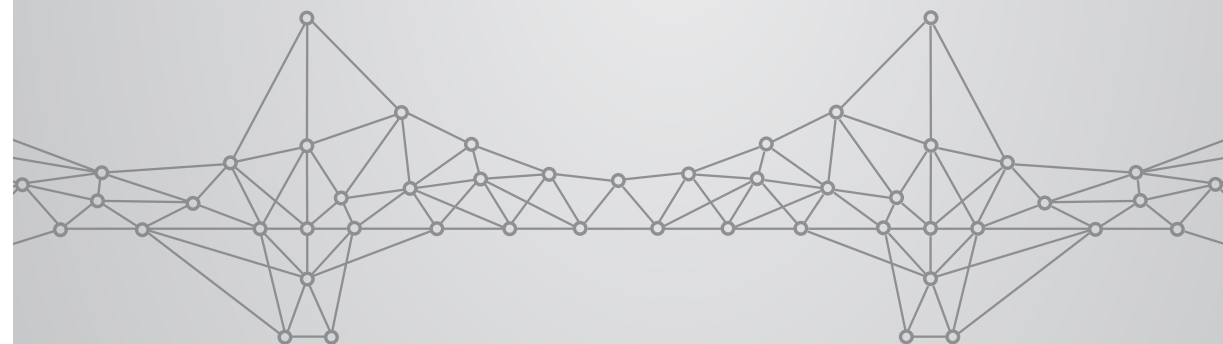


Os empreendimentos imobiliários como ambientes de inovação



Marcelo Consonni Gomes

Formado em Engenharia Civil pela UFSC e em Administração pela FGV/Sociesc, é responsável pelos empreendimentos imobiliários inovadores Pedra Branca Cidade Criativa, Passeio Primavera, Mercadoteca e Centro de Inovação ACATE Primavera.

A essência de tudo são as pessoas. É para elas que os espaços devem ser construídos. A compreensão de que os ambientes de inovação são consolidados em espaços planejados para atender as necessidades humanas é o cerne da questão. A infraestrutura de suporte, adequada e específica às demandas das empresas de base tecnológica, é importante, mas é somente a partir da promoção do bem-estar físico, emocional e social dos indivíduos – empreendedores, colaboradores, clientes – que se conquista a pujança do ecossistema.

Nós moldamos as cidades e elas nos moldam. A afirmação é do arquiteto e urbanista dinamarquês Jan Gehl, referência mundial na criação de cidades para pessoas, que complementa: “quanto mais humano for o espaço urbano que produzimos, mais valorizada nossa dimensão humana estará”. Nesse sentido, considera-se um planejamento urbano voltado para a melhoria da qualidade de vida, que tenha as pessoas como prioridade, pedestres e ciclistas. Esse pensamento não reflete uma tendência recente; pelo contrário, reverbera uma preocupação crescente das últimas cinco décadas em relação ao modelo de desenvolvimento das cidades, pautado por um rigoroso zoneamento que afasta as pessoas dos centros urbanos, provocando desigualdades sociais, além de crises habitacionais e de mobilidade urbana.

Empreendimentos imobiliários que estimulem a convivência entre as pessoas são mais propícios a tornarem-se bem-sucedidos ambientes de inovação.

Em 1961, a jornalista e ativista social Jane Jacobs alertou o mundo sobre o tema ao lançar o livro “Morte e vida das grandes cidades”, no qual destacou os princípios essenciais para uma cidade mais humana, como bairros com diversidade de usos e maior densidade, com quarteirões de tamanho reduzido para estimular a caminhabilidade e com espaços de uso público que funcionem como pontos de encontro, para a promoção da convivência e da integração social.

Esses conceitos do bom e velho urbanismo foram referendados pelo movimento do Novo Urbanismo, que surgiu nos anos 1980 nos Estados Unidos e se popularizou a partir da Carta do Novo Urbanismo, lançada em 1996, no Congresso do Novo Urbanismo, formalizando a preocupação de arquitetos e urbanistas com a reformulação das práticas de desenvolvimento das cidades. Ainda que em um ritmo aquém do esperado, muitas iniciativas têm sido pautadas por esses princípios mundo afora, especialmente pelo empenho da iniciativa privada na criação de bairros-cidades planejados.

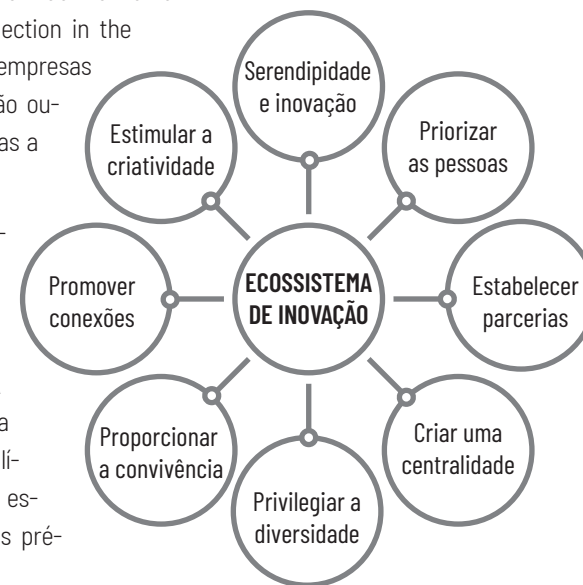
Os benefícios desses princípios impactam diretamente a vida das pessoas, em diversos aspectos, e, inclusive, influenciam o desenvolvimento das empresas e a capacidade de inovação e de conexão com outros negócios. Isso porque essa capacidade empresarial depende de indivíduos. Empreendimentos imobiliários que estimulem a convivência entre as pessoas – assim como as cidades devem estimular, com suas praças e ruas “vivas” – são mais propícios a tornarem-se bem-sucedidos ambientes de inovação. De acordo com Eduardo Glaeser, no livro “O triunfo da cidade”, a mistura de ideias, valores e culturas não apenas amplia as fronteiras do conhecimento como nos torna mais empáticos, produtivos e criativos.

Um ecossistema de inovação depende de uma infraestrutura de suporte adequada para atender à alta tecnologia e ao formato de trabalho desenvolvido, ou seja, precisa de edificações modernas, com estrutura específica, plantas modulares, espaços amplos e integrados – em conformidade com os mais atuais preceitos do mundo corporativo. E depende, ainda mais, de empreendimentos imobiliários que proporcionem a conexão com outras empresas do setor e a aproximação entre lideranças, que estimulem encontros e a convivência entre diferentes empreendedores e colaboradores, e que atendam as necessidades humanas, oferecendo espaços atraentes, seguros e completos.

Muitas empresas, especialmente as da área da tecnologia, estão percebendo a importância de oferecer mais do que ambientes lúdicos e de descompressão como forma de atração e de retenção de talentos e, principalmente, de estímulo à inovação. Como reforça Dan Schawbel, autor do livro “Back to Human:

How Great Leaders Create Connection in the Age of Isolation”, “[...] o que as empresas precisam fornecer às pessoas são outras pessoas que possam ajudá-las a resolver problemas”.

Google, Facebook e Yahoo são algumas das companhias que modificaram os projetos das edificações para maximizarem encontros casuais entre seus colaboradores. A Samsung, no planejamento da sua nova sede na região do Vale do Silício, nos Estados Unidos, projetou espaços públicos externos entre os pré-



dios com o objetivo de incentivar a convivência entre trabalhadores e executivos. Além da colaboração, a empresa deseja proporcionar interações não planejadas, pois acredita no quanto elas melhoram o desempenho e estimulam a criatividade.

A reinvenção do Vale do Silício

Muitas das novas iniciativas que vêm sendo adotadas por empresas de tecnologia do Vale do Silício resultam do entendimento sobre a necessidade de revisar o modelo de ocupação. Em 2014, durante uma missão empresarial liderada pela Associação Catarinense de Tecnologia (ACATE) à região, ficou evidente o impacto do planejamento urbano. A Cisco Systems, localizada na cidade de San José, por exemplo, ocupava um complexo de dezenas de prédios, cada um com cerca de 200 funcionários. Entre as edificações, havia bolsões de estacionamento. Em visita à empresa, um dos diretores atribuiu justamente a essa configuração a dificuldade que estavam encontrando para contratar novos funcionários, pois os jovens relatavam que não queriam depender de automóveis para o deslocamento, que desejavam trabalhar próximo de onde moravam e, especialmente, que queriam ter o escritório como ponto de encontro.

As empresas de tecnologia mais modernas estão preferindo instalar suas dependências na própria cidade de São Francisco justamente para proporcionar o que as novas gerações priorizam: a convivência e a vida urbana. É no bairro conhecido como SoMa, ou South of Market, que reúne restaurantes, bares, museus, galerias de arte e parques, que estão nascendo startups, aceleradoras e diversos coworkings, muitos instalados em *lofts* construídos em antigos galpões. É lá também que abriram escritório empresas como Zynga, Dropbox, Airbnb, Foursquare, LinkedIn, entre outras. É essa mistura que qualquer ambiente de tecnologia não pode segregar; pelo contrário, deve estimular: vida urbana densa, agradável e, evidentemente, segura, pois esse é um dos principais propulsores da criatividade.

Como Florianópolis desenvolveu este vetor

O primeiro empreendimento imobiliário idealizado como ambiente de inovação em Florianópolis foi o Condomínio Industrial de Informática (CII), criado e implantado, em 1986, pela então Associação Catarinense de Telemática e Eletrônica (ACATE), entidade que acabava de ser formalizada. Tratava-se de um prédio localizado no bairro Trindade, próximo à Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), que reunia algumas empresas do setor e a Incubadora Empresarial Tecnológica (IET), fundada naquele

mesmo ano pela Fundação CERTI – o atual Centro Empresarial para Laboração de Tecnologias Avançadas (Celta). Pioneira no país, a IET ocupava um espaço de 1.200 metros quadrados, no qual abrigava sete empresas de tecnologia.

A partir da expansão do setor nos anos seguintes, novos empreendimentos foram criados, pautados pela necessidade de centralização, mas, principalmente, de oferecer infraestrutura adequada de suporte para a operação dos negócios. Assim, em 1993, a cidade ganhou o Parque Tecnológico Alfa, às margens da rodovia SC-401, no bairro João Paulo, com 70 empresas instaladas. O empreendimento foi criado por força do Decreto n. 941, de 31 de outubro de 1991, do Governo do Estado de Santa Catarina, o qual declarou como utilidade pública a área de quase 100 mil metros quadrados para fins de desapropriação, com o objetivo específico de implantar o Parque Tecnológico por meio do Banco de Desenvolvimento do Estado de Santa Catarina (Badesc).

Dois anos após a inauguração, o Celta deixou a sala que ocupava no CII e foi transferido para o local, ocupando um prédio de 10 mil metros quadrados que fora construído pelo governo estadual e cedido à Fundação CERTI para a instalação da incubadora, a qual, à época, contava com 27 empresas instaladas. O ParqTec Alfa tornou-se uma referência e logo passou a atrair mais empresas, negócios e instituições, como a Fundação de Amparo à Pesquisa e à Inovação do Estado de Santa Catarina (Fapesq) e o Sebrae/SC, que lá instalou a incubadora MIDI Tecnológico, a qual, em 1998, passou a ser administrada pela ACATE, ainda tendo o Sebrae/SC como mantenedor.

No início dos anos 2000, um segundo parque tecnológico começou a ser articulado – o Sapiens Parque –, idealizado pela Fundação CERTI em parceria com o Governo do Estado e planejado para ocupar uma área de 4,5 milhões de metros quadrados no bairro Canasvieiras, – na ponta Norte da rodovia SC-401. O marco zero foi lançado em 2006 e, em 2010, o primeiro prédio construído no parque era inaugurado: o do Inova-Lab – o Centro de Inovação. A edificação de 3 mil metros quadrados abriga institutos, startups e empresas consolidadas no setor.

Um ano antes, em 2009, a ACATE criava um novo parque tecnológico, o ParqTec ACATE, no recém-inaugurado Corporate Park, empreendimento corporativo localizado no bairro Santo Antônio, também às margens da rodovia SC-401, já com um conceito mais alinhado aos benefícios da gestão do mix para criação de valor, reunindo também opções de gastronomia e de serviços. Outro empreendimento privado que se estabeleceu nas imediações, especificamente ao lado do ParTec Alfa, foi o Techno Towers, o qual inaugurou, em 2012, a primeira das seis torres planejadas para o complexo.

Diversas empresas de expressão do polo tecnológico de Florianópolis passaram a migrar para a região, conformando a “Rota da Inovação”, que foi lançada no ano seguinte. O objetivo era criar uma identidade para o roteiro, de cerca de 40 quilômetros que liga o aeroporto Hercílio Luz, no Sul da Ilha de Santa Catarina, ao Sapiens Parque, no Norte, e ampliar a integração e a articulação entre as diversas instituições e empresas com atividades relacionadas à inovação, tecnologia, pesquisa e desenvolvimento econômico presentes nesse eixo. A iniciativa contou com a parceria da UFSC, da Fundação CERTI, da ACATE e do Sapiens Parque.

O coração da Rota da Inovação

Nesse contexto de expansão da infraestrutura do polo tecnológico, o ano de 2015 pode ser considerado um marco para o setor. Naquele ano, demos início à consolidação de um complexo inovador para o desenvolvimento e o fortalecimento do ecossistema local, o Passeio Primavera, criado pelo Grupo Pedra Branca às margens da rodovia SC-401, no bairro João Paulo, a partir da implantação do primeiro Centro de Inovação da ACATE – o CIA Primavera.

A inauguração marcou um novo momento no ecossistema de tecnologia catarinense não só pela criação de um ambiente inspirador, que une incubadora, laboratório de inovação, coworking e empresas de vários portes, mas porque a ACATE deixou de ser uma gestora de condomínio, tendo que se envolver com as questões burocráticas junto aos inquilinos – como atuava à frente do CII – e focou suas energias em ser a fomentadora do ecossistema. Essa mudança de papel foi fundamental. A partir desse novo perfil de atuação da ACATE, outros importantes parceiros foram atraídos, como o Impact Hub, que passou a gerenciar em conjunto e a pensar em eventos, o Social Good Brasil, valorizando o empreendedorismo de impacto e diversificando os públicos, e várias empresas de tecnologia, com os fundos de venture capital.

O embrião do complexo foi o Primavera Garden, fundado em setembro de 1989 pela empreendedora Myriam Gomes naquele endereço, quando o conceito de *garden center* ainda estava engatinhando no Brasil. Na área adjacente, quadras de tênis ofereciam a opção da prática do esporte a atletas e amadores. Naquela mesma época, outra ideia inovadora começava a ser gestada pela família Gomes: a criação de um bairro planejado, pautado pelo urbanismo sustentável em uma área de fazenda de sua propriedade aos pés do Morro da Pedra Branca, em Palhoça, na Grande Florianópolis. Balizada por muita pesquisa, estudos, contratação de especialis-

tas nacionais e internacionais, como Gehl Architects, DPZ Latin America e Jaime Lerner, e de diversos escritórios de arquitetura locais, a iniciativa atraiu entusiastas, admiradores e investidores e, passados 20 anos, a Cidade Criativa Pedra Branca é uma “cidade para pessoas”, premiada e reconhecida internacionalmente.

Sobre esses mesmos pilares – sustentabilidade, criatividade, tecnologia e convivência – foi construído o Passeio Primavera, à semelhança do bem-sucedido Passeio Pedra Branca, inaugurado em 2013 no coração da Cidade Criativa Pedra Branca. Planejado para ser um shopping a céu aberto, o Passeio Pedra Branca integra opções de lazer, de gastronomia e de serviços para moradores e visitantes do bairro, na que veio a ser a primeira rua compartilhada do país, e passou a atrair empresas e a estimular o empreendedorismo, também a partir da aproximação com a Unisul, com campus instalado no bairro.

Muitas premissas consideraram também os pontos positivos e negativos identificados naquela missão ao Vale do Silício organizada pela ACATE em 2014, da qual participamos. Para nós, do Grupo Pedra Branca, era evidente que a criação de uma centralidade compacta e complexa, a partir da diversidade do mix e do estímulo à criatividade, à convivência e à vida urbana, faria do Passeio Primavera o sucesso que é hoje, como um complexo multiúso em formato inédito em Santa Catarina, que registra em torno de 30 mil visitantes por mês.

A estrutura do Passeio Primavera foi ampliada com o passar dos anos, agregando restaurantes, lojas, cafeteria e empresas de serviços e a Mercadoteca Floripa, inaugurada em 2018, com opções diferenciadas de gastronomia em um ambiente inovador e descontraído de uso coletivo. Em 2019, o Passeio Kids passou a integrar o complexo e oferecer atividades específicas para as crianças. A partir de 2021, uma nova transformação torna o empreendimento ainda mais atraente para empresas interessadas em integrar o ecossistema de inovação: a inauguração do Primavera Office, edificação comercial que oferece flexibilidade de plantas e infraestrutura adequada para empresas de tecnologia dos mais variados portes, e da Praça Primavera, importante elemento de integração e de conexão de todas as estruturas existentes no complexo, o que torna o endereço ainda mais singular, pulsante e criativo.

Desafios para o futuro

Ao considerar que as pessoas são a essência do ecossistema, o desafio está em, justamente, promover a atração, a aproximação e a conexão entre elas. Muitos empreendimentos imobiliários em geral – e especialmente aqueles voltados ao am-

biente de inovação – carecem de “pontos de encontro” com foco na serendipidade, ou seja, criar a possibilidade de descobrir algo bom, algo novo, em encontros ocorridos por acaso. Acreditamos muito no potencial desse encontro casual e em como nossos espaços estão forçando pessoas diferentes a se encontrarem, a se esbarra-rem – esse é um elemento fundamental. A consequência é a aproximação e a conexão entre ideias e negócios que fortalecem o ecossistema local.

Os empreendimentos precisam focar nisso. A promoção da serendipidade deve ser um dos elementos mais importantes do desenho. E nesse ponto está o desafio a ser enfrentado por endereços que não promovem isso de maneira clara, ou seja, não têm cultura urbanística que faça as pessoas se encontrarem, como uma praça, por exemplo. A experiência que tivemos na Cidade Pedra Branca nos levou a enxer- gar isso. Os centros das boas cidades são lugares criativos por dois fatores impor- tantes: densidade de pessoas diferentes e espaços públicos de qualidade e atraen- tes que fazem as pessoas se encontrarem.

Outras questões a serem consideradas pelos empreendimentos imobiliários, indepen- dentemente do porte, assemelham-se às analisadas no planejamento de lugares com maior escala: mobilidade, diversidade de usos e conexão entre ambientes. É funda- mental ampliar o olhar e integrar negócios que atendam às necessidades humanas, ou seja, em ambientes de inovação, é preciso ir além da atração de empresas de tecnolo- gia. Gastronomia, comércio, serviços e equipamentos de lazer associados são primor- diais. Centralidade, facilidade de acesso, variedade do mix de negócios e espaços de uso coletivo que contribuam para a promoção de encontros e do bem-estar podem ser considerados elementos-chave para um bem-sucedido ambiente de inovação.

Se um dos principais desafios das empresas de tecnologia, em qualquer lugar do mundo, é a atração e a retenção de talentos, já está claro que é preciso muito mais do que oferecer bons salários e oportunidades de crescimento profissional, ainda mais quando esses talentos integram uma geração muito mais interessada em vi- ver bem, e em viver bem agora. É importante criar ambientes que as façam se sentir bem, física e emocionalmente, além de motivadas, felizes, pertencentes e participantes. O sentimento de pertencimento faz com que as pessoas sejam mais engajadas e produtivas, e, segundo, Dan Schawbel, 3,5 vezes mais propensas a contribuir para seu pleno potencial inovador. Percebe-se que não se trata apenas de um planejamento arquitetônico e urbanístico voltado para pessoas, mas de uma abordagem diferenciada de gestão do empreendimento imobiliário.

Como desenvolver este vetor

PRIORIZAR AS PESSOAS

A atenção às necessidades humanas deve estar no topo do planejamento de um empreendimento imobiliário como ambiente de inovação, considerando todos os indivíduos envolvidos – empreendedores, colaboradores e clientes.

ESTABELECE PARCERIAS

Identificar potenciais parceiros para o empreendimento, considerando os players do setor, mas também a importância da diversificação do mix de negócios.

CRIAR UMA CENTRALIDADE

No planejamento, perseguir a meta de criação de uma centralidade compacta, diver- sa e complexa que favoreça questões como mobilidade, bem-estar e segurança.

PRIVILEGIAR A DIVERSIDADE

A diversificação é um dos principais fatores e deve envolver não apenas o mix de negócios como também os perfis de públicos.

PROPORCIONAR A CONVIVÊNCIA

É importante combater o isolamento de todas as formas e criar espaços de uso coletivo atraentes, com equipamentos de qualidade, preferencialmente ao ar livre. Promover eventos e ações que integrem os diferentes públicos para ampliar o network.

PROMOVER CONEXÕES

A conexão entre os negócios que compõem o empreendimento imobiliário de um ambiente de inovação deve estar evidenciada na estrutura física, com acessos facilitados e elementos integradores. Contudo, é fundamental que seja promovida a convergência entre os atores para potencializar a geração de novos negócios entre os públicos do próprio empreendimento.

ESTIMULAR A CRIATIVIDADE

Oferecer espaços lúdicos, contemplativos e também descontraídos, que proporcionem momentos de relaxamento, de interação e de convivência entre as pessoas.

SERENDIPIDADE E INOVAÇÃO

Compreender a importância de promover a serendipidade, ou seja, de criar espaços e condições para que as pessoas façam descobertas positivas por acaso e, assim, contribuam para a essência de um ambiente de inovação.

Onde encontrar

Celta - incubadora da Fundação CERTI - www.celta.org.br

CIA Primavera - Centro de Inovação ACATE - <https://ponte.tech/to/ciaprimavera>

Cidade Pedra Branca - www.cidadepedrabranca.com.br

Passeio Pedra Branca - www.passeiopedrabranca.com.br

Passeio Primavera - www.passeioprimavera.com.br

Primavera Office - www.primaveraoffice.com.br

Sapiens Parque - www.sapiensparque.com.br

Referências

BIGARELLI, Bárbara. "A tecnologia isolou as pessoas no trabalho". **Valor Econômico**, 5 nov. 2019. Disponível em: <https://ponte.tech/to/bigarelli>. Acesso em: 8 jan. 2021.

FLORIDA, Richard. **A ascensão da classe criativa**. Porto Alegre: L&PM Editores, 2011.

GEHL, Jan. **Cidade para pessoas**. São Paulo: Perspectiva, 2013.

GLAESER, Edward. **O triunfo da cidade**. São Paulo: Bei, 2016.

JACOBS, Jane. **Morte e Vida das Grandes Cidades**. 3. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011.

JOHNSON, Steven. **De onde vêm as boas ideias**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SCHWBEL, Dan. **Back to Human**: How Great Leaders Create Connection in the Age of Isolation. [s.l.]: Da Capo Lifelong Books, 2018.

WABER, Ben; MAGNOLFI, Jennifer; LINDSAY, Greg. Workspaces That Move People. **Harvard Business Review**, out. 2014. Disponível em: <https://ponte.tech/to/waber>. Acesso em: 8 jan. 2021.

WALDANA. Bairros de San Francisco - Parte 1: Downtown. **Acontece no Vale**, 7 nov. 2016. Disponível em: <https://ponte.tech/to/waldana>. Acesso em: 8 jan. 2021.