



# PARQUE LINEAR E CENTRO COMERCIAL ABERTO

**PIRACANJUBA - GO**

HEVELIN BORGES DUARTE

Pontifícia Universidade Católica de Goiás  
Escola Politécnica e de Artes  
Curso de Arquitetura e Urbanismo  
Trabalho de Conclusão de Curso I

# Parque linear e centro comercial aberto em Piracanjuba - GO

HEVELIN BORGES DUARTE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Pontifícia Universidade Católica de Goiás, para a obtenção do título de arquiteto e urbanista.

Orientadora: Arq. Dra. Mirian de Paula Rodrigues Belo

**Goiânia  
2023**

# AGRADECIMENTOS

Meus agradecimentos primeiramente a minha família que me deram todo o apoio necessário para tornar esse sonho real. À minha avó Roza que acreditou no meu potencial e me apoiou nesse caminho investindo na minha educação e formação. A minha irmã Juliana que sempre me acompanhou nesta jornada de altos e baixos, sempre acreditando em mim e me levantando.

Agradeço a minhas amigas de curso, que estiveram sempre me incentivando e participando junto comigo nessa jornada. À todos os meus colegas de sala, sem eles essa experiência não teria sido tão especial. Também aos meus amigos de coração, que com certeza são peças muito importantes na minha vida, e que me incentivaram para a realização deste trabalho.

Aos meus professores em especial minha orientadora Mirian de Paula Rodrigues Belo, por todos os ensinamentos que me fizeram crescer bastante nesse curso.

# SUMÁRIO

**01** | p.07  
APRESENTAÇÃO

**02** | p.09  
TEMÁTICA

**03** | p.15  
TEMA

**04** | p.19  
ESTUDO DE  
CASO

**05** | p.23  
ESTUDO DO  
LUGAR

**06** | p.35  
ANTEPROJETO

**07** | p.47  
IMAGENS  
REALISTAS

**08** | p.54  
REFERÊNCIAS  
BIBLIOGRÁFICAS

# RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso tem como objetivo apresentar uma proposta de intervenção urbana no entorno do Lago Afonso Dias Fernandes Sobrinho, localizado na cidade de Piracanjuba, estado de Goiás, Brasil. A proposta inclui a criação de áreas de lazer e a revitalização da área do lago. Além disso, será apresentada uma proposta para um centro comercial aberto, ou seja, estilos de Shoppings desenvolvido com uma configuração arquitetônica integrada ao meio urbano, com um caráter biofílico e uma prerrogativa de mix de usos, que além de contribuir com a animação e vida da cidade, estabelece a dinâmica do convívio, sendo convidativos até mesmo para usuários que não possuem intenção de fazer compras.

Palavras-chave: Intervensão Urbana. Centro Comercial. Shopping Center. Lazer. Biofilia.

# ABSTRACT

This course completion work aims to present a proposal for urban intervention around Lake Afonso Dias Fernandes Sobrinho, located in the city of Piracanjuba, state of Goiás, Brazil. The proposal includes the creation of leisure areas and the revitalization of the lake area. Furthermore, a proposal will be presented for an open shopping center, that is, shopping mall styles developed with an architectural configuration integrated into the urban environment, with a biophilic character and a prerogative of mix of uses, which in addition to contributing to the animation and life of the city, establishes the dynamics of conviviality, being inviting even for users who have no intention of shopping.

Keywords: Urban Intervention. Shopping center. Mall. Leisure. Biophilia.



01

APRESENTAÇÃO

# INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo apresentar uma proposta de intervenção urbana na cidade de Piracanjuba, localizada no estado de Goiás, com construção de um Centro comercial aberto a fim transformar o espaço urbano. A proposta busca promover o desenvolvimento socioeconômico da região, estimular o comércio local e proporcionar um ambiente agradável e contemporâneo para os moradores, tornando-se não apenas um espaço voltado para o comércio, mas um impulsionador dos diferentes usos sociais da área, agindo também como um espaço de lazer.

Piracanjuba, apesar de suas belezas naturais e potencialidades, enfrenta desafios no que diz respeito ao crescimento e revitalização de seu centro urbano. Através da intervenção urbana, busca-se revitalizar o espaço público, promover a sustentabilidade ambiental e valorizar o patrimônio cultural da cidade.

Nesse contexto, a construção de um centro comercial apresenta-se como uma solução inovadora para impulsionar o desenvolvimento local. Com sua arquitetura aberta e integrada ao ambiente externo, oferece uma nova abordagem para o comércio e entretenimento, combinando áreas comerciais, espaços de convivência ao ar livre e atrações para lazer. Além disso, a construção de um centro comercial contribui para a geração de empregos e fomenta o desenvolvimento de oportunidades para a população, dando a cidade e seus moradores a oportunidade de fortalecer sua própria economia com uma identidade arquitetônica forte e estabelecida. Não obstante, a criação de um centro comercial a céu aberto e de fácil acesso age como um polo norteador da acessibilidade local, dando a população acesso a um equipamento de grande porte, acesso a lazer e cultura.

E através de uma análise de como este equipamento agiria no local enquanto intervenção urbana, este trabalho propõe-se a estudar as mais eficientes maneiras de implantar o projeto, bem como através da arquitetura criar algo que possa fomentar o desenvolvimento urbano da região, melhorando a qualidade de vidas e o crescimento econômico da área.



Figura 1 - Fonte: Google. Disponível em: <https://martincitytelegraph.com/2019/12/26/the-country-club-plaza-the-nations-first-outdoor-shopping-mall/> Acesso em: 23.09.23





02

TEMÁTICA

# CONTEXTO HISTÓRICO

A história dos centros comerciais começa com o surgimento dos mercados e das lojas na antiguidade. Na Grécia Antiga, as pessoas se reuniam em ágoras, grandes espaços públicos onde se realizavam feiras e comércio de bens, os romanos tinham um forte comércio de escravos e mercadorias, que era realizado em mercados e fóruns. Já na Idade Média, as cidades eram o principal local de comércio, e as lojas começaram a surgir. No início, essas lojas eram pequenas e muitas vezes operadas por artesãos que produziam seus próprios produtos. Com o tempo, o tamanho das lojas e a variedade de produtos aumentaram, e os centros das cidades começaram a se transformar em locais comerciais.

Com a Revolução Industrial no século XVIII, houve um grande aumento na produção e na disponibilidade de bens. Isso levou ao surgimento de lojas de departamento que ofereciam uma variedade de produtos sob um mesmo teto. O primeiro grande empreendimento desse tipo foi a loja Bon Marché em Paris, inaugurada em 1852. As lojas de departamento ofereciam uma experiência de compra completamente nova, com um ambiente confortável, preços fixos, iluminação elétrica e outros recursos. Eles eram um destino popular para compras e tornaram-se um modelo a seguir para outros varejistas.

Na década de 1920, a ideia de criar um espaço comercial centralizado começou a ganhar força. Em 1922, o Country Club Plaza em Kansas City foi inaugurado como o primeiro shopping center ao ar livre do mundo. Este empreendimento foi projetado para atrair clientes de todas as classes sociais, oferecendo lojas, restaurantes, cinemas e áreas de lazer em um único local.

## Loja Bon Marché



Figura 2 - Fonte: Google. Disponível em: [http://pordentrodamodabymarinact.blogspot.com/2012/10/a-historia-de-sucesso-do-bon-marche\\_14.html?m=1](http://pordentrodamodabymarinact.blogspot.com/2012/10/a-historia-de-sucesso-do-bon-marche_14.html?m=1) Acesso em: 23.03.23

## Country Club Plaza



Figura 3 - Fonte: Google. Disponível em: <https://martincitytelegraph.com/2019/12/26/the-country-club-plaza-the-nations-first-outdoor-shopping-mall/> Acesso em: 23.03.23

As mudanças sociais ocorridas no último século tiveram um grande impacto na vida cotidiana das pessoas e nas cidades em que vivem, dando ao consumo um papel de destaque. Essa realidade é tão marcante e evidente que se percebe uma substituição da "ordem da produção" – característica de uma sociedade organizada em torno da produtividade do trabalho – pela "ordem do consumo", que define uma sociedade cujos estilos de vida são fortemente influenciados por valores e comportamentos ligados ao consumo de bens, serviços e símbolos.

Essa sedimentação e aceitação de valores relacionados ao consumo são tão abrangentes e praticamente consensuais em escala global, que tornam o consumo um meio de participação, sociabilidade e integração social. Ao considerarmos que a cidade não é apenas uma entidade física isolada, desvinculada de seu elemento humano e social, mas sim uma construção social contínua situada no tempo e espaço, podemos concluir que essa crescente importância do consumo no dia-a-dia das pessoas e das cidades estabelece uma relação comprometida entre eles (consumo e cidade), resultando em determinados modelos de espaços de consumo. E já que esta tendência parece ser vital e inevitável para o funcionamento do mundo contemporâneo como o conhecemos, surge uma preocupação social acerca da participação de todos os moradores da cidade nesta “sociedade do consumo”, então junto com outras estratégias além da acessibilidade destes centros econômicos, é preciso garantir que a população tenha, se não também o poder de compra, pelo menos a participação ativa de algum meio nestes espaços, seja usufruindo deles como equipamentos de lazer e cultura, com diferentes estratégias de coletividade e incentivo ( como esportes, museus a céu aberto, praças e parques mais acessíveis ) ou minimamente garantindo que estes espaços sejam de fato, parte da cidade, como se observa diferente nas tendências de elitização dos shoppings e outros centros comerciais. Por mais que o movimento capitalista dite que esta maneira é natural e inerente aos centros urbanos, é preciso vencer a tendência dos anos 60,70 e 80 de desenvolvimento destes espaços, onde através da criação de centros ou polos comerciais, criava-se também um movimento de periferização de populações que não tinham poder de compra para participar destes espaços.

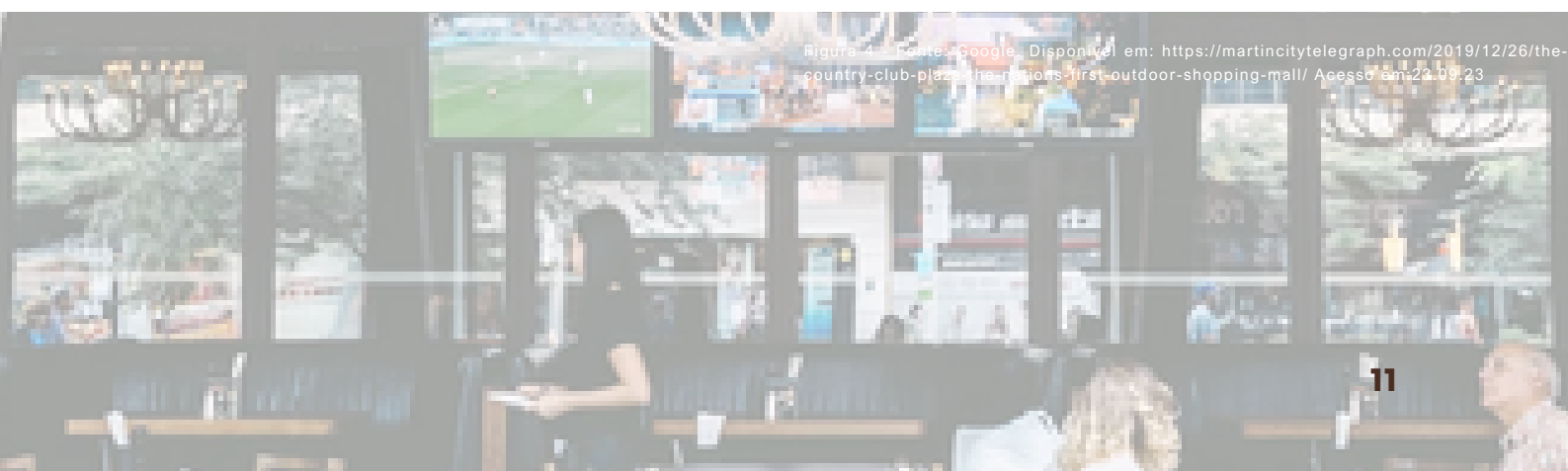


Figura 4 – Fonte: Google. Disponível em: <https://martincitytelegraph.com/2019/12/26/the-country-club-plaza-the-nations-first-outdoor-shopping-mall/> Acesso em: 23.09.23

“No contexto brasileiro, as transformações que têm sido observadas nos espaços das ruas comerciais, constituem um reflexo direto das profundas mudanças sociais e econômicas que vêm caracterizando o panorama do consumo no país, tornando as dinâmicas urbanas e comerciais intrinsecamente ligadas a estas transformações, refletindo os novos comportamentos e aspirações da sociedade (RODRIGUES,2012)”.

Ao longo das últimas décadas, o Brasil testemunhou uma série de alterações significativas no comportamento do consumidor, as quais têm ecoado nas estruturas urbanas comerciais. A transição de um modelo de consumo mais tradicional para um perfil de consumo mais diversificado e sofisticado gerou um impacto direto na configuração e na oferta das ruas comerciais brasileiras. Esse deslocamento é exemplificado pela emergência das famosas “ruas com nome” brasileiras, como é o caso da “44” em Goiânia, da “25 de março” em São Paulo que têm se tornado pontos de encontro e interação social, capturando a essência das mudanças nos hábitos de consumo e nas expectativas dos cidadãos. A expansão da classe média e a redefinição dos padrões de renda impactaram diretamente a demanda por experiências de compra mais diversificadas e agradáveis, isso impulsionou o surgimento de ambientes comerciais mais sofisticados ou diversificados, nos quais a infraestrutura e o design desempenham papéis estratégicos na criação de espaços atrativos e funcionais.

Não obstante, o Brasil possui diversas estratégias para a fomentação e revitalização destes espaços de consumo, o SEBRAE criou o "programa de revitalização de espaços comerciais", que em parceria com diversas associações comerciais, cria e requalifica estes espaços comerciais, como é o caso da rua Riachuelo, em Curitiba, aonde foram propostas diversas intervenções urbanas a céu aberto a fim de trazer qualidade e lazer para a área, um modelo que desde 2010 foi implementado como um teste para repetir em diversas outras cidades do país (RODRIGUES,2012).



Figura 5 Fonte: Google. Disponível em: <https://martincitytelegraph.com/2019/12/26/the-country-club-plaza-the-nations-first-outdoor-shopping-mall/> Acesso em:23.03.23



Figura 6 Fonte: Google. Disponível em: <https://martincitytelegraph.com/2019/12/26/the-country-club-plaza-the-nations-first-outdoor-shopping-mall/> Acesso em:23.03.23

# COMÉRCIO E LAZER

Comércio e o lazer são duas áreas fundamentais que desempenham um papel significativo na construção da sociedade contemporânea. Enquanto o comércio está relacionado às atividades econômicas de compra e venda de bens e serviços, o lazer envolve o tempo dedicado a atividades recreativas e prazerosas.

O comércio abrange desde pequenos negócios locais até grandes corporações multinacionais. Com o avanço da tecnologia, o comércio eletrônico ganhou destaque, permitindo transações online e facilitando o acesso a uma ampla variedade de produtos e serviços.

Já o lazer, por sua vez, é uma parte essencial da vida contemporânea. Representa o tempo livre que as pessoas têm para atividades que proporcionam relaxamento, prazer, entretenimento e desenvolvimento pessoal. O lazer abrange uma ampla gama de atividades, incluindo hobbies, esportes, turismo, artes, entretenimento e socialização. É uma forma de equilibrar a rotina diária, promover o bem-estar físico e mental e melhorar a qualidade de vida.

Por mais que sejam atividades distintas, comércio e lazer costumam interligar-se. Centros comerciais, por exemplo, oferecem uma experiência de compra que também inclui opções de lazer, como cinemas, praças de alimentação e áreas de entretenimento. Isso cria um ambiente onde as pessoas podem satisfazer suas necessidades de consumo e também desfrutar de momentos de lazer em um único local.

A interligação destas duas áreas fomenta a qualidade de vida, visto que há uma tendência forte e ascendente do consumo como norteador do modo de vida globalizado, portanto, para que o consumo por si só não adquira o status de "cultura" definitivamente, a união do consumo com o lazer ergue-se como uma estratégia de garantir, por mais que o lazer em diversas vezes seja atingido em centros comerciais somente através do próprio consumo, que haja a proliferação do lazer enquanto fomentador da qualidade de vida, de alguma forma.



Figura 7 - Fonte: Pinterest. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/39828777930242622/> Acesso em: 23.05.23

Além dos aspectos meramente econômicos, as funções comerciais desempenham um papel essencial no funcionamento e na configuração da vida social da cidade. Conforme destacado por Serrano et al. (2006, p. 48), o comércio é um fator crucial para a manutenção do equilíbrio da comunidade. Especialmente o comércio tradicional, ao criar contextos físico-espaciais que facilitam as interações entre os diversos atores locais, torna-se um elemento fundamental para a compreensão das relações socioeconômicas urbanas (Cruz Roche, 2007).

A atividade comercial nos centros urbanos vai além de sua função clássica de abastecimento de materiais e serviços essenciais à população. Conforme salientado por Eu (1997a, p. 6), representa um cenário importante para a construção da vida social, proporcionando oportunidades reais de integração entre o indivíduo e sua comunidade local. Nesse espaço, o indivíduo tem a possibilidade de expressar sua individualidade e, ao mesmo tempo, tomar conhecimento de outros estilos de vida, modelos culturais e atividades comunitárias.

A introdução de um centro comercial em determinadas regiões urbanas frequentemente desencadeia uma série de mudanças no contexto urbano. Por exemplo, o equipamento pode erguer-se como uma alternativa de revitalização para áreas degradadas ou subutilizadas, recriando a conexão destes espaços com a cidade e a população. Além disso, a presença destes equipamentos, quando bem projetados, pode contribuir para a mudança de políticas públicas da cidade, como por exemplo, o incentivo ao uso do transporte público, bicicletas ou caminhadas para acessar esses espaços, reduzindo a necessidade de um veículo automotor pessoal e ajudando a diminuir as emissões de carbono da região.

O lazer é um conceito abrangente que vai além da ausência de trabalho, englobando atividades voluntárias e prazerosas realizadas de maneira espontânea e autodeterminada. Essencial para a experiência humana, o lazer representa a busca por satisfação, recreação e descanso, proporcionando um contraponto às demandas do cotidiano. Sua natureza é subjetiva, variando entre indivíduos e culturas, manifestando-se de diversas formas, como práticas esportivas, atividades artísticas, viagens e socialização. Cada pessoa atribui valor ao lazer conforme suas preferências, interesses e necessidades. Além disso, o lazer desempenha um papel crucial na promoção da saúde mental e física, contribuindo para o equilíbrio emocional, a redução do estresse e a melhoria da qualidade de vida. Ao oferecer oportunidades para expressão criativa, desenvolvimento de habilidades e construção de relações sociais, o lazer se torna um componente integral do bem-estar global das pessoas.



03

TEMA

# INTERVENÇÃO URBANA

A prática de intervenção urbana em espaços públicos tem se tornado uma tendência global, abrangendo diversos locais, desde lotes e ruas até praças e extensos corpos d'água, exemplificados pelos lagos urbanos.

Os lagos urbanos, em particular, representam espaços públicos de considerável influência na melhoria da qualidade de vida local. Ao propiciar uma diversidade de atividades de lazer, como passeios de barco, pesca e caminhadas, esses corpos d'água conferem inegáveis benefícios à comunidade. Contudo, a negligência por parte do poder público ou da comunidade em garantir a manutenção adequada desses espaços pode conduzi-los ao desuso, não obstante os inúmeros benefícios que proporcionam. São, indubitavelmente, elementos projetuais capazes de transformar substancialmente a dinâmica social, econômica e cultural do ambiente. Destacam-se entre esses benefícios:

- **Melhoria da Qualidade de Vida da População:** A criação e manutenção de lagos urbanos ampliam as opções de lazer e entretenimento para a população local.
- **Atração de Turistas:** A presença de lagos urbanos atrativos impulsiona o turismo, gerando impactos positivos na economia local.
- **Geração de Empregos:** A implementação e operação desses espaços proporcionam oportunidades de emprego durante as fases de intervenção e na operacionalização contínua do ambiente.
- **Valorização Imobiliária da Região:** Lagos urbanos bem-cuidados contribuem significativamente para a valorização imobiliária da área circunvizinha.

Nesse contexto, um estudo recentemente publicado no "Journal of Environmental Management" (2023) destaca que intervenções em lagos urbanos não apenas aprimoram a qualidade da água, mas também promovem a biodiversidade do ecossistema. Além disso, a pesquisa evidencia que a presença de áreas verdes ao redor dos lagos impacta positivamente a saúde e o bem-estar dos moradores, reduzindo os níveis de estresse e poluição sonora na comunidade. Esta constatação realça a importância de estratégias efetivas de intervenção urbana, não apenas em termos estéticos, mas também na promoção do bem-estar e na sustentabilidade ambiental.

Figura 8 Parque do Ibirapuera Fonte: Pinterest. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/3982877930242622/> Acesso em: 23.05.23





“A importância de uma intervenção urbana bem-sucedida vai além das questões meramente estéticas ou funcionais. Ela deve considerar profundamente o contexto histórico, social e cultural do local em questão. Ignorar esses elementos essenciais pode resultar em uma desconexão entre a intervenção e o ambiente circundante, prejudicando a identidade e a coesão da comunidade. Ao incorporar o contexto histórico, a intervenção pode preservar a memória e a narrativa do lugar, evitando a descaracterização e a perda de elementos significativos. Novos edifícios devem ser inseridos no tecido urbano de maneira que promovam a continuidade e a harmonia com a história (Procopiuk, Djaló,2022).” A abordagem sensível ao patrimônio histórico não apenas honra a herança cultural, mas também estabelece uma conexão entre o passado, o presente e o futuro da comunidade, e através disso estimulará o uso destes espaços. Além disso, uma intervenção bem-sucedida deve ser socialmente inclusiva, considerando as necessidades e aspirações das populações locais. A participação ativa da comunidade no processo de planejamento e execução é fundamental, garantindo que a intervenção ressoe com os valores e desejos das pessoas que vivem e trabalham na área. A preocupação com o meio ambiente também deve ser primordial em qualquer intervenção. O desenvolvimento sustentável é um imperativo, e as intervenções devem minimizar os impactos negativos no ecossistema local. Novas tecnologias, como sistemas de energia renovável e materiais de construção sustentáveis, podem ser empregadas para reduzir a pegada ambiental da intervenção.

Uma intervenção urbana bem-sucedida é aquela que se baseia em uma compreensão profunda do contexto histórico, social e cultural do local, envolve a comunidade local ativamente, respeita e valoriza o patrimônio e o meio ambiente e incorpora as mais recentes inovações tecnológicas. Ao adotar essa abordagem holística, é possível criar intervenções que enriquecem a identidade local, melhoram a qualidade de vida da comunidade e contribuem para um futuro mais sustentável.



Figura 9 - Fonte: Google. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/parceria-com-fabricante-de-tintas-permite-pintar-barracos-em-favelas-do-rio-3050101>. Acesso em: 23.03.23.

# CENTRO COMERCIAL ABERTO

Os centros comerciais abertos, também reconhecidos como centros comerciais lifestyle, constituem uma derivação do conceito tradicional de shopping center, almejando proporcionar uma experiência de compras mais integrada ao ambiente externo. Ao contrário dos shoppings convencionais, caracterizados por serem espaços fechados e climatizados, os centros comerciais abertos são concebidos com corredores ao ar livre, praças, áreas verdes e espaços de convivência, estabelecendo uma atmosfera mais aberta e convidativa. Destacam-se, ademais, por adotar soluções arquitetônicas mais inclusivas, isentas das barreiras físicas frequentemente associadas aos shoppings tradicionais.


Uma das características preeminentes desses empreendimentos é a combinação sinérgica de lojas, restaurantes, entretenimento e serviços, englobados por um ambiente arquitetônico que harmoniza os espaços internos e externos. Nota-se uma atenção especial ao design, buscando uma estética cuidadosa e agradável, com destaque para a paisagem, iluminação e a criação de áreas de convivência. Esses centros comerciais tendem a ser meticulosamente projetados para oferecer uma vasta gama de opções de compras e entretenimento, desde marcas de luxo até lojas de varejo populares, cinemas, teatros, cafés e restaurantes.

Uma das vantagens distintivas desses empreendimentos é a sensação de liberdade e conexão com o ambiente circundante. O design que inclui corredores ao ar livre proporciona aos visitantes a oportunidade de desfrutar da luz natural, da vegetação e do espaço aberto, conferindo uma experiência mais agradável e relaxante em comparação com os shoppings fechados tradicionais.

Embora as características e projetos específicos possam variar, o propósito subjacente é oferecer uma experiência de compras e entretenimento mais inclusiva e integrada ao ambiente externo, apresentando uma alternativa atrativa aos shoppings fechados convencionais, muitas vezes caracterizados por uma inclinação majoritariamente elitista.



Figura 10 - Fonte: Pinterest. Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/39828777930242622/> Acesso em: 23.05.23



# 04

## ESTUDOS DE CASO

# PARQUE DO LAGO HAOXIANG

LOCALIZAÇÃO: HAITANG BAY,  
CHINA

ARQUITETO: ELANDSCRIPT STUDIO

ANO: 2021

ÁREA CONSTRUÍDA: 1300m<sup>2</sup>



12



13



14



15



11

- |                              |                                |
|------------------------------|--------------------------------|
| 1- TRELIÇA DE FLORA          | 5- PRAÇA DE ÁGUA DE OSTRAS     |
| 2- PASSEIO SINUOSO           | 6- CENTRO DE CULTURA DE OSTRAS |
| 3- PONTE DE ARCO-ÍRIS        | 7- AMFITEATRO                  |
| 4- PASSEIO DE ÁGUA DE OSTRAS | 8- EDUCAÇÃO MOLHADA            |

Figuras 11,12,13e14 - Fonte: archdaily. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/963227/parque-do-lago-haoxiang-elandscript-studio/> Acesso em: 23.05.23

O Parque, emerge como um refúgio natural de significativa importância, proporcionando aos visitantes uma respite crucial da agitação inerente à vida urbana de Shenzhen. Envoltos por paisagens pitorescas, jardins meticulosamente planejados e uma diversidade de atividades ao ar livre, este parque assume uma posição de destaque como um destino incontornável para aqueles que exploram a região costeira.

Independentemente da preferência do visitante, seja por uma caminhada contemplativa, um passeio de barco ou um piquenique em família, o Parque do Lago Haoxiang oferece uma experiência relaxante e multisensorial. Seus pontos de destaque incluem os Jardins Paisagísticos, trilhas para caminhadas que cativam pela sua beleza, atividades recreativas destinadas a todas as faixas etárias. Desde áreas de recreação infantil, dotadas de playgrounds e jogos interativos, até quadras poliesportivas. Ciclovias convidam a passeios de bicicleta, ao passo que áreas de piquenique, propiciam ambientes acolhedores para momentos de convívio.

Espaços reservados para a prática de tai chi e outras atividades físicas conferem ao local uma dimensão holística, promovendo o bem-estar e a sintonia com a natureza. Em Haitang Bay, o Parque do Lago Haoxiang não se configura apenas como um enclave natural, mas, de maneira mais profunda, como um testemunho dinâmico da simbiose entre a natureza e a vida urbana, conferindo uma experiência rica e integradora a todos os seus visitantes.

# MEGA FOOD WALD

LOCALIZAÇÃO: TAILÂNDIA

ARQUITETO: FOS

ANO: 2018

ÁREA CONSTRUÍDA: 58.000m<sup>2</sup>



17



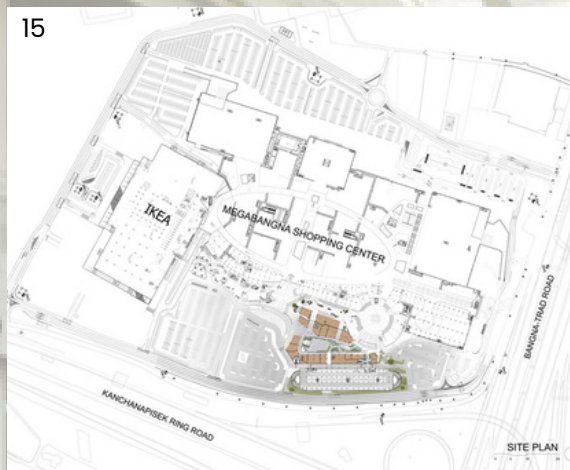
18



19



20



15

Figuras 15, 16, 17, 18, 19 e 20 - Fonte: archdaily. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/963227/parque-do-lago-haoxiang-elandscript-studio/> Acesso em: 23.05.23

O Shopping Mega Food Wald emerge como um paradigma para os apreciadores da gastronomia, oferecendo uma experiência culinária singular e enriquecedora. Sua abrangente seleção de restaurantes de excelência, lojas especializadas e um ambiente acolhedor consagram-no como um destino incomparável para os visitantes. Os atrativos do shopping transcendem a esfera gastronômica, englobando estabelecimentos que ostentam produtos exclusivos e eventos especiais que enriquecem ainda mais a experiência do público.

O layout do centro comercial desenvolve-se em torno de um pátio central, com uma praça rebaixada sob o anfiteatro, que é o principal espaço social onde as pessoas podem reunir-se e organizar todo o tipo de eventos, o espaço verde inclinado no centro do layout, chamado The Hilland, sobe suavemente para se conectar perfeitamente com o Mega Plaza existente do Nível 1. A montanha foi pensada para ser um espaço relaxante onde as pessoas podem mergulhar plenamente numa paisagem verde com corpos de água e mobiliário de exterior. Ao adicionar vegetação ao pátio exterior e em todo o edifício, o projeto torna-se um híbrido de mercado e parque público, onde a interação humana é incentivada. Ao mesmo tempo, as passagens das fachadas em todos os níveis serão ligadas ao corredor existente e ao novo edifício de estacionamento através de pontes de ligação e uma passarela coberta para realizar um sistema de circulação contínuo entre as duas fases sem becos sem saída.

# SHOPPING PARQUE DA CIDADE

LOCALIZAÇÃO: SÃO PAULO

ARQUITETO: FLALO/GASPERINI

ARQUITETOS

ANO: 2014

ÁREA CONSTRUÍDA: 36.000m<sup>2</sup>



22



23



21

A - Torres corporativas  
B - Torre office (Taramã)  
C - Shopping Parque da Cidade  
D - Hotel categoria luxo  
E - Torres residenciais

1 - Praça das fontes  
2 - Praça da cultura  
3 - Praça das águas  
4 - Praça de cooper e ciclovia  
5 - Restaurantes  
6 - Praça das Jâninas  
7 - Espelho d'água  
8 - Jardim contemplativo  
9 - Área de lazer com mesa de xadrez  
10 - Praça de ginástica para 3ª idade

11 - Espaço para relaxamento e atividades ao ar livre  
12 - Espaço para café sob a projeção da torre  
13 - Bicicliário  
14 - Acesso ao empreendimento  
15 - Acesso de pedestres  
16 - Saída do empreendimento  
17 - Acesso ao Hotel  
18 - Acesso docas do Hotel  
19 - Linha de trem CPTM  
20 - Ciclovia Marginal Pinheiros



24



25

Figuras 21,22,23,24e25 Fonte: archdaily. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/963227/parque-do-lago-haoxiang-landscape-studio/> Acesso em:23.05.23

O Shopping Parque da Cidade, é um complexo comercial abrangente que transcende a mera função de centro de compras, oferecendo uma gama de serviços, estabelecimentos comerciais e opções de entretenimento. No âmbito das lojas de varejo, destaca-se pela sua diversificada oferta, compreendendo setores que abrangem moda, acessórios, eletrônicos, beleza, artigos esportivos e decoração para o lar, proporcionando uma experiência de compras abrangente que contempla as variadas demandas de seus visitantes.

O componente de entretenimento, por sua vez, revela-se como uma faceta crucial da proposta do shopping, englobando cinemas, parques temáticos, pistas de boliche, arcades e áreas de recreação destinadas às crianças. Essa abordagem integral visa a atender às diversas preferências e faixas etárias presentes em sua audiência. No serviços e conveniências, o Shopping se distingue pela oferta de uma vasta gama de facilidades, incluindo estacionamento, caixas eletrônicos, serviços bancários, salões de beleza, farmácias e agências de viagens. Tal previsão visa a otimizar a experiência dos visitantes, conferindo-lhes comodidade e praticidade durante sua permanência no recinto.



**05**

**ESTUDO DO LUGAR**

# CONHECENDO PIRACANJUBA-GO



A cidade de Piracanjuba, situada no Estado de Goiás, foi estabelecida em 22 de novembro de 1855, totalizando 167 anos de história. O nome "Piracanjuba" é uma homenagem à espécie de peixe que outrora abundava nos rios da região, infelizmente, atualmente enfrentando ameaças de extinção em todo o território brasileiro. Com uma população estimada em 24.548 habitantes no ano de 2020, Piracanjuba destaca-se por sua localização estratégica, distante 89 km da capital Goiânia e 79 km de Caldas Novas.

A economia da cidade tem como pilar fundamental a agropecuária, conferindo-lhe a distinção de ser a maior bacia leiteira do Estado de Goiás. Adicionalmente, a produção agrícola abrange milhares de sacas de soja, milho, algodão, sorgo e diversos outros produtos. Além de suas atividades econômicas, Piracanjuba também ostenta o título de capital nacional das orquídeas. Anualmente, no mês de maio, a cidade sedia uma exposição nacional, atraindo expositores de diversas partes do Brasil para celebrar e compartilhar a beleza dessas flores emblemáticas.

Destaca-se ainda, em agosto, a realização da tradicional Festa em louvor à Nossa Senhora d'Abadia, conhecida como Festa de Agosto. Este evento, que se estende ao longo de 15 dias, proporciona animação e fervor à comunidade, representando um ponto alto no calendário festivo local.

Dessa forma, Piracanjuba revela-se não apenas como um marco histórico, mas também como um polo econômico significativo e um local de expressão cultural, enriquecendo a diversidade e vitalidade da região.



# CONHECENDO PIRACANJUBA-GO



Figura 26 - Fonte: maps. Acesso em:23.05.23



Faculdade de Piracanjuba (FAP)



Centro de convênções



Praça do relógio



Hospital Regional



AV. dos pit dogs



Igreja nossa senhara d'abadia



Ginásio de esportes



Kibarlana



Antigo hotel

A cidade de Piracanjuba, localizada no estado de Goiás, apresenta uma extensão territorial abrangente, totalizando 2.380,732 km<sup>2</sup>. Estrategicamente situada na Microrregião do Meia Ponte, que por sua vez está inserida na Mesorregião do Sul Goiano, Piracanjuba está integrada à bacia do Rio Paraná. Destacam-se na região os rios Meia Ponte e Piracanjuba, sendo o primeiro responsável pela formação da hidrelétrica do Rochedo, cujo lago oferece um potencial turístico notável. O relevo predominante caracteriza-se por sua planitude, dividindo-se entre os planaltos Central e Meridional, atingindo seu ponto culminante no Morro Agudo, com 840 metros acima do nível do mar.

A riqueza cultural de Piracanjuba é intrinsecamente ligada ao seu ecossistema diversificado. Apesar de inserido no domínio fitogeográfico do Cerrado, o município abriga fragmentos de florestas tropicais que se integram à Mata Atlântica. Entre as espécies arbóreas características, encontram-se o pequi, lobeira, pau-terra, jequitibá, aroeira e ipê-roxo. O clima, com características tropicais de altitude, registra um índice médio de chuvas em torno de 1.360 milímetros anuais, conforme documentado por Cardoso et al. (2011).

Piracanjuba destaca-se como a "capital das orquídeas," título conferido ao Parque Natural Municipal das Orquídeas, revelando seu notável potencial para o turismo, tanto histórico quanto rural, como ressaltado pela Segplan (2012). Além disso, a comunidade local sobressai no cenário artesanal goiano, abrigando o sexto maior contingente de artesãos cadastrados, incluindo membros da comunidade quilombola.

Diante desses aspectos, Piracanjuba não apenas testemunha sua própria história e desenvolvimento, mas também emerge como um ponto significativo de encontro entre a natureza exuberante e as expressões culturais da comunidade local, promovendo um ambiente propício ao turismo, à preservação ambiental e à celebração das tradições artesanais.



Figura 27 - Fonte: maps. Acesso em:23.05.23

Uma característica notável da arquitetura piracanjubense é a presença marcante de casas térreas com telhados de duas águas, geralmente confeccionados em telhas cerâmicas, conferindo à paisagem urbana um aspecto homogêneo e pitoresco. Essa predominância de habitações térreas ressalta a influência histórica da arquitetura colonial brasileira na região, caracterizada por edificações de baixa altura e telhados inclinados, adequados ao clima tropical. As fachadas das construções em Piracanjuba frequentemente exibem detalhes ornamentais, como varandas com gradis de ferro trabalhado, janelas e portas com molduras decorativas, em um estilo que remonta ao período eclético do século XIX. Esses elementos decorativos refletem a preocupação estética dos moradores em preservar a tradição arquitetônica local, conferindo singularidade ao ambiente urbano da cidade.

Outro aspecto importante da arquitetura de Piracanjuba é a utilização de materiais locais, como adobe e taipa, em algumas construções mais antigas, demonstrando a conexão histórica com técnicas construtivas tradicionais que se adequam às condições locais. Esses materiais, embora menos comuns atualmente, são considerados parte integral da herança arquitetônica da cidade. A arquitetura de Piracanjuba reflete a identidade cultural e histórica da cidade, incorporando elementos típicos que remontam ao passado colonial, ao mesmo tempo em que demonstra a adaptação às necessidades contemporâneas. A relação entre o povo e a arquitetura local em Piracanjuba é um testemunho vivo da preservação e valorização das tradições arquitetônicas regionais.



Imagem 1 - autoral



Imagem 2 - autoral

Tendo essas informações em mente, ao projetar para uma cidade com uma vivência e herança cultural e histórica tão forte, é vital que o projeto possa resgatar o senso de pertencimento dos moradores com sua cidade. Os paralelepípedos que são usados no asfalto da cidade são um dos grandes exemplos dos fortes elementos culturais presentes na cidade.

# ÁREA ESCOLHIDA



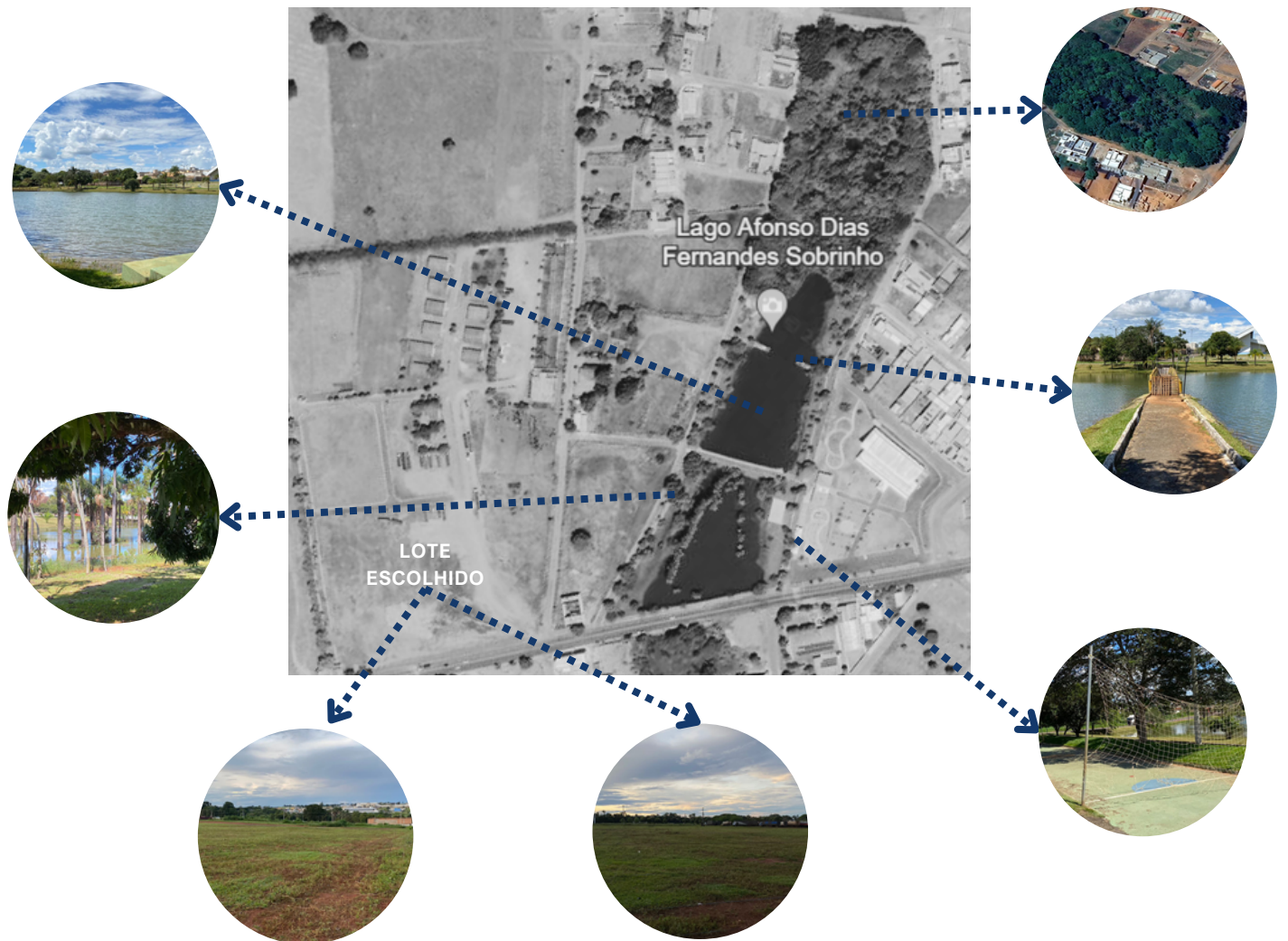
Mapa 4 - autoral

A seleção do lote para a construção do Centro Comercial e para o desenvolvimento do Parque Linear no entorno do lago Afonso Dias Fernandes Sobrinho foi pautada em uma análise abrangente, considerando fatores estratégicos fundamentais. No mapa apresentado acima, é possível visualizar a proximidade do lote e do parque com elementos essenciais da infraestrutura local, destacando a sinergia entre esses empreendimentos e as instalações circundantes.

A localização estratégica do lote em relação às rodovias GO-217 e GO-147, aliada à proximidade da Faculdade de Piracanjuba - FAP, representa um ponto fundamental para o êxito do empreendimento. Essas vias oferecem um acesso facilitado, ampliando o fluxo de pessoas, enquanto a proximidade com a FAP confere uma interação dinâmica com a comunidade acadêmica.

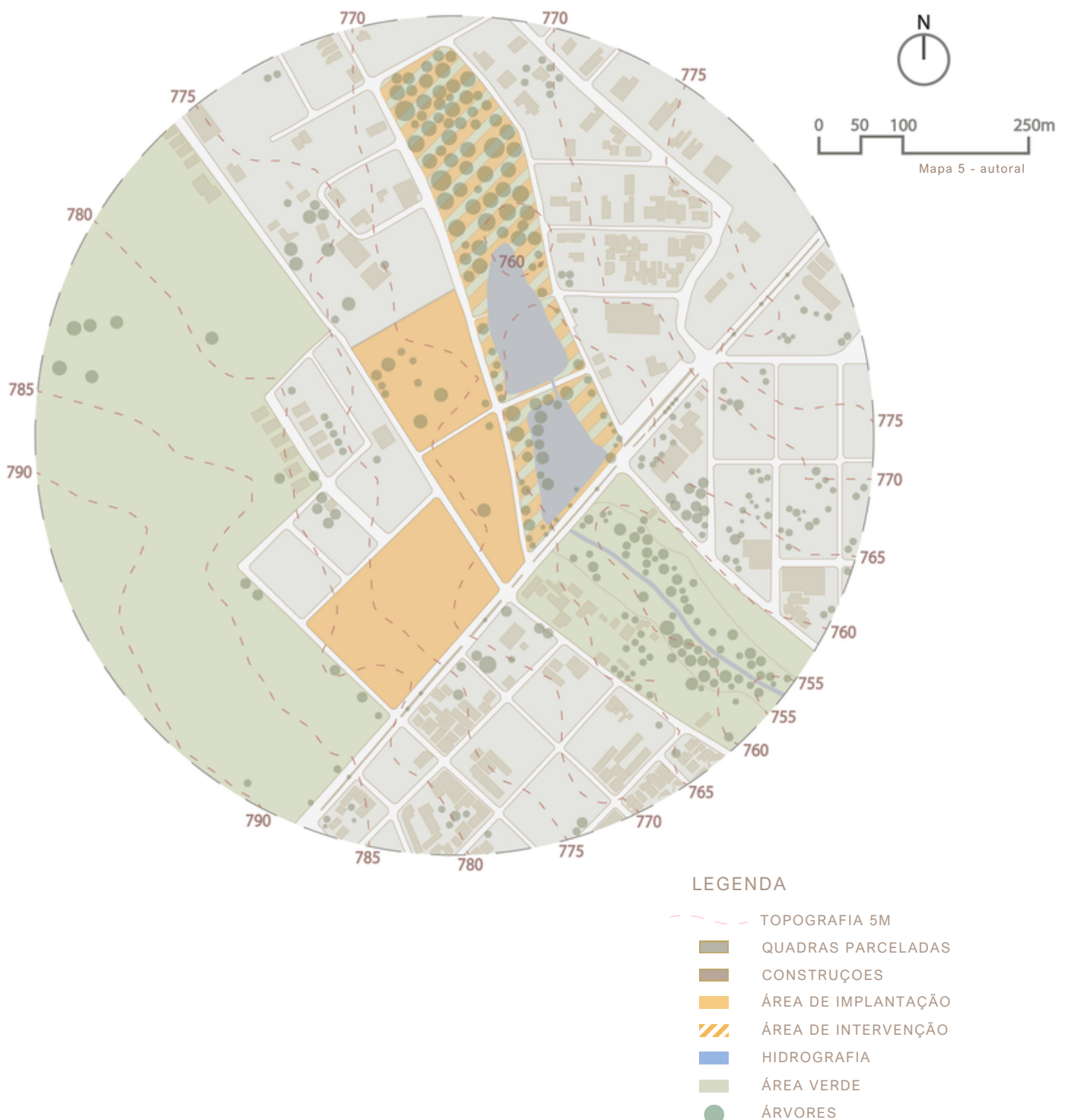
Além disso, o mapa evidencia que o lote e o parque situam-se nas imediações da Escola Mundo Mágico, praças públicas, área de saúde, centro de convenções e o ginásio de esportes. Essa vizinhança estratégica integra elementos educacionais, de lazer, saúde, e esportivos, enriquecendo a proposta urbanística.

# ÁREA ESCOLHIDA

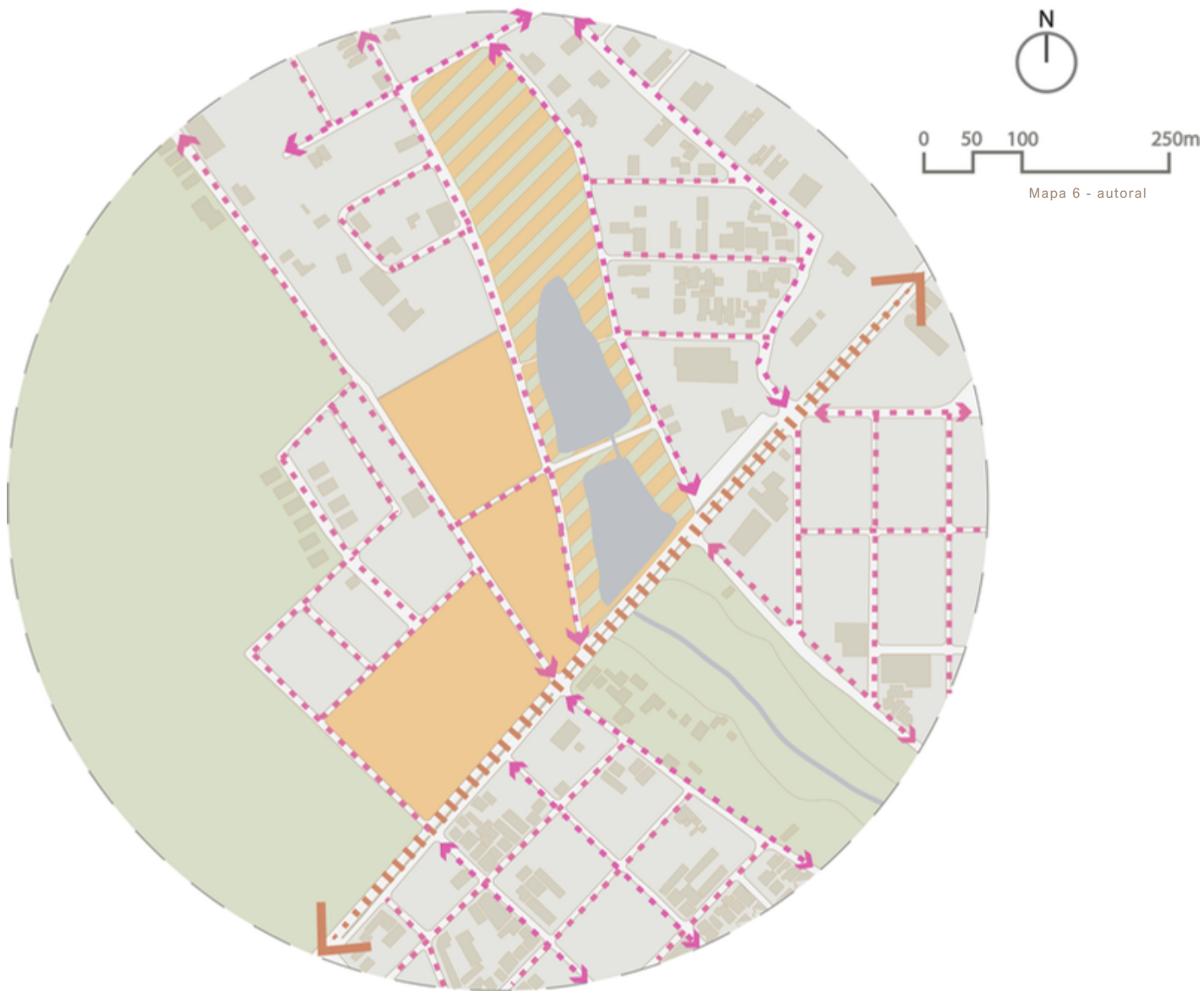


# IMPLANTAÇÃO E TOPOGRAFIA

No que diz respeito a topografia da área escolhida para implantar o projeto, há um caimento de cerca de quinze metros de uma ponta a outra do local de implantação, com alguns platôs de terra dispostos ao longo de sua extensão, e diversos pontos com vegetação nativa e o próprio lago Afonso Dias.









# SISTEMA VIÁRIO



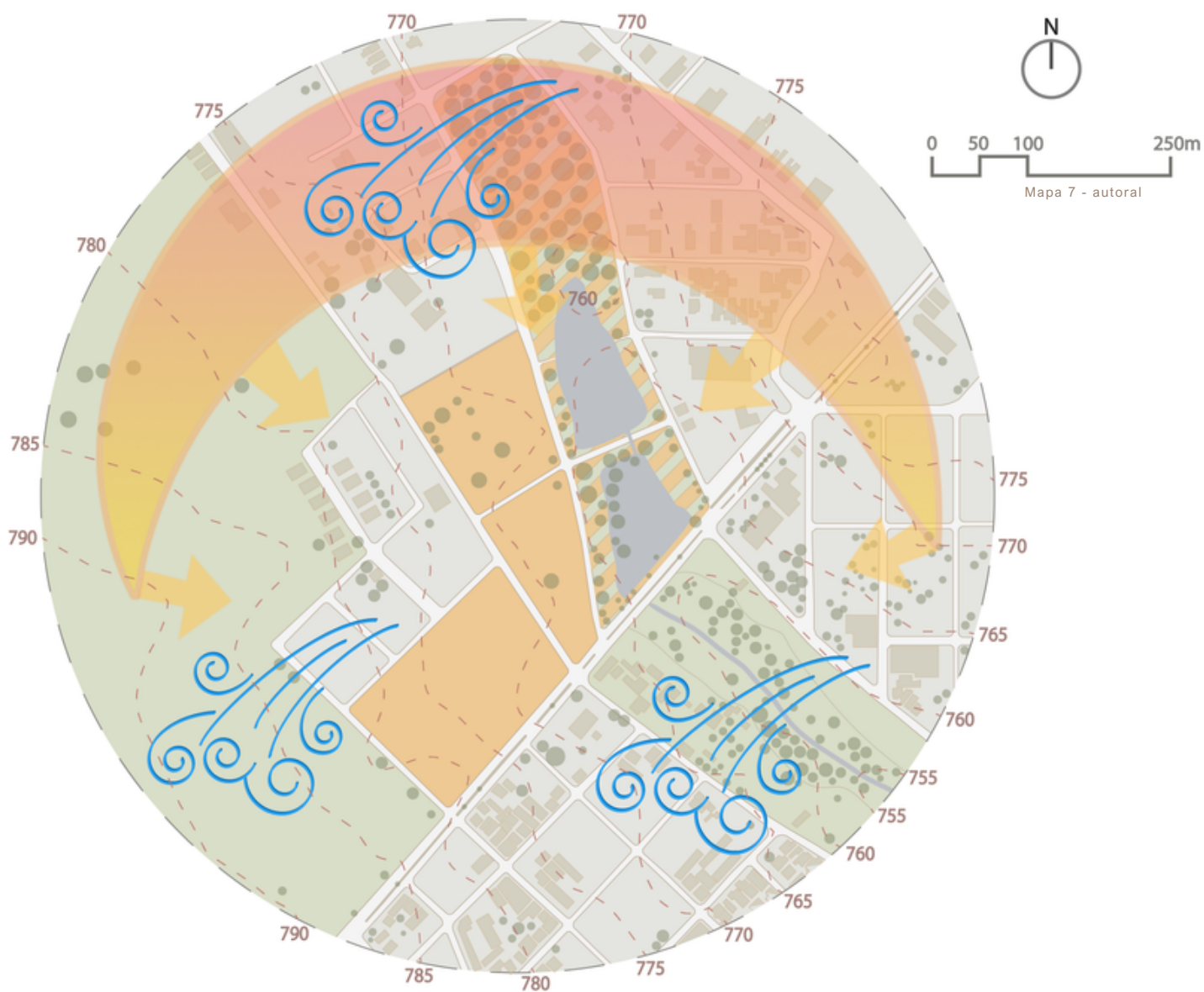
Mapa 6 - aortal

O parque é cortado por uima grande via arterial, a Duque de Caxias, mas acessado também por diversas vias coletoras locais. O grande fluxo de veículos possível através da via arterial salienta a vertente comercial do projeto, servindo como um norteador do público.

## LEGENDA

-  VIA ARTERIAL - R. DUQUE DE CAIXAS
-  VIAS COLETORAS - LOCAIS
-  ÁREA DE IMPLANTAÇÃO
-  ÁREA DE INTERVENÇÃO
-  HIDROGRAFIA
-  ÁREA VERDE

# CONDICIONANTES NATURAIS



Através de um estudo detalhado, foi possível definir a insolação dominante no local, bem como a direção dos principais ventos da área, facilitando as tomadas de decisões de projeto.

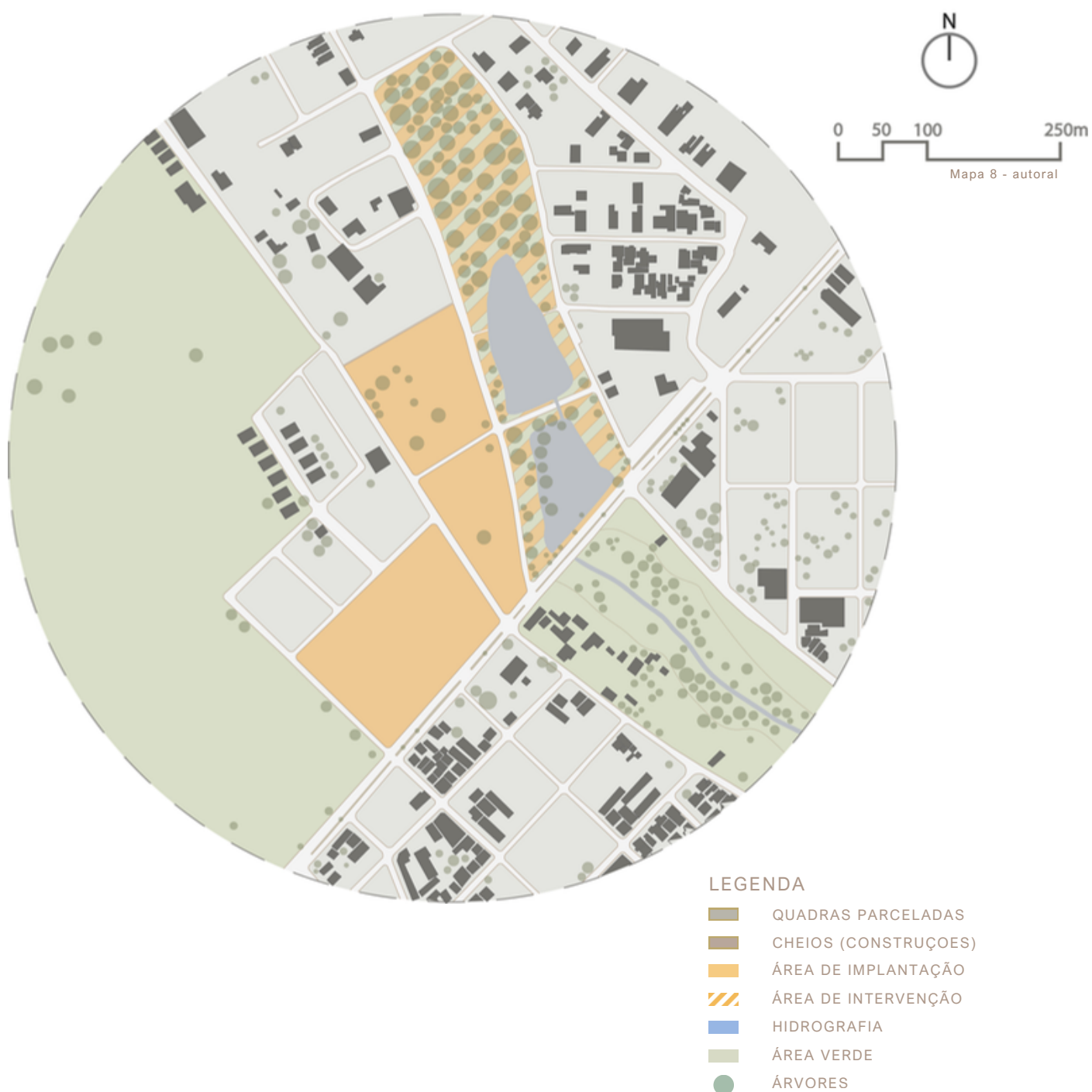
## LEGENDA

- TOPOGRAFIA 5M
- CAMINHO DO SOL
- VENTOS DOMINANTES
- ÁREA DE IMPLANTAÇÃO
- ÁREA DE INTERVENÇÃO
- HIDROGRAFIA
- ÁREA VERDE

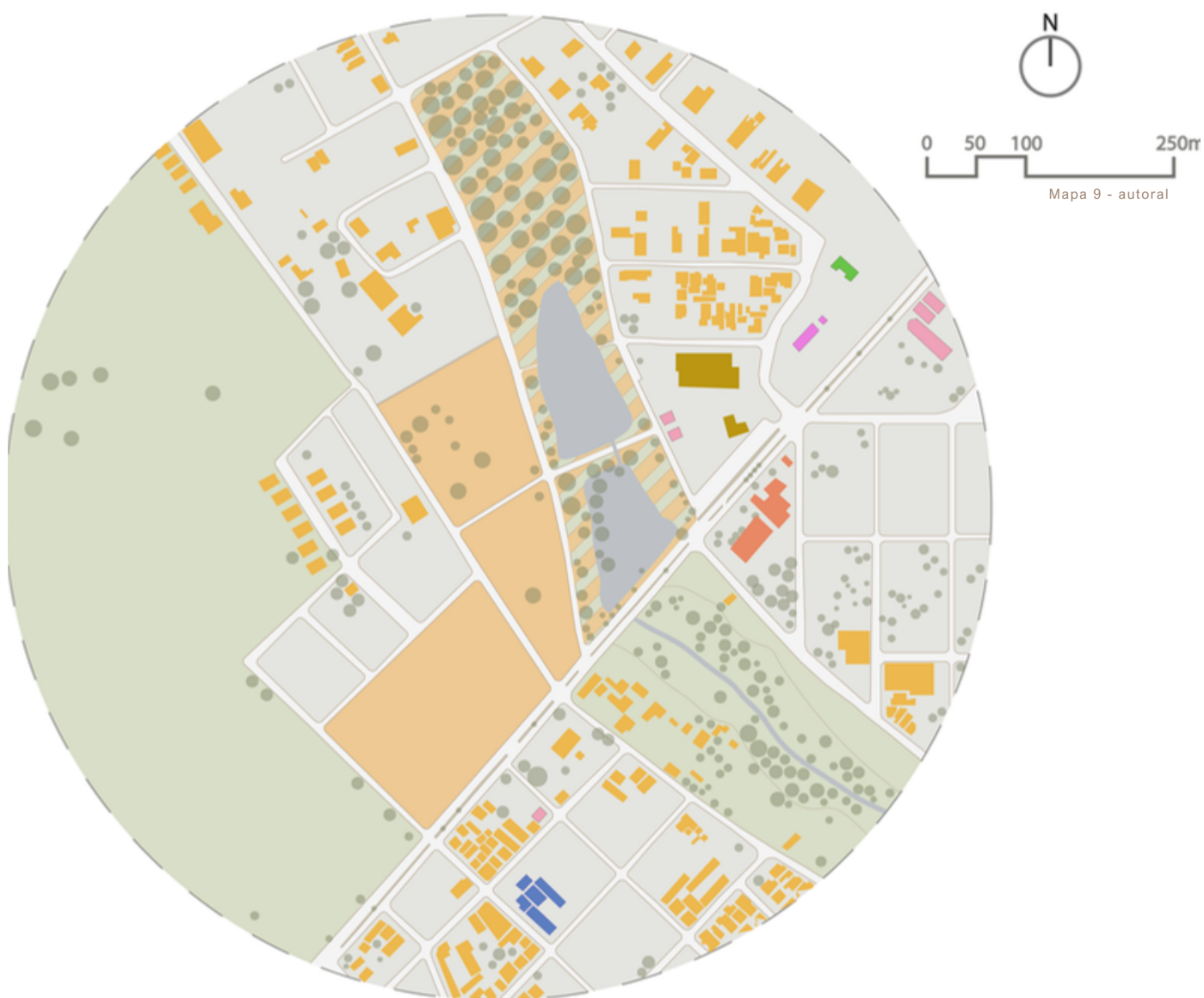


# CHEIOS E VAZIOS

Há poucas construções ao redor da área e estas não passam de edifícios com no máximo dois pavimentos, sendo assim, a visibilidade da área escolhida para a cidade é priorizada, visto que o parque que receberá o centro comercial ainda precisará ser convidativo com um equipamento de lazer.



# USO DO SOLO



Os usos do entorno são predominantemente residenciais, com alguns poucos edifícios voltados para eventos e instituições comerciais. Há também alguns pontos educacionais e de infraestrutura ao redor da área, corroborando para a implantação do projeto.

## LEGENDA





- ÁREA DE IMPLANTAÇÃO
- ÁREA DE INTERVENÇÃO
- QUADRAS PARCELADAS
- INSTITUCIONAL
- RESIDENCIAL
- EVENTOS
- EDUCAÇÃO
- INDUSTRIAL
- POSTO POLICIAL
- COMÉRCIAL



06

ANTEPROJETO

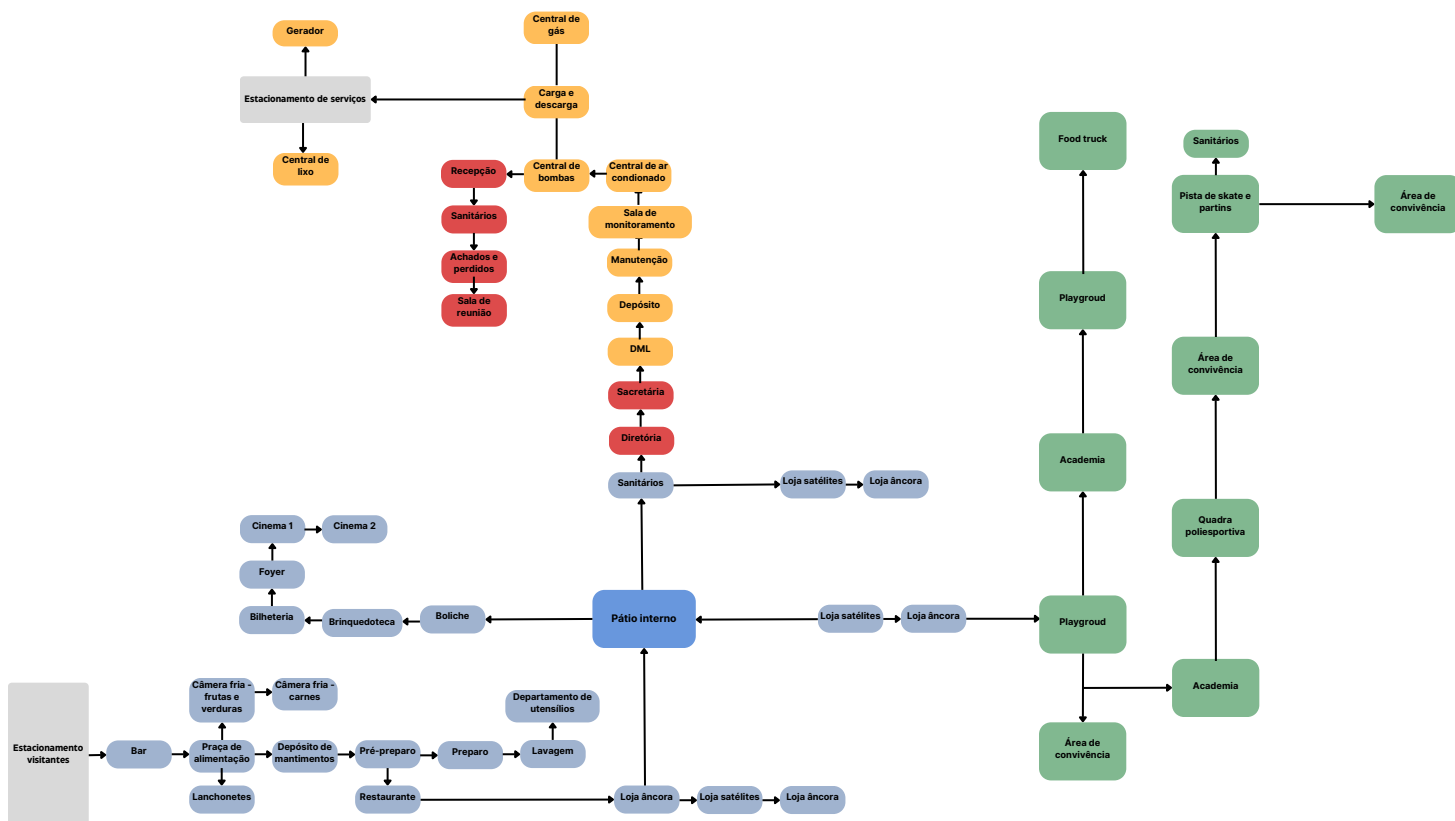
# PROGRAMA DE NECESSIDADES

	AMBIENTES	QUANTIDADES	ÁREA INDIVIDUAL (M <sup>2</sup> )	ÁREA TOTAL (M <sup>2</sup> )	
 <b>SETOR URBANO</b>	Academia ao ar livre	2	200m <sup>2</sup>	400m <sup>2</sup>	TOTAL: 70.420M <sup>2</sup>
	Playground	2	250m <sup>2</sup>	500m <sup>2</sup>	
	Food truck	1	800m <sup>2</sup>	800m <sup>2</sup>	
	Quadra poliesportiva	1	450m <sup>2</sup>	450m <sup>2</sup>	
	Quadra de areia	2	250m <sup>2</sup>	500m <sup>2</sup>	
	Pista de patins/skate	1	350m <sup>2</sup>	350m <sup>2</sup>	
	Espaço de convivência	3	300m <sup>2</sup>	900m <sup>2</sup>	
	Sanitários	3	20m <sup>2</sup>	60m <sup>2</sup>	
	Ciclovia	1	7000m <sup>2</sup>	7000m <sup>2</sup>	
	Pista de caminhada	1	3500m <sup>2</sup>	3500m <sup>2</sup>	
	Área verde	1	56000m <sup>2</sup>	56000m <sup>2</sup>	
	 <b>SETOR COMERCIAL</b>	Lojas satélites	42	35m <sup>2</sup>	
Lojas âncoras		3	230m <sup>2</sup>	690m <sup>2</sup>	
Mezânino		3	175m <sup>2</sup>	525m <sup>2</sup>	
Praças de alimentação		1	420m <sup>2</sup>	420m <sup>2</sup>	
Lanchonetes		11	35m <sup>2</sup>	350m <sup>2</sup>	
Quiosque		3	15m <sup>2</sup>	45m <sup>2</sup>	
Bar		1	250m <sup>2</sup>	250m <sup>2</sup>	
Restaurante		1	200m <sup>2</sup>	200m <sup>2</sup>	
Déposito de mantimentos		1	18m <sup>2</sup>	18m <sup>2</sup>	
Pré-preparo		1	18m <sup>2</sup>	18m <sup>2</sup>	
Preparo		1	30m <sup>2</sup>	30m <sup>2</sup>	
Lavagem		1	23m <sup>2</sup>	23m <sup>2</sup>	
Departamento de utensílios		1	9m <sup>2</sup>	9m <sup>2</sup>	
Câmera fria carnes		1	6m <sup>2</sup>	6m <sup>2</sup>	
Câmera fria verduras		1	6m <sup>2</sup>	6m <sup>2</sup>	
Cinema		2	375m <sup>2</sup>	750m <sup>2</sup>	
Bilheteria		1	150m <sup>2</sup>	150m <sup>2</sup>	
Foyer		1	200m <sup>2</sup>	200m <sup>2</sup>	
Academia		1	575m <sup>2</sup>	575m <sup>2</sup>	
Boliche		1	385m <sup>2</sup>	385m <sup>2</sup>	
Briquedoteca		1	270m <sup>2</sup>	270m <sup>2</sup>	
Sanitários		2	90m <sup>2</sup>	180m <sup>2</sup>	
Pátio interno	1	3700m <sup>2</sup>	3700m <sup>2</sup>		
 <b>SETOR SERVIÇO</b>	Monitoramento	1	25m <sup>2</sup>	25m <sup>2</sup>	TOTAL: 553 M <sup>2</sup>
	Depósito	1	25m <sup>2</sup>	25m <sup>2</sup>	
	DML	1	17m <sup>2</sup>	17m <sup>2</sup>	
	Central de gás	1	22m <sup>2</sup>	22m <sup>2</sup>	
	Gerador	1	20m <sup>2</sup>	20m <sup>2</sup>	
	Central de ar condicionado	1	25m <sup>2</sup>	25m <sup>2</sup>	
	Central de lixo	1	30m <sup>2</sup>	30m <sup>2</sup>	
	Manutenção	1	25m <sup>2</sup>	25m <sup>2</sup>	
	Substação de energia	1	2m <sup>2</sup>	2m <sup>2</sup>	
	Carga e descarga	1	200m <sup>2</sup>	200m <sup>2</sup>	
	Reservatório inf. e sup.	1	150m <sup>2</sup>	150m <sup>2</sup>	
	Central de bombas	1	12m <sup>2</sup>	12m <sup>2</sup>	
 <b>SETOR ADMINISTRAÇÃO</b>	Recepção	1	24m <sup>2</sup>	24m <sup>2</sup>	TOTAL: 150 M <sup>2</sup>
	Secretaria	1	20m <sup>2</sup>	20m <sup>2</sup>	
	Diretória	1	20m <sup>2</sup>	20m <sup>2</sup>	
	Sala de reunião	1	25m <sup>2</sup>	25m <sup>2</sup>	
	Achados e perdidos	1	15m <sup>2</sup>	15m <sup>2</sup>	
	Sanitários	2	25m <sup>2</sup>	50m <sup>2</sup>	
			<b>TOTAL:</b>	<b>81.393m<sup>2</sup></b>	

# PROGRAMA DE NECESSIDADES

O programa de necessidades foi pensando a fim de que o projeto ofereça entretenimento, comércio, e apoio necessário para o funcionamento infraestrutural do equipamento proposto. Dividido em 4 setores, sendo estes o setor comercial, social, administrativo, e de serviço. Temos como setores direcionados ao público, o setor comercial, que aborda atividades relacionadas a varejo, e o setor social, que consiste em espaços de entretenimento e sociabilidade. O setor social busca diversificar as convencionais atividades estabelecidas em um shopping trazendo diversificados atrativos.

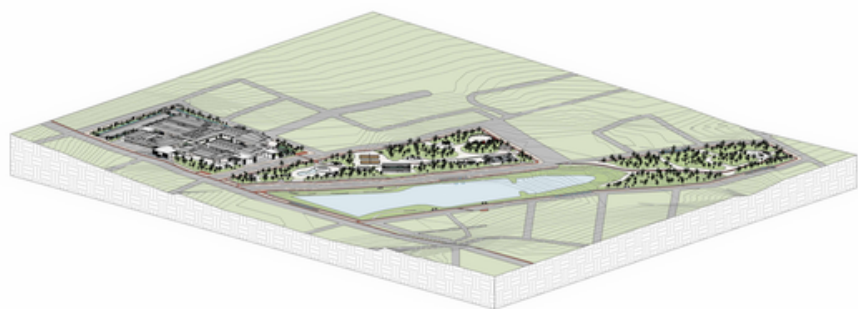
# FLUXOGRAMA





**PLANTA DE IMPLANTAÇÃO**

Na proposta para o parque linear, as áreas de convivência, playgrounds, academia, fonte, pistas e quadras foram integradas de forma a otimizar o uso do terreno. O edifício foi estrategicamente posicionado para ocupar uma parcela significativa, priorizando a valorização dos passeios e a conexão com o entorno. Corredores amplos foram projetados para criar uma sensação de amplitude e conectividade, promovendo a permeabilidade física e visual entre os espaços.



**PERSPECTIVA**

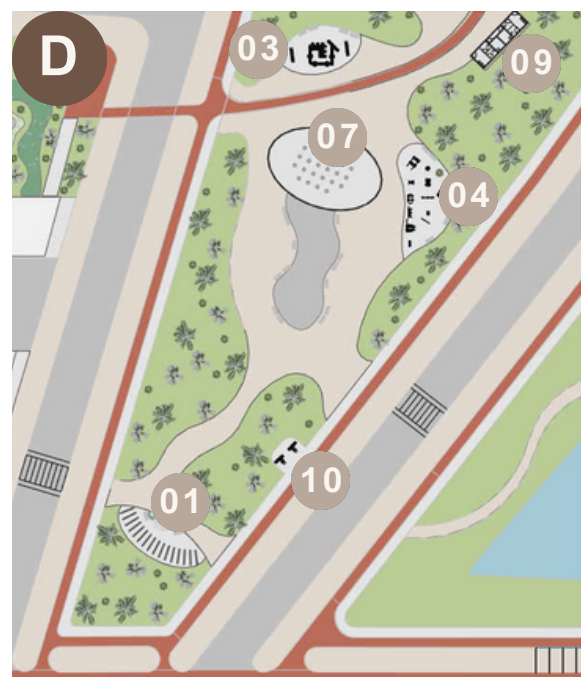
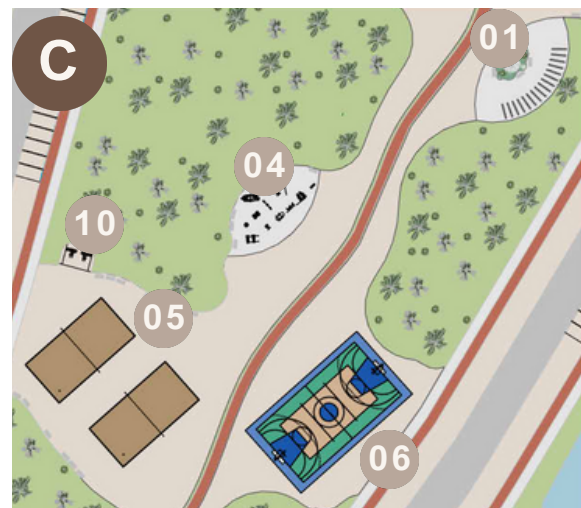


- 01 Espaço de convivência
- 02 Food truck
- 03 Playground
- 04 Academia ao ar livre
- 05 Quadra de areia
- 06 Quadra poliesportiva
- 07 Fonte seca
- 08 Pista de patins/skate
- 09 Banheiros públicos
- 10 Bicletários

- Ciclovia
- Vias
- Vegetação
- Pavimentação
- Lago Afonso Dias Fernandes Sobrinho
- Estacionamento

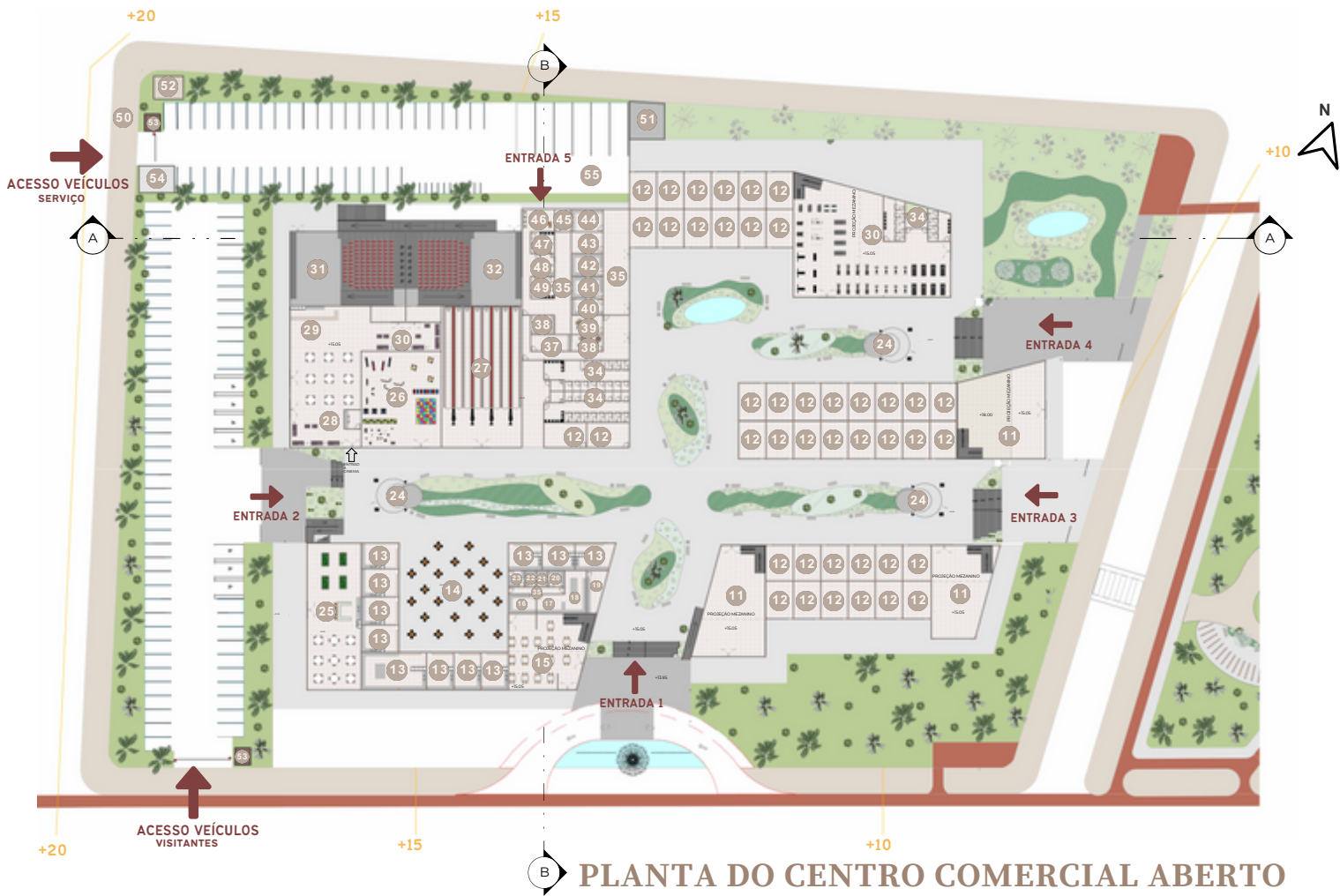
## PLANTA DO PARQUE LINEAR

# DETALHAMENTO DO PARQUE LINEAR



- 01 Espaço de convivência
- 02 Food truck
- 03 Playground
- 04 Academia ao ar livre
- 05 Quadra de areia
- 06 Quadra poliesportiva
- 07 Fonte seca
- 08 Pista de patins/skate
- 09 Banheiros públicos
- 10 Bicletários
- Ciclovía
- Vias
- Vegetação
- Pavimentação
- Lago Afonso Dias Fernandes Sobrinho
- ▤ Estacionamento

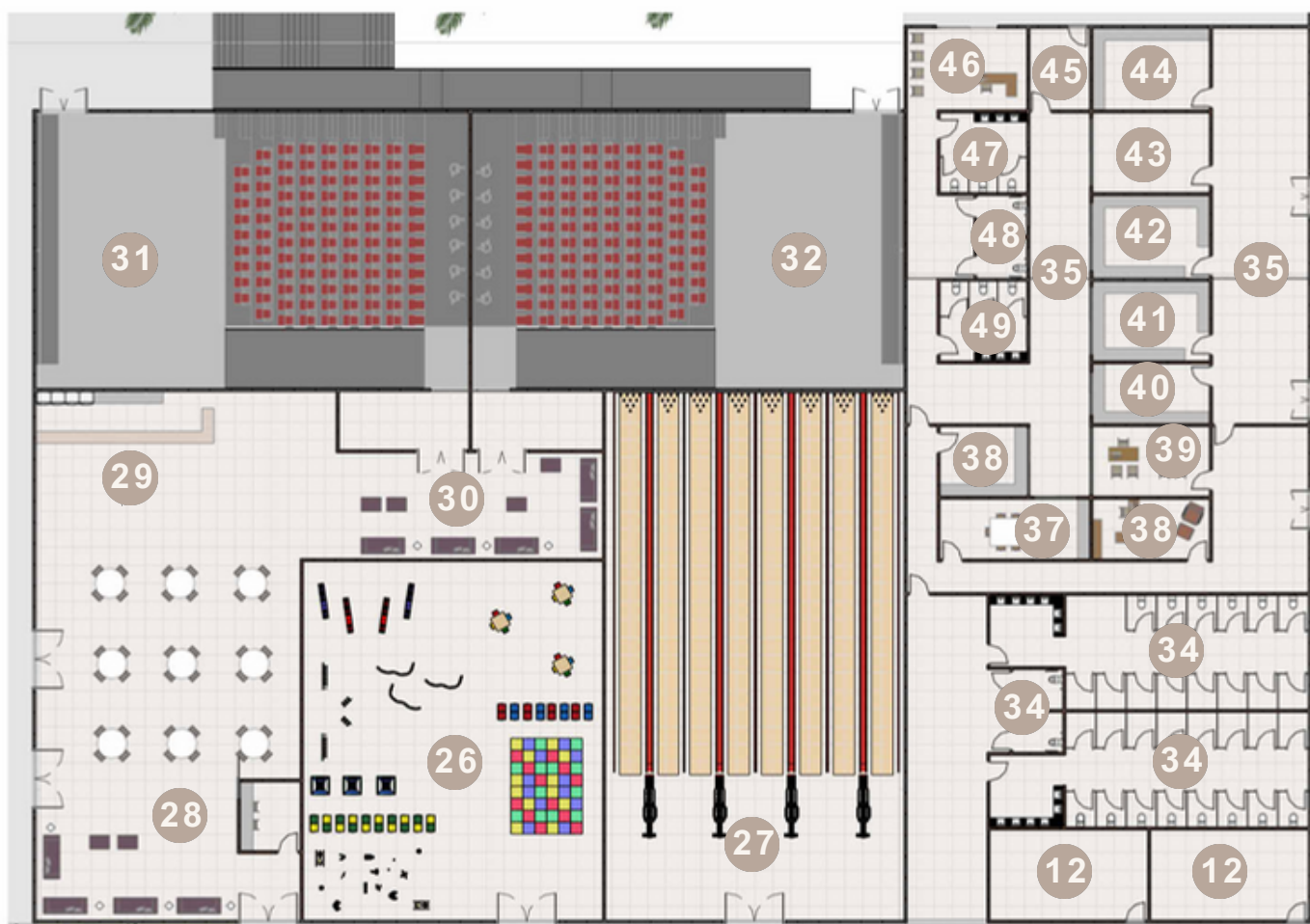




- |                            |                         |                               |
|----------------------------|-------------------------|-------------------------------|
| 11 Lojas âncoras           | 26 Briqueoteca          | 41 Depósito                   |
| 12 Lojas satélites         | 27 Boliche              | 42 Manutenção                 |
| 13 Lanchonetes             | 28 Bilheteria           | 43 Central de ar condicionado |
| 14 Praças de alimentação   | 29 Lanchonete do cinema | 44 Monitoramento              |
| 15 Restaurante             | 30 Foyer                | 45 Central de bombas          |
| 16 Depósito de mantimentos | 31 Sala de cinema 1     | 46 Recepção                   |
| 17 Pré-preparo             | 32 Sala de cinema 2     | 47 Sanitários Feminino        |
| 18 Preparo                 | 33 Academia             | 48 Sanitários PCD             |
| 19 Lavagem                 | 34 Sanitários           | 49 Sanitários Masculino       |
| 20 Câmera fria congelados  | 35 Corredor             | 50 Substação de energia       |
| 21 Câmera fria carnes      | 36 Diretoria            | 51 Central de gás             |
| 22 Câmera fria verduras    | 37 Sala de reunião      | 52 Central de lixo            |
| 23 Lixo                    | 38 Achados e perdidos   | 53 Guarita                    |
| 24 Quiosque                | 39 Secretaria           | 54 Gerador                    |
| 25 Bar                     | 40 DML                  | 55 Carga e descarga           |



- 12 Lojas satélites
- 26 Briquedoteca
- 27 Boliche
- 28 Bilheteria
- 29 Lanchonete do cinema
- 30 Foyer
- 31 Sala de cinema 1
- 32 Sala de cinema 2
- 35 Corredor
- 36 Diretória
- 37 Sala de reunião
- 38 Achados e perdidos
- 39 Secretaria
- 40 DML
- 41 Depósito
- 42 Manutenção
- 43 Central de ar condicionado
- 44 Monitoramento
- 45 Central de bombas
- 46 Recepção
- 47 Sanitários Feminino
- 48 Sanitários PCD
- 49 Sanitários Masculino



**DETALHAMENTO A**

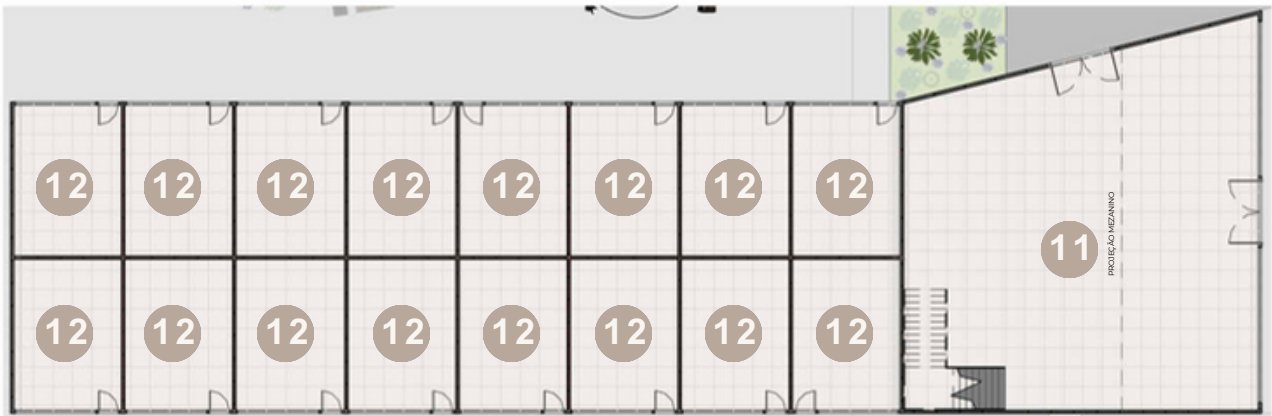


- 11 Lojas âncoras
- 12 Lojas satélites
- 13 Lanchonetes
- 14 Praças de alimentação
- 15 Restaurante
- 16 Déposito de mantimentos
- 17 Pré-preparo
- 18 Preparo
- 19 Lavagem
- 20 Câmera fria congelados
- 21 Câmera fria carnes
- 22 Câmera fria verduras
- 23 Lixo
- 24 Quiosque
- 25 Bar





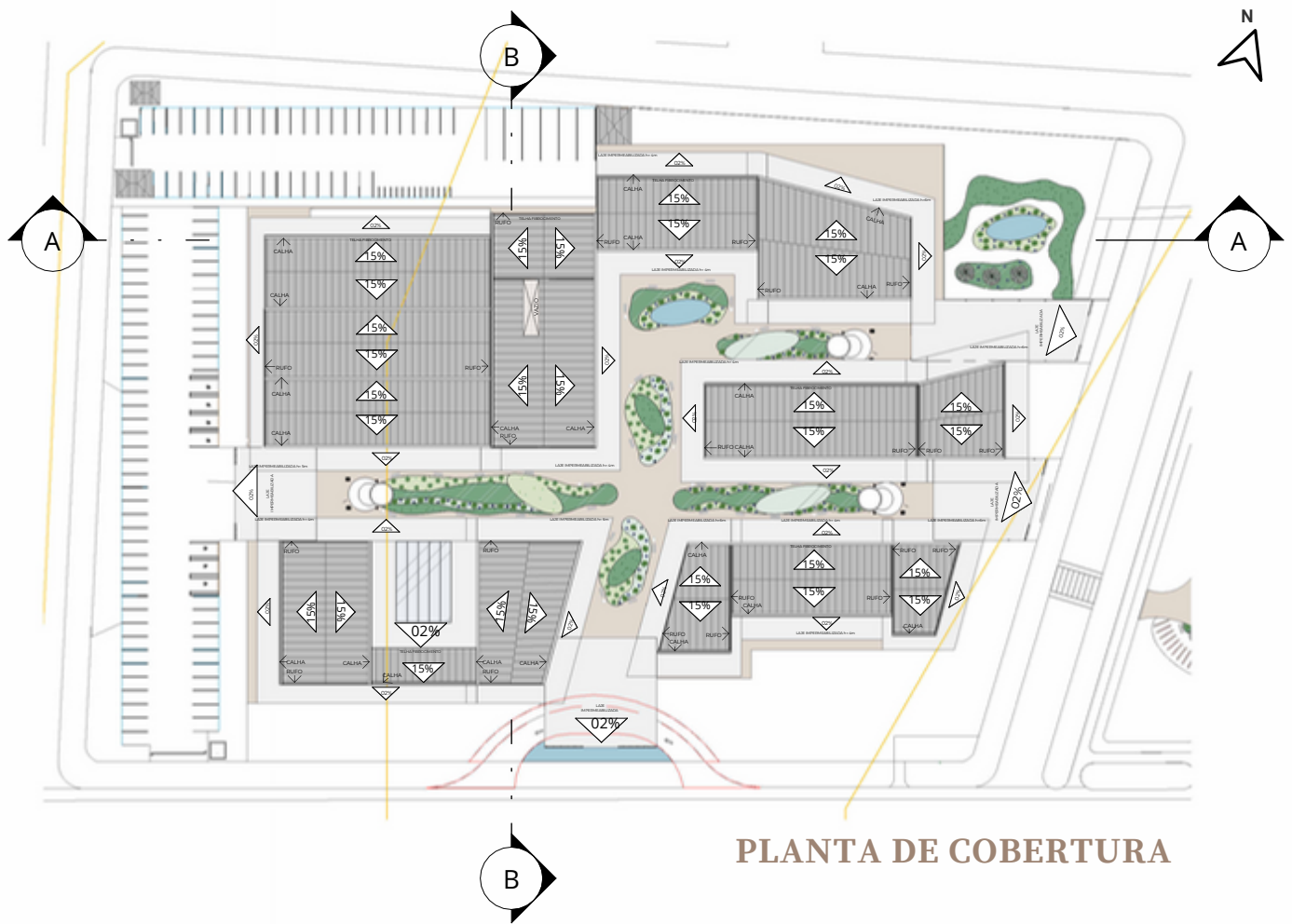
- 11 Lojas âncoras
- 12 Lojas satélites
- 30 Academia
- 34 Sanitários



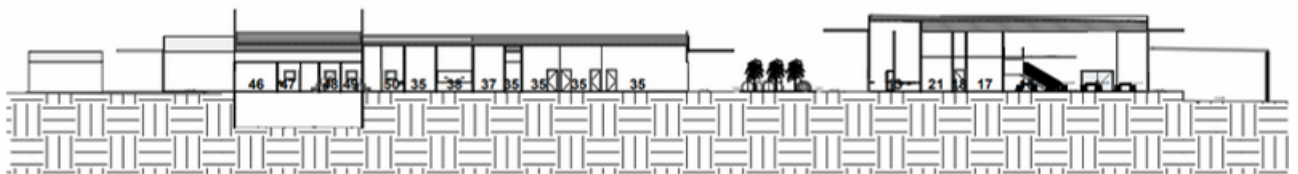
**DETALHAMENTO D**



**DETALHAMENTO E**



**CORTE AA**



**CORTE BB**



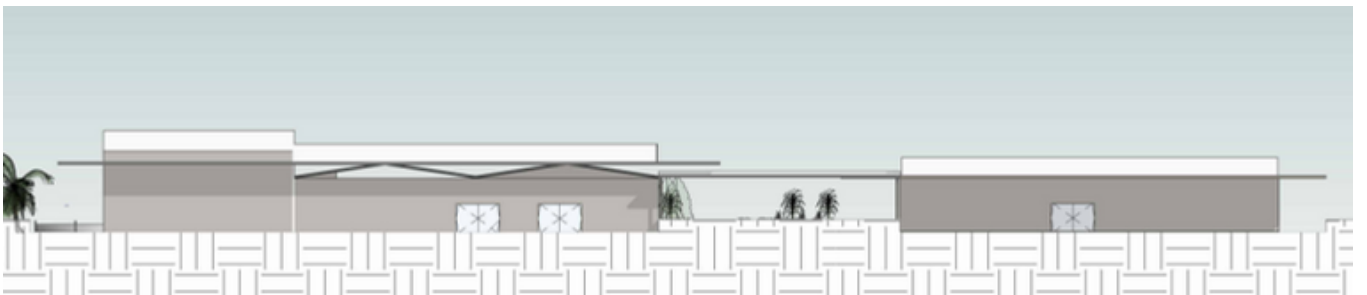
**FACHADA FRONTAL**



**FACHADA POSTERIOR**



**FACHADA LATERAL DIREITA**



**FACHADA LATERAL ESQUERDA**



**07**

**IMAGENS REALISTAS**

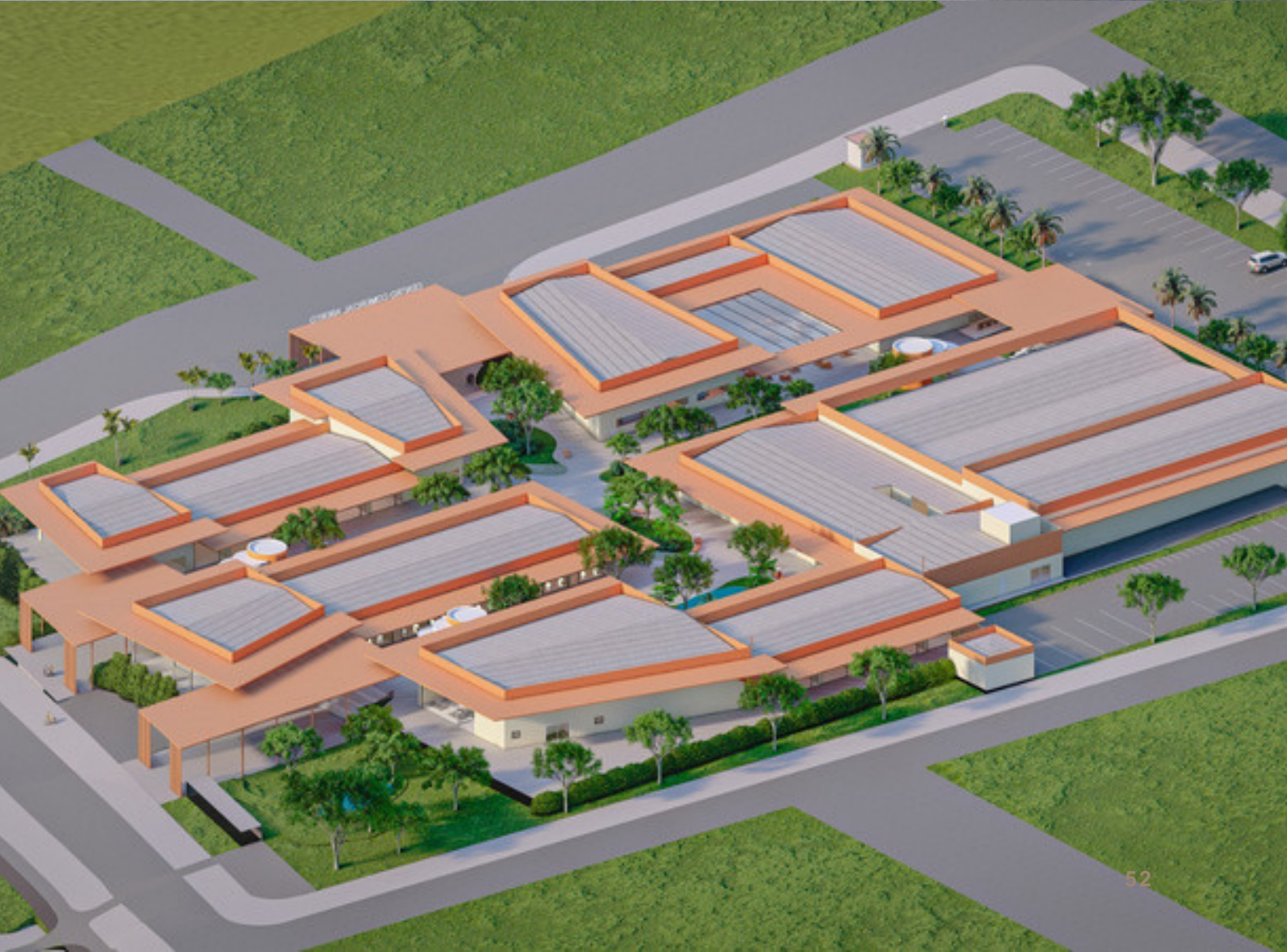














08

**REFERÊNCIAS  
BIBLIOGRÁFICAS**

- ALMEIDA, R., RAMOS, L., & JESUS, L. (2017). **Estudos sobre os espaços livres de uso público e áreas verdes da regional 02**. In Congreso de la Sociedad Ibero-americana de Gráfica Digital, XXI. Concepción.
- BATISTA, Luísa Maria Mendes. **A cidade e o consumo: o desempenho dos centros comerciais "doem-town" numa perspectiva social e urbana**.
- CULLEN, Gordon. **Paisagem Urbana**. Lisboa: Edições 70, 1996.
- DIÓGENES, Beatriz Helena Nogueira. **A atividade comercial varejista na configuração das novas áreas de centralidade: o caso da Aldeota, em Fortaleza**.
- GARREFA, Fernando. **A evolução da indústria do shopping centers no Brasil: tendências recentes**. Anais do II Colóquio Internacional sobre Comércio e Cidade: uma relação de origem, 2007.
- GARROCHO, Juliana, AMORIM, Cláudia. **Luz natural e projeto de arquitetura: estratégia para iluminação zenital em centros de compras**. Encontro Nacional de Tecnologia do Ambiente Construído 10, 2004.
- JACOBS, J. **City Views: Urban studies legend Jane Jacobs on gentrification, the New Urbanism, and her legacy**. [June 2001] USA: Reason. Entrevista concedida a Bill Steigerwald. Disponível em: <reason.com>. Acesso em: 14 ago. 2013.
- MACEDO, S. S.; SAKATA, F. G. **Parques urbanos no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2003.
- MARTINS, J. R. S. **Água em Ambientes Urbanos – Uso de Técnicas Urbanísticas Para Mitigação da Impermeabilização: Parques Lineares**. 2015. Disponível em: Acesso em 13/08/2017.
- MASCARÓ, J. L. **Infra-estrutura da Paisagem**. Porto Alegre, Rio Grande do Sul. Editora: Masquatro, 2008.
- MELO, Vanessa Jones de **O conjunto centro comercial de Londrina-PR: o edifício multifuncional, arquitetura modernista e a modernização da cidade**. Dissertação de mestrado. Universidade Estadual de Maringá, 2014.
- ROCHA, J. V. F.; MORAES, D. R. **Intervenção Urbana: a liminaridade entre arte e espaço público**. Revista Ponto de Vista, [S. l.], v. 8, n. 1, p. 109–119, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufv.br/RPV/article/view/9215>. Acesso em: 19 dez. 2023.
- ROSSI, Marco Antônio. **Acessibilidade em espaço aberto para o uso comercial: questões de ergonomia e arquitetura**. Espaço Urbano: Mobilidade, Saneamento, Arquitetura, Patrimônio, Meio Ambiente, volume 30.
- TEIXEIRA, João Ricardo de Lima. **Open mall skate, gastronomia e cultura como atrativos para o comércio**. Fundação de Ensino e Pesquisa do Sul de Minas, 2022.
- TURNER, Victor. **“Betwixt and between: o período liminar nos ritos de passagem”**. In: Floresta de símbolos. Niterói: EdUFF, 2005.

**RESOLUÇÃO n° 038/2020 – CEPE**

**ANEXO I**

**APÊNDICE ao TCC**

**Termo de autorização de publicação de produção acadêmica**

A estudante Hevelin Borges Duarte do Curso de Arquitetura e Urbanismo, matrícula 20191001600973, telefone: (64)993166759 e-mail hevelin.pba@hotmail.com, na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei n° 9.610/98 (Lei dos Direitos do Autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Parque linear e centro comercial aberto em Piracanjuba-GO, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto(PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 21 de agosto de 2023.

Assinatura do autor: Hevelin Borges Duarte

Nome completo do autor: Hevelin Borges Duarte

Assinatura do professor-orientador: Miriana de Paula Rodrigues Brito

Nome completo do professor-orientador: MIRIANA DE PAULA RODRIGUES BRITO