



## XVI ENCONTRO NACIONAL DE TECNOLOGIA DO AMBIENTE CONSTRUÍDO

Desafios e Perspectivas da Internacionalização da Construção  
São Paulo, 21 a 23 de Setembro de 2016

# CONFIGURAÇÃO DAS ÁREAS DE LAZER DOS EDIFÍCIOS VERTICAIS MULTIFAMILIARES CONTEMPORÂNEOS: ESTUDO DE CASO EM MACEIÓ-AL<sup>1</sup>

CAVALCANTE, Marta (1); TOLEDO, Alexandre (2)

(1) UFAL, e-mail: martacristina.arquitetar@gmail.com; (2) UFAL, e-mail: alexandre.toledo@fau.ufal.br

### RESUMO

As áreas comuns dos edifícios verticais multifamiliares contemporâneos apresentam quantidade cada vez maior de ambientes de lazer. O mercado imobiliário trabalha com os atributos dos imóveis em busca da consolidação das vendas, destacando-se aqueles relacionados com o estilo e a qualidade de vida desejados pelos compradores. O objetivo do presente artigo é caracterizar a ocorrência e a configuração dos ambientes de lazer nas áreas comuns desses edifícios, na cidade de Maceió-AL, entregues ou em lançamento no período de 2010 até 2015. Trata-se de resultado de dissertação de mestrado em arquitetura e urbanismo, em conclusão. Selecionaram-se, como objeto de estudo, 31 edifícios verticais multifamiliares de sete construtoras que atuam na cidade, por meio de portfólios disponibilizados na internet. Agruparam-se os ambientes de lazer encontrados em quatro categorias: infantil, juvenil, adulto e compartilhado. Na categoria infantil, predominou o playground; na juvenil, a sala de estudos; na adulto, a piscina adulto; e na compartilhado, o salão de festas fechado. Constatou-se que a maioria dos ambientes de lazer se localiza no pavimento pilotis dos edifícios. O fato de todos os 31 edifícios pesquisados possuírem áreas de lazer aponta para uma tendência contemporânea de oferta para essa tipologia, atendendo aos apelos da sociedade de consumo.

**Palavras-chave:** Edifícios multifamiliares. Equipamentos de lazer. Mercado imobiliário.

### ABSTRACT

*The common areas of contemporary vertical multifamily buildings have increasing amount of recreational ambient. The estate market works with the attributes of real estate in search of sales consolidation, especially those related to the style and quality of life desired by buyers. The purpose of this paper is to verify the extent and configuration of recreational ambient facilities in the common areas of the buildings in the city of Maceió-AL, delivered or launch period 2010 to 2015. This is a result of Master's dissertation in architecture and urban design being concluded. They were selected as study object, 31 vertical multifamily buildings of seven construction companies operating in the city, through portfolios available on the internet. They grouped the recreational ambient found in four categories: children, teen, adult and shared. In the children's category, predominated playground, in the teen category, study room; in the adult category, adult pool; and shared category, enclosed party room. It was found that most of the recreational ambient is located on pilotis floor of the buildings. The fact that all 31 buildings surveyed having recreational areas points to a contemporary trend offer for this typology, attending to the calls of the consumer society.*

---

<sup>1</sup> CAVALCANTE, Marta; TOLEDO, Alexandre. Configuração das áreas de lazer dos edifícios verticais multifamiliares contemporâneos: estudo de caso em Maceió-AL. In: ENCONTRO NACIONAL DE TECNOLOGIA DO AMBIENTE CONSTRUÍDO, 16., 2016, São Paulo. **Anais...** Porto Alegre: ANTAC, 2016.

**Keywords:** *Multifamily buildings. Recreational ambient. Estate market*

## 1 INTRODUÇÃO

Os edifícios verticais multifamiliares são construídos pelo mercado imobiliário com o objetivo de venda. A publicidade imobiliária promove seus objetos por meio de signos que se relacionam com os interesses do seu público alvo, dentre estes a felicidade, que pode ser alcançada ao se possuir áreas privadas com ambientes de lazer diversos. A sociedade de consumo, que opera com signos e não objetos, está aberta a este tipo de publicidade e espera ser informada pela mídia sobre a moda do momento que leva à felicidade.

O mercado imobiliário é o responsável pela transformação das cidades, enquanto faz surgir edificações em locais desabitados e promove a verticalidade de bairros anteriormente horizontais. Sua produção atual, relacionada aos edifícios verticais multifamiliares apresenta as áreas de lazer como o que há de mais importante a ser visto e desejado nesses empreendimentos. Vargas (2014, p. 6 e 7) apresenta os agentes do mercado imobiliário como os solicitantes de projetos de edificações para venda: incorporadores, indústria da construção civil e demais personalidades com voz ativa frente às demandas para o projeto. Esses agentes desejam criar valor de uso para outros com a intenção de realizar valor de troca para eles mesmos. Buscam em seus projetos flexibilidade, rentabilidade, baixo custo de produção, retorno imediato e liquidez.

Somado ao valor de uso, condição de abrigo para as diversas atividades humanas inerentes ao solo urbano e suas edificações, Vargas (2014, p.36 e 38) também identifica o valor de signo decorrente do status e do prestígio relacionado à posse de um imóvel. Esse valor também pode ser transferido, quando da venda ou aluguel do mesmo, realizando valor de troca. O solo urbano adquire, então, valor de uso, valor de troca e valor de signo. A inserção de valores de signo nos edifícios verticais multifamiliares passa pelo crivo publicitário e chega ao arquiteto como uma demanda de projeto.

Villa e Orstein (2009) observam que apesar da demonstração de um avanço em direção à qualidade na construção das edificações, no que se refere à qualidade do projeto, parece ainda insuficiente, já que essencialmente os modelos de projetos de edifícios de apartamentos oferecidos por muitas empresas se mantêm basicamente os mesmos. A maioria dos produtos idealizados parte de premissas projetuais baseadas na liquidez e na obtenção de lucros, ideais para o incorporador e construtor, em detrimento ao atendimento às demandas reais dos usuários.

O marketing tem papel predominante neste processo, se sobrepondo ao papel do arquiteto, desvalorizando o sentido mais amplo da arquitetura e relegando estes profissionais a cuidar das questões mais cosméticas e acessórias. Embora a produção de apartamentos pertença à esfera da construção civil, cujo projeto tem como especialista o arquiteto, a configuração do negócio imobiliário tem envolvido agentes de diversas

especialidades com a finalidade de produzir negócios altamente vendáveis e lucrativos. Desta forma, a cadeia produtiva envolve setores tidos como mais importantes que o dos projetistas do empreendimento, como no caso da publicidade (VILLA; ORSTEIN, 2009).

Visualizando os imóveis como objetos, Baudrillard (2008, p.180) mostra que a publicidade personaliza os objetos: eles são quentes ou frios, são indiferentes, hostis ou espontâneos, sinceros e comunicativos. Os objetos não se propõem a um determinado uso, eles entregam-se, desdobram-se, procuram pelos consumidores, existem por causa deles e também os amam. E porque o consumidor é amado, ele existe, isso é essencial, a compra é secundária.

A função da personalização para Baudrillard (2008, p.150–151) não é somente um valor acrescentado, é um valor parasitário. O inessencial aqui é usado para promover o consumo. Os acréscimos inessenciais são tidos como mérito, ligando-se à noção de valor, diferença por excesso.

Para Gomes (2004, p. 124 *apud* SOUZA, 2007, p. 4), o lazer compreende o jogo, a brincadeira, a festa, o passeio, as artes (pintura, escultura, literatura, dança, teatro, música e cinema), como também o ócio. Dumazedier (1973, p. 34, *apud* GOMES, 2008.) apresenta o lazer como uma atividade a qual o indivíduo se entrega de livre vontade, seja para repousar, divertir-se, recrear-se, entreter-se, ou ainda para desenvolver sua formação desinteressada, sua participação social voluntária ou livre capacidade criadora, após cumprir com suas obrigações profissionais, familiares e sociais.

O Plano Diretor de Maceió prevê a reserva de áreas livres para o lazer nos empreendimentos residenciais multifamiliares. No artigo 426 torna obrigatória a reserva de 10% da área livre e aberta do pavimento pilotis para recreação infantil, preservada do tráfego de veículos. Ou 5% de área livre e aberta, mais 5% no mezanino ou cobertura, quando da impossibilidade dos 10% no pilotis.

Gavião (2012), analisa os pavimentos térreos de condomínios residenciais de São Paulo por meio de informações baseadas em avaliações de uso. Ela conclui que os usuários das áreas de lazer querem espaços adequados e apropriados para atividades, como quadras, churrasqueiras e piscinas. Entretanto também aponta a imposição das empresas de marketing, que desejam ganhar o mercado com novos itens de consumo e desejo, não dando importância ao uso que se dará aos novos ambientes criados.

O surgimento de novos equipamentos de lazer nos edifícios verticais multifamiliares pode ser explicado a partir de Bauman (2008, p.53-54), quando ele apresenta uma economia consumista baseada no excesso e no desperdício para poder atender a todas as necessidades, impulsos, compulsões e vícios, que precisa oferecer novos mecanismos de motivação, orientação e monitoramento para a conduta humana, que tem como regra o surgimento dos produtos e depois a descoberta de suas aplicações.

Entretanto, o consumidor não pode ser associado a um fantoche inteiramente fabricado pelos especialistas de comunicação. O

hiperconsumidor não é um indivíduo hipnotizado, passivo e maleável ao fascínio cultural da mídia. O “*Homo consumericus*” é um ator, um sujeito cujos gostos e interesses, valores e predisposições filtram as mensagens a que está exposto. Ele tria e seleciona as solicitações que o assaltam, prestando atenção apenas ao que está em ressonância com seus interesses, suas expectativas, suas preferências (LIPOVETSKY, 2007, p.177–178).

O mercado imobiliário, na cidade de Maceió – AL, está utilizando a área de lazer dos edifícios verticais multifamiliares como principal material para a publicidade. Qual é a ocorrência e a configuração dos ambientes de lazer?

### 1.1 Objetivo

Caracterizar a ocorrência e a configuração dos ambientes de lazer nas áreas comuns dos edifícios verticais multifamiliares, na cidade de Maceió-AL, entregues ou em lançamento no período de 2010 até 2015.

## 2 METODOLOGIA

Selecionaram-se, como objeto de estudo, 31 edifícios verticais multifamiliares de sete construtoras que atuam na cidade de Maceió-AL, por meio de portfólios disponibilizados na internet. A escolha da amostra foi não probabilística e acidental, pois que ela apenas dependeu do nível de informações disponibilizadas pelas construtoras para cada edifício que estava dentro do período temporal da pesquisa, 2010 até 2015 (Quadro1).

Essa é uma pesquisa exploratória, com o objetivo de haver uma maior familiaridade com o problema. O número de edifícios foi limitado pela qualidade das informações obtidas, o que levou ao descarte de alguns edifícios na fase de coleta de informações junto às construtoras não colaborativas.

Dentre os edifícios da amostra, 11 se encontram em fase de lançamento ou em construção e 20 deles já entregues e ocupados por moradores.

Todos os 31 edifícios possuem áreas comuns com ambientes de lazer, compreendendo um total de 35 tipos diferentes de ambientes que se dividiram em 4 grupos, de acordo com o tipo de usuários:

- Lazer infantil – crianças; com 6 ambientes: piscina infantil, playground, brinquedoteca, berçário, minigolfe e xadrez/dama gigante.
- Lazer juvenil – adolescentes; com 5 ambientes: sala de estudos, ateliê de artes, *lan house*, espaço *teen* e *garage band*.
- Lazer adulto – adultos; com 14 ambientes: piscina adulto, piscina coberta, piscina relax, piscina senadinho, sauna, spa zen, espaço “fitness”, ginástica, “home office”, longe praia, espaço mulher, bar, pista de “cooper” e redário.
- Lazer compartilhado – crianças, adolescentes e adultos, em conjunto; com 10 ambientes: terraço descoberto, churrasqueira, espaço gourmet, salão de festas fechado, salão de festas open, praça, salão de jogos,

quadra poliesportiva, quadra de praia e “home cine”.

Quadro 1 – Característica geral da amostra

Lançamento	Início das obras	Entregue / ocupado	Construtora	Nº	EDIFÍCIO	Ambientes de lazer	Tipologia (nº de dormitórios)	
		2010	A	1	Personale	5	3	
	2010	PRONTO		2	Vitreo	7	4	
	2011	PRONTO		3	Setai	6	1 e 2	
2015				4	One	8	3 e 4	
2015				5	Gran Marine	26	3 e 4	
2015				6	Hit	10	3 + 1 r.	
2015				7	Prime	7	3	
2015				8	Life	13	3	
	2009	2011		9	Amalfi	8	3	
	2010	PRONTO		10	Atmosfhera	6	3	
		2010		11	Versatile	4	2 e 3	
	2011	PRONTO		12	Vitta	5	2 + 1 r.	
2015				13	Double	7	3 e 4	
	2015		B	14	Mirante Clube Estratégia	19	3	
		PRONTO		15	Dulce Tenório	6	2 e 3	
		PRONTO		16	Dilma Paiva	11	2 e 3	
		2013	C	17	Cádiz	3	3	
2010		2014		18	Mares do Sul	8	2 e 3	
		2014	D	19	Residencial Alto das Alamedas	29	3	
		2015	E	20	Parque Paraíso das Águas	7	1 e 2	
	obra			21	Parque Pontal das Marés	7	2	
	obra			22	Mundaú Condomínio Clube	6	2	
		2010	F	23	Iluminatto	3	2 + 1 r.	
	2015			24	Syrah	19	3	
	2011	2014		25	Índico	3	3	
	2010	2013		26	Luna Dorata	8	2 e 3	
	2012	2015		27	Sangiovese	11	1 e 2	
	2011	2014		28	Chardonnay	9	3	
		2012		29	Spazio Vitale	4	1 e 2	
2008		2011		30	Classic	11	4	
	2014			31	Pinot Noir	10	1 e 2	
				31 EDIFÍCIOS				
				EDIFÍCIOS ENTREGUES E OCUPADOS POR MORADORES				

Fonte: Os autores

A localização dos ambientes de lazer foi observada em relação aos pavimentos dos edifícios: subsolo, pilotis/térreo, mezanino, cobertura e

outros<sup>2</sup>.

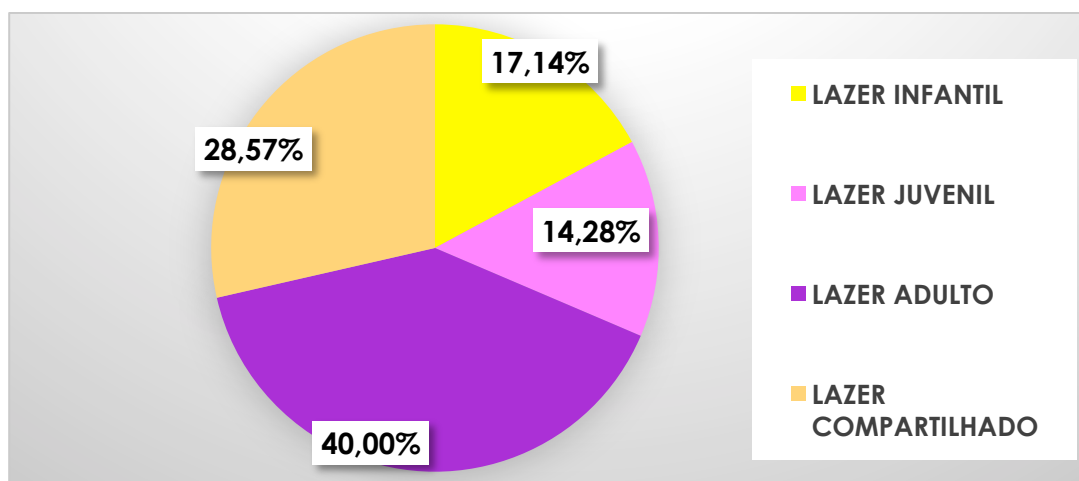
### 3 CARACTERIZAÇÃO DOS AMBIENTES DE LAZER

Todos os 31 edifícios verticais multifamiliares da amostra possuem ao menos um equipamento de lazer dos grupos lazer adulto e lazer compartilhado. O lazer infantil não ocorre em 4 edifícios e o lazer juvenil não ocorre em 16, o que representa mais da metade da amostra.

Os 4 grupos de lazer ocorrem, dentre os 35 ambientes de lazer identificados, da seguinte maneira: lazer infantil, com 17,14% dos ambientes; lazer juvenil, com 14,28%; lazer adulto, com 40,00%; e lazer compartilhado, com 28,57% (Gráfico 1).

O grupo adulto apresenta a maior quantidade de ambientes de lazer.

Gráfico 1 – Ocorrência dos ambientes de lazer



Fonte: Os autores

#### 3.1 Lazer infantil

Todos os ambientes do grupo lazer infantil se localizam no pavimento pilotis. Nenhum dos 31 edifícios possui todos os ambientes deste grupo. O que possui mais ambientes é o Ed. Syrah, com previsão de conclusão da sua obra para 2018, que contém playground, brinquedoteca, minigolfe e xadrez/dama gigante. Esses dois últimos equipamentos ocorrendo apenas neste edifício (Quadro 2).

Quatro dos edifícios da amostra (Personale, Setai, Versatile e Vita) não possuem equipamentos de lazer infantil em seus projetos originais, estando em desacordo com o Plano Diretor da cidade de Maceió. Porém, constatou-se em visitas *in loco*, alterações feitas pelos moradores em três deles, com acréscimo do ambiente do grupo lazer infantil, playground. Apenas o edifício Setai, que possui a tipologia com menor número de dormitórios dentre esses

<sup>2</sup> Faixa de areia externa, em frente ao mar, e área de vegetação em nível mais baixo do que o pilotis/térreo.

quatro edifícios, 1 e 2 dormitórios, não acrescentou ambiente de lazer infantil.

Quadro 2 – Ambientes de lazer infantil

EDIFÍCIO	Ambientes de lazer	LAZER INFANTIL					
		Piscina infantil	Playground	Brinquedoteca	Berçário	Minigolfe	Xadrex/dama gigante
Personale	0						
Víteo	2						
Setai	0						
One	2						
Gran Marine	3						
Hit	2						
Prime	2						
Life	2						
Amalfi	2						
Atmosfera	2						
Versatile	0						
Vitta	0						
Double	1						
Mirante Clube Estratégia	3						
Dulce Tenório	1						
Dilma Paiva	2						
Cádiz	1						
Mares do Sul	2						
Residencial Alto das Alamedas	3						
Parque Paraíso das Águas	2						
Parque Pontal das Marés	3						
Mundaú Condomínio Clube	2						
Iluminatto	1						
Syrah	4						
Índico	1						
Luna Dorata	1						
Sangiovese	2						
Chardonnay	1						
Spazio Vitale	1						
Classic	2						
Pinot Noir	2						
		8	22	19	1	1	1

1 SUBSOLO
2 PILOTIS / TÉRREO
3 MEZANINO
4 COBERTURA
5 OUTROS

Localização dos equipamentos:

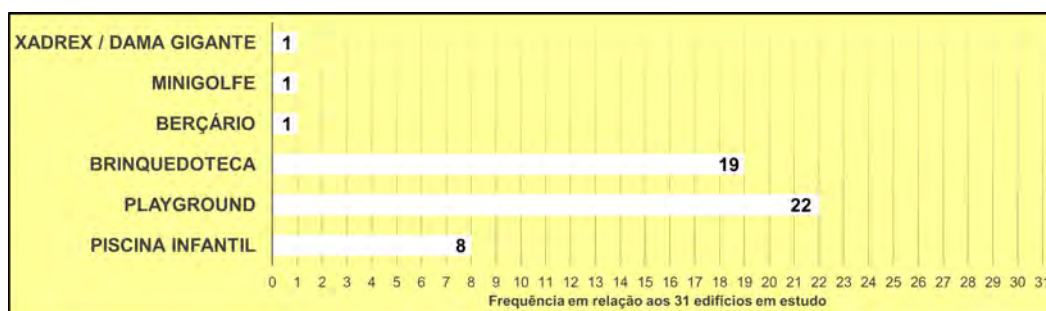
Fonte: Os autores

O ambiente de lazer com mais frequência de ocorrência é o *playground*, ocorrendo em 22 dos edifícios da amostra, seguido pela brinquedoteca, em 19 dos edifícios. O xadrez/dama gigante, o minigolfe e o berçário ocorreram apenas uma vez (Gráfico 2).

O **playground** ocorre sempre em local aberto e descoberto. São brinquedos em sua maioria constituídos por material plástico e em alguns casos em madeira.



Gráfico 2 – Ambientes do grupo lazer infantil



Fonte: Os autores

A **brinquedoteca** ocupa, em toda a amostra, locais fechados que abrigam mesas e cadeiras para crianças, brinquedos e material de desenho, como também decoração que remete ao imaginário infantil.

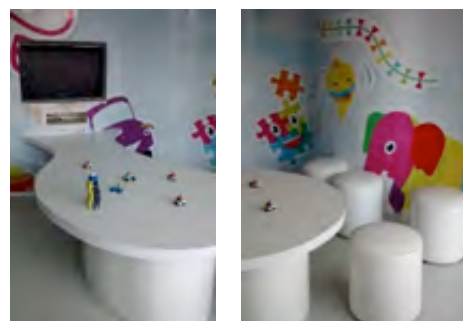
A publicidade apresenta imagens do lazer infantil. Algumas construtoras entregam os edifícios com esses ambientes equipados, de acordo com o material publicitário, outras não, entregando-os vazios ou com um conteúdo diferente (Figuras 1, 2, 3, 4 e 5).

Figura 1 – Brinquedoteca- imagem publicitária, Ed. Atmosfera



Fonte: <http://www.v2construcoes.com.br/atmosfera> (05/07/2015)

Figura 2 e 3 – Brinquedoteca- ambiente entregue, Ed. Atmosfera



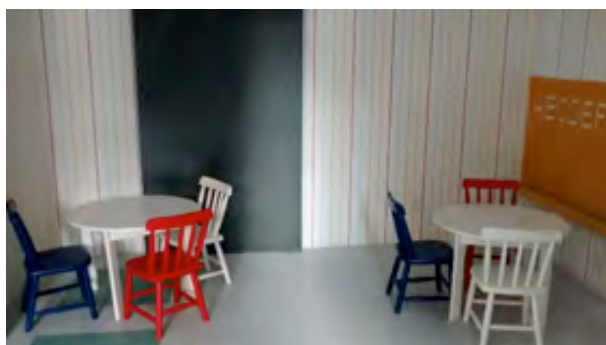
Fonte: Marta Cavalcante (2016)

Figura 4 – Brinquedoteca- imagem publicitária, Ed. Mares do Sul



Fonte: [http://recordinc.com.br/empreendimento.aspx?id=20#tit\\_andamento](http://recordinc.com.br/empreendimento.aspx?id=20#tit_andamento) (21/10/2015)

Figura 5 – Brinquedoteca- ambiente entregue, Ed. Mares do Sul

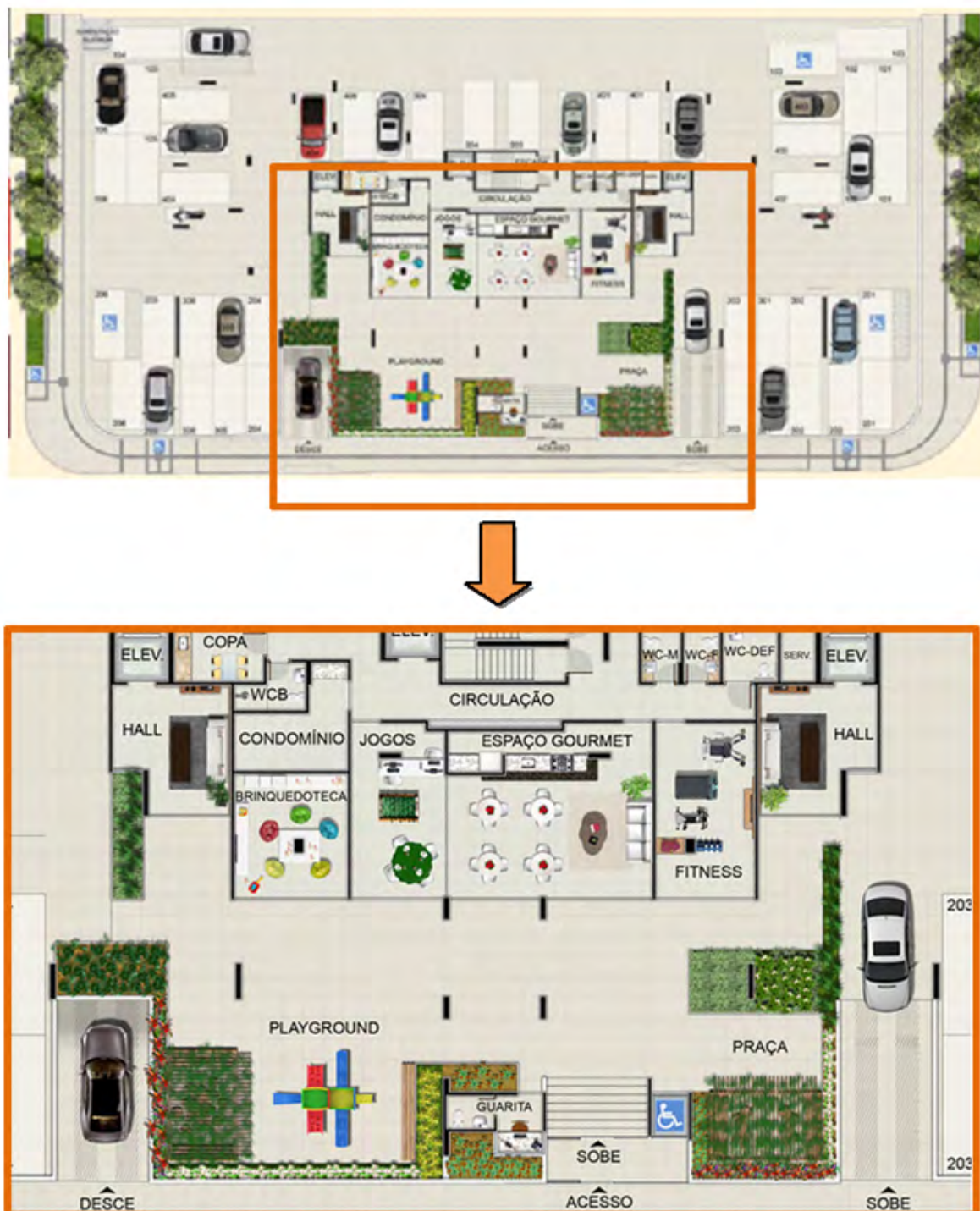


Fonte: Marta Cavalcante (2016)



A brinquedoteca, na maior parte da amostra, localiza-se próxima ao *playground*, formando com este um conjunto direcionado ao lazer infantil (Figura 6).

Figura 6 – Proximidade entre *playground* e brinquedoteca, Ed. Prime



Fonte: <http://www.v2construcoes.com.br/prime/plantas/> (02/07/2015)

Dentre os edifícios entregues, verificaram-se algumas mudanças relacionadas ao lazer infantil, promovidas por seus moradores (Quadro 3):

Quadro 3 – Mudanças promovidas por moradores

EDIFÍCIOS	MUDANÇAS
Sangiovese	Inseriu playground no salão de jogos
Versatile, Vitta e Personale	Inseriram playground na área da praça (Figura 7)
Atmosfera	Transferiu playground de área próxima à praça para área coberta sob o pilotis (Figura 8)
Cádiz	Inseriu playground sob a escada que interliga o pilotis ao mezanino (Figura 9)
Chardonnay	Inseriu playground no salão de festas (Figura 10) e utiliza a área da brinquedoteca como salão de jogos e depósito

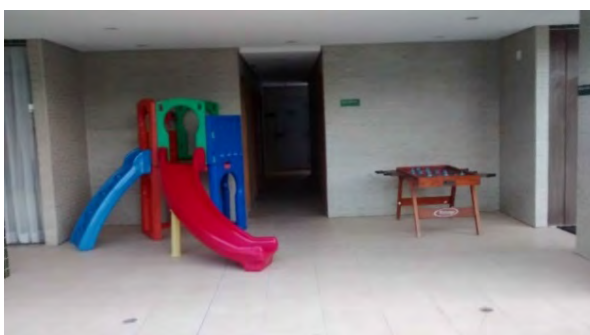
Fonte: Os autores

Figura 7 – Playground inserido na praça, Ed. Versatile



Fonte: Marta Cavalcante (2016)

Figura 8 – Playground sob o pilotis, Ed. Atmosfera



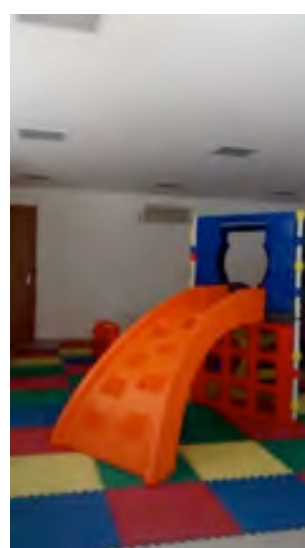
Fonte: Marta Cavalcante (2016)

Figura 9 – Playground sob a escada para o mezanino, Ed. Cádiz



Fonte: Marta Cavalcante (2015)

Figura 10 – Playground no salão de festas, Ed. Chardonnay



Fonte: Marta Cavalcante (2015)

### 3.2 Lazer juvenil

A maior parte dos ambientes desse grupo localizam-se no pavimento pilotis, sendo que 2 edifícios apresentam sala de estudos no mezanino e 1 deles *garage band* no subsolo (Quadro 4).

Nenhum edifício possui todos os ambientes deste grupo. O que possui mais

ambientes é o Res. Gran Marine, ainda em construção, com duas salas de estudos, uma em cada torre, um espaço *teen* e uma *garage band*. Este último equipamento ocorrendo apenas neste empreendimento.

Não há equipamentos de lazer juvenil em 16 dos edifícios estudados, mais da metade da amostra (51,61%).

Quadro 4 – Ambientes de lazer juvenil

EDIFÍCIO	Ambientes de lazer	LAZER JUVENIL				
		Sala de estudos	Ateliê de arte	Lan house	Espaço teen	Garage band
Personale	0					
Vitreo	1					
Setai	0					
One	1					
Gran Marine	3					
Hit	1					
Prime	0					
Life	1					
Amalfi	2					
Atmosfera	1					
Versatile	0					
Vitta	0					
Double	1					
Mirante Clube Estratégia	2					
Dulce Tenório	1					
Dilma Paiva	0					
Cádiz	0					
Mares do Sul	0					
Residencial Alto das Alamedas	2					
Parque Paraíso das Águas	0					
Parque Pontal das Marés	0					
Mundaú Condomínio Clube	0					
Illuminatto	0					
Syrah	1					
Índico	0					
Luna Dorata	0					
Sangiovese	1					
Chardonnay	1					
Spazio Vitale	0					
Classic	0					
Pinot Noir	1					
		9	1	6	3	1

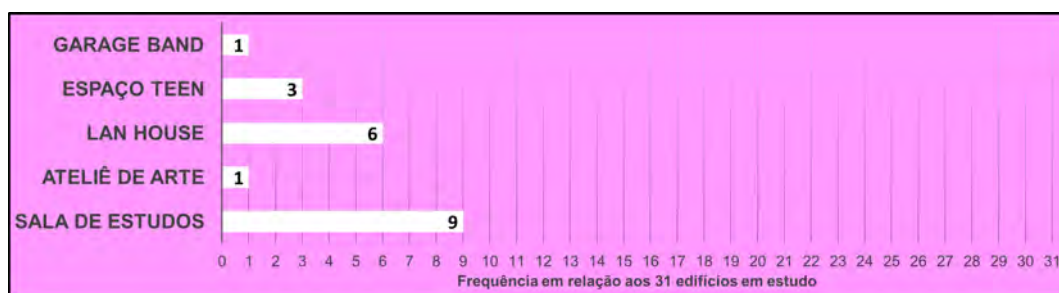
Localização dos equipamentos:

1 SUBSOLO	2 PILOTIS / TÉRREO	3 MEZANINO	4 COBERTURA	5 OUTROS
-----------	--------------------	------------	-------------	----------

Fonte: Os autores

O ambiente de lazer com mais frequência de ocorrência é a sala de estudos, presente em 9 dos edifícios da amostra, seguida pela *lan house*, em 6 dos edifícios (Gráfico 3).

Gráfico 3 – Ambientes do grupo lazer juvenil



Fonte: Os autores

O ambiente **sala de estudos**, que não é bem um ambiente de lazer, porque estudar não é necessariamente lazer, surge na construtora A e B, o ambiente **lan house** nas construtoras D e F. E a construtora B possuindo um edifício, com esses dois ambientes. Nas imagens publicitárias destes dois tipos de lazer juvenil, muitas vezes eles se confundem, parecendo conter a mesma função, e em alguns portfólios há a designação conjunta "sala de estudos/lan house" (Figura 11). Talvez a semelhança destes equipamentos seja o motivo das construtoras escolherem o uso de um ou de outro. O **ateliê de arte** que ocorreu apenas uma vez, está sendo usado também como sala de estudos.

Figura 11 – Sala de estudos / Lan house , Ed. Syrah

Fonte: <http://www.delman.com.br/> (02/10/2015)

### 3.3 Lazer adulto

A maior parte dos ambientes desse grupo está localizada no pavimento pilotis. A cobertura é o segundo pavimento mais utilizado (Quadro 5). Todos os edifícios possuem lazer adulto, 74,19% da amostra possuindo de 1 a 3 ambientes desse grupo.



Quadro 5 – Ambientes de lazer adulto

EDIFÍCIO	Ambientes de lazer	LAZER ADULTO													
		Pisc. adulto	Pisc. coberta	Pisc. relax	Pisc. Sena-dinho	Sauna	Spa zen	Espaço Fitness	Ginás-tica	Home office	Lounge praia	Espaço mulher	Bar	Pista de Cooper	Redário
Personale	1														
Vítreo	2														
Setai	3														
One	2														
Gran Marine	9														
Hit	3														
Prime	1														
Life	3														
Amalfi	1														
Atmosfera	1														
Versatile	1														
Vítta	1														
Double	2														
M.C.Stratégia	5														
Dulce Tenório	2														
Dilma Paiva	2														
Cádiz	1														
Mares do Sul	3														
R.A.Alamedas	6														
P.P.Águas	2														
P.P.Marés	2														
M.C.Clube	2														
Iluminatto	1														
Syrah	8														
Índico	1														
Luna Dorata	3														
Sangiovese	6														
Chardonnay	5														
Spazio Vitale	1														
Classic	5														
Pinot Noir	5														
		25	1	1	2	8	2	24	1	7	1	6	9	1	2

1 SUBSOLO
2 PILOTIS / TÉRREO
3 MEZANINO
4 COBERTURA
5 OUTROS

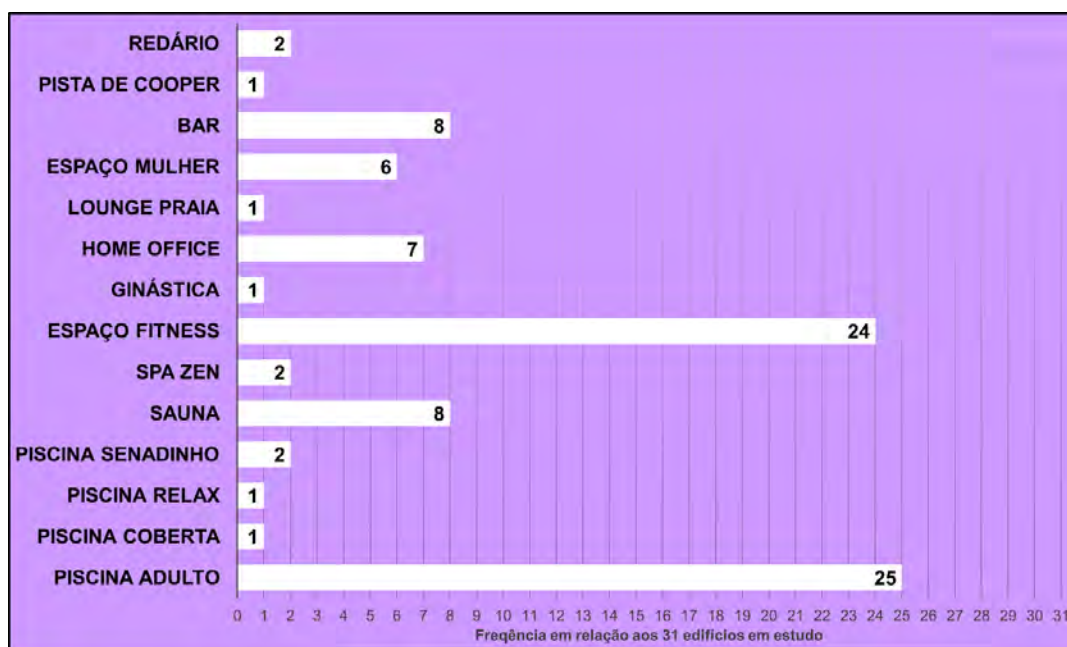
Localização dos equipamentos:

Fonte: Os autores

Nenhum edifício possui todos os ambientes deste grupo. O que possui mais é o Res. Gran Marine, com 8 ambientes do lazer adulto dentre seus 26 ambientes de lazer. Como também este é o único edifício da amostra com lazer no subsolo, observando-se, porém, que ele se encontra em um terreno inclinado e que todos estes ambientes do subsolo não estão enterrados, e possuem aberturas para a praia.

O ambiente de lazer com mais frequência é a **piscina adulto**, ocorrendo em 25 dos edifícios da amostra, seguida pelo **espaço fitness**, em 24 dos edifícios. A piscina coberta, a piscina relax, a ginástica, o lounge praia e a pista de cooper ocorreram apenas uma vez (Gráfico 4).

Gráfico 4 – Ambientes do grupo lazer adulto



Fonte: Os autores

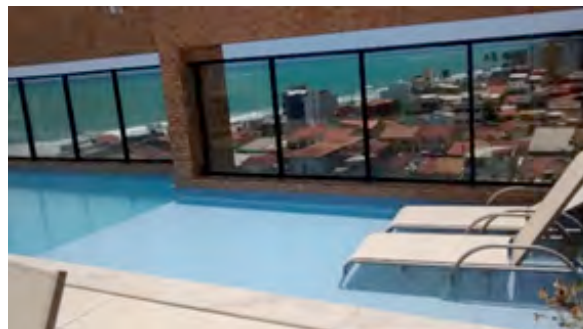
Observou-se que 68% das piscinas adulto ocorrem no pavimento pilotis e 32% no pavimento cobertura. Elas foram implantadas, em sua grande maioria, nas extremidades dos seus pavimentos, proporcionando nas piscinas das coberturas, a visão do entorno do edifício para seus usuários (Figura 12 e 13).

Figura 12 – Piscina no pavimento pilotis, Ed. Chardonnay



Fonte: Marta Cavalcante (2015)

Figura 13 – Piscina no pavimento cobertura, Ed. Setai

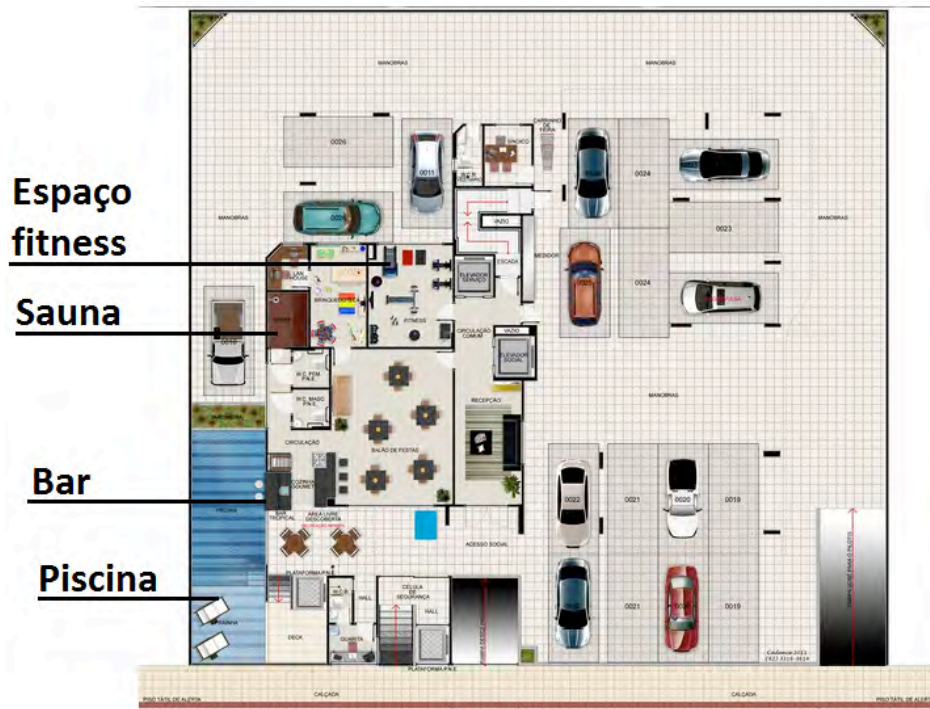


Fonte: Marta Cavalcante (2016)

Observou-se que na maior parte da amostra a piscina adulto, o bar, a sauna e o espaço *fitness*, na ocorrência de todos esses ambientes ou de alguns, eles são mantidos no mesmo pavimento de implantação da piscina adulto (Figuras 14 e 15).

O lazer adulto possui 6 ambientes de lazer dedicados ao relaxamento: redário, espaço mulher, lounge praia, spa zen, sauna e piscina relax. Apenas 34% dos edifícios da amostra possuem alguns destes ambientes, porém pode ser um indicativo do início da valorização do lazer repouso.

Figura 14 – Localização dos equipamentos do lazer adulto, pilotis do Ed. Chardonnay



Fonte: <http://www.delman.com.br/empreendimentos/edificio-chardonnay/> (13/10/2015)

Figura 15 – Localização dos equipamentos do lazer adulto, cobertura do Ed. Life

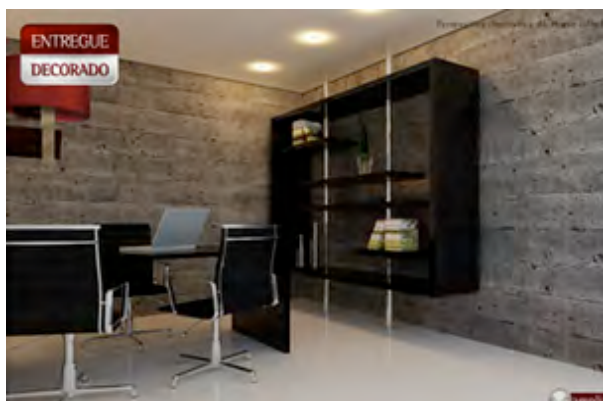


Fonte: <http://www.v2construcoes.com.br/life/> (02/07/2015)

No material publicitário apresentado nos sites das construtoras, o *home office* faz parte dos ambientes de lazer, porém ele é um ambiente de trabalho, um local para reuniões e para receber clientes (Figura 16).



Figura 16 – Home office, Ed. Vitreo



Fonte: <http://www.v2construcoes.com.br/vitreo/> (17/06/2015)

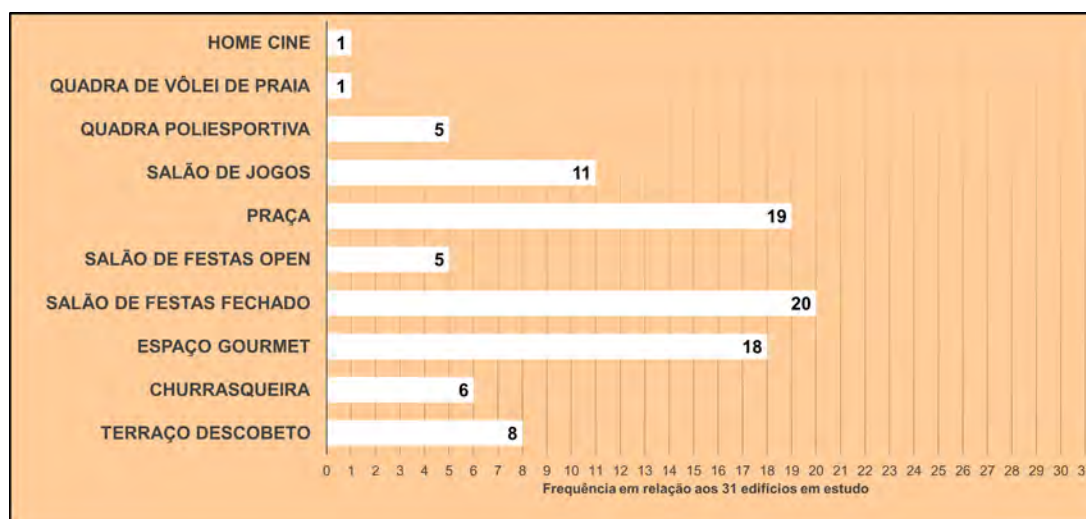
### 3.4 Lazer compartilhado

A maioria dos ambientes deste grupo ocorrem no pavimento pilotis. O salão de festas fechado ou o espaço *gourmet*, que possuem funções semelhantes, ocorrem em 100% da amostra. Os equipamentos quadra de vôlei de praia e *home cine* ocorrem apenas uma vez (Quadro 6).

Todos os edifícios da amostra possuem lazer compartilhado, 74,19% deles possuindo de 1 a 3 ambientes.

O salão de festas fechado é o ambiente com maior frequência de ocorrência, seguido pela praça e pelo espaço *gourmet* (Gráfico 5).

Gráfico 5– Ambientes do grupo lazer compartilhado



Fonte: Os autores

O **salão de festa fechado** e o **espaço gourmet**, possuem áreas e configurações de *layout* semelhantes, havendo diferenciação apenas em relação ao local de cocção de alimentos, que se apresenta no espaço gourmet como uma área especial e bem visível dentro do salão (Figura 17).

Quadro 6 – Ambientes de lazer compartilhado

EDIFÍCIO	Ambientes de lazer	LAZER COMPARTILHADO									
		Terraço descoberto	Churrasqueira	Espaço Gourmet	Salão de festas fechado	Salão de festas open	Praça	Salão de jogos	Quadra poliesportiva	Quadra de vôlei de praia	Home cine
Personale	3										
Vitreo	2										
Setai	3										
One	3										
Gran Marine	7										
Hit	2										
Prime	3										
Life	4										
Amalfi	3										
Atmosfera	2										
Versatile	3										
Vitta	3										
Double	3										
M.C.Stratégia	6										
Dulce Tenório	2										
Dilma Paiva	5										
Cádiz	1										
Mares do Sul	3										
R.A.Alamedas	5										
P.P.Águas	3										
P.P.Marés	2										
M.C.Clube	2										
Illuminatto	1										
Syrah	6										
Índico	1										
Luna Dorata	4										
Sangiovese	2										
Chardonnay	2										
Spazio Vitale	2										
Classic	4										
Pinot Noir	2										
		8	6	18	20	5	19	11	5	1	1

Localização dos equipamentos:

1 SUBSOLO	2 PILOTIS / TÉRREO	3 MEZANINO	4 COBERTURA	5 OUTROS
-----------	--------------------	------------	-------------	----------

Fonte: Os autores

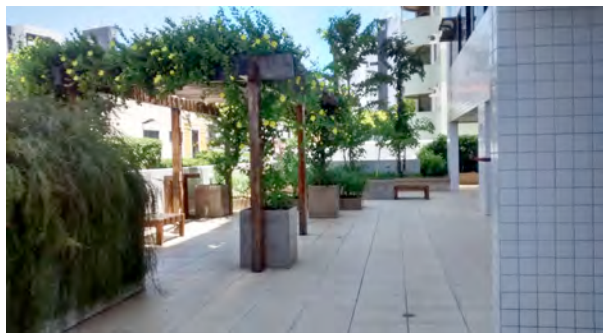
Figura 17 – Espaço gourmet, Ed. Mares do Sul



Fonte: Marta Cavalcante (2015)

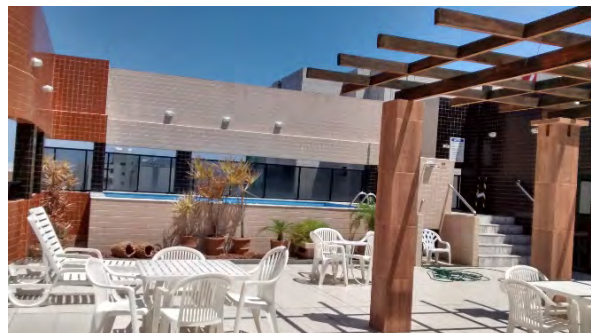
A **praça** e o terraço descoberto também possuem a mesma função e a mesma configuração: áreas abertas com bancos, cercadas por jardineiras (Figura 18 e 19). Quando o terraço descoberto se apresenta vazio ou com mesas e cadeiras, ele tem a função do salão de festas open, espaço para expansão do salão de festas.

Figura 18 – Praça, Ed. Amalfi



Fonte: Marta Cavalcante (2015)

Figura 19 – Terraço descoberto, Ed. Luna Dorata



Fonte: Marta Cavalcante (2015)

## 4 CONCLUSÕES

Este artigo teve como objetivo caracterizar a ocorrência e a configuração dos equipamentos de lazer em edifícios verticais multifamiliares da cidade de Maceió - AL. Selecionaram-se 31 edifícios verticais multifamiliares, de sete construtoras, por meio de portfólios digitais disponibilizados na internet dentro do período temporal da pesquisa, 2010 até 2015.

Constatou-se que o mercado imobiliário oferece grande variedade de ambientes de lazer nos edifícios verticais multifamiliares com o objetivo de personalizá-los. A publicidade imobiliária transforma o valor de uso desses ambientes em valor de signo, o qual se relaciona com status e prestígio, como também com a felicidade de comprar imóveis que estão de acordo com a última moda.

Há um grande contraste de ocorrência entre o lazer infantil e o lazer juvenil. O primeiro, com os acréscimos realizados pelos usuários, ocorreu em 90,32% da amostra. O segundo, retirando o ambiente sala de estudos, que não se caracteriza como lazer, ocorre em 29% dos edifícios. O lazer infantil é obrigatório, e o ambiente *playground* é o mais desejado. O lazer juvenil é acessório e inessencial.

Todos os 31 edifícios possuem ambientes de lazer adulto e compartilhado, 74,19% da amostra possui de 1 a 3 ambientes de cada um desses dois grupos. O mercado imobiliário valoriza os usuários desses grupos, promovendo e diversificando seus equipamentos de lazer. Os adultos, que pertencem aos dois grupos, podem ser vistos, então, como foco principal para a escolha do tipo de equipamento de lazer.

Conclui-se que o fato de todos os 31 edifícios pesquisados possuírem áreas de lazer aponta para uma tendência contemporânea ambientes de oferta

para essa tipologia, atendendo aos apelos da sociedade de consumo. Entretanto, acrescentam-se equipamentos inessenciais aos edifícios para promover a diferença pelo excesso, levando à personalização. Os equipamentos de lazer que surgem apenas uma vez, como berçário, minigolfe, ateliê de arte, piscina relax, dentre outros, fazem parte desta ideia publicitária de criar o novo, mesmo sem saber se há demanda de uso para ele, com o objetivo de seduzir os compradores da sociedade de consumo.

## REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. 5ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

GAVIÃO, Martha. **Muito além do pavimento térreo**: As áreas de lazer no mercado imobiliário em São Paulo. Dissertação (mestrado em arquitetura). São Paulo: Faculdade de arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, 2012.

GOMES, C. M. Dumazedier e os estudos do lazer no Brasil: breve trajetória histórica. In: **Anais do IX Seminário Lazer em Debate**. São Paulo - SP, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

SOUZA, Cleide. A. G. Turismo, lazer e museu, algumas reflexões. In: **Anais do Seminário da Associação Nacional de Pós-graduação em Turismo**. São Paulo, 2007. IV ANPTUR 2007.

VARGAS, Heliana Comin. O arquiteto e seus clientes, in: **Arquitetura e mercado imobiliário** / VARGAS, H. C.; ARAÚJO, C. P. (org.). Barueri, SP: Manole, 2014. p. 1-14

\_\_\_\_\_. O fator localização revisitado, in: **Arquitetura e mercado imobiliário** / VARGAS, H. C.; ARAÚJO, C. P. (org.). Barueri, SP: Manole, 2014. p. 35-52

VILLA, Simone Barbosa; ORSTEIN, Sheila Walbe. Projetar apartamentos com vista à qualidade arquitetônica a partir dos resultados da avaliação pós-ocupação. In: **Gestão & Tecnologia de Projetos**. Vol. 4, nº2, novembro 2009.