

ESPAÇOS COMERCIAIS NOS CONJUNTOS HABITACIONAIS E SUAS RELAÇÕES COM O CONCEITO DE UNIDADE DE VIZINHANÇA.

Ismael Andrade Pescarini

Doutorando junto à FAU da USP

islum@uol.com.br

Introdução

Embora algumas das categorias de varejo estejam ligadas a modelos de expansão das áreas residenciais urbanas, como os shoppings centers construídos nos subúrbios do primeiro mundo ou nossos hipermercados construídos nas periferias urbanas de São Paulo, no que se refere aos assentamentos populares “planejados”, onde se enquadram os conjuntos habitacionais, não há um modelo bem sucedido de núcleo comercial que tenha sido aplicado ou seguido durante a sua produção no Brasil.

O que mais se aproxima de um conceito adequado e racional para acomodar as demandas básicas por insumos do cotidiano foi o modelo da Unidade de Vizinhança, que teve na superquadra modernista um exemplo bem conhecido de nós brasileiros devido ao seu uso em Brasília. No entanto esse conceito também carece de um enfoque diferenciado pois não propõe espaços contextualizados à realidade das comunidades excluídas, nem assimila a espacialidade informal tradicional no comércio popular, que inclui as feiras livres, as barracas, os estandes e quiosques, nem tão pouco encara a localização comercial como “locus gerador” de produtos produzidos localmente, considerando as famílias residentes como unidades produtivas.

Para se “contrapor” de certa forma ao modelo de expansão periférica do loteamento popular, que assumiu a função de principal alternativa de acomodação espacial para as camadas populares na segunda metade do século 20, os organismos oficiais encontraram na venda das unidades uma alternativa atraente para as camadas de baixa renda., é o chamado modelo da casa

própria. Porém com a quebra do sistema financeiro da habitação, após a década de 70, a produção habitacional oficial tem enfrentado cada vez mais limitações nos custos de produção pela impossibilidade cada vez maior de oferecer subsídios. Assim a partir da limitação e custos e pelo sucessivo empobrecimento das camadas populares a continuação do modelo de casa própria tem oferecido um conjunto de perdas na qualidade urbanística dos empreendimentos, que vão muito além daquelas existentes nos primeiros programas habitacionais populares. Os maiores prejudicados são as porções de espaço destinadas ao uso dos equipamentos públicos e áreas comerciais, pois tendo em vista a ausência histórica de mecanismos repressores da especulação fundiária, o preço da terra, especialmente nas periferias das regiões metropolitanas, tem representado um dos maiores custos dos empreendimentos.

Por estarem em áreas de expansão, áreas de fronteira, os estabelecimentos comerciais necessitam de maiores taxas de investimentos iniciais e desse modo, ou operam com preços mais elevados ou operam com taxas de lucro menores para sobreviverem. Esse fator é uma das vertentes aqui apresentadas, às quais se somam as questões fundiárias e o modo “informal” de apropriação do espaço público, seja como resultado de heranças culturais seja como resultado da situação de pobreza da população.

O principal problema abordado, portanto, é que o uso comercial nos conjuntos habitacionais acontece de forma desorganizada, com ocupação ilegal de áreas situadas fora dos locais destinados para este uso, trazendo prejuízos de identidade urbanística, salubridade e higiene das instalações e desconforto no acesso e atendimento aos usuários. De modo geral e por algumas das razões explicadas neste artigo, prevalece nos empreendimentos uma situação de anormalidade e irregularidade, sendo que existem as seguintes situações genéricas facilmente identificáveis: Conjuntos inseridos na malha urbana sem áreas comerciais próprias; Conjuntos onde não há áreas comerciais projetadas, Conjuntos Habitacionais com áreas comerciais projetadas e não ocupadas; Conjuntos Habitacionais com áreas comerciais ordenadas e legalizadas.

Conjuntos inseridos na malha urbana sem áreas comerciais próprias. Em geral os empreendimentos aqui incluídos são pequenos conjuntos, isto é empreendimentos até 200 unidades ou 1000 pessoas, que desfrutam de uma localização integrada ao tecido já constituído da cidade e, por isso, não carecem de um programa que inclua um setor comercial próprio. Mesmo assim, dependendo do “programa social” a que se destina acabam ocorrendo transformações na dinâmica do comércio no entorno. Os conjuntos compostos por casas embriões suscitam um aumento da demanda por material de construção e, dependendo das condições de oferta, pode haver um aumento do número de estabelecimentos desse setor que exploram a oportunidade criada.

Outro fator de alteração da dinâmica comercial é quando o conjunto é ocupado por famílias que dependem da exploração do comércio como fonte de renda. As famílias tendem inclusive a ocupar nichos de exploração comercial junto dos eixos viários estruturais nas proximidades do conjunto habitacional.

Conjuntos onde não há áreas comerciais projetadas; Nem sempre a ausência de áreas comerciais projetadas é decorrência da sua existência nas proximidades. Conjuntos habitacionais de porte médio, entre 200 e 500 unidades, deveriam no mínimo e a princípio possuir áreas construídas destinadas ao comércio de vizinhança, do tipo box comerciais, mas muitos não as possuem devido a erros de projeto ou devido a problemas de regularidade fundiária. Quando isso ocorre é comum a existência do comércio irregular.

Essa ausência se explica principalmente quando o estado se associa a iniciativa privada para a produção de habitação social. Pois os critérios de programa de projeto da iniciativa privada são apenas econômicos e imediatos. Quando o empreendimento situa-se junto a corredores de tráfego com potencial para a exploração comercial o que se vê é o desdobro prévio das áreas mais favoráveis para retorno ao mercado, o que nem sempre garante sua ocupação por comércio voltado ao atendimento das necessidades básicas da população.

Conjuntos Habitacionais com áreas comerciais projetadas e não ocupadas. Vários empreendimentos habitacionais possuem áreas comerciais projetadas, em geral não edificadas ou por razões econômicas ou fundiárias. Por razões econômicas entende-se um conjunto de fatores que resumidamente muitos autores chamam de programa social. Isto é, um grupo de condicionantes como fator de renda dos consumidores, preços de mercado, legislação tributária e restrições legais de regularidade do setor comercial que juntos, formam um cenário que pede

determinadas ações dos agentes econômicos. Outra razão econômica é que os comerciantes interessados em explorar o comércio de vizinhança projetados nem sempre dispõem de recursos para a construção dos empreendimentos ou teriam de se descapitalizar e deixar de investir em equipamentos e instalações. De um modo ou de outro perdem competitividade, estando sujeitos a quebrar se no entorno existirem condições de instalação ou ampliação de comércio mais competitivo, como os supermercados.

Outra razão para o insucesso da ocupação das áreas projetadas é a ausência de regularidade fundiária do empreendimento habitacional. Caso muito freqüente tendo em vista a demora dos órgãos públicos responsáveis pela aprovação dos projetos e por razões das mais diversas. Restrições ambientais não observadas por ocasião do levantamento topográfico, problemas de matrícula das áreas nos registros imobiliários, restrições no fornecimento de infraestrutura pelas companhias concessionárias de serviços públicos surgidas após a fase de planejamento quando são solicitadas diretrizes, problemas de drenagem urbana decorridos da ocupação desordenada do entorno, invasões de terra por população carente dentre outros motivos que geram barreiras que impedem a aprovação e a regularidade fundiária dos lotes decorrentes do parcelamento. Não possuindo matrículas regulares as companhias estatais empreendedoras não conseguem nem ceder nem licitar as áreas comerciais para os interessados. Cabe esclarecer que a origem dos chamados “erros” de projeto é a falta de exigência legal para inclusão de áreas comerciais. A lei federal 6766, Lei Lehman, que regula o parcelamento de solo urbano não faz esta exigência e os municípios em geral também não, ficando a cargo do empreendedor.

Conjuntos Habitacionais com áreas comerciais ordenadas e legalizadas. O conceito de unidade de vizinhança formulado originalmente por Clarence Arthur Perry no contexto do plano de Nova York de 1929 (Barcellos, 2005), propunha uma secção funcional da cidade, sendo pois menos espacial e mais funcional, considerava uma cota de população vivendo numa porção espacial de tamanho variável, em função da densidade, desfrutando de uma organização cujo maior interesse seriam as relações de vizinhança, calma, segurança e praticidade para as funções cotidianas mais importantes, morar, escola fundamental, comércio local e lazer social em torno de uma pequena praça de bairro. Assim formulou Perry, em 1929, em relação ao comércio local: Um ou mais locais e comércio adequados a população devem ser oferecidos, de preferencia na junção das ruas de tráfego e adjacente a outro similar comércio de outra unidade de vizinhança. (Perry in Barcellos, 2005).

Para muitos urbanistas a questão espacial da unidade de vizinhança assumiu duas configurações de tamanho, uma que o tamanho de cada unidade não deveria superar uma distancia considerada confortável para um percurso a pé, parâmetro este usado no projeto das superquadras em Brasília, 300 metros. Outros urbanistas consideram, tal como Perry, o tamanho da população, algo em torno de 800 a 1200 unidades habitacionais, o que representaria uma população de 3200 a 5000 habitantes contextualizados aos fatores culturais de cada país (Bruna, Gilda. 1984)

Uma distancia fundamental separa o conceito original de Perry do conceito “espacial” da unidade de vizinhança modernista, tão familiar para os arquitetos brasileiros, que tem Brasília como referencia e muitas vezes usada nos conjuntos habitacionais. Trata-se de que no conceito original a unidade de vizinhança era uma proposição funcional, inserida na cidade enquanto que no conceito modernista ela passa a ser uma utopia espacial, fruto de um novo conceito territorial onde todos os problemas urbanos estariam “re-escritos”. Foi assim que na proposta modernista a situação de cada uso espacial é mais regulada e limitada do que no conceito original de Perry, muito mais flexível.

Conclusão

Pode-se dizer em primeiro lugar, que a disposição de centros comerciais nos conjuntos habitacionais não deve ser fruto apenas de uma análise espacial, que leve em conta apenas a dimensão física do empreendimento, nem a medida em hectares ou metros quadrados, nem a contada pelo tamanho de sua população, pois além da demanda pelos gêneros de primeira necessidade o uso comercial, como parte do processo urbano, depende muito e principalmente de fatores locacionais relativos à dinâmica do comércio na esfera do bairro e da cidade e relativos ao processo social da ocupação do empreendimento.

O problema maior reside em que os arquitetos e demais urbanistas não partem do conceito de família como unidade produtiva (Haddad, Eduardo Amaral, Notas sobre a Teoria da Localização, FEA-USP, Abril de 2005), mas ainda pensam a população dos conjuntos habitacionais como classe social proletária ou mesmo “excluídos” do processo de produção capitalista. Aspecto que se manifesta primeiro quando pela localização periférica da maioria dos conjuntos e pela opção pelo modelo da casa própria, onde a lógica do menor custo de produção predomina e nos projetos onde os planos de parcelamento do solo subestimam a importância do uso comercial nos empreendimentos

O conceito de família e de população residente limita-se a dimensão do consumidor de insumos locais, os espaços públicos apropriados pelo uso institucional, e de insumos transferíveis, isto é, aqueles que podem ser adquiridos fora da esfera local, fornecidos de modo genérico pelo comércio localizado fora do empreendimento.

Mesmo no conceito mais racional e moderno de Unidade de Vizinhança, formulado em 1929, a população residente encontra-se utopicamente incluída no sistema de produção global. Um conceito surgido no contexto da produção Fordista em um país desenvolvido foi adaptado primeiramente pelos arquitetos modernistas e depois, dentro da realidade terceiro mundista, tem sofrido conseqüentes adaptações no sentido do enxugamento de custos, sempre com prejuízo da boa adequação de área públicas e comerciais. O uso contínuo desse conceito ao longo de todo o século 20 pelos modernistas, como em Brasília por exemplo, não considerava a dimensão da informalidade, pela simples interposição do zoneamento rígido, reflexo espacial de uma compreensão da realidade social que não continha os elementos de flexibilização do espaço que conhecemos hoje. Espacialmente inclusive toda utopia tende a ser rígida.

Lamentavelmente a legislação urbanística também não ajuda, nem tão pouco os estatutos das companhias promotoras de habitação social que ainda consideram a habitação como fato urbanístico isolado e o uso comercial restringe-se à dimensão da extrema necessidade excluindo-se a dimensão do prazer e da identidade espacial.



Bibliografia

BARCELLOS, Vicente Quintella. Unidades de Vizinhança: notas sobre sua origem, desenvolvimento e introdução no Brasil. Mimeo Brasília/DF Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de Brasília. 2005.

BENEVOLO, Leonardo. Origens da Urbanística Moderna.

BONDUKI, Nabil Georges. Origens da habitação social no Brasil – Arquitetura Moderna, Lei do Inquilinato e difusão da casa própria. São Paulo. Estação Liberdade/FAPESP. 1998

BRUNA, Gilda Collet. A problemática do dimensionamento de áreas comerciais para uso no planejamento territorial. Tese de Doutorado. São Paulo. FAU-USP. 1973

BRUNA, Gilda Collet. Processos de dimensionamento de áreas comerciais na RMSP e sua aplicabilidade no planejamento territorial e na arquitetura. Tese de Livre Docência. São Paulo. FAU-USP. 1980

GOROWITZ, Matheus. Brasília - Sobre a Unidade de Vizinhança. Mimeo Brasília. UnB. Junho de 2002

VARGAS, Heliana Comin. A lógica do espaço terciário. O lugar, a arquitetura e a imagem do comércio. Tese de Livre Docência. São Paulo. FAU-USP. 2000