CAROLINE THAÍS SILVA

PROJETO DE JOALHERIA EM JI-PARANÁ

Ji-Paraná
2020

CAROLINE THAÍS SILVA

PROJETO DE JOALHERIA EM JI-PARANÁ

Artigo apresentado no curso de graduação, em Arquitetura e Urbanismo da São Lucas Educacional 2020, como requisito parcial para obtenção de título de Bacharel em Arquitetura e Urbanismo.

Orientadora. Prof. Esp. Ariadne Fernandes Alves.

Ji-Paraná
2020

S586p

Silva, Caroline Thaís

Projeto de joalheria em Ji-Paraná / Caroline Thaís Silva. Ji-Paraná: Centro Universitário São Lucas, 2020.
23 p. il.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Centro Universitário São Lucas, Curso de Arquitetura e Urbanismo, Ji-Paraná, 2020.

Orientadora: Prof.ª Esp. Ariadne Fernandes Alves Góes
1. Arquitetura Comercial. 2. Joalheria. 3. Segurança. I. Góes, Ariadne Fernandes Alves. II. Projeto de joalheria em Ji-Paraná. III. Centro Universitário São Lucas.

CDU 725.211

Ficha catalográfica elaborada pelo bibliotecário:
José Fernando S Magalhães CRB 11/1091

SÃO LUCAS
EDUCACIONAL

ATA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

ATA Nº 02/2020 - DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

No 07 dia do mês de julho de 2020, no horário das 14h:30min reuniram-se o(a) Orientador(a) professor(a) **Ariadne Fernandes Alves** e o(a) professor (a) **Maycon Del Piero da Silva** e arquiteto(a) convidado(a) **Renan dos Santos Pereira** para comporem Banca Examinadora de Trabalho de Conclusão de Curso, sob a presidência do(a) primeiro(a), para analisarem a apresentação do trabalho de **Joalheria**. Após arguições e apreciação sobre o trabalho exposto foi atribuída à menção como nota do Trabalho de Conclusão de Curso do(a) acadêmico(a): **Caroline Thais Silva.**

Caroline Thais Silva

Caroline Thais Silva

A Fernandes

Prof. Esp. Ariadne Fernandes Alves

Orientador(a)

Maycon Del Piero da Silva

Prof. Esp. Maycon Del Piero da Silva

Renan dos Santos

Renan dos Santos Pereira

Arquiteto e Urbanista

Digitalizado com CamScanner

PROJETO DE JOALHERIA EM JI-PARANÁ

Caroline Thaís Silva[1]
Ariadne Fernandes Alves[2]

RESUMO: O projeto consiste em desenvolver uma joalheria no município de Ji-Paraná RO que tem por objetivo proporcionar uma loja comercial para atender o público da classe A, visando segurança e conforto. Através de diversos estudos, pode-se notar a falta desse espaço na cidade, para o desenvolvimento do trabalho foram abordados os conceitos e históricos sobre joalherias, e lojas que atende esse ramo nos contextos internacional e nacional. A metodologia empregada foi de natureza qualitativa, com o método dedutivo e o procedimento de estudo de caso no município. Todo o projeto foi fundamentado nas legislações. Utilizou-se as análises do histórico das lojas que atendem as áreas das jóias no mundo, com opiniões de autores internacionais e nacionais, e as tipologias existentes. O terreno escolhido está localizado no perímetro urbano da cidade com localização privilegiada. O projeto se desenvolve com a acessibilidade e a sustentabilidade, trazendo um conceito inspirado na cor Marsala, o espaço irá seguir um estilo clássico com o uso de elementos contemporâneos, projetado pensando na segurança de cada indivíduo, bem como no conforto e na comodidade. O projeto será desenvolvido pensando em promover um ambiente seguro e humanizado, a joalheria presa a importância da qualidade do bom atendimento e visa segurança dos ocupantes do local.

Palavras chave: Arquitetura Comercial. Joalheria. Segurança.

Abstract: The project consists of developing of a jewelry store in the city of Ji-Paraná RO. Which aims to provide a commercial store to serve the public of class A, aiming at safety and comfort. Through several studies, it can be noted the lack of this space in the city, for the development of the work were approached the concepts and historical about jewelry, and stores that serves this branch in the international and national contexts. The methodology used was of a qualitative nature, with the deductive method and the case study procedure in the municipality. The whole project was based on the legislation. We used the analysis of the history of stores that serve the areas of jewelry in the world, with opinions of international and national authors, and existing typologies. The chosen land is located in the urban perimeter of the city and remains well located. The project is developed with accessibility and sustainability, bringing a concept inspired by the color marsala, the space will follow a classic style with the use of contemporary, design thinking about the safety of each individual, as well as comfort and convenience. The architectural party was developed with the intention of promoting a safe and humanized environment, the jewelry store emphasizes the importance of good service quality and aims at safety of the occupants of the place.

Keywords: Commercial Architecture. Jewelry. Safety.

[1] Caroline Thaís Silva graduando em Arquitetura e Urbanismo do Centro Universitário São Lucas, 2019. carolthais.s@hotmail.com.

[2] Ariadne Fernandes professora orientadora do curso de Arquitetura e Urbanismo Centro Universitário São Lucas ariadnejp@hotmail.com.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem o objetivo de apresentar o Projeto de Joalheria em Ji-Paraná RO. Tem a finalidade de alcançar resultados positivos trazendo benefícios para o município, este foi um dos poucos ramos que não sofreu com a crise nos últimos anos, além de sua viabilidade pois há uma demanda de procura pela população que em muitas vezes busca e compra peças de joalheria fora da cidade e até do estado por não haver uma loja que atenda a sua necessidade.

Desenvolvido sobre pesquisas realizadas na realidade das atuais joalherias e com base em uma fundamentação teórica estabeleceu-se preposições e estratégias para alcançar um objetivo bem definido, viabilizando o conforto e a segurança para o espaço uma vez que garante mais comodidade para o cliente na hora da compra.

Todos os estudos feitos e observados servirão de inspiração para o processo de criação do projeto, com condições fundamentais onde apresentem acessibilidade, complementando com a funcionalidade do local trazendo funcionalidade para a edificação bem como conforto e benefícios aos seus usuários.

A fundamentação teórica foi desenvolvida através de pesquisas em artigos científicos, livros, internet e revistas onde obtiveram-se os históricos sobre o início das joias e sua evolução durante os anos nos âmbitos nacionais e internacionais. Também, contando com as legislações pertinentes Municipais, Estaduais, Federais e as normas vigentes.

A metodologia relaciona-se à pesquisa para elaboração da joalheria e seus principais objetivos. Esta pesquisa tem como objetivo a valorização da segurança do cliente e do funcionário, assim chamando a atenção do público para um ambiente agradável, seguro e que ofereça peças e serviços de qualidade.

Através de análises e estudos foi desenvolvido o programa de necessidades sendo este dividido em setores. No conceito baseia-se na análise de referências arquitetônicas onde destaca-se os pontos positivos e negativos de cada obra para assim então criar o croqui da futura instalação da loja.

2 FUNDAMENTAÇÂO TEÓRICA.

2.1 HISTÓRICO.

Para Legrand (2016) a joia é um ornamento que está presente na vida humana desde as primeiras origens. Desde então, elas foram se idealizando como acessórios fundamentais da cultura da humanidade. Sua história se iniciou na idade da pedra adquirindo importância ao longo dos anos, desde então pedras preciosas têm sido parte da humanidade desde antes da história ser escrita. Naturalmente, as jóias que usavam nos velhos tempos não eram feitas como as da atualidade, os povos antigos usavam jóias feitas de penas, ossos, conchas e seixos coloridos. Esses seixos coloridos eram pedras preciosas, admiradas por sua beleza, durabilidade e transformadas em adereços.

Farfetch (2017) cita que a Tiffany sempre foi repleta de sucesso, teve sua primeira loja de joalheria aberta em 1837 em Nova York, pelo o comerciante de diamantes Charles Lewis. Logo se tornou a favorita da alta sociedade, é considerada como a maior joalheria de luxo do mundo até os dias atuais, essa é a marca que despertou o desejo das mulheres pelo diamante. Desde a sua criação e até hoje as vitrines da Tiffany são como uma galeria pública, sendo acessível para todos e despertando o interesse das pessoas.

Lima (2019) explica sobre a evolução das joias aduz que, desde o início o homem teve a necessidade de se produzir conforme poder de sedução e emblema de prestígio. Essa realidade permite nos dias atuais realizar uma viagem no tempo e refletir as particularidades utilizadas nas joias e nas mesmas maneiras apreciar as artes e ofícios de pessoa para pessoa em diversas épocas históricas. A pré-história: foi uma época com uma arte rudimentar, eram utilizados materiais pouco nobres como dentes de animais e sementes. Na medida em que os povos se conceberam em sociedades mais organizadas foram tendo possíveis crescimentos nesta matéria que por sua vez acabariam por marcar uma cultura.

Abril (2014) no ano de 1962 surgiu na Capital Paulista no Brasil a Vivara, onde era uma pequena oficina que cravava diamantes e desenvolvia peças sob

medida, logo se tornou a maior joalheria do país pois popularizou o consumo de joias no mercado brasileiro.

2.2 LEGISLAÇÃO.

2.2.1 Municipal

Para o desenvolvimento do projeto serão obedecidas as leis municipais regulamentadoras pertencentes ao município de Ji-Paraná RO.

Quadro 1: Quadro Código de Obras do município de Ji-Paraná/Rondônia (Ji-Paraná, 2003)

Art. 12	Todas as obras que estiverem sendo construídas ou reformadas deveram passar por atos administrativos em Ji-Paraná, tendo que ser aprovados e licenciados, tendo que projeto deve estar a par das exigências desse código. (Ji-Paraná, 2003). Aprovação do projeto; Licenciamento de obra.
Art. 223	Recuos mínimos e as condições das áreas. Sabendo que as salas comerciais devem ter dimensões mínimas sendo elas 2,60 de altura, 2,80 de largura dos vãos e 0,80 de acesso.

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

2.2.2 Estadual

Cada estado possui as suas legislações e normas a serem observadas nos projetos. Definindo assim as formas e medidas a serem realizadas nas intervenções em seus municípios.

Quadro 2: Quadro Corpo de Bombeiros – Lei nº 3924 - (RONDÔNIA, 2016)

Art. 1.	Compete ao Corpo de Bombeiros Militar do Estado de Rondônia - CBMRO, o estudo, a análise, o planejamento, a normatização, a exigência, a fiscalização e a execução das normas que disciplinam a segurança contra incêndio e pânico, bem como a evacuação de pessoas e de seus bens, em todo o Estado de Rondônia, na forma do disposto nesta Lei e em sua regulamentação.
Art. 20.	Se houver fiscalização, o cadastro estará ativo e atualizado, se caso as empresas precisarem de manutenção e segurança do sistema contra incêndio, sendo que deveram ser autorizadas pelo corpo de bombeiros.

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

2.2.3 Federal

Destacam-se pontos importantes sobre a Legislação Federal Lei N°4.886 de dezembro de 1965.

Quadro 3: Quadro Dispõe sobre Legislação Federal (BRASIL, 1965)

Art. 28.	Fica obrigado ao representante comercial a obrigação de fornecer e expandir seus negócios em contrato ou quando for solicitado, podendo promover seus produtos dedicando-se a representação. (BRASIL, 1965).
Art. 40.	Com a atualização da lei os clientes e representantes, devem possuir documento manuscrito, identificando as condições do local, tendo prazo de 180 dias para ser liberada após a publicação. (BRASIL, 1965)

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

2.2.4 Normas Técnicas

Além das leis federais temos as normas técnicas como a NBR que é parte das normas da ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas).

Quadro 4: Quadro NBR 9050/2015: dispõe sobre acessibilidade e edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos (ABNT, 2015).

Para os efeitos desta Norma, aplicam-se as seguintes definições no projeto:
3.1 Acessibilidade: Possibilidade e condição de alcance, percepção e entendimento para a utilização com segurança e autonomia de edificações, espaço, mobiliário, equipamento urbano e elementos. 3.2 Acessível: Espaço, edificação, mobiliário, equipamento urbano ou elemento que possa ser alcançado, acionado, utilizado e vivenciado por qualquer pessoa, inclusive aquelas com mobilidade reduzida. O termo acessível implica tanto acessibilidade física como de comunicação. 3.34 Pisos tátil: Piso caracterizado pela diferenciação de textura em relação ao piso adjacente, destinado a constituir alerta ou linha guia, perceptível por pessoas com deficiência visual 3.35 Rampas: Inclinação da superfície de piso, longitudinal ao sentido de caminhamento. Consideram-se rampas aquelas com declividade igual ou superior a 5%.

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

2.3 OPINIÕES DE AUTORES.

Oliver (2000) acredita que atualmente, as marcas de joias italianas são caracterizadas pelo uso especializado de ouro de 18 quilates ou mais, prata de lei artisticamente ligada e vidro colorido. A indústria de joias continua crescendo com mais de 10.000 empresas em todo o país empregando e treinando cerca de 40.000 pessoas nas artes do comércio. A demanda por joias de designers italianos não mostra sinais de diminuir tão cedo.

Segundo Stevenson (2018) no livro: De Art Nouveau a 3D Printing, após a Segunda Guerra Mundial, as extravagantes invenções da Van Cleef & Arpels e da Bulgari nos anos 50 compartilham espaço com os designs da vanguarda holandesa e as joias do artista dos anos 60. O livro fecha com o novo milênio com a mistura de arte e design e a introdução de novas tecnologias como impressão 3D, tecnologia wearable e novos modos de distribuição e comunicação, mostrando a evolução na produção de joias e das casas joalheiras.

Segundo Modesto (2008) o termo joia vem do latim “jocale”, que significa brinquedo. Esses acessórios acompanham o homem há mais de quarenta mil anos, onde usavam como objetos para práticas de rituais, adorno pessoal, símbolos de poder e amuletos de proteção onde se pode ver a dimensão simbólica da joia.

Segundo Gola (2008) a criação das joias e o seu uso passaram por diversas mudanças no decorrer da história. Por isso, atualmente, considera-se inovador o trabalho de criar cada peça sabendo ajustar valores de arte e individualismo aderindo as necessidades do mercado, da indústria e do comércio.

2.4 REFERENCIAL ARQUITETÔNICO.

Para a concepção dos traços iniciais do projeto, fez-se necessária pesquisas inerentes aos referenciais arquitetônicos no segmento proposto com o intuito de auxiliar na concepção do programa de necessidades e quadro de áreas.

Compiladas as informações foram dispostas e organizadas em referências nacionais e internacionais as quais seguem.

2.4.1 Internacional.

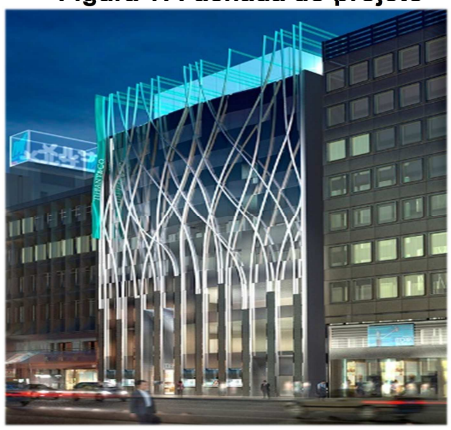
2.4.1.1 Tiffany.

Projeto do escritório Frances Carbondale Architects, localizado em Tóquio no Japão, com área de 2.000 m², foi construído em 1970, onde já abrigava instalações de uma das maiores joalherias do mundo “Tiffany” sendo no térreo e no primeiro andar (PAIVA, 2018).

A empresa resolveu então ocupar todo o prédio, então contratou o escritório Frances Carbondale Architects onde foi pensado e desenvolvido um conceito para uma nova fachada, com o objetivo de estar unificando o novo com o antigo e criando uma identidade para a marca sem modificar e interromper as atividades já utilizadas no prédio, foi projetado placas de vidro na cor azul típica da empresa onde à noite iluminado torna-se um sofisticado detalhe arquitetônico, o projeto luminotécnico foi realizado por Franck Franjou ele sugeriu para a fachada lâminas verticais iluminadas pois desperta uma misteriosa luminosidade que a essência das joias (PAIVA, 2018).

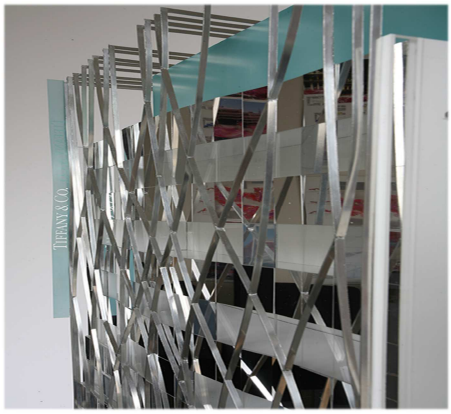
As imagens a seguir mostram a fachada da joalheria e os seus detalhes.

Figura 1: Fachada do projeto



Fonte: Arcoweb, 2018.

igura 2: Lâminas verticais



Fonte: Arcoweb, 2018.

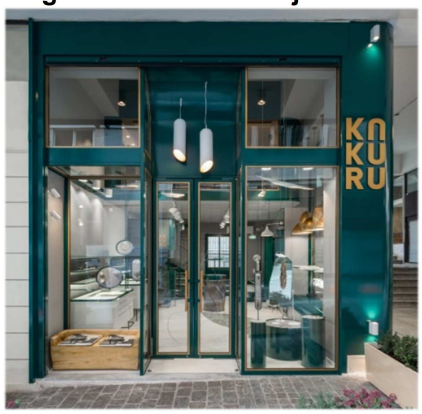
2.4.1.2 Kakuru Atenas

Projeto do escritório Frances Urban Soul Project fica localizado em Atenas na Grécia, foi utilizado o conceito na cor verde com um toque de ouro, a joalheria combina os materiais naturais com uma cor verde vibrante, Kakuru é um espaço orgânico, sem gravidade, com vitrines suspensas, elementos curvos e uma fachada de vidro interior que cria uma seção visual dentro do espaço (KAKURU, 2018).

Uma cor vívida combinada com detalhes dourados prevalece no design, o projeto teve o uso extensivo de mármore verde para as joias da loja. O Kakuru está localizado em um pequeno espaço de dois andares, cujos dois lados da janela são ocupados por displays de joias verticais e horizontais em todas as alturas possíveis. Os corredores de bronze feitos sob medida seguem as linhas orgânicas dos pingentes e cruzam o piso de tijoleira, criando uma "escultura" horizontal (KAKURU, 2018).

As imagens a seguir mostram a fachada da joalheria e o interior.

Figura 3: Fachada da joalheria



Fonte: Kakuru, 2018.

Figura 4: Interior da joalheria

Fonte: Kakuru, 2018

2.4.2. Nacional

2.4.2.1 Cristovam Joalheria

Projeto do escritório Solange Cálio, localizado no shopping Iguatemi em Rio Preto interior de São Paulo, com área de 34 m², projetado em 2014. Foi um projeto inovador da Cristovam Joalheria, teve o objetivo de criar um conceito arquitetônico com a identidade nova da joalheria (Cálio, 2014).

Segundo Cálio (2014) foi um projeto muito interessante, porque houve um processo que englobou duas coisas: partido arquitetônico e nova marca para a empresa, então, além de trabalhar o uso dos materiais foi modificada a logotipo, as cores e o conceito de vender joias,

"Tudo que pensamos para a marca foi para dentro da arquitetura", complementa."

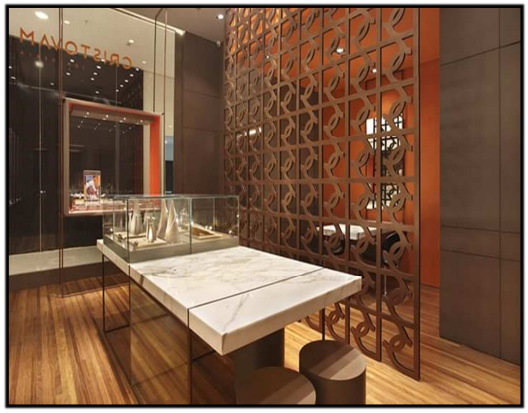
Foi utilizado composição de cores, onde destaque do projeto ficou por conta da chamativa cor laranja, que arremata a composição das paredes em conjunto com o cinza amarronzado. Segundo a arquiteta, a opção por esse tom era destacá-lo tanto na papelaria, impressão de cartões personalizados da loja, quanto na arquitetura (MATUZAKI, 2015).

As imagens a seguir mostram a fachada da joalheria e o interior.

Figura 5: Fachada da joalheria

Fonte: Galeria da Arquitetura, 2014.

Figura 6: Interior da joalheria



Fonte: Galeria da Arquitetura, 2014.

2.4.2.2 Vivara

Projeto do arquiteto Mauricio Queiroz, localizado em São Paulo no shopping Morumbi.

A vivara atualmente é a maior rede de joalherias do Brasil, e foi a grande responsável por popularizar joias no mercado do País. A Vivara do Morumbi (SP) possui um design inovador com altas tecnologias, foi pensado e criado um conceito aberto e confortável para os clientes, sendo moderno e clean para a loja. Utilizando o uso de grandes vãos e expositores no interior do ambiente onde chama a atenção do público para uma visita na loja (QUEIROZ, 2019).

As imagens a seguir mostram a fachada da joalheria e o interior.

igura 7: Fachada da joalheria

Fonte: Marcio Queiroz, 2019.

Figura 8: Interior da joalheria

Fonte: Marcio Queiroz, 2019.

3 MATERIAL E MÉTODOS.

3.1 TIPOLOGIA.

ARQUITETURA COMERCIAL

A arquitetura comercial é o campo da arquitetura que aprimora plantas em relação as áreas comerciais, como lojas, restaurantes, ou seja, todos os modelos de estabelecimentos. Quando se projeta um estabelecimento comercial tem que pensar em alguns tópicos por exemplo, qual é o público-alvo, como será a distribuição da circulação do local, uma iluminação adequada (ARQUITETUDE, 2018).

TIPOS

VESTÚARIO:

Existem vários detalhes no projeto arquitetônico com o potencial de elaborar um excelente estabelecimento de sucesso em vendas, como por

exemplo: uma boa decoração, produtos de qualidade, público alvo, circulação, disposição da mercadoria e vitrines e uma arquitetura única para a loja (ARQUITETUDE, 2016).

PRODUTOS DE BELEZA

Desenvolver projetos adequados é importante para salões de beleza, pois é necessário entender as necessidades das atividades que ali são realizadas e as tendências que cercam o mercado da beleza (SEBRAEINTELIGENCIA SETORIAL, 2014).

TIPO ESCOLHIDO

JOALHERIA:

Segundo Arquitetude (2015) a joalheria é um espaço onde funcionários e clientes precisam circular com segurança, sendo um espaço atraente e receptivo destacando a beleza das peças ajudando assim com a identidade da marca.

3.2 METODOLOGIA.

3.2.1 Pesquisa Qualitativa.

Este trabalho será conduzido pela metodologia de pesquisa qualitativa, tendo em vista que é definida como um tipo de investigação voltada para os aspectos qualitativos de uma determinada questão, isto é, que considera a parte subjetiva de um problema ou situação" (MARTINS, 2017).

Portanto, o projeto se encaixa na pesquisa qualitativa, pois terá como base as informações, opiniões e históricos referente ao projeto, dando ênfase no que for importante para a pesquisa. Tendo em vista que ele trará melhora nos serviços técnicos oferecidos.

No tema sobre joalheria, será utilizada como abordagem a pesquisa qualitativa. Que é uma proposta que visa melhorar a qualidade de vida das pessoas.

3.2.2 Método dedutivo.

Segundo Maciel (2019), método dedutivo é a forma de pensar a partir de informações essenciais para concluir um pensamento correto.

O projeto será desenvolvido com base no método dedutivo, através de pesquisas internacionais e nacionais buscarei informações para fundamentar a minha proposta.

3.2.3 Estudo de caso.

Conforme Oliveira (2019), estudo de caso é uma forma de aprofundar na pesquisa individual, servindo como resposta de questionamentos que um determinado pesquisador não possui muito controle sobre o estudo.

O projeto de Joalheria com inovações em estilos, tem como procedimentos técnicos o estudo de caso realizado no município de Ji-Paraná, tendo como principal objetivo a construção de uma Joalheria. A metodologia utilizada se deu porque o projeto será implantado em um terreno específico, em uma determinada localidade.

3.3 PROGRAMA DE NECESSIDADES / REFERENCIAL ARQUITETÔNICO.

Os projetos que envolvem temáticas de joalherias e até mesmo valores, tais como agências bancárias em sua maioria não possuem divulgação como demais projetos arquitetônicos de outros ramos. Deste modo, a concepção do programa de necessidades se dá pela juntada das informações disponibilizadas bem como a vivência prática do comércio.

A fim de compor este tópico, elaborou-se uma lista de ambientes que são de importância e encontrados nos projetos arquitetônicos semelhantes ao

proposto e que também irão compor o programa de necessidades do projeto exemplificado adiante.

Quadro 05: de ambientes comuns ao projeto

PUBLICO	AMBIENTES INTERNOS
Vitrines	Sala de vendas
Expositores	Cofre
Caixa	Administrativo
Sanitários	Copa/Cozinha
Estacionamento	Banheiros

Fonte: elaborado pela autora, 2020.

3.4 CONCEITO E PARTIDO ARQUITETÔNICO.

3.4.1 Conceito.

O planejamento de um projeto arquitetônico surge como resposta para um problema existente, assim buscando uma forma de explorar a criatividade e soluções para a realização de algo que venha contribuir com a cidade.

A busca por ideias e evoluções de novas tecnologias são constantes, a construção de algo inovador se faz necessário para o desenvolvimento da sociedade de forma econômica e sustentável.

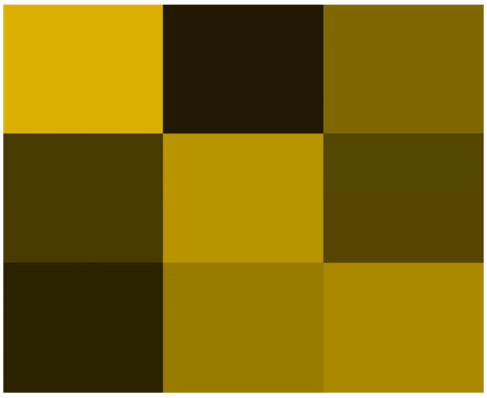
A criação de formas e espaços visa o conforto dos ocupantes do local, a identidade visual tem sua inspiração na versatilidade da cor dourada que será utilizada nos detalhes do projeto e em seu interior pois é uma cor que remete ao luxo e sofisticação. Esta cor proporciona um contraste nas peças expostas evidêncializando sua beleza e formas, pois é uma cor tendência para projetos desde 2015, onde tanto as mulheres como os homens e incentiva a criatividade, é uma cor que transmiti calor para o espaço interno, com brilho o ambiente pode transmitir glamour e luxo, sendo também uma cor marcante e elegante ideal para se utilizar na identidade própria da joalheria

Também, buscar-se-á obter uma edificação harmoniosa, funcional e esteticamente agradável no intuito de mostrar leveza e segurança dos ocupantes desse espaço mesclando ideias formatos e aplicando conceitos da arquitetura clássica com tecnologias da arquitetura contemporânea.

Figura 14: Dourado

Fonte: Google, 2020.

Figura 15: Paleta de cores Dourado



Fonte: Google, 2020.

3.4.2 Partido arquitetônico.

O projeto será uma proposta para o município de Ji-Paraná RO, visando atender o público da classe A e B+ proporcionando um ambiente interativo que traga harmonia ao espaço, oferecendo um local agradável, de confiança e segurança para seus ocupantes.

O partido arquitetônico foi pensado com base na necessidade que se apresenta no município tendo assim a criação de uma edificação com estrutura segura que será baseado em preceitos, normas e leis que visam acessibilidade, qualidade de vida e segurança.

Os ambientes propostos serão em conformidades das leis e normas vigentes estabelecidas, fazendo uso de materiais necessários que estejam respeitando o padrão de qualidade. A base da construção de todos os ambientes será executada da forma mais correta possível desde o início de suas escavações até a alvenaria de elevação.

Verificando também as necessidades de materiais adequados para construção tem se o cuidado de escolher o piso interno e externo dando prioridade a pisos ante derrapantes pois o local atenderá um público direcionado e que apresenta usuários mobilidade reduzida.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES.

4.1 PROGRAMA DE NECESSIDADES PROPOSTO.

O quadro abaixo apresenta o programa de necessidades proposto idealizado para implantação do projeto pensando em suprir as necessidades dos usuários com base nos estudos.

Quadro 6: programa de necessidades proposto

Setores	Ambientes	Quantidades	Área Mínima	Área Setor
Setor de atendimento	Recepção	1	60 M²	240 M²
	Atendimento	1	120 M²	
	Caixa	1	10 M²	
	Espaço VIP	1	50 M²	
Administrativo	Financeiro/Adm	1	70 M²	174 M²
	Sala do Cofre	1	40 M²	
	Sala de atendimento	1	64 M²	
Setor de Serviço	Copa/Cozinha	1	50 M²	540 M²
	Sanitários	1	30 M²	
	DML	1	10 M²	
	Estacionamento	1	450 M²	
Total		10	954 M²	

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

4.2 SETORIZAÇÃO.

A imagem mostra a distribuição da previa para o projeto, depois de vários estudos.

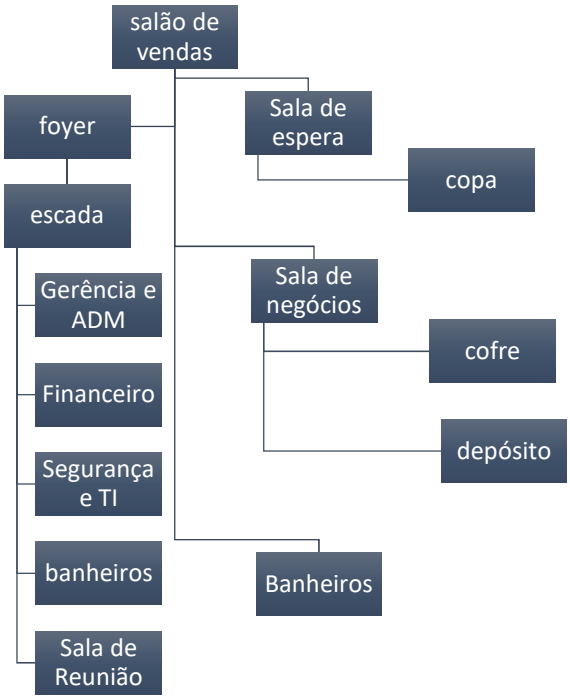
Figura 17: Setorização

Fonte: Elaborado pela autora ,2020.

4.3 FLUXOGRAMA.

A figura a seguir mostra o fluxograma criado para atender as necessidades de organização da circulação.

Figura 18: Fluxograma



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

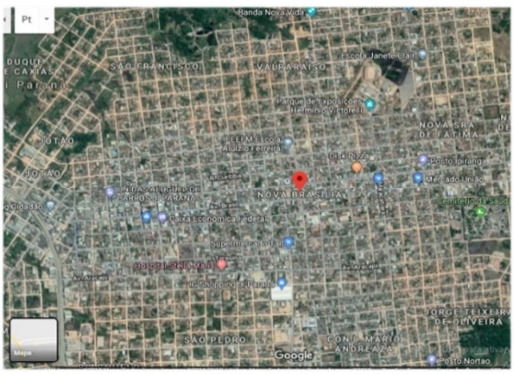
4.4 ESTUDO DE CASO DE SÍTIO.

A área foi escolhida a partir das pesquisas na cidade sobre o melhor lugar para a implantação de uma joalheria com base nisso foi decidido o espaço e todos os estudos sobre o terreno foram realizados e estão demonstrados nas imagens a seguir.

Figura 19: Mapa da Cidade de Ji-Paraná.

Fonte Google Maps,2020.

Figura 20: Mapa Bairro Nova Brasília



Fonte Google Maps,2020.

Figura 21: Local escolhido.

Fonte Google Maps, 2020.

Figura 22: Local escolhido.

Fonte Google Maps, 2020.

4.4.1 Características do terreno

Trata-se de um terreno com localização em uma via de tráfego moderado, o que propicia a implantação de uma joalheria pois ao passo que oferece visibilidade também propicia aos usuários da loja segurança, uma vez que a movimentação no local é menor do que em vias de grande movimentação. É um local de zona mista, possui residências e também imóveis comerciais. Também tem em seu entorno uma pizzaria, dois templos religiosos de grande movimentação e uma entidade de ensino mantido por umas das instituições.

É um terreno que apresenta topografia plana, livre de edificações e vegetação natural o que barateia a obra no quesito de limpeza e adequação do mesmo.

4.4.2 Índices urbanísticos.

O terreno escolhido para implantação do projeto apresenta vantagens arquitetônicas consideráveis pois não apresenta declividades além de uma localização de visibilidade e com um entorno onde há um tráfego moderado. Ademais, o traçado dos prédios de entorno não ultrapassa 2 pavimentos e em pontos esporádicos, o que propicia na concepção de um projeto com pé direito duplo e fachadas com destaque de cores, luz e sombras sendo assim um atrativo para consumidores e também investimentos imobiliários futuros.

4.4.3 Justificativa.

A escolha deste local se deu além dos pontos descritos anteriormente, pelo fator comercial.

Sua localização é de modo privilegiado e muito próximo ao centro comercial do município, a Avenida Brasil. Outro fator determinante foi a facilidade do acesso e ao mesmo tempo um local mais ‘privativo’ e exclusivo, que é o conceito da loja, levando em consideração as demais zonas comerciais da cidade, este terreno não apresenta em seu entorno imediato a concentração de outras lojas do ramo ou até mesmo de outros setores do comércio o que a torna única.

4.4.4 Acessibilidade.

Atendendo a NBR 9050/2015 serão implementadas todas as exigências da norma para atendimento dos clientes que possam apresentar mobilidade reduzida ou até mesmo PNE permanente. O projeto comtemplará elementos como:

- Piso tátil;
- Rampas;
- Elevadores;
- Estacionamento;
- Banheiros adaptados, etc.

4.4.5 Sustentabilidade

Nos conceitos de sustentabilidade serão empregados no projeto sistema de iluminação e ventilação natural, captação de água da chuva, energia solar e materiais com tecnologia que auxiliam na otimização de recursos naturais e reduzam o custo com alternativas artificiais para melhoria no conforto térmico, acústico e otimização dos materiais.

4.4.6 Materiais e tecnologias construtivas.

A estrutura trata-se de uma arquitetura com sistema estrutural em concreto armado formado por pilares e vigas que travam a edificação, outros aspectos foram adotados para viabilizar economia e redução de cargas a estrutura, como: paredes em alguns ambientes por meio de divisórias de gesso acartonado, platibanda em placas cimentícia e fachada em pele de vidro que permite menos carga sobre a estrutura aliviando assim sua fundação.

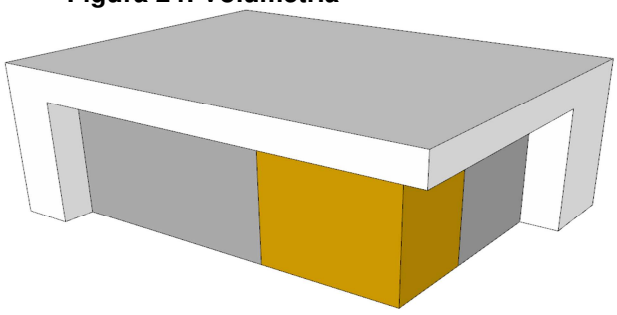
4.5 VOLUMETRIA

O conceito de volumetria da joalheria segue o princípio de utilização dos sólidos primários (quadrados e retângulos) que remetem as pedras preciosas e gemas que em grande maioria, em seu estado bruto se encontram incrustradas em rochas comuns e em estado bruto, a concepção do projeto se dá através da sobreposição dos sólidos primários que darão origem aos setores internos conforme fluxograma. A ideia central é remeter a ideia das pedras brutas encontradas na natureza que depois de um detalhado processo de lapidação são encontradas nos mais requintados locais de venda e comércio.

Figura 23: Pedra Citrino

Fonte: cristais aquarius, 2020.

Figura 24: Volumetria



Fonte: Elaborado pela autora,2020.

5 CONCLUSÃO

Através de estudos foi possível desenvolver o projeto arquitetônico de uma joalheria com segurança e conforto para atender o público da alta sociedade de Ji-Paraná, com a intenção de vir a contribuir para a gestão

econômica do município pois com os resultados das pesquisas desenvolvidas foi observado que o ramo de joias é um dos poucos que não apresentou abalos com a crise econômica dos últimos anos.

O presente trabalho onde o tema tem por finalidade promover o bem-estar do cliente, vem a agregar um espaço amplo ao local e um bom atendimento, visando assim melhorias para a sociedade no intuito de não precisar comprar peças de fora. Com o desenvolver do trabalho foi possível conhecer a história das joias obtendo informações nacionais e internacionais, bem como os seus conceitos, obras e formas; conhecendo também a realidade atual do comercio joalheiro, e através dos pontos positivos e negativos instalar uma joalheria que possa atender toda a demanda com segurança e conforto para clientes e funcionários.

REFERÊNCIAS

ABRAJOIA, Academia Brasileira de Joalheria. **História da joalheria.** Disponível em:<http://www.joalheiros.net/artigos/26-historia-da-joalheria/73-a-hist-da-joalheria.html>. Acesso em 03 set. 2019.

ABRIL, Claudia. **VIVARA Celebra 55 anos de história.** Disponível em: < https://claudia.abril.com.br/especiais/55-anos-de-vivara/> Acesso em 06 set. 2019.

CÁLIO, Solange. **Projeto Cristovam Joalheria.** Disponível em: <http://www.solangecalio.com.br/projeto-cristovam-joalheria-56.html>. Acesso em 03 set. 2019.

COBERTTA, **Glória. Design de Joias.** Disponível em: < http://www.galart.com.br/artista/gloria-corbetta/>. Acesso em 06 set. 2019.

COOKSONGOLD, **Uma história de Joias.** Disponível em: <https://www.cooksongold.com/blog/trends-and-inspiration/a-history-of-jewellery>. Acesso em 03 set.2019.

CORAL, ufsm. **Os Processos Produtivos No Design De Joias: Coleção Fundadores.** Disponível em: < http://coral.ufsm.br/design/monografiadiego.pdf> Acesso em 03 set. 2019.

FARCETCH. **A história da marca Tiffany & CO.** Disponível em: <https://farfetch.com/br/style-guide/icones-de-estilo-e-influenciadores/a-historia-da-marca-tiffany-co/>. Acesso em 03 set. 2019.

IESAMBI, Universidade Católica de Brasília. **Métodos de Pesquisas.** Disponível em <http://www.iesambi.org.br/apostila_2007/metodos_pesquisa.htm>. Acesso em 06 set. 2019.

INFOESCOLA, **Estudo de Caso.** Disponível em: < https://www.infoescola.com/sociedade/estudo-de-caso/>. Acesso em 06 set. 2019.

JI-PARANÁ. **Código De Obras; Lei 018, de 05 de dezembro de 1983, aprovada pela lei 1227, de 06 de maio de 2003.** Disponível em:< http://www.jiparana.ro.gov.br/up/arquivos/2012/atos/AO_230_c16a6194411e3451cb76576 289250 431.pdf>.Acesso em: 26 ago. 2019.

JI-PARANÁ. Plano Diretor; **Lei 2187, de 24 de agosto de 2011.** Disponível em: <http://www.jiparana.ro.gov.br/up/arquivos/2011/atos/AO_162_acb3cbddc3b6291809c5d8a 7ef4949 af.pdf> Acesso em: 28 ago. 2019.

KETHER, Joias. **Joias do mundo antigo: história da joalheria.** Disponível em: <http://www.joiaskether.com.br/joias-do-mundo-antigo/>. Acesso em 06 set. 2019.

MOTTA, Biane. **História da Joia.** Disponível em: <http://www.espmix.com.br/historia-da-joia/>. Acesso em 06 set.2019.

QUEIROZ, Mauricio. **VIVARA.** Disponível em: < http://mauricioqueiroz.com.br/tag/projeto/> Acesso em 16 out. 2019.

RODRIGUES, Elyzia. **Iluminação Natural.** Disponível em: < http://www.dicadaarquiteta.com.br/2015/02/iluminacao-natural.html> . Acesso em 16 out. 2019.

SANTOS, Fernanda**. Estudo De Caso Como Ferramenta Metodológica.** Disponível em: <http://revistas.cesgranrio.org.br/index.php/metaavaliacao/article/view/132>. Acesso 06 set. 2019.

TIFFANY. **As vitrines mágicas da Tiffany.** Disponível em: < https://www.tiffany.com.br/world-of-tiffany/windows-of-tiffany/>. Acesso em 03 set. 2019.

USP, Gr. **KAKURU ATENAS.** Disponível em: < http://www.usp.gr/portfolio/kakuru/>. Acesso em 03 set. 2019.

APÊNDICE A - VIABILIZAÇÃO DE PROJETO DE PESQUISA-VPP

CENTRO UNIVERSITÁRIO SÃO LUCAS DE JI-PARANÁ – CUSL/JI-PARANÁ

CURSO DE ARQUITETURA E URBANISMO

ATELIER I E TCC I – PROJETO DE PESQUISA

APÊNDICE A - VIABILIZAÇÃO DE PROJETO DE PESQUISA-VPP

1.TEMA

O comércio de joias como fomento para o desenvolvimento econômico do município.

2.OBJETIVOS

2.1.Problematização

Quais elementos arquitetônicos podem ser aplicados na concepção de um projeto arquitetônico para uma joalheria de alto nível no município de Ji-Paraná?

2.2.Delimitação

Projeto para uma joalheria estilo clássico, no segundo distrito do município de Ji-Paraná.

2.3.Objetivo Geral

Buscar elementos e formas arquitetônicas viáveis para concepção e execução do projeto.

2.4.Objetivos Específicos

1. Inovação no comércio de local com a temática de joalherias;
2. Criação de ambiente comercial com enfoque em joias de alto padrão;
3. Propor a elaboração de um projeto funcional, dinâmico com os princípios de segurança necessários inerentes a temática;
4. Implementar no projeto áreas funcionais que além do comércio possibilite o uso de forma a oferecer além da venda ambientes de uso aos clientes;
5. Utilizar elementos arquitetônicos na concepção do ambiente sempre priorizando o destaque nos produtos expostos.

3. JUSTIFICATIVA

Nos últimos anos o comércio de joias tem apresentando um crescimento considerável a nível nacional e também mundial, pesquisas apontam que é cada vez maior o número de adeptos utensílios de joalheria e a estimativa de venda desses produtos ultrapassam a casa dos US$ 200 milhões (Exame, 2019).

Nesse contexto, e também por ser uma realidade da autora deste trabalho, surge o interesse no desenvolvimento de um projeto arquitetônico que viabilize e traga evidência a esse ramo de comércio em ascensão. Quando se fala em artigos de beleza o luxo e a exclusividade tornam-se pontos centrais para o estudo e levantamentos de referenciais para elaboração.

Atrelado a esse conceito, a automação e segurança também são extremamente importantes a este projeto uma vez que se tratam de produtos com alto valor agregado. Atualmente, o cliente busca um local que seja completo no que procura, a exemplo de joalherias de renome nacional propõe-se um estudo de levantamento para adequar os conceitos nacionais e até mesmo internacionais ao projeto proposto no município de Ji-Paraná.

É notório também que utensílios e acessórios de beleza também passaram a fazer parte do vestuário masculino desta forma, o ambiente proposto também comtemplara o universo masculino de modo que ambos os públicos (masculino e feminino) possam usufruir de um ambiente que lhe atendam as expectativas e gere valor agregado a proprietários e consequentemente auxiliando no desenvolvimento econômico local.

4.TEORIA DE BASE

4.1. Histórico e Evolução:

4.1.1. Internacional

A joia é um ornamento que está presente na vida humana desde as primeiras origens. Desde então, as joias foram se idealizando como acessórios fundamentais da cultura da humanidade, a história das joias se iniciou na idade da pedra adquirindo sua importância ao longo dos anos (Legrand, 2019).

Segundo Legrand (2019) pedras preciosas têm sido parte da humanidade desde antes da história ser escrita.Tudo começou quando o tempo começou e o homem caminhou pela Terra. Naturalmente, as jóias que usavam nos velhos tempos não eram feitas como fazemos hoje, os povos antigos usavam jóias feitas de penas, ossos, conchas e seixos coloridos. Esses seixos coloridos eram pedras preciosas, admiradas por sua beleza e durabilidade e transformadas em adereços.

De acordo com DeMarco (2019), o primeiro joalheiro de luxo foi Mellerio, cuja lista de clientes ao longo dos séculos inclui quase toda a realeza européia, está agora em sua 14ª geração de propriedade familiar e operação contínua. É considerado o joalheiro mais antigo do mundo e a mais antiga empresa familiar da Europa, além de outras reivindicações de longevidade. Foi criado por causa de um ato de realeza. Especificamente, Marie de 'Medici, Rainha da França, concedeu privilégios especiais à família Mellerio por decreto real, que permitia à empresa familiar negociar em grande parte da Europa. Royalty correu através das veias do joalheiro desde então.

A empresa da familia de Mellerio começou a operar em Versalhes em 1777, e atraiu o patrocínio de sua cliente mais famosa, Maria Antonieta. Em 1796, a empresa mudou-se para a Rue Vivienne, em Versalhes, mantendo o patrocínio da imperatriz Josefina. A firma da família então se mudou para Paris e acabou se estabelecendo na 9 rue de la Paix. A empresa abriu uma segunda loja em Madri em 1850 para atender a família real espanhola, incluindo a rainha Isabella II. Tem um relacionamento muito próximo com a corte real holandesa, também opera no Luxemburgo e no Japão (PEDROSA, 2013).

O primeiro achado de jóias foi datado em torno de 25.000 anos atrás. Este simples colar feito de ossos de peixe foi encontrado em uma caverna em Mônaco. Talvez uma princesa a usasse como um troféu que seu marido lhe deu por ter um menino. Um senso de identidade e auto-estima não é um babado, então pertencer reflete uma necessidade também. Os primeiros adornos foram derivados da caça; dentes, garras, chifres e ossos. Destes mitos evolui joias feitas em símbolos pensados para dar ao usuário controle sobre a fertilidade, riqueza e amor (Legrand, 2019).

Em estudo sobre as joias, Cooksongold (2017) retrata que nos primeiros anos (1100-1400) as joias sempre estiveram na vanguarda da simbolização do status e da riqueza das pessoas. Classificação social e hierarquia podem ser definidas por uma única jóia em uma pulseira simples, e isso não foi diferente para a joalheria moderna. Os homens usavam jóias para simbolizar proeminentemente riqueza e poder - os anéis eram usados especialmente para retratar isso, assim como os broches ligados às roupas, significando habilmente sua riqueza e status. Isso encorajou o uso de esmaltagem de joias para adicionar cor aos seus designs, adicionando outra maneira de separar classe e hierarquia.

Douton (2018) afirma que, nos últimos 40 anos a joalheria sofreu grandes mudanças nas técnicas, forma e função. Muitos movimentos e inovações ocorreram, mas o que ficou preso é o da individualidade e personalização. Agora é moda misturar metais, usar diferentes estilos de joalheria através dos tempos, colar sete colares e voltar a usar essas peças antigas para proteção, espiritualidade e significado simbólico - mas sempre como uma forma de adorno.

4.1.2 Nacional

Lima (2019) entende que, antes de contar sobre a história das joias, é importante ressaltar que esses acessórios se faziam presentes nos tempos mais remotos. Eram produzidos manualmente pelos povos antigos, que utilizavam como recursos o que havia na época como madeiras, conchas, pérolas, dentes de animais. A partir de então essas peças eram utilizadas para diferentes utilidades.

No Brasil muitos talentos são encontrados, e sempre se revelou com preciosidades que só a natureza poderia gerar. A mais nova descoberta, exposta em um encantador editorial de 2012, foi a turmalina paraíba. Marcada hoje como a pedra mais rara

do mundo, sendo encontrada somente em cinco minas no planeta três delas no Nordeste. A sua formação química incomum faz com que ela transmita luz, um encanto capaz de despertar a ambição de homens e mulheres (BARROS, 2014).

Lima (2019) explica sobre a evolução das joias aduz que, desde o início o homem teve a necessidade de se produzir conforme poder de sedução e emblema de prestígio. Essa realidade permite nos dias atuais realizar uma viagem no tempo e refletir as particularidades utilizadas nas joias e nas mesmas maneiras apreciar as artes e ofícios de pessoa para pessoa, em diversas épocas históricas. A pré-história: foi uma época com uma arte rudimentar, era utilizado materiais pouco nobres, como dentes de animais e sementes. Na medida em que os povos se conceberam em sociedades mais organizadas foram tendo possíveis crescimentos nesta matéria, que por sua vez acabariam por marcar uma cultura.

Existe uma diferença sobre a evolução histórica das joalherias com as joias de hoje como o inimigo mora nos detalhes. Nada é como um brinco, um anel ou um colar que disposto em um local estratégico, pode ser um convite à tentação. Nos últimos 50 anos, foi retratado um grande empenho de artistas, designers e ourives para criar, mais do que meros acessórios de ostentação, joias de brilho próprio sem que isso, naturalmente, dependesse da qualidade da pedra (BARROS, 2014).

Barros (2014) expressa que atrás do encanto de cada peça, sempre existe uma história ou duas, e em julho de 1999, houve uma tristeza ocorrida pela guerra do Kosovo, sensibilizando a designer de joias Lygia Durand, que sempre evitava o sentimentalismo dos corações em suas peças, decidiu esculpir o Sagrado Coração de Jesus, imaginando qual seria a reação de Cristo ao ver imenso sofrimento na virada do segundo milênio.

4.2. Opiniões de Autores

4.2.1. Internacional

De acordo com Mountsthe (2014) uma peça de joalheria é muito mais do que apenas uma escolha elegante de adorno. O que muitos consumidores comuns podem não reconhecer é que o design de joias italianas é rico em diversas histórias culturais e séculos de admiração artística. Uma mistura de influências culturais estabelecidas no próspero Império Romano formara um povo que, ainda hoje, valoriza fortemente a criatividade e a

paixão. Juntamente com a alta demanda pelo luxo de seu ofício, esses primeiros ourives construíram o principal catalisador para os padrões impecáveis e variedade de designers de joias italianas hoje.

Oliver (2000) acredita que atualmente, as marcas de joias italianas são caracterizadas pelo uso especializado de ouro de 18 quilates ou mais, prata de lei artisticamente ligada e vidro colorido. A indústria de joias continua crescendo, com mais de 10.000 empresas em todo o país empregando e treinando cerca de 40.000 pessoas nas artes do comércio. Com a distinta cor amarela do ouro italiano e a reputação historicamente estimada do país como o centro das melhores peças da Europa, a demanda por joias de designers italianos não mostra sinais de diminuir tão cedo.

Segundo Cappellieri (2018) após a Segunda Guerra Mundial, as extravagantes invenções da Van Cleef & Arpels e da Bulgari nos anos 50 compartilham espaço com os designs da vanguarda holandesa e as jóias do artista dos anos 60. O livro fecha com o novo milênio, com a mistura de arte e design e a introdução de novas tecnologias como impressão 3D, tecnologia wearable e novos modos de distribuição e comunicação, mostrando a evolução na produção de joias e das casas joalheiras.

4.2.2 Nacional

Segundo Modesto (2008) o termo joia vem do latim "*jocale*", que significa brinquedo. Esses acessórios acompanham o homem há mais de quarenta mil anos, onde usavam como objetos para práticas de ritual, adorno pessoal, símbolos de poder e amuletos de proteção. Havendo uma dimensão simbólica da joia.

> "Antes de usá-las como peças de adorno, os homens atribuíam aspectos místicos as pedras, ao ouro e a prata. Mesmo com a revisão desses conceitos primitivos, permaneceu a simbologia desses materiais ao serem referenciais quanto à condição dominante do Estado e dos integrantes da classe nobre, através de coroas, brasões e moedas cunhadas" (CORBETTA, 2007, p. 13).

"O homem primitivo escolhia com cuidado o período para produzir peças de adorno, pois elas tinham como objetivo servir de amuletos de poderes mágicos e protetores" (VAZ, 2006, p. 22).

Löbach ressalta que:

> “Na antiga sociedade de classes se distinguiam os produtos do estrato superior por um elevado luxo estético, que, naquela época, se traduzia em ornamentos. Hoje se consegue a impressão do incomum com um emprego de materiais valiosos ou com o uso de novos elementos estéticos” (LÖBACH, 2001, p. 98).

As joias são utilizadas muitas vezes para marcar importantes momentos da vida das pessoas, muitas das vezes passam de geração a geração, com significados e valores subjetivos de afeto e carinho, estilo pessoal e estima (Straliotto, 2009).

Segundo Gola (2008), a criação das joias e o seu uso passaram por diversas mudanças no decorrer da história. Por isso, nos dias atuais, considera-se inovador o trabalho de criar cada peça sabendo ajustar valores de arte e individualismo aderindo as necessidades do mercado, da indústria e do comércio.

Assim, podemos compreender a importância que existe entre a relação das joias com o homem, suas relações de significados vão além de um entendimento de um simples adereço.

4.3. Legislação

4.3.1. Legislação Municipal

4.3.1.1. Código De Obras (Ji-Paraná, 2003)

Garantido pela lei 1227de 06 de maio de 2003

Art.1º. fica à disposição o código que possui objetivo em estabelecer os parâmetros nas edificações da cidade.

Art. 12. Todas as obras que estiverem sendo construídas ou reformadas deveram passar por atos administrativos em Ji-Paraná, tendo que ser aprovados e licenciados, tendo que projeto deve estar a par das exigências desse código. (Ji-Paraná, 2003).

Aprovação do projeto;

Licenciamento de obra.

Art. 18. Habite-se é obrigatório para todas as obras, exigida pela prefeitura para que seja arquivada,

Art. 87. São conhecidos por salas e lojas o que estiver relacionado a comércio ou similar.

Art. 88. Todas as edificações consideradas comerciais ou com atividades profissionais deveram ter coberturas. (JI-PARANÁ, 2003).

Art.131. Deverá seguir as normas da ABNT, as partes de estrutura das edificações.

Art.132. Para dar início a obra é necessário os materiais e equipamentos, o deslocamento dos mesmos deve ser feito apenas no local permitido.

Art. 140. As coberturas deveram ter materiais com perfeita impermeabilização e isolamento térmico. (JI-PARANÁ, 2003).

Art. 158. Para circulação as dimensões mínimas deveram deixar os espaços livres em que são obrigatórios, estabelecida para trânsito de pessoas. (JI-PARANÁ, 2003).

Art.223. Recuos mínimos e as condições das áreas. Sabendo que as salas comerciais devem ter dimensões mínimas sendo elas 2,60 de altura, 2,80 de largura dos vãos e 0,80 de acesso.

Art. 224. Deveram obedecer às dimensões mínimas, comércios que não estiverem de acordo com as normas, sendo banheiros com 3,00m²; com pé direito de 2,40; vãos de aceso com 0,80m; e dimensão mínima de 1,60m. (JI-PARANÁ, 2003).

4.3.2. Plano Diretor (Ji-Paraná/Ro)

Garantida pela lei 2187 de 24 de agosto de 2011.

Art.1º. Este faz vigorar a lei de desenvolvimento e planejamento urbano da cidade de Ji-Paraná.

Art. 17. Fazem parte da política de habitação da cidade;

II- Aproveitamento do espaço para a construção, com base, na economia e na paisagem urbana, não ocorrendo eficácia no município.

Art. 37. As edificações comerciais deveram ter a produção e extração mercadoria, igual ao habitacional. (JI-PARANÁ, 2011).

Art. 39. A implantação de projetos públicos ou privados, devem respeitar as leis e urbanização, conforme a lei e a legislação do uso de sole e sua ocupação.

Art. 142. O terreno escolhido deve ter medidas iguais as exigidas para execução do projeto, estabelecido pelo plano diretor da cidade.

Art. 143. O terreno não pode ter tamanho menor do que o recomendado pelo plano diretor da cidade.

4.3.3. Código De Postura (Ji-Paraná/Ro)

Vigorada pela lei 1226 de 06 de maio de 2003.

Art. 1º. Se trata da disposição da utilização de espaços públicos, poluição, higiene entre outros.

Art.14. Só serão permitidos comércios em lugares públicos com a autorização da prefeitura.

Art.15. é fundamental a autorização de funcionamento quando se trata de comércios fixos, tendo que se adequar as formas adequadas do município.

Art.32. Comércios, iguais condomínios, tem de seguir o código de obras da cidade, tendo de dar acessibilidade viável as lixeiras do local.

Art. 39. A responsabilidade de limpeza dos estabelecimentos é de dever dos comércios, como a higienização dos sanitários para clientes e funcionários, assim como ventilação no local e iluminação.

Art. 40. A limpeza, manutenção e higiene do comercio ou empresa são de responsabilidade do proprietário independentemente. (JI-PARANÁ, 2003).

Art. 42. É preciso que a prefeitura libere o funcionamento dos serviços tendo em vista o requerimento dos proprietários, tendo que pagar pelo estabelecimento. (JI-PARANÁ, 2003).

4.3.4. Legislação Estadual

Se trata da Emenda constitucional Nº 124/2017

Art.1. Este faz com que seja valorizado a constituição federal e seus princípios, exercidos por representantes eleitos ou diretamente.

Art.25. O estado pode designar planos mais econômicos e sociais na questão administrativa. Pois a região possui termos de desigualdade na região.

Art. 131. Estão previstos os impostos nesta constituição para o município.

4.3.4.1. Legislação Estadual – Corpo De Bombeiro

Lei nº 3.924, de 17 de outubro de 2016

Art. 1º. Deve conter no projeto a aprovação, sobre segurança contra pânico e incêndio do estado.

Art. 4º. São obrigatórios os documentos do CBMRO para regularização de alvarás, licenciamentos, habite-se, tendo em vista a proteção contra incêndio e pânico.

Art. 6º. Consta a prevenção contra incêndio e pânico exigidas no regulamento e nas IT's para edificações e áreas de risco.

Art. 7º. Se intende por sistema de segurança contra incêndio de diversas maneiras.

A) Atender profissionais que possuam áreas construídas que estejam com cadastros atualizados, fazendo assim vistorias entre outras atividades de proteção contra incêndio.

B) Manter a regularização de medidas de segurança contra incêndio;

C) Planejar ações sobre possíveis casos contra incêndio e pânico;

D) Fazer a análise do projeto contra incêndio e pânico;

E) Realizar trabalhos de vistorias em edificações que ofereçam risco em sua área. (RONDÔNIA, 2016).

Art. 8º. Deve-se tomar as providencias devidas do local contra Pânico e incêndio, sendo que isso deverá conter no projeto de qualquer tipo de construção. (RONDÔNIA, 2016).

Art. 13. Se constar irregularidades ao se fazer vistoria no imóvel, será aplicável multa ao proprietário, será constatado o problema e deveram dar um prazo para regulamentação. (RONDÔNIA, 2016).

Art. 20. Se houver fiscalização, o cadastro estará ativo e atualizado, se caso as empresas precisarem de manutenção e segurança do sistema contra incêndio, sendo que deveram ser autorizadas pelo corpo de bombeiros. (RONDÔNIA, 2016).

Art. 30. É necessário que os microempreendedores individuais retirem uma licença anual para regularização das edificações. (RONDÔNIA, 2016).

Art. 31. As microempresas poderão realizar os licenciamentos através de certificado online. (RONDÔNIA, 2016).

Art. 37. Empresas em área de risco e que estiverem irregulares, respondera por qualquer prejuízo causado. (RONDÔNIA, 2016).

Art. 60. Edificação em área de risco deveram regularizar as medidas de segurança contra pânico e incêndio, tendo que obedecer às exigências especificas. (RONDÔNIA, 2016).

4.3.5. Legislação Federal

Legislação Federal (BRASIL, 1965)

Lei 4.886 de dezembro de 1965.

Art. 1º. Pessoas autônomas no comercio como pessoa física ou jurídica, é necessário possuir bom relacionamento com clientes para ter seu próprio negócio.

Art. 5º. Comerciantes que receberem por seus trabalhos ou produtos, devem estar legalmente registrados.

Art.16. Devido as contribuições feitas, os comércios e pessoas físicas que estão registradas possuem renda devido a estes fatores.

Art. 19. Os representantes dos comércios não devem ter compromisso com a profissão quando:

Quando prejudicar, os interesses ou cuidados de quem confiam;

Facilitar o exercício quando não puderem exerce-la

Violação do sigilo profissional

Negar recibos de quaisquer quantias ou documentos em relação a prestação de contas, para qualquer fim;

Recusar-se a apresentar carteira profissional, se caso solicitada por quem devido. (BRASIL, 1965).

Art.20. Esta lei faz com que seja possível observar que o conselho federal dos representantes comerciais, quando necessário será aplicado multa ou pena.

Art.22. Será necessário carteira profissional para produção e divulgação de propaganda.

Art. 27. Obrigatoriamente os contratos de comércios devem constar os interesses dos representantes:

1º o contrato dentro do prazo e indenização entregue mensalmente até a rescisão, multiplicada pela metade dos meses que constar do prazo.

2º caso mude o contrato seja qual for o motivo, o contrato passa a ter prazo indeterminado;

3º terá seis meses para atualização do contrato com a determinação de prazos. (BRASIL, 1965).

Art. 28. Fica obrigado ao representante comercial a obrigação de fornecer e expandir seus negócios em contrato ou quando for solicitado, podendo promover seus produtos dedicando-se a representação. (BRASIL, 1965).

Art. 36. A rescisão de representação de serviços comerciais possui motivos, sendo eles:

a) redução de domínio das atividades do representante quando entrar em desacordo contrato;

b) a quebra indireta ou direta de exclusividade, se estiver prevista em contrato;

c) determinação abusiva de preços, que impossibilite ação regular;

d) não pagar as retribuições nas datas devidas;

e) força maior.

Art. 38. Não serão prejudicados os comerciantes que tiverem com título de cooperação temporariamente com o cliente, possuindo contrato de representação. (BRASIL, 1965)

Art. 40. Com a atualização da lei os clientes e representantes, devem possuir documento manuscrito, identificando as condições do local, tendo prazo de 180 dias para ser liberada após a publicação. (BRASIL, 1965)

Art. 44. Em casos de falência, as comissões vencidas e representações, viraram créditos para a trabalhista. (BRASIL, 1965)

Art. 45. Não terá motivos os comércios que sem motivo cancelar contrato comercial o impedindo de representar comercialmente, quando estiver em auxílio-doença feito pela previdência. (BRASIL, 1965)

Art. 47. Os comércios devem fiscalizar a lei do Conselho Federal.

Parágrafo único. Cabe a intervenção do Conselho Federal por inobediência das prescrições legais, tendo a decisão feita pela Diretoria, o assegurando de direito de defesa. Cessará a intervenção no caso do cumprimento da lei. (BRASIL, 1965)

4.3.6. Normas Técnicas

NBR 9050/2015

Conforme as normativas, rampas devem possuir 5% de inclinação, sendo máximo de 8,33%. Obedecendo os limites exigidos pela norma. (ABNT, 2015)

Quadro 1: Normativas (NBR 9050, 2015):

Espaço do usuário entre parede e porta	0,30 cm
Espaço oposto do usuário entre parede e porta	0,60 cm
Espaço em círculo para deslocamento	1,50 m
Deslocamento lateral	0,60 cm

Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Mobiliários com altura de 0,60m até 2,10m podem causar problemas a pessoas que possuem deficiências visuais. Tendo em vista que se o mesmo não puder ser instalado nas rotas acessíveis, terá que ser instalado com 30 pontos de diferença ao plano de fundo, aconselhando o mesmo a possuir uma bengala. (BRASIL, 2015)

As portas que possuírem 25mm de diâmetro o afastamento do puxador horizontal deve ser de 40mm.

Comprimento de 30cm, puxadores na vertical terá de ser colocados de no mínimo 80cm.

As portas que tiverem 25mm de diâmetro, deveram ter 40mm de afastamento horizontal. (ABNT, 2015)

As medidas necessárias dentro de um estabelecimento para se realizar manobras de cadeirantes para deslocamento seriam:

1,20m x 1,20m para rotação de 90º

1,50m x 1,50m para rotação de 180º

Círculo perfeito de 1,50m para rotação de 360º (ABNT, 2015)

Porta-objetos devem ser colocados próximo ao lavatório de 1,20 metros, com a profundidade de até 0,25 metros, tendo em vista que o mesmo não possa interferir nos locais de manobras para cadeirantes. (ABNT, 2015).

Porta-objetos deveram estar junto ao lavatório de 1,20metros e 25cm de profundidade, observando se o local não interfere nas manobras para os cadeirantes, visando a utilização da barra de apoio. (ABNT, 2015)

Recomendando que os porta-objetos sejam colocados atrás das portas para que não atrapalhe e nem ocupe espaços. (ABNT, 2015)

Ao instalar as bacias sanitárias, havendo parede lateral, deverão ser tomadas medidas de instalação das barras de apoio para o cadeirante, sendo uma horizontal com comprimento de 80cm e altura de 75cm com distância de 40cm entre o eixo da bacia, a outra barra deverá ser instalada na vertical com comprimento de 70cm, a cima da barra horizontal 10cm e 30cm, como ilustra a imagem a seguir:

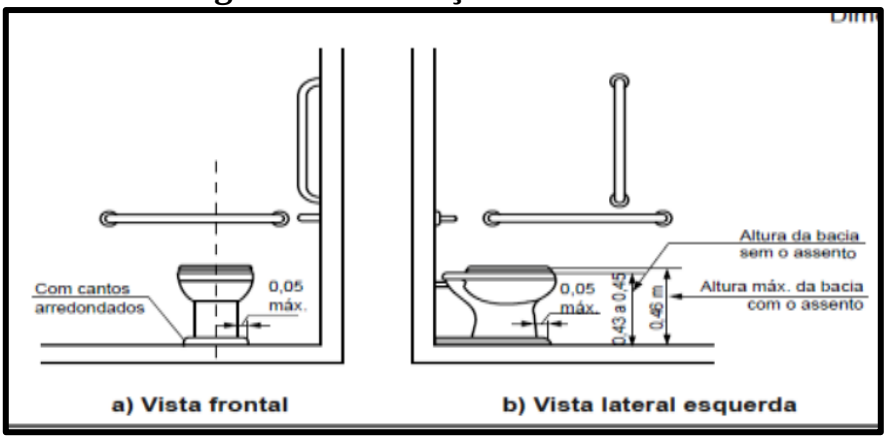
Figura 1: Recomendações de Piso Tátil.

Dimensões em milímetros

Piso tátil de alerta	Recomendado	Mínimo	Máximo
Diâmetro da base do relevo	25	24	28
Distância horizontal entre centros de relevo	50	42	53
Distancia diagonal entre centros de relevo	72	60	75
Altura do relevo	4	3	5
NOTA A distância do eixo da primeira linha de relevo até a borda do piso é igual à metade da distância horizontal entre centros. O diâmetro do topo é igual à metade a dois terços do diâmetro da base, respeitando-se os limites acima.			
Relevos táteis de alerta instalados no piso	**Recomendado**	**Mínimo**	**Máximo**
Diâmetro da base do relevo	30	25	30
Diâmetro do topo do relevo	½ do diâmetro da base		
Distância diagonal entre centros do relevo	Diâmetro da base do relevo mais 20		
Altura do relevo	4	3	5

Fonte: ABNT, 2015.

Figura 2: Instalações de Bacias Sanitárias.



Fonte: ABNT, 2015.

4.4 REFERÊNCIAS DE OBRAS DE ARQUITETURA

4.4.1. Interacionais

4.4.1.1 Jared Galeria de Joalheria

Construir uma icônica Jared Galleria de joalheria a partir do zero é um desafio. Fazer isso enquanto enfrenta condições climáticas adversas e mantém a segurança e a limpeza da área comercial ao redor é outro desafio totalmente.

A Buildrite enfrentou esses desafios de frente em um projeto de construção em larga escala no Willowbrook Mall, em Wayne, NJ. Excluindo o desenvolvimento do local, a Buildrite trabalhou em tudo, desde despejar concreto e instalar aço estrutural, até pinturas e revestimentos de parede. Isso foi concluído após um período ininterrupto de 27 semanas de trabalho, mesmo quando o clima ameaçava atrasar o projeto. Além disso, a movimentada área de união em torno do canteiro de obras adicionou restrições extras ao projeto em termos de precaução e limpeza. No final, o resultado final foi uma bela vitrine que exibe o estilo e a marca de assinatura do joalheiro.

Dados do projeto:

Tamanho do Projeto: 3.000 m2

Serviços: Construção de terra, excluindo o desenvolvimento do local. Concreto, Aço Estrutural, Alvenaria, Moldura, Pedra e EIFS, Telhado, Montra, Portas Interiores, Carpetes, azulejos, pintura e revestimentos de parede. Visão: Construir uma nova joalheria Jared na área de Willowbrook Mall (STERLING,2000).

Imagem 02 Jared Fachada

Fonte: www.jared.com, 2019.

4.4.1.2. KAKURU – Atenas

Verde, arrojado, com um toque de ouro: joalheria do **Urban Soul Project** em Atenas.

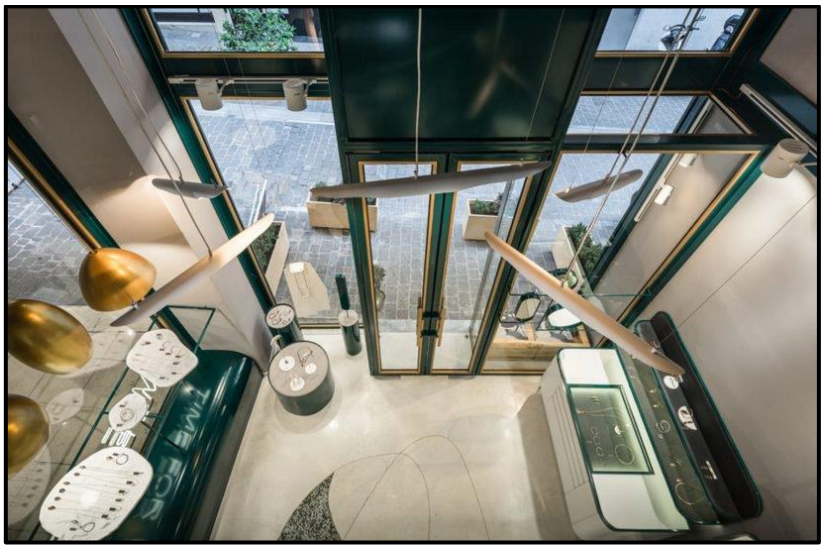
O **Urban Soul Project** combina materiais naturais com uma cor verde vibrante para uma joalheria no centro histórico de Atenas. Referenciando as criações do joalheiro, o kakuru é um espaço orgânico, sem gravidade, com vitrines suspensas, elementos curvos e uma fachada de vidro interior que cria uma seção visual dentro do espaço.

Uma cor vívida de gasolina combinada com detalhes dourados prevalece no design, que o projeto soul urbano usou para refletir o uso extensivo de mármore verde nas joias da loja. O kakuru está localizado em um pequeno espaço de dois andares, cujos dois lados da janela são ocupados por displays de joias verticais e horizontais em todas as alturas possíveis. Os corredores de bronze feitos sob medida seguem as linhas orgânicas dos pingentes e cruzam o piso de tijoleira, criando uma "escultura" horizontal (POWELL, 2019).

Imagem 03 – Fachada Kakuru

Fonte: Designboon.com 2019

Imagem 04 - Interior KAKURU



Fonte: Designboon.com 2019

4.4.1.3 Diamantes Mariloff e Joias Finas

A GPF Architects responsável pelo desenvolvimento do Projeto Arquitetônico e de Acabamento interno de 5.000 metros quadrados para nova joalheria de joias finas (GPS FARCHITECTS, 2018).

Imagem 05 Fachada - Mariloff

Fonte: gpfarchitects.com, 2019

Imagem 06 Interior da Loja - Mariloff

Fonte: gpfarchitects.com, 2019

4.4.2 – Nacionais

4.4.2.1 Cristovam Joalheria

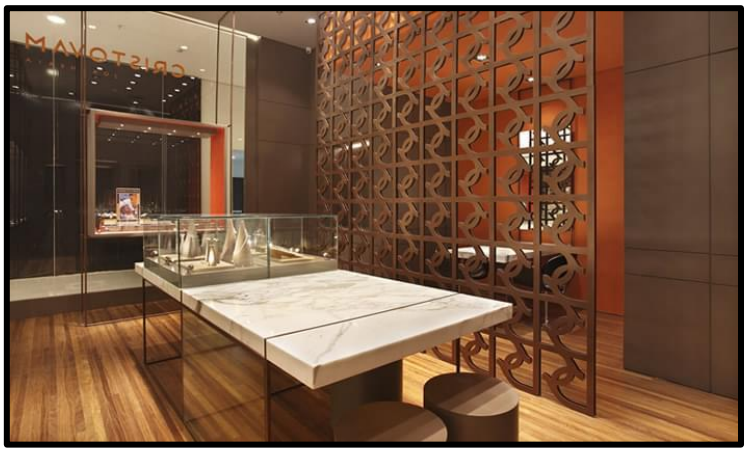
Quando se pensa no projeto arquitetônico de uma joalheria, logo se imagina um local extremamente claro, que se contente em reluzir apenas os contornos das joias. No entanto, o escritório Solange Cálio Arquitetos decidiu seguir na contramão desse padrão ao conceber a **Cristovam Joalheria**, que está localizada no shopping Iguatemi Rio Preto, no interior de São Paulo.

O objetivo era criar mais que um conceito arquitetônico, como também a reformulação da identidade da joalheria. “É um projeto muito interessante, porque nós participamos de um processo que englobou duas coisas: partido arquitetônico e nova marca para a empresa. Então, além de trabalharmos o uso dos materiais, modificamos a logotipo, as cores e o conceito de vender joias”, afirma Cálio. “Tudo que pensamos para a marca foi para dentro da arquitetura”, complementa.

Composição de cores: No espaço de 34 m², o destaque fica por conta da chamativa cor laranja, que arremata a composição das paredes em conjunto com o cinza amarronzado. Segundo a arquiteta, a opção por esse tom era destacá-lo tanto na papelaria (impressão de cartões personalizados da loja, por exemplo), quanto na arquitetura.

O escritório também desenhou os displays, nos quais as peças (colares, anéis e pulseiras) são acomodadas. “Eles são feitos de acrílico e, junto com as estruturas metálicas, dão leveza ao projeto, além de manter o glamour” (MATUZAKI,2014).

Imagem 06 Joalheria Cristovam



Fonte: Solange Caio arquitetos, 2019.

6. ASPECTOS TEÓRICOS

7.Metodologia

7.1.Pesquisa

Conceito Qualitativo:

Conforme Diana (2019), pesquisa qualitativa está relacionada a reunir dados coletados sendo eles narrativos, utilizando métodos de questionários ou entrevistas, não utilizando cálculos numéricos. Assim procurando compreender o estudo através destes dados coletados sobre comportamento, experiencia entre outros, de grupos determinados.

Segundo Rocha (2019), se trata de um procedimento importante e principal, pois este método de pesquisa cientifica pode ser importante na hora de tomar decisões em determinadas ocasiões principalmente relacionado a negócios.

Segundo Martins (2017), pesquisa qualitativa é a busca para entender um fenômeno específico. Tendo que apresentar resultados através de análises aprofundadas para descrever a complexidade do problema.

Portanto, o projeto se encaixa na pesquisa qualitativa, pois terá como base as informações, opiniões e históricos referente ao projeto, dando ênfase no que for importante para a pesquisa. Tendo em vista que o mesmo trará melhora nos serviços técnicos oferecidos, pois com os dados obtidos pode-se ter o perfil mais detalhado de um escritório que atenda de maneira satisfatória os clientes em potencial.

7.2 Método

Conceito Dedutivo:

Segundo Maciel (2019), método dedutivo é a forma de pensar a partir de informações essenciais para concluir um pensamento correto.

Conforme Rodrigues e Ferronato (2010), método dedutivo está na retirada de uma verdade particular de outra que está implícita. Possui bases no racionalismo, partindo de princípios conhecidos como verdadeiros sem questionar os mesmos.

Segundo Paulo (2011), o raciocínio faz parte da dedução formal, com duas premissas, a dedução organiza o conhecimento já tido, não gerando novos conhecimentos.

No projeto será utilizado o método dedutivo com base nas pesquisas, pois se trata de organização e entendimento dos próprios conhecimentos.

7.3. Procedimento

Estudo de caso:

Segundo Tybel (2017), estudo de caso pode ser longo e um tanto exaustivo. Com isso o mesmo é caracterizado pela exaustão e profundidade do estudo de um ou mais objetos, permitindo amplo conhecimento na pesquisa com detalhes.

Segundo Santos (2011), permite a pessoa que faz a pesquisa maior conhecimento, planejamento e etapas para realizar determinado estudo, deixando claro não ser uma tarefa fácil podendo se justificar dependendo da aplicação e abordagem.

Conforme Oliveira (2019), estudo de caso é uma forma de aprofundar na pesquisa individual, servindo como resposta de questionamentos que um determinado pesquisador não possui muito controle sobre o estudo.

O projeto terá um estudo aprofundado e individual, tendo como base os relatórios de pesquisa sobre o tema, usando as análises das características do tema, até que se chegue à conclusão feita dos estudos. Tendo a proposta de implementar uma joalheria na cidade de Ji-Paraná.

REERÊNCIAS:

MOORE, Gene. **As vitrines magnificas da Tiffany.** Disponível em: <https://www.tiffany.com.br/world-of-tiffany/windows-of-tiffany/>. Acesso em 01 set.2019.

COOKSONGOLD, **Uma história de Joias.** Disponível em: < https://www.cooksongold.com/blog/trends-and-inspiration/a-history-of-jewellery>. Acesso em 03 set.2019.

MOTTA, Biane. **História da Joia.** Disponível em: <http://www.espmix.com.br/historia-da-joia/>. Acesso em 05 set.2019.

MATUZAKI, Thaís. **CRISTOVAM JOALHERIA.** Disponível em: <https://www.galeriadaarquitetura.com.br/projeto/solange-calio-arquitetos_/cristovam-joalheria/3536>. Acesso em 05 set.2019.

JI-PARANÁ, **Código de obras.** Lei nº 18 de 05 de dezembro de 1983. Disponível em: < http://www.jiparana.ro.gov.br/up/arquivos/2012/atos/AO_230_c16a6194411e3451cb76576 289250 431.pdf> Acesso em: 26 ago.2019.

JI-PARANÁ, **Código de Postura,** Lei nº 17 de 05 de dezembro de 1983, Ji-Paraná/RO.

JI-PARANÁ, **Plano Diretor,** Lei nº 2187, de 24 de agosto de 2011, Ji-Paraná/RO.

MODESTO**, A Fascinante História da Joalheria.** Disponível em: <http://www. articleset.net/>. Acesso em: 26 ago.2019.

STRALIOTTO, **Estudo de casos de ecodesign de joias.** Disponível em: <www.lume.ufrgs.br/handle/10183/18600?locale=pt_BR>. Acesso 18 ago.2019.