É acho que de ponto positivo, é... o fato da época inicial ainda mais agora com a fachada restaurada ficou muito interessante de estar com a cor original do prédio tudo 100% restaurado, então acho que isso é muito positivo, que dá aquela quebrada do pedaço da rua onde ele está, tem muitos prédios, muito mais novo e com uma arquitetura meio... eu não sei nem como é que define, e dá aquela quebrada, quando você vê aquele prédio antigo ali, aquela arquitetura, então acho que isso é muito positivo, traz um pouco as pessoas para a raiz, assim, olha é, é, tem muita gente que vem antes, e acho isso bacana para nós.

Entrevistador: E dentro daquele espaço que já houve intervenção? Pensando na arquitetura nova quando está lá, que tem de ponto forte e que foi usado de ponto

forte, que tinha antes daqueles espaços da localização dos pilares, da forma, do acesso, esse tipo de informação, o que você acha positivo e que é negativo, como se você tivesse que fazer novo uso dos andares restantes, como seria a entrada se tem uma paralela?

Patrícia – No... então, na verdade...

Entrevistador: Tenta analisar isso como pontos fortes e fracos...

Patrícia - Na verdade a gente tem até um problema com relação a isso, que assim, isso é um ponto negativo, o acesso, para os outros andares, o elevador, fica muito no meio da loja hoje, então pra isolar aquela parte a gente teria que perder muito espaço da loja. Então isso pra nós hoje é um problema, é uma coisa que, no dia-a-dia, não. É legal. Não se encaixa fica realmente bem fora, a gente já pensou e repensou varias vezes como poderíamos fazer, que ai a gente teria que ter uma entrada a parte para todo o prédio independente da loja, então isso pra nós hoje não é... É um ponto negativo, mas ao mesmo tempo tem aquilo, que assim, se você parar pra pensar, pensa na época, você imaginar que na época as pessoas nem imaginariam que teríamos essas limitações e necessidades hoje, e a proposta do prédio era diferente, todo o andar do térreo seria recepção mesmo, então hoje a gente não pode nem pensar uma loja daquele tamanho sendo uma recepção de um prédio, uma coisa meio absurda, todo mundo quer aproveitar todos os espaços, hoje e tal.

Patrícia - Então assim é eu acho que tem isso de bacana, quando a gente pensa como eles pensavam antes, agora o negativo é isso, a gente não tem um acesso independente pro prédio.

Entrevistador: E quanto à iluminação, ventilação e o conforto naquele espaço ali embaixo e dos outros de cima. Como você avalia isso?

Patrícia - Olha, assim, na loja é tudo muito planejado, moderno, então, a gente teve a restauração, e reforma recentemente, de uns dois anos atrás, assim é, tudo muito moderno, que é positivo porque hoje a gente conseguiu ter uma iluminação com economia pensando na sustentabilidade, então assim acho que, assim tem isso de bom em relação há antigamente, para a época aquela toda quantidade de luz que a gente tem hoje, com certeza gastaríamos muito mais, seria ecologicamente inviável, não é? Então isso tem de positivo na modernidade, a gente conseguiu fazer hoje mais, prejudicando menos o meio ambiente, mas os outros andares a gente preservou as luminárias, então a iluminação é original, só as lâmpadas que não,mas as luminárias sim.

Entrevistador: As luminárias do espaço de baixo ainda estão reservadas? Ou elas foram retiradas? Guardadas?

Patrícia - Elas foram retiradas e algumas que estão no teto, grudadas no teto, estão cobertas pelo gesso.

Entrevistador: Você acha negativo isso? Terem tampado?

Patrícia - Eu acho, eu acho.

Entrevistador: Você acha que a loja poderia ter aproveitado?

Patrícia - Eu acho, eu Patrícia acho que a loja deveria ter a cara, do prédio, assim eu acho...

Entrevistador: Você acha que aquela intervenção não levou em conta aquele espaço antigo e que isso foi uma coisa negativa?

Patrícia - Para mim... para eu, pessoalmente foi. Pra mim assim não ficou uma... Eu... eu optaria por fazer um clima de loja no estilo.

Entrevistador: Tentando unir este estilo contemporâneo da mundial que a marca mundial loja usa do espaço mundial com o antigo?

Patrícia - É eu usaria, faria isso, assim tentaria fazer isso, e ai não foi o que aconteceu.

Entrevistador: Ta a gente pode finalizar.

Entrevistador: Eu quero saber o que você espera desse edifício Guinle, dos espaços do Guinle para o futuro, como você vê esses espaços? Tanto do térreo, possivelmente do futuro, os dos outros espaços como você gostaria de vê-los?

Patrícia - Eu gostaria de aproveitar os outros andares que a gente hoje não aproveita, mas eu acho que a gente tem que... a gente tem que aproveitar de forma a preservar o que ainda tem pra cima, acho que, qualquer coisa que a gente faça lá para cima, a gente preserva essa... essa... esse visual dessa arquitetura.

Patrícia - Acho que é bem bacana. Acho que é legal, e... assim de uma forma geral, eu acho que eu espero que o prédio traga muita contribuição pra cidade, que as pessoas saibam realmente que foi em São Paulo que teve esse edifício, primeiro uso de concreto armado, que onde nasceu isso tudo.

Entrevistador: Então você acha que essa, a tecnologia do concreto armado, como naquela época não ficava muito evidenciado, ate por conta dessa, dessa, construção, dessa informação de arquitetura é... você queria que essa informação de ser concreto armado, dessa tecnologia tivesse mais explicito, do que ele está?

Patrícia - Ah! Eu gostaria, eu gostaria porque, eu acho que é... eu entendo pouquinho dessa parte de obras e tal, mas se a gente parar para pensar, você melhor do que eu, é que basicamente o inicio de toda essa metrópole que esta aqui, essa coisa gigantesca.

Entrevistador: Que depois foi construída mais brutalmente com esse concreto armado mais aparente e que naquele edifício não está?

Patrícia - Exatamente, então assim, ali foi um laboratorizinho que foi feito não é, para...

Entrevistador: E que fica tudo muito sutil, você acha que tinha que trazer um pouco mais?

Patrícia - Eu acho, dizem né. A nossa cidade, que São Paulo é a metrópole dos prédios, dos edifícios que, não sei o que.

Patrícia - Então.

Patrícia - Onde começou isso? Então. Começou lá, naquele prédio, com... com poucos andares, e eu faço parte da história.

Patrícia - Então eu acho que isso é legal. Que isso daria resultado sim.

Entrevistador: Está joia.

Patrícia - Isso ia ser importante.

Entrevistador: Está bem, obrigado Patrícia.

Patrícia - Eu que agradeço.

Entrevistas Cleber Wilker

Entrevistador: Bom, vamos começar a entrevista com?

Cleber - Cleber Wilker

Entrevistador: Qual a sua relação com a história desse e os espaços desse edifício?

Cleber - Na realidade eu cuido mais da parte de design de interiores da, da, da mundial né, e quando foi feita a reforma, desse edifício, a comunicação visual, foi pensada realmente pra ter essa coisa mais urbana tirar da rua, você consegue perceber que as pessoas estão caminhando e, você vai ter essa historia da cidade, dessa coisa urbana dentro da loja, da comunicação visual, da, da, loja, minha historia assim, eu fique maravilhado, quando vi esse prédio da primeira vez, eu nem, tinha conhecimento dessa historia desse prédio, então minha relação é essa, eu tinha que trazer essa comunicação, trazer da rua pra dentro da loja essa, essa coisa mais urbana né, então por isso essas pessoas caminhando, essa agitação do centro da cidade.

Entrevistador: Como você se vê dentro do espaço? Tanto do que está hoje, as características que estavam ali e que estão agora ali, como você sente isso?

Cleber - Sim, sim, mudou completamente né, hoje você entra dentro da loja é uma coisa totalmente moderna, descaracterizou o que era o prédio antigamente.

Entrevistador: Eu preciso ter uma ideia do que seriam pontos fortes e pontos fracos em sua opinião dentro daquele edifício, características como eu falei, acessos, iluminação, conforto, o espaço, a sensação, como você se sente, todas essas referencias, tanto que tão preservadas que tão ali, e o que você acha de ponto positivo e ponto negativo?

Cleber - Ponto positivo é que eu acho que deu uma valorizada no prédio e sem perder as características eu acho de interior, eu acho assim, a gente perde muito da arquitetura, tal, mas o espaço foi preservado, né, o que se perdeu realmente Fo, essa, essa, essa coisa do rococó isso tudo foi coberto, pela arquitetura, pela decoração, então, por exemplo, a gente tem aqui o espaço do elevador que foi fechado, o elevador é o mesmo da época de, (e estalou os dedos) que eu não sei a época, a idade disso, mas as escadas para porão, tudo foi muito preservado, né,... é isso

Entrevistador: Sim, é pode falar mais não tem problema, eu só preciso ter ideia do que você vê de, quando você tá ali, quais são as formas, quais são as coisas que te remete culturalmente, qual a nostalgia que isso te causa, quais as sensações que o edifício te traz? Esses pontos positivos e pontos negativos podem ser coisas que você acha que poderiam continuar ou que poderia ter continuado no caso dessa coisa que aconteceu que você não viveu isso, mas que você tem alguma, referencia alguma informação, e coisas que não poderiam?

Cleber - Complicado, foi o que eu te falei eu tenho pouquíssimo contato com essa loja, eu freqüente essa loja uma vez por semana, uma vez por mês, já, já, mas da pra eu ter uma noção pra sentir sim, da pra, eu não sei, eu tenho, a

sensação diferente que eu sinto? E que deveria ser preservado? Realmente, assim da dó, assim quando a gente olha.

Entrevistador: Pra intervenção que já aconteceu?

Cleber - Pra intervenção que já aconteceu e fala, nossa, né, eh realmente a gente perdeu essa coisa da luminária, que tá lá escondidinha lá no forro né, mas, por exemplo, a gente fez essa campanha pras pessoas, que, que, que, entrem na loja, por exemplo, elas conhecem um pouco, elas conheçam um pouco da história do prédio, foi o primeiro prédio de concreto armado do Brasil, pra que possa entender o que está acontecendo ali, né assim, foi feita a restauração, o restauro da fachada agora, então voltou pras cores originais.

Entrevistador: Se você fosse pensar, no que você quer para o edifício a partir de agora, e o que vai acontecer a partir dos outros pavimentos, como você queira e como você vê esse espaço de baixo para o futuro?

Cleber - Fica bem complicado, porque assim, esses outros andares são desocupados.

Entrevistador: Sim

Cleber - Eu não consigo imaginar alguma coisa ali, quando eu entro imagino aqueles, sei lá, aqueles lofts de nova York, sabe? Aquelas... Lindo né, gigantesco, com os banheiros, é se você olhar lá ainda é conservado ainda o piso, é muito bacana, as janelas as vigas de banho de ouro, não sei... eu me imagino assim, mas num... mas... esse espaço, poderia se transformar num hotel sabe, mais do que ele se ligando com a loja, é totalmente diferente o espaço de cima com o espaço de que eu tenho de baixo hoje.

Entrevistador: Com a intervenção, quer dizer... você acha que deveria ter sido levado em conta essas características que estão lá? Nessa próxima intervenção o que tem de negativo que nessa intervenção de baixo tem?

Cleber - Não eu acho que não deveria ser levado em conta, acho que não deveria ser levada em conta essa intervenção pros andares de cima, não, não

Entrevistador: Você acha que isso é um ponto negativo?

Cleber - Eu acho que é um ponto negativo, eu acho que deveria, continuaria preservando esses outros andares que...

Entrevistador: Mas você acha que não tem nenhuma característica mais forte dessa intervenção que também deveria continuar? Essa coisa urbana até?

Cleber - Pode ser, pode ser. Eu acho que deu um ar de modernidade pra essa coisa da história e assim, então acho que isso, acho isso, é um ponto positivo, para a história do prédio assim.

Entrevistador: Muito obrigado, esta jóia!

Cleber - Obrigado

Entrevista Ana Lucia

Entrevistador: Bom tá gente vai fazer uma entrevista aqui com a Ana Lúcia sobre o edifício Guinle

Entrevistador: Por favor, você se identifica e me diz um pouco sobre qual relação da obra tem com você?

Ana Lucia – Tá. Meu nome é Ana Lucia e eu trabalhei como supervisora daquela obra onde outro arquiteto, Paulo Danilo, ele tomou conta na verdade, ele que tomava conta da obra toda e eu só ia até lá algumas horas por dia para dar um apoio.

Entrevistador: Quando você adentra nos espaços tanto no térreo que já tem intervenção quanto nos outros, qual a sensação que eles te dão?

Ana Lucia - No térreo nenhuma, nada chama minha atenção, nada grave, é uma loja como outra qualquer, você tem a sensação de que você não está naquele prédio, é um, é uma coisa a parte, quando você sobe e entra num dos andares, é uma coisa assim encantadora, porque tem uma luz linda, uma infinidade de janelas, eles abriram todo o espaço, então ficou um andar livre, é muito bonito, muito bonito o espaço interno.

Entrevistador: Quais as características mais fortes tanto do térreo quanto dos outros? Tanto as que foram preservadas, como as que não foram?

Ana Lucia - Bom no térreo nada foi preservado, então as características mais fortes são vitrines e mais vitrines de sapatos, né? Então, isso não merece todo o comentário, é uma loja de sapatos bem normal. Bem, eles tamparam na verdade todo o prédio, tem uma casca, uma loja dentro desse espaço térreo. E o... o... o de cima como você perguntou?

Entrevistador: Quais as sensações que você tem e quais as características fortes que estão preservadas, quais as irrelevantes, até lá embaixo você já disse que são características pouco relevantes e em cima como você vê isso?

Ana Lucia - Em cima não tem nada irrelevante e tudo é muito forte porque ele está vazio, sabe, lógico que como é uma loja, primeiro piso, primeiro pavimento, está usado como depósito, um estoque de sapatos, mas o restante não, o restante está bem próximo do original, é bem legal, próximo do original não, porque como disse as paredes tão...

Entrevistador: Derrubadas

Ana Lucia - Isso retiradas, um espaço livre.

Entrevistador: Como você gostaria de ver esses espaços pro futuro, tanto do térreo quanto dos outros?

Ana Lucia - A primeira sensação que a gente tem quando a gente entra no Guinle naquela, naquele pavimento sem paredes é, gostaria de morar aqui. Entendeu, isso é uma sensação legal, você não imagina aquilo como um escritório ou, sabe você tem a sensação de que daria uma... um apartamento lindo, e essa a impressão que você tem.

Entrevistador: E embaixo?

Ana Lucia - Embaixo eu descartaria aquela loja e voltaria a ser uma portaria, uma outra coisa, que não fosse, talvez uma loja de sapato, podia ser, não estou dizendo que não dá para ser uma loja de sapatos, mas tão descaracterizada entendeu? Uma coisa existe uma caixa realmente tampando qualquer coisa original em uma loja moderna.

Entrevistador: Está jóia, obrigado.

Ana Lucia - Nada

Entrevista Chico

Entrevistador: Vamos começar a fazer a entrevista do edifício Guinle com?

Chico - Francisco Zorzete

Entrevistador: Chico como esse edifício tem uma relação com você?

Chico - Bom a relação com esse prédio tenho desde a minha infância quando a gente, vinha do bairro e ia para o centro da cidade, e o centro da cidade naquele tempo era... não existiam novas centralidades só existia uma centralidade que era o centro histórico da cidade, então todas as compras com os pais eram passeios, a primeira vez de cinema, a primeira vez de ônibus, a primeira vez de... em suma, a vivência urbana, do centro de São Paulo começa e o Guinle já fazia parte disso, lógico que depois mais adulto, hoje trabalhando com patrimônio histórico e essa coisa toda, a gente sabe a importância dele do ponto de vista histórico, como primeiro prédio de concreto armado da cidade e aí também a relação como, então desde uma relação a infância, depois uma relação como um patrimônio cultural da cidade de São Paulo e depois o último estágio que foi como um cliente, né, um cliente que o proprietário do edifício nos contrata pra fazer uma obra de conservação e restauro, projeto e obra de conservação e restauro, então eu tenho uma relação com ele desde simbólica, afetiva, histórica, e depois de negócio, é essa a relação que eu tenho com ele.

Entrevistador: Ta, quando você entra, adentra dentro dos espaços daquela arquitetura quais são suas sensações emocionais que elas te trazem?

Chico - Aí isso eu posso me lembrar de adulto, adentrar quando agora visitando já como cliente, e... era uma loja de sapatos, e a única relação que eu tenho é que lá é uma loja de sapatos, que seu térreo é adaptado a uma, vamos chamar, arquitetura de interior comercial, certo? Onde as vitrines, a disposição da loja, a iluminação, tudo tem uma função de vender produtos, quanto ao restante do prédio eu só vi ele em obra e vazio, as salas são todas vazias, então, tem potencial, é a forma que eu vejo, que os outros andares tem potencial, mas fora isso...

Entrevistador: Quais são as características físicas daquela obra que quando você adentra naquele espaço interno que já tem uma intervenção, e que tem esse espaço de design de interiores que são mais relevantes pra você?

Chico - É... eu posso dizer que são, é relevante, é, negativamente, é a parte que ficou desconsiderado o que seria pra você subir nos andares e pra você entrar no térreo, é, eles descaracterizaram, antes era muito claro o lugar pra você subir no edifício e outro pra você entrar na loja, hoje eles aproveitaram todo esse espaço para transformar em loja, então do meu ponto de vista isso é uma característica forte e descaracterizadora de uma arquitetura de térreo que funcionava antigamente.

Entrevistador: Isso até complica pra fazer o uso dos outros pavimentos?

Chico - Provavelmente se o proprietário optar, e a gente já discutiu a respeito, em dar novos usos, este desenho de interior, térreo, loja vai ter que ser mudado.

Entrevistador: Como você, quando você usa e quando você usou aquele espaço? Como você gostaria de ver ele para o futuro?

Chico - Uma parte do que a gente já viu, e pretendia, a gente acha q conseguiu foi quando a gente restaurou as fachadas, então isso já é uma conquista que um prédio, vamos dizer assim, de certa forma, está sendo conservado, restaurado em partes, apesar das legislações, não sei o que, ele pode fazer o que ele quiser, da parte internado prédio. O que eu gostaria é que se resgatasse o que é uma loja e o que é um hall de prédio, para acessar os elevadores e vocês poderem subir nos andares, lógico que, o que vai ser feito lá, no meu ponto de vista, tem que ser adequado ao mercado, se o mercado está pedindo, é... , espaços abertos para escritório, ele tem que transformar aquilo em espaços abertos para escritório, se você pode resgatar uma parte da memória, ou seja, se fosse resgatar uma parte da memória eu ia resgatar uma parte da memória no térreo, que é onde estaria mais perto do público, assim o cara passaria na rua direita, e veria, por exemplo, sei lá, uma loja de sapato da década de XX, eu estou brincando só para um programa de uso novo, resgatando coisas, entendeu, e esse resgate pode ser feito de formas digitais, em suma, a gente tem várias tecnologias para isso, para trazer esse resgate, e o restante tem que ser o mercado que manda, tem que transformar aqueles andares de uma forma que tenha mercado, porque o que é ruim para o patrimônio é deixar espaços vazios.

Entrevistador: Tajóia, obrigado Chico.

Chico - De nada.

Entrevista Ana Marta

Entrevistador: Pronto eu vou começar minha entrevista aqui com Ana do, sobre o edifício Guinle, pode falar Ana, se identifique.

Ana Marta - A meu nome é Ana Marta Ditolvo, companhia de restauro, arquiteta.

Entrevistador: Fale-me um pouco de como e o que o edifício representa pra você? Como que ele está na sua vida?

Ana Marta – Ta. Bom, o edifício Guinle ele entra na minha vida como uma demandado escritório para execução de um projeto de restauro e de fachadas, seguindo o tombamento e legislação do edifício, na verdade, ele foi importante porque, é... Esse projeto foi desenvolvido no momento em que eu estava dando andamento numa metodologia nova de projeto de restauro dentro do meu trabalho de, de mestrado e então ali, é... eu vivenciei um pouco disso, dessas características de reconhecimento de objeto de ambiência, de descobrindo o lugar, da pesquisa histórica, para defender, a minha ideia de metodologia que eu acredito ser a mais adequada para o projeto de edificação tombada.

Entrevistador: Quando você chega naquele espaço, quais são as características mais relevantes e quais características de percepção que você tem daquele espaço?

Ana Marta - Para mim assim, é... como arquiteta acho até pelo o que eu faço , é, o tempo todo, é pra mim o edifício, a edificação nunca é isolada, ela faz parte de um conjunto, inclusive todas essas características de ambiência no centro histórico elas são preservadas, então, sensorialmente, é engraçado porque quando você chega, o jeito mais fácil de você chegar é de metrô ou a pé,

you are obliged to pass through the right street and then start the right street that is where the building is located, and this street is of a huge movement, then there are many people from one side to the other and you can't have a very good perception of the architecture, when you look down like this, at the level of the street, you, you, it is a very difficult thing for you to look at the landscape, then my feeling is, of a big agglomeration of people, and when you reach the door of Guinle and you enter the store, and when you enter for the space it is as if it were exactly a continuity of the street because not only the distribution of the layout, but by the huge amount of people that circulates there on the ground floor, then I see a little of this, the only difference maybe in the feeling, like this, of comfort, like the environmental comfort and the sound that improves a little and the light, the perception of light, as light is artificial it is completely different, but, it is, the agglomeration of people like this ends, it ends being a continuity even of the space outside, that is what does not happen when you take the elevator and go up.

Entrevistador: Para os outros andares?

Ana Marta – Para os outros andares ...porque os outros estão desocupados e então é como se você soubesse assim de uma multidão e se sentisse assim um ser isolado, então, traz aquela sensação de abandono, da até, eu lembro que me dava assim até uma certa nostalgia, uma certa, é, eu via nos outros andares a possibilidade da retomada histórica que eu não conseguia mais perceber quando eu estava no térreo, no térreo ele tinha virado realmente, virou realmente uma continuidade da rua.

Entrevistador: E você acha que isso é uma característica negativa daquele espaço?

Ana Marta - Eu não sei se é uma característica negativa porque eu acho que a edificação está lá para atender a um novo uso, e eu não sei nem se isso seria viável, ou completamente viável, se o térreo não assumisse essas características, eu digo de vendas, economicamente viável.

Ana Marta - Eu acho que eu sinto falta da percepção do espaço, assim pela importância histórica que o edifício tem, eu valorizaria o edifício de uma outra forma, talvez na distribuição do layout, na iluminação, na retomada de algumas imagens ou algumas referências históricas que quando você entra na loja você não percebe mais, então o que você tem realmente é a percepção da fachada que ela fica muito comprometida por causa do estreitamento da rua, porque, então a linguagem arquitetônica em si acaba, sendo, um pouco denegrida em função, não do uso, porque eu acho que tem que usar, mas até da própria, da própria...

Entrevistador: Intervenção?

Ana Marta – É, não da intervenção da edificação como um objeto isolado, mas...

Entrevistador: Do espaço?

Ana Marta - Não, do que aconteceu na cidade, com o entorno em que, aquele bando, aquele monte de camelos que tem lá embaixo, e a própria ocupação das lojas.

Entrevistador: É, tem algumas características no projeto original e no projeto de restauro, mas que foram tampadas no projeto de intervenção, essas

características você acha que poderiam ter sido levadas em conta, luminárias e coisas desse tipo pra tentar voltar essa sensação, mais ou menos isso ?

Ana Marta - No interior do prédio você diz?

Entrevistador: É no interior

Ana Marta - Então...

Entrevistador: Do espaço do térreo

Ana Marta - O projeto, o prédio ele tem um tombamento de fachada, então o que a gente fez foi projeto e restauro de fachada, a fachada ela foi recuperada na originalidade, porque, é, tinha até a intenção da isenção fiscal,então, todos os elementos foram restaurados, então ela está íntegra, só que como não existe a obrigatoriedade da restauração no espaço interno, então realmente essas características, como por exemplo, circulação, é tanto, horizontal quanto vertical, os elevadores, eu acho, que, aquela característica de quando você entra numa edificação histórica você não tem mais, e mesmo o edifício não sendo tombado eu sinto falta, eu acho que, eles poderiam tirar partido dessa, dessa característica e da importância que o prédio tem pra trazer pelo menos algumas características assim, que remontem a época, tipo de circulação.

Entrevistador: Dessas características físicas que estão lá hoje, quais você acha que são as mais relevantes e quais são as menos interessantes?

Ana Marta - Características físicas do objeto preservado?

Entrevistador: Dos espaços, é, não do espaço que está da forma física que foram dadas para as partes novas?

Ana Marta - Ta, eu acho que para você adaptar o hall, que era um hall residencial de um edifício residencial, a uma loja não tem como você não intervir,então eu não sei, não saberia como, sem fazer uma pesquisa, se olhar o como era antes o hall, propor, essa nova característica de ocupação que resgatasse a história, mas o que eu sinto é que... quando você entra na loja realmente, é, é, igual quando você tá na rua e entrar num shopping, você não tem a percepção do espaço externo e você não tem a percepção do que aquilo era, então eu acho que isso, eu acho que sinto falta.

Entrevistador: Mas, tem alguma característica lá que é bastante relevante, até, pela ação que você diz do espaço...

Ana Marta - É eu acho que...

Ana Marta -... do espaço da rua entrando

Ana Marta - Uma intervenção enorme, por exemplo, é o subsolo que eles colocaram, aquela escada para você chegar no subsolo, isso era uma coisa que não existia, então, existe hoje uma dificuldade de leitura do espaço interno tal como ele era.

Entrevistador: Mas tem características que são bastante interessantes? Então você acha que esse uso do subsolo com essa escada foi qualitativo?

Ana Marta - Eu acho interessante, eu acho... eu acho que a loja foi bem feita assim adaptada quanto loja, quanto loja, eu acho, eu acho que ela cumpre o papel dela, mesmo de integração com o espaço externo que eu acho que isso é fundamental, mesmo as características de iluminação a vitrine, tudo isso. Eu não sei, eu acho que quanto espaço arquitetônico projetado para uma loja, eu acho

que ok, é quando a gente leva em consideração a preexistência talvez, é, eu faria algumas coisas diferentes, pensando realmente na adaptação desse espaço, então o que eu sinto, na verdade é quando eu entro, eu tenho um conflito, é um conflito que pra mim é uma coisa extremamente tumultuada, então é como se eu tivesse paz a hora que eu subisse, porque ali eu vejo a possibilidade de retomada...

Entrevistador: Do resgate...

Ana Marta -...Não da retomada histórica do uso, não acho que tem que ser necessariamente esse o objetivo, mas até de uma ocupação, assim, mais ordenada, sabe uma coisa mais, é...

Entrevistador: Bom, como você gostaria de ver esses espaços para o futuro?

Ana Marta – Para o futuro, eu gostaria que a fachada continuasse sendo mantida, é, com trabalho de manutenção que preservasse as características do edifício, eu gostaria de ver os outros pavimentos ocupados de uma forma adequada, lógico com o desenvolvimento de um projeto, talvez com algum tipo de uso que permitisse a preservação da linguagem da tipologia original do prédio, até com os materiais de revestimento, o taco, aquela iluminação, as janelas, que dão uma iluminação super legal para dentro, aquela amplitude, porque lá na verdade, lá é um vão, um espaço assim vazio que tem poucas paredes que acho, bem legal, e é, mas eu acho que tem que ter um uso, eu gostaria de ver aquilo tudo sendo, sendo usado, incorporado na vida cotidiana, é da cidade, é porque na verdade, a única forma de preservação do nosso patrimônio é quando existe a aproximação do uso e esse uso, é... ele permite que a edificação seja mantida.

Entrevistador: Ok, obrigado Ana.

Ana Marta - Acabou

Entrevista Eduardo proprietário

Entrevistador: A gente está começando a entrevista, eu sou o André e vou falar com o Eduardo.

Entrevistador: Eduardo você pode se apresentar e contar um pouco da história de como você chegou até o edifício e até a história um pouco do edifício como, tanto pessoal quanto historicamente?

Eduardo - O edifício foi apresentado para a gente em 97, é como uma proposta comercial, como uma simples proposta comercial, é quando nós fomos conhecer o edifício, nós percebemos que ele tinha, ele tinha uma importância, muito grande, nós não sabíamos até aquele momento, até aquele momento era só uma... um projeto, da empresa, e... e a mundial ela é uma empresa que na época ela tinha entorno de 15, 20 anos mais ou menos, e quando nós vimos o prédio, nós nos encantamos com ele, nós somos apaixonados pelo negócio, pelo nosso negócio e somos apaixonados pela cidade de São Paulo, então assim quando... a primeira vista, logo no início, de cara já nos apaixonamos de cara pela, por colocar nossa marca dentro de uma... de um prédio que para a gente era muito importante, então, foi, mais ou menos por esse lado, a paixão pela cidade e a

paixão pelo nosso negócio, e que de... aquela origem, para aquilo, para aquisição daquele imóvel.

Entrevistador: Eduardo - E essa história tem até um fato emocional, que você deve ter colocado...

Sim...

...mas, e, trâmite, você acha que funcionava fazer essa intervenção aproveitar isso, isso era, interessante de ser feito ou teria sido mais fácil ter feito outro?

Eduardo - O prédio quando nós o adquirimos tinha uma série de problemas, ele estava... ele era um prédio, apesar de estar, uma empresa lá dentro, ele estava, meio que abandonado, ele estava um prédio um pouco doente pelo tempo, então assim, como negócio simplesmente financeiro não compensava, assim, porque era um investimento muito grande, era uma responsabilidade muito grande, e, para fazer, uma... uma... mais... para fazer uma loja de calçados, não compensava financeiramente.

Eduardo - Ahm, mas, pra gente, quando nós, assim, quando, nós percebemos a possibilidade de... de... de... de ter, e, como fazendo parte da nossa empresa, foi se tornando assim, foi uma paixão a primeira vista e ela foi crescendo, então assim, ahm era importante para gente, que, ahm, ele não só fosse um negócio, mas fosse, que fosse respeitado como um indivíduo, vamos dizer, então assim, se olha só pelo lado financeiro não compensava, mas assim, ahm, compramos ele, adquirimos ele, restauramos ele inteiro, ele tinha problema de,... ele tinha meio metro de água no subsolo, vamos dizer, era infiltração de água de todo lado, e, ele estava com as vigas estruturais condenadas, porque, em decorrência do tempo, pelo abandono, ele tinha uma série de interferências que no decorrer do tempo ele... empresas passaram por lá e acabaram por fazer as interferências do jeito que queria sem nenhuma preocupação e respeito ao edifício então para a gente foi uma relação delicada se for olhar pelo lado financeiro, a cerca de dois anos atrás, sofreu mais uma interferência de restauro total, já de acordo com as normas de preservação de tombamento do prédio, do... do imóvel.

Eduardo - Então assim, tem que conciliar as duas coisas, assim, um amor pela... pela... pela cidade, um respeito pela cidade, e também tentar fazer de lá um negócio importante para a gente.

Entrevistador: Ta, e em relação ao espaço, como você percebe aquele espaço? Tanto, como a ideia é a gente fazer um trabalho retroativo, então esses conceitos seriam validados. Os conceitos que já estão na intervenção, mas também levando em conta, até porque vocês tem interesse de dar um uso para os outros pavimentos, então que esse parâmetro sirva tanto de conceitos sejam mediados, os conceitos que estão já naquela intervenção tanto os conceitos que venham acontecer, então você pode tentar tanto ir para parte dos outros pavimentos, a ideia da percepção dos outros pavimentos quanto do que já ta do térreo?

Eduardo - Hoje nós utilizamos um, dois, três, cinco pavimentos, para a empresa, para a mundial e outro pavimento para treinamento, e tem em torno de cinco pavimentos, hum, restaurados, só sem uso, é, eu acho um desperdício, você ter um prédio daquele, e de repente, você utilizar, só para uma loja de calçados.

Eduardo - A minha ideia era que no futuro após essa restauração que foi feita, encontrar outro local pra levar a mundial, e o meu sonho ali era que para, completar uma operação que seria bacana, seria uma livraria, restaurar de acordo, quando nós estávamos em obra nós percebemos que ele era mais legal do que a gente imaginava por dentro também, então era assim, restaurar a parte interna do prédio também, no sentido de fazer uma livraria embaixo e ter escritórios em cima, mas isso vai depender ainda, de mais investimentos, não adianta, só nós investirmos lá, é uma coisa que inviabiliza economicamente, então assim, o ideal para a gente é isso.

Eduardo - Era tirar a Mundial de lá, ir para um espaço que fosse mais adequado, para lá, ahmm, levar essa alteração, e usar os outros andares, porque é uma vista muito bonita, muito legal, mas dependendo de outros investimentos de outras empresas e do próprio município.

Entrevistador: E essa percepção do espaço, como você vê aquele espaço em termos de pontos positivos e pontos negativos, analisando que aquele espaço tem características tanto físicas quanto culturais, já viveu gente ali, já tem, então, como você acha que funciona aquele espaço como está hoje, quais os pontos positivos e negativos que estão ali? Porque tem acessos, tem visibilidade, a Patrícia deu um exemplo de que o elevador fica no centro então pra usar os outros, os outros pavimentos como outra coisa, tem esse problema de acesso sem passar por dentro da loja, então essas coisas, mais ou menos uma análise, por esse caminho. Você pode me dar algumas informações?

Eduardo - Ele quando nós adquirimos tinha no decorrer de todos esses anos, muitas empresas passaram por lá e não era do jeito que é hoje, ele tinha uma entrada para o prédio e outra entrada para a outra empresa que era, Lutes Ferrando, era uma empresa que tinha o acesso, duas portas funcionavam para o acesso do prédio e ele teria um acesso independente então não seria esse o problema.

Eduardo - Ahm, o que, vamos dizer, o que eu percebo ali, é o centro, ele é um lugar, assim, que o próprio paulistano não sabe o que tem de importante lá dentro, assim, é impressionante que, como a circulação lá para a gente é uma operação interessante, porque passa muita gente, mas assim, é uma mescla de pessoas assim completamente diferentes, vamos dizer assim, a quantidade, ao mesmo tempo que passa muita gente indo de um metrô para outro, indo trabalhar, os artistas que ficam na praça da Sé, assim, é impressionante a quantidade de turistas que passam lá, vamos dizer, de franceses, italianos, assim pessoas que passam por ali, e param para fotografar, e assim, não é só o nosso lógico, o centro tem muita coisa bacana, mas assim, então, o próprio paulistano, é uma pena, ele, ele, não tem... esse tempo...

Eduardo - Não é assim, assim não tem esse tempo, eu não sei se não tem, não tem, não tem...

Eduardo - Ele não é incentivado a ir conhecer o que tem de bacana no centro da cidade, então é uma, uma pena por esse aspecto, assim tem gente que nasce em São Paulo, vive em São Paulo, e não imagina o que o centro tem de bacana ou

de importante. O centro tem muita coisa bacana, mas assim o próprio paulistano, ele tem que começar a valorizar um pouco, ele tem que perceber o que tem de... então, a gente está esperando que isso aconteça também.

Eduardo - Assim nós estamos fazendo a nossa parte, não estamos deixando de fazer a nossa parte, a única coisa que era assim, importante assim, é que outros empresários e a cidade de São Paulo, o município de São Paulo também se preocupasse, não adianta só nós fazermos, não adianta.

Eduardo - Uma outra possibilidade para uso do imóvel, era de repente montar uma empresa, uma Mundial, com uma característica diferente das outras, como se fosse, uma loja de calçados, com uma característica da época, fazer a arquitetura então, vamos dizer seria preservar, restaurar o prédio e a parte da loja, as pessoas que entrassem lá iam perceber que como se fosse uma loja temática, uma coisa assim, que vamos dizer, como se trabalhava naquela época a arquitetura a apresentação do produto, não o produto, o produto atual, mas com uma característica, mas como se fosse uma loja do século passado.

Entrevistador: Como você gostaria de ver o edifício Guinle, os espaços do edifício Guinle daqui para frente?

Eduardo - Era muito interessante que ele virasse um espaço cultural, mas isso eu vejo assim, com mais dificuldade ainda, eu gostaria que ele tivesse ligado aos espaços, os outros andares fossem ligados a alguma coisa do bem, alguma coisa, empresas assim, ou ONG, ou alguns escritórios assim de arquitetura, alguma coisa assim que fosse, não só pela razão comercial, mas assim mais no sentido dessa, um espaço para de repente pessoas preocupadas com a cidade e não só como negócio tivessem ocupando o espaço.

Entrevistador: Tajóia foi bacana, e muito obrigado.

ANEXO A –Projeto de Restauro do Edifício Guinle

PROJETO DE RESTAURO: PRESERVAÇÃO DE EDIFICAÇÃO
TOMBADA



EDIFÍCIO GUINLE
RUA DIREITA, 49
CENTRO SÃO PAULO

COMPANHIA DE RESTAURO
2.009

MEMORIAL DESCRITIVO
EDIFÍCIO GUINLE
RUA DIREITA, 49 CENTRO DE SÃO PAULO

SUMÁRIO

LOCALIZAÇÃO

Fotografia Aérea

HISTÓRICO

Contextualização histórica

Registros históricos, fotográficos e iconográficos.

Cronologia Arquitetônica

PROTEÇÃO LEGAL EXISTENTE

Legislação Vigente

CONCEITUAÇÃO PROJETAL

PARTIDO DE RESTAURO

6. MEMORIAL DESCRITIVO

6.1 Generalidades

6.2 Serviços Preliminares

6.3 Remoções Criteriosas

6.4 Demolições Criteriosas

6.5 Restaurações

6.6 Procedimentos para execução dos Serviços de Restauração

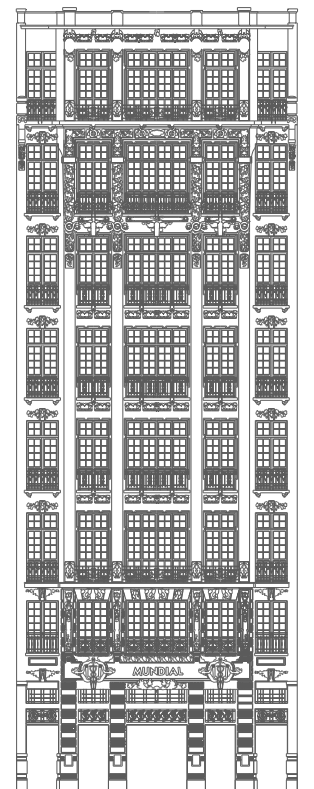
6.7 Projetos complementares

6.8 Finalização da obra de restauro e Manutenção

7. EQUIPE TÉCNICA

“Se a memória se dissolve,
o homem se dissolve”

Octavio Paz



O Objetivo deste projeto de restauro é, através da investigação e análise criteriosa e aprofundada do artefato em questão, estabelecer diretrizes e procedimentos técnicos adequados para a conservação e restauração das fachadas, garantindo a integridade física do bem tombado, com a manutenção de sua originalidade.

Trata-se de um imóvel tombado pelo DPH/CONPRESP (Conselho de Preservação do Município de São Paulo), classificado como NÍVEL DE PROTEÇÃO 02 (NP2), que garante a permanência das fachadas (frontal, fundos, laterais e cobertura – volumetria) e área de circulação.

Todas as recomendações estabelecidas neste memorial seguem as normativas das cartas patrimoniais de restauro amplamente estudadas e discutidas por especialistas da área.

APRESENTAÇÃO DO IMÓVEL

ESPECIFICAÇÕES DE ÁREA

Terreno: 446 m²

Área de fachadas: m²

DESCRIÇÃO GERAL DO PROJETO DE RESTAURO

Desenvolvimento de um projeto de restauração de fachadas, visando salvaguardar o bem patrimonial em questão, garantindo a preservação da memória, sem danos para a edificação.

O partido de restauro contempla a restauração dos revestimentos das fachadas, elementos compositivos e decorativos que a compõe, reintegração das unidades estilísticas, recuperação da integridade física e das características especiais originais.

ESCOPO DA OBRA

Restauração das fachadas do edifício.

GENERALIDADES

CONSIDERAÇÕES GERAIS

Proprietário: CALÇADOS MUNDIAL

Projeto de Restauro: COMPANHIA DE RESTAURO

Gerenciamento da obra: À DEFINIR

Empreiteira: A DEFINIR

Fiscalização: A DEFINIR

INTERPRETAÇÕES DO PROJETO

. Em caso de divergência entre este memorial e os desenhos do projeto de restauro, prevalece sempre o primeiro

. Em caso de divergência entre os desenhos de escalas diferentes, prevalece sempre, os de maior escala.

. Em caso de divergência entre as cotas dos desenhos, verificar medidas “in loco”.

. Em caso de divergência entre os desenhos de datas diferentes, prevalecerão sempre os mais recentes

. Em caso de dúvida quanto à interpretação dos desenhos ou deste caderno, o responsável técnico pelo projeto deverá ser consultado

- . Entende-se por “tipo” e/ou “similar” produto ou instalações equivalentes em dimensões e qualidade, a critério da fiscalização.
- . Salvo indicação contrária está subentendido que os materiais e instalações especificados deverão ser aplicados em conformidade com as especificações dos respectivos fabricantes e/ou fornecedores e atender às normas inerentes.
- . Onde não estejam mencionados fabricantes, deverá ficar subentendido que os materiais serão da melhor qualidade disponível no mercado.

RESPONSABILIDADE E GARANTIA

- . A empreiteira assumirá integralmente toda a responsabilidade pela boa execução, resistência, durabilidade e eficiência dos serviços que efetuar, de acordo com o presente memorial e documentos técnicos que lhe forem fornecidos
- . A boa qualidade e perfeita eficiência dos materiais, trabalhos e instalações a cargo da empreiteira serão condição prévia e indispensável ao recebimento dos serviços submetidos a verificações, ensaios e provas para tal fim aconselháveis
- . Alterações nas especificações ou detalhes técnicos, que a critério da empreiteira possa ser realizada, devem ser levadas à aprovação do arquiteto responsável pelo desenvolvimento do projeto
- . Todos os operários deverão usar uniformes e/ou crachá funcional, bem como equipamentos de segurança adequados. Caso isto não aconteça, o funcionário não poderá trabalhar nas dependências do edifício.
- . O lixo produzido pela obra deverá ser colocado em caçambas localizadas próximo ao local mais apropriado para remoção pelo caminhão, sob a inteira responsabilidade da Contratada.

- . Não será permitida a permanência de lixo/entulho na obra ou fora da caçamba
 - . As áreas do canteiro de obras e andaimes deverão ser limpas diariamente
 - . O detalhamento das peças e ferragens que compõe os vitrais e esquadrias metálicas e de madeira, complementar ao projeto de restauro, deverá ser feito quando de sua desmontagem criteriosa para restauração.
- Assim, todas as peças que os compõe deverão ser identificadas, levantadas e desenhadas para registro. Estas pranchas de detalhamento, por fim, deverão ser protocoladas nos órgãos de

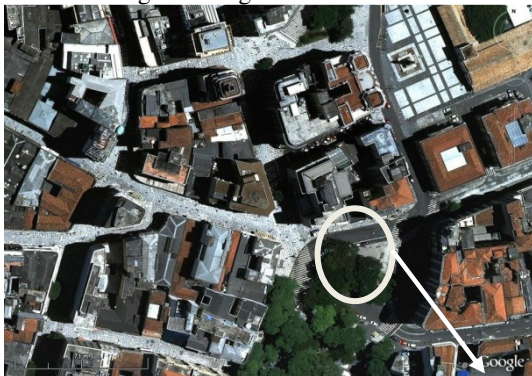
preservação competentes, juntamente com as fichas de testes antecessoras a execução dos serviços de restauro.

DEFINIÇÕES

- . ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas
- . DPH - Departamento de Patrimônio Histórico da cidade de São Paul

LOCALIZAÇÃO

Fonte da Imagem: Google 2009



Rua Direita, 49 Centro São Paulo

HISTÓRICO

EDIFÍCIO GUINLE

PLANO HISTÓRICO CRONOLÓGICO

FIM DO SÉCULO XIX E INÍCIO DO SÉCULO XX

A expansão da produção cafeeira e a implantação de uma rede ferroviária no estado de São Paulo provocaram um vertiginoso aumento demográfico na capital. A substituição da mão-de-obra escrava pela assalariada atraiu para o Brasil grandes fluxos de imigrantes, provenientes dos países europeus e asiáticos. Muitos deles foram trabalhar na lavoura das fazendas de café, enquanto outros se instalaram nas cidades.

A presença desses imigrantes mudou a fisionomia de São Paulo: línguas diferentes, novos hábitos, formas de sociabilidade inusitadas, organizações populares, movimentos políticos e culturais influenciados pelas experiências européias demonstravam o caráter cosmopolita da cidade.

Os imigrantes abriram diversos estabelecimentos comerciais e de serviços. Nesse período, a cidade expandiu-se a partir do seu núcleo central. O centro se transformara em área comercial e de escritórios.

A expansão urbana levou, de um lado, à formação de bairros operários nas zonas industriais que acompanhavam as vias férreas, como Mooca, Brás, Pari, Belém, Lapa, Bom Retiro, Ipiranga, e, de outro, à formação de bairros de elite, como Campos Elíseos, Higienópolis e Avenida Paulista.

Nos bairros populares, as ruas estreitas cortavam os estabelecimentos industriais e as moradias densamente povoadas. A falta de saneamento básico no novo cenário industrial propiciava a transmissão de doenças.

Em contraste, os bairros ricos gozavam de amplas e elegantes avenidas pelas quais perfilavam-se palacetes cercados de muros, abastecidos pelos serviços públicos: rede de água, esgoto, iluminação e calçamento, além de uma lei que regulamentava a construção e a ocupação de “jardins e arvoredos”.

Graças ao aumento demográfico, todos os bairros foram vítimas de intensa especulação imobiliária que resultou no elevado preço dos terrenos e moradias e de um crescimento urbano caótico e acelerado.

Quanto ao transporte, além de charretes, cavalos e carros de boi, bondes de tração animal de várias empresas trafegavam tanto pelos bairros dos operários quanto pelos da elite.

Em 1889, criou-se uma linha que partia da Sé e terminava na Colina do Ipiranga, e outras duas que se dirigiam aos bairros do Bom Retiro e Bela Vista. De 1872 a 1900, as linhas de bondes atingiram 60 quilômetros.

Passados dez anos, a companhia canadense The São Paulo Tramway Light and Power Co. Ltda. – a Light – recebeu concessão por 40 anos para a construção e utilização de linhas de bondes elétricos, geração e fornecimento de energia elétrica, e prestação do serviço de iluminação pública nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Santos. Para tanto, construiu a primeira usina hidrelétrica, a Usina de Parnaíba, depois chamada de Edgard de Sousa, situada a 35 quilômetros da cidade. Em 1907, a Companhia Light fez a barragem do Rio Guarapiranga, afluente do Rio Pinheiros, formando uma represa. A iluminação elétrica deu um grande impulso à industrialização.

A Light, entretanto, sempre definiu as regiões que deveriam ser beneficiadas e as que deveriam ser desprovidas de infra-estrutura. Com isso, estabeleceram-se padrões muito desiguais de urbanização.

A RUA DIREITA

A Rua Direita foi aberta no século XVI para ligar o centro da cidade com a aldeia indígena de Pinheiros. Iniciava-se no “Largo da Sé” e seguia em direção ao “Piques” (atual largo da Memória e Praça da Bandeira). Ali iniciava a Estrada de Sorocaba (atual Rua da Consolação) que passava por Pinheiros.

Em 1638 já havia referências da Rua Direita na malha urbana. Naquela época ela era conhecida como “Rua que vai para Santo Antônio”, numa alusão à Igreja de Santo Antonio, localizada hoje na Praça do Patriarca. Mais tarde, ela passou

a ser conhecida como “Rua Direita da Misericórdia para Santo Antônio” numa referência à Igreja da Misericórdia (hoje demolida) que se localizava no “Largo da Misericórdia”.

Encontramos também para ela o nome de “Direita de Santo Antônio”. De qualquer modo, a origem do nome “Direita”, estava sempre ligada a uma Igreja, seja a da Misericórdia, seja a de Santo Antônio. Nesse caso, temos aqui uma referência da tradição portuguesa de denominar as ruas principais de cada cidade como se iniciando “à Direita” da porta principal de cada templo.

A Rua Direita fazia parte da configuração do chamado Triângulo: área onde se concentravam as principais funções e cujos vértices eram balizados pelos conventos de São Francisco, São Bento e Carmo. As outras ruas que configuravam este Triângulo eram a Rua do Rosário (depois da Imperatriz e, desde o início da República, 15 de Novembro) e a Rua Direita de São Bento (atual São Bento). As duas ruas “direitas” (a de Santo Antônio e a de São Bento) eram planas, retas e cruzavam-se em ângulo reto, fato único na cidade, razão por que este ponto era conhecido como “quatro cantos”.

Segue descrição da rua feita pelo alemão Carl Von Koseritz, de passagem em 1883:

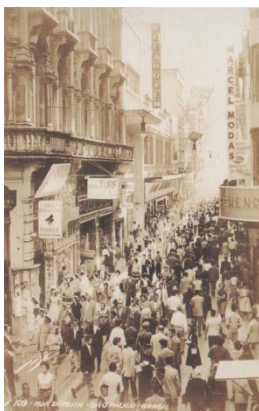
O Triângulo é a região mais animada da cidade, o local de passeio dos estudantes e o ponto de encontro de todas as personalidades de marca. Na Rua Direita, admira-se a grande animação e as vitrinas, é uma rua larga e bonita, que muito lembra o Rio. Quiosques com bandeirolas, anúncios coloridos em todas as paredes e grandes lojas dão a esta rua um aspecto de grande cidade, que não se nota nas outras.

Ao findar do século XIX, a rua também foi descrita por Almeida Prado:

A Rua Direita era o maior componente do Triângulo. Lá estavam estabelecidas a Casa Alemã, a Casa Lebre em esquina com a Rua 15, talvez a que maior movimento de balcão fizesse em toda a cidade, as confeitarias Fasoli e Nagel, a casa Kosmos, fundada por volta de 1906, o joalheiro Birle, o Grande Hotel da França, nos chamados Quatro Cantos, isto é, no ponto de entrecruzamento da Rua Direita com a São Bento, o Nunes charuteiro, a sapataria A Bota Gigante, o retratista Henschel, sucedido por Vollsack, a quem depois de enriquecido passara o negócio, e o famoso dentista alemão Baumgarten. O escritório do Dr. Hanson, médico e dentista americano, com grande clientela, ficava na Rua Quintino Bocaiúva, quase à esquina com a Rua Direita e o Bon Diable, de roupas feitas para criança, vestia a pirralhada elegante da época



Rua Direita - comercial, estreita e congestionada já na década de 20



transformada em um calçadão

A Rua Direita, entre 1930 e 1950, importante artéria comercial, intensamente trafegada por automóveis, foi cedendo espaço aos enormes contingentes humanos, que a cada dia a invadiam, até ser

O EDIFÍCIO

Com projeto de 1912 e construção de 1913, o Edifício Guinle está localizado na Rua Direita, 49, região central da capital paulista. O destaque do prédio fica por conta de duas características marcantes na história da construção civil nacional: foi o primeiro arranha-céu de São Paulo e o primeiro edifício de concreto armado do Brasil.

O Edifício Guinle deve ser considerado o verdadeiro precursor dos prédios altos paulistanos por ter sido o primeiro edifício a romper definitivamente com sua altura, a harmonia até então existente entre as edificações erguidas no centro da cidade. A solicitação da aprovação dos planos desse edifício foi feita à Prefeitura doze anos antes de construído o Sampaio Moreira, tradicionalmente chamado de “o avô dos arranha-céus de São Paulo”, construção mais alta de sua época (1924).

Em setembro de 1912, o engenheiro Sá Rocha analisou o projeto de um edifício de “cimento armado”, com oito pavimentos, a ser construído na Rua Direita, nº 7 A (atual nº 49). A obra teria 32 m de altura total e isso significava o dobro da altura dos prédios que lhes ficariam próximos e fronteiros – na maioria, construções de tijolos, com três pavimentos, erguidas a partir de 1890.

Destinado a abrigar os escritórios da firma proprietária Guinle & Cia., os planos estavam de acordo com as exigências legais. Mas a altura que deveria atingir o prédio saía dos padrões até então observados em construções no centro da cidade. Naquele tempo, as mais notáveis eram:

- Casa Martinico (1904-1906), situada na Praça Antônio Prado – um edifício de escritórios que substituíra a velha Igreja do Rosário, propriedade de uma irmandade de negros alijada da área central da cidade;
- Edifício João Bricola (1906-1908), sito na mesma praça, no ponto de fuga da perspectiva da futura Avenida São João, que em 1912 começariam a abrir

conforme desígnio da Câmara Municipal e do Prefeito Raimundo Duprat (a abertura dessa via radial não estava prevista no Plano Bouvard, que então se adotava);

- Casa Barão de Iguape (1909-c.1912), localizada na Rua São Bento, entre as Ruas Direita e Quitanda, cuja altura, tal como a Casa Martinico, correspondia a cinco pavimentos. (Neste último prédio funcionaria durante os anos 20 a famosa loja de departamentos Mappin Stores, deitando então sua fachada principal para a recém-aberta Praça do Patriarca).

Não era a altura de 32 m propriamente que causava espanto ao técnico da Repartição de Obras. O que parecia incomodar Sá Rocha era o violento contraste visual que surgiria entre o gabarito da construção nova e o dos prédios das vizinhanças (visto que, neste caso específico, devido às condições de implantação, não seria a iluminação natural dos

prédios existentes prejudicada pela altura do edifício novo, pois todas as construções, enfileiradas, olhavam para o norte).

A seu ver, a criação de uma regra que determinasse as alturas a serem toleradas nas edificações da cidade, iria constituir um princípio no qual se baseariam a crítica de todos os futuros projetos e sua conseqüente aprovação. Para orientar a tomada de decisão em instâncias superiores, o engenheiro juntava um pequeno resumo das alturas máximas admitidas em prédios de diferentes cidades estrangeiras, norte-americanas e européias principalmente. Os diversos limites de altura coletados revelam que as cidades norte-americanas em geral admitiam alturas maiores, de 40 a 70 m, enquanto cidades como Paris e Buenos Aires, esta então sob forte influência da cultura francesa, toleravam alturas máximas bem mais modestas, algo entre 24 e 30 e tantos metros nas avenidas mais largas. Enviada a questão à Câmara Municipal, a Comissão de Obras, que primeiramente analisou o assunto, admitiu a conveniência de limitar a altura máxima da construção a ser erguida na Rua Direita. Não deveria ela exceder a duas vezes e meia a largura da via no ponto em que seria levantada. O que redundava em 28,60 m de altura por ter aí a via pública 11,45 m de largura média. Sugeriu também a comissão que a Diretoria de Obras da Prefeitura organizasse um projeto estabelecendo o gabarito de alturas para os prédios que de futuro viessem a ser construídos nas diversas ruas da Capital e, simultaneamente, executasse um projeto de padrão para substituir o em uso (vigente desde 1889), ouvindo-se se necessário a Sociedade dos Arquitetos e Engenheiros de São Paulo.

A solução proposta, no entanto, não foi plenamente aceita pela Comissão de Justiça. Seus componentes argumentaram que sem estudos aprofundados a respeito não se podia estabelecer de imediato o limite de duas vezes e meia a largura da rua. E foi essa afinal a opinião prevalecente na Câmara, disso resultando a Resolução nº 32, de 23 de novembro de 1912, que autorizou a Prefeitura a permitir a edificação do prédio Rua Direita, nº 7 A, com a altura originalmente prevista de 32 m. Consta, ademais, que decisiva para a aprovação

do projeto de autoria de Hipólito Pujol Jr. foi a visita que o eminente engenheiro Antônio Francisco de Paula Sousa, então diretor da Escola Politécnica, fez ao prefeito Barão de Duprat, convencendo-o da estabilidade da futura construção. A obra foi então executada e até hoje se eleva muitos andares acima dos prédios adjacentes, que são ainda, praticamente, os mesmos existentes em 1912. Por outro lado, o projeto de regularização de alturas que a Repartição de Obras deveria elaborar, conforme a Resolução n° 32, só seria transformado em lei muitos anos depois, em 9 de novembro de 1920 (Lei n° 2332).

Segundo esse diploma legal, nas vias de mais de 12 m de largura, a uma construção no alinhamento se permitia uma altura de três vezes a largura da rua. Quando a via possuísse de nove a 12 m de largura, como era o caso da Rua Direita no ponto em que se ergueu o Prédio Guinle & Cia., a altura seria duas vezes e meia a largura da via

(prescrição igual à resolução sugerida em 1912 pela Comissão de Obras da Câmara de Vereadores e não aceita pela Comissão de Justiça). Quando, porém, fosse a rua de nove metros somente, o prédio no alinhamento poderia ter no máximo cinco metros de altura. Vemos assim que em 1920 as autoridades paulistanas ainda se mantinham suficientemente conservadoras para impor aos edifícios alturas moderadas, proporcionais às larguras das ruas, e rejeitar o modelo norte-americano, que por razões econômicas e ideológicas incentivava a extrema verticalização dos centros das metrópoles modernas.

Embora o projeto do Prédio Guinle & Cia tenha sido aprovado em 1912 com a altura de 32 m, correspondentes a oito pavimentos, sua estrutura acabou recebendo durante a execução o acréscimo de duas edículas situadas acima do nível da cobertura do ático, construções que devem ter elevado a altura final da edificação a 36 m aproximadamente.

O edifício tem um lugar assegurado no processo de verticalização da cidade, por possuir o mais alto arcabouço de concreto erguido em São Paulo na época de sua construção (1913-c.1916).

Os vãos de doze metros do edifício foram possíveis devido às experiências diretas das grandes vigas no laboratório da Escola Politécnica, com as lajes submetidas a provas de carga diretas.

A obra tem como característica o ecletismo com influência do estilo *art nouveau* austríaco, principalmente nos detalhes decorativos. Os motivos florais permeiam alguns detalhes da fachada e foram colocados para dar uma certa leveza e sobriedade ao edifício.

O Edifício Guinle é dividido em três partes, principal característica da arquitetura da Escola de Chicago, que se apresenta no edifício da seguinte forma: “o embasamento marcado por uma entrada principal, o corpo do edifício com seus caixilhos idênticos e simétricos e nos últimos andares um diferenciamiento compositivo da fachada”.

O prédio foi construído para sediar o escritório paulista da família carioca Guinle que, no final do século XIX, conquistou a concessão para construir o porto de Santos e se tornou a mais rica do País. Dez anos depois da construção

do Edifício Guinle, a família se tornaria proprietária do Copacabana Palace, no Rio de Janeiro.

Em 1997, o imóvel foi adquirido pela Mundial Calçados. A empresa de calçados que atualmente o ocupa o edifício decidiu, então, investir na restauração do edifício.

FICHA TÉCNICA

Endereço: Rua Direita, 37 ao 49 (antigo 7A)

Uso Atual: Comércio – Loja Mundial Calçados

Nº de Pavimentos: 8 mais subsolo

Área construída: ~2943 m²

Área do terreno: ~446 m²

Data da inauguração: 1913

Projeto: Hipólito Gustavo Pujol Junior

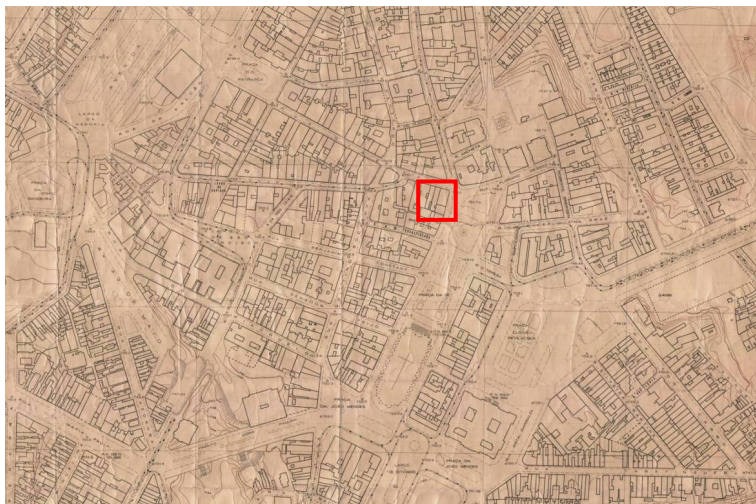
Características Plásticas: Eclético com influência Art Nouveau

Técnica Construtiva: Estrutura de concreto

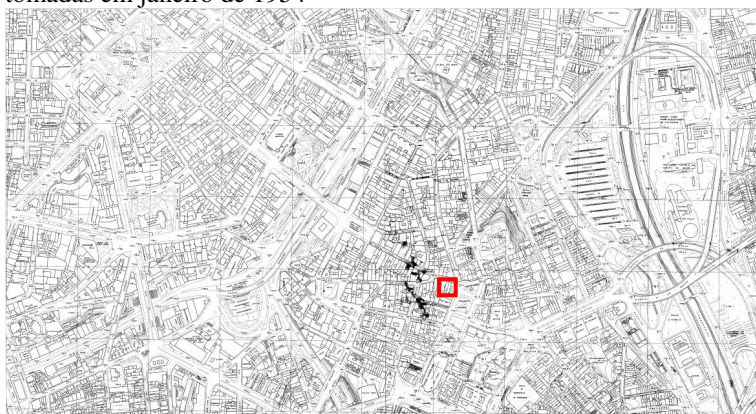
EVOLUÇÃO MAPOGRÁFICA

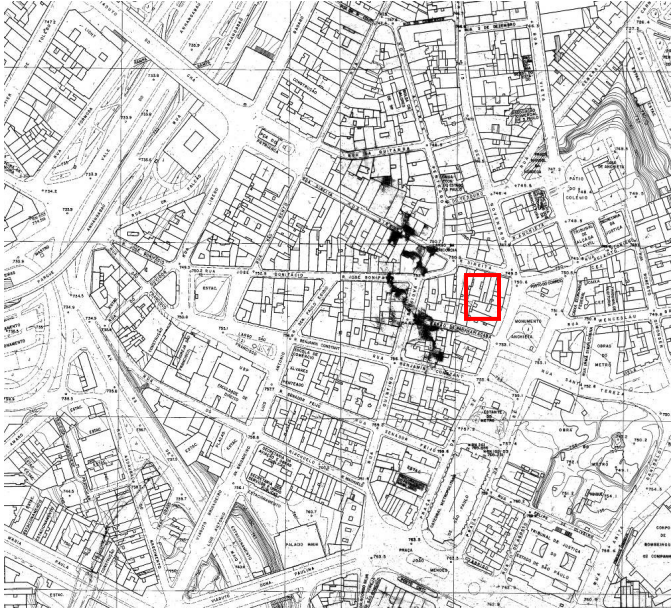


Mapa Sara Brasil - 1930

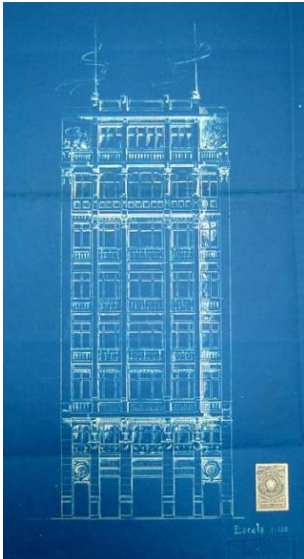


Levantamento Aerofotogramétrico executado por Vasp Aerofotogrametria S.A. e Serviços Aerofotogramétricos Cruzeiro do Sul S.A. – fotografias tomadas em janeiro de 1954





GEGRAN – Sistema Cartográfico Metropolitano da Grande São Paulo –
atualização: vôo Setembro 1974
DESENHO DO PROJETO ORIGINAL



REGISTOS HISTÓRICOS







Cerca de 1920 – Confluência das ruas Direita e 15 de Novembro, vista do Largo da Sé. No canto esquerdo da foto, vemos a silhueta do Edifício Guinle rompendo com a escala das construções paulistanas



1916 - Vista da Praça da Sé, pormenor. Novamente, no canto esquerdo da foto, vemos a silhueta do Edifício Guinle rompendo com a escala das construções paulistanas

BIBLIOGRAFIA

- _____. *Informe Viva o Centro*. Ano XVI – setembro de 2008, nº 244
- _____. *São Paulo 450 anos: de vila a metrópole* / [coordenação, projeto editorial e gráfico e edição final BEI; pesquisa, texto e edição Glória Kok.] – São Paulo: BEI Comunicação, 2004
- BENEVOLO, Leonardo. *História da Arquitetura Moderna*. São Paulo: Perspectiva. 2ª edição - 1989
- CARAM, André Luis Balsante. *Pujol - Concreto e Arte*. Banco do Brasil. São Paulo, 2001
- GERODETTI, João Emílio. *Lembranças de São Paulo: a capital paulista nos cartões postais e álbuns de lembranças* / João Emílio Gerodetti, Carlos Cornejo. São Paulo: Studio Flash Produções Gráficas, 1999
- JÚNIOR, José Geraldo Simões. *Anhangabaú: história e urbanismo*. SENAC São Paulo. Imprensa Oficial – 1ª Edição - 2004
- SÃO PAULO (cidade), Arquivo Histórico Municipal Washington Luís. Cx 1912 -Rua Direita 7A, / OP. 1912.001.560
- SUNEGA, Renata Alves. *Quartirão Paulista: um conjunto harmônio de edifícios monumentais* / Renata Alves Sunega – Campinas, SP [s.n.], 2003
- TOLEDO, Benedito Lima de. *São Paulo: três cidades em um século* / Benedito Lima de Toledo – 3. ed. rev. E ampl. – São Paulo: Cosac & Naify. Duas Cidades, 2004
- BASES**
- Sara Brasil – 1930 / Levantamento Aerofotogramétrico Vasp-Cruzeiro – 1954
- Gegran – 1974
- SITES**
- <http://www.sampa.art.br/cidade/ruadireita/>
- <http://www.piratinga.org/>
- <http://www.fluminense.com.br/oclube/index.asp>
- <http://sites.netsite.com.br/theatro/>
- <http://www.fotoplus.com/dph>
- http://www.mundialcalçados.com.br/institucional_mundial/edificio_guinle.asp