

Comércio, faca de dois gumes: dinamização e descaracterização dos sítios históricos

Maria de Lourdes Carneiro da Cunha Nóbrega
lourdinha_@hotmail.com

Professora da Universidade Católica de Pernambuco e Gerente de Projetos da Diretoria de Preservação do Patrimônio Cultural, Secretaria de Cultura da Cidade do Recife.

Introdução

Este artigo apresenta uma análise das transformações morfológicas decorrentes da presença da atividade comercial de varejo, em edificações dos sítios históricos dos bairros Santo Antonio e São José (no Recife, Pernambuco, Brasil), com o objetivo de demonstrar que a atividade comercial é, ao mesmo tempo, uma solução, pois, dá a possibilidade de uso a edificações históricas, em centros urbanos muitas vezes degradados, e um problema, em contribuir, morfológicamente, para a sua descaracterização.

Espaços públicos e edificações são modificados, exclusivamente, em função da presença das atividades de varejo. Modificações que contribuem para um crescente processo de descaracterização arquitetônica, em especial das áreas instituídas como sítios históricos. Através da dinâmica de transformação gerada pelo setor terciário, edifícios de uso comercial, que desde a promulgação da lei n° 13.957/1979¹, deveriam ter sua arquitetura preservada se modificaram, atendendo às demandas dessa atividade.

As descaracterizações são apresentadas a partir da comparação das fachadas de edificações dos sítios, em dois momentos (década 1970 e ano 2006)². As transformações morfológicas detectadas implicam não apenas na modificação do imóvel em si, mas, de todo um sítio, visto que ruas inteiras passam a apresentar essas modificações.

1. O edifício histórico

Vários trechos que compõem os sítios históricos possuem construções implantadas no paramento da rua, com suas fachadas voltadas para as vias públicas, sem recuos laterais, construídas em terrenos estreitos e com altas empenas laterais. Essas construções, quando possuidoras de vários pavimentos, são denominadas sobrados.

Sobrados e casas térreas configuram morfológicamente esses espaços históricos. A ausência de recuos (lateral e frontal), característica da cidade tradicional, na

¹ A lei municipal n° 13.957 de 10 de outubro de 1979 instituiu normas de proteção às zonas de preservação histórica no Recife (sítios históricos). Atualmente essas áreas são regulamentadas segundo a atual legislação, Lei n° 16.176 de 1996..

² Foram analisados 111 imóveis da Rua Direita, 59 imóveis da Rua das Calçadas e 101 imóveis da Rua da Palma. Ruas de comércio popular do centro histórico do Recife.

configuração dos edifícios construídos na cidade do Recife na sua formação, define a utilização do térreo – área de contato direto com a rua – como espaço não habitacional. Originalmente, o térreo dessas edificações era, muitas vezes, utilizado para a instalação de lojas, ao passo que, os demais pavimentos eram de uso residencial. Edifícios com esse uso misto eram encontrados nesses sítios desde a sua formação até a década de 1970³. Década da preservação.

A partir de então as edificações passaram a abrigar o uso, exclusivamente, comercial, ou terem seus pavimentos superiores vazios com o comércio no térreo. Ressalte-se que o comércio no centro é um comércio popular.

2. As transformações dos edifícios

Quando analisados, os edifícios históricos transformados apresentam-se como: 2.a) edifícios modificados e 2.b) edifícios descaracterizados⁴.

2.a) Os edifícios modificados apresentam dois aspectos morfológicamente relevantes: a) as transformações da arquitetura do edifício e b) as transformações decorrentes de elementos publicitários nas fachadas.

a) As transformações da arquitetura do edifício são percebidas analisando-se separadamente três partes do edifício: I) **a base** (ou pavimento térreo), II) **o corpo** (ou pavimentos que se encontram acima da base) e III) **o coroamento** (ou platibanda).

I. As modificações relativas à base da edificação são as aberturas de portas largas e as construções de marquises (figuras 1 e 2).

A abertura da porta larga é realizada em detrimento às portas estreitas existentes, quando do uso misto ou quando de outros usos. Nessa transformação há uma mudança de relação entre o espaço público da via e o espaço privado da loja. Esta relação é estreitada, com o objetivo de atrair o possível consumidor passante. A porta larga é um facilitador, tanto para a penetração na loja, quanto para uma maior exposição de mercadorias.

A marquise acima da porta protege das intempéries, o acesso (ora largo) e as mercadorias, colocadas muito próximas ao acesso. As marquises são, geralmente, construídas após a abertura das portas largas.

II. As modificações relativas ao corpo do edifício dizem respeito à supressão dos elementos de adorno e modificação de aberturas. Portas e janelas sofrem fechamentos, alargamentos, etc. Nestes pavimentos modificados são encontrados, em lugar do antigo uso habitacional, que caracterizava o sobrado, depósitos e/ou a administração do negócio⁵.

³O uso misto encontrado na década de 1970 nos sobrados de São José pode ser observado no levantamento cadastral do documento *Preservação do Ambiente Cultural. Roteiro de Pedestres*. 1976.

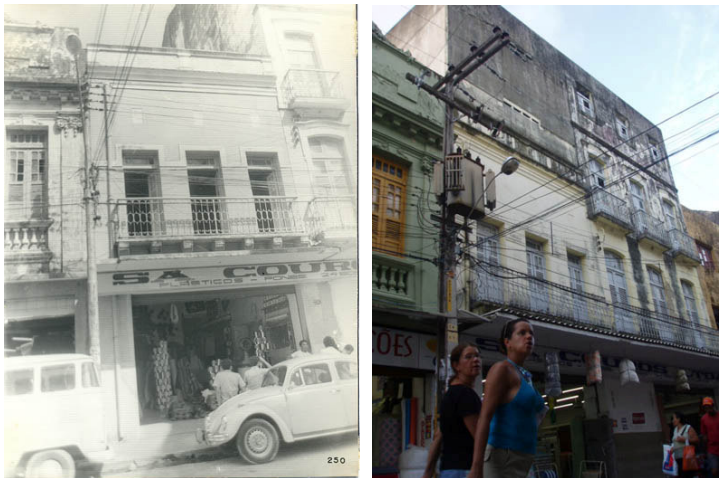
⁴ Formas de caracterização do edifício já utilizadas pela Fundação de Desenvolvimento da Região Metropolitana do Recife no *Plano de Preservação dos Sítios Históricos*. 1979.

⁵ Há edifícios cujos corpos da edificação (e platibanda) foram reformados assumindo, no lugar do estilo eclético (adotado no fim do século XIX e princípio do século XX) características do estilo moderno. Não

III. As modificações relativas ao coroamento. A principal modificação do coroamento do edifício está relacionada ao acréscimo de pavimentos, para uso de depósito de mercadorias. A elevação de pavimento eleva conseqüentemente a dimensão do coroamento (figuras 3 e 4).



Figuras 1 e 2. Abertura de porta larga. Rua Direita 324 década 1970 e ano 2005.



Figuras 3 e 4. Modificação do coroamento. Rua Direita 250, década 1970 e ano 2005.

b) As transformações decorrentes de elementos publicitários nas fachadas referem-se às placas e letreiros que identificam o comércio.

Quando considerados o dimensionamento e a proporção dos elementos publicitários, em relação à área de fachada frontal da edificação, definem-se aqui estas edificações como: edifícios suportes (de elementos publicitários) ou edifícios publicitários. Os edifícios são suportes quando, apesar do elemento publicitário, há a leitura arquitetônica dos elementos que compõem a fachada. Os edifícios publicitários são aqueles cujo elemento publicitário impede a leitura da sua arquitetura. Ambos aqui denominados sobrados enfeitados (figuras 5 e 6).

se pode afirmar que esta modificação da edificação ocorra em função do uso comercial. Compreende-se esta nova leitura do edifício como uma atualização estética da edificação que precipitou sua renovação.

Quando um determinado sítio urbano apresenta grande maioria do seu espaço urbano constituído por edifícios publicitários, conclui-se que este espaço urbano também é um espaço publicitário. Espaço histórico passa também a ser espaço de publicidade.



Figuras 5 e 6. Sobrados enfeitados. Rua Direita 193, década 1970 e ano 2005.

2.b) Os edifícios descaracterizados inserem-se no mesmo tecido urbano em que se encontram os edifícios modificados, todavia, não mais preservam outras características estilísticas herdadas do sobrado. É um edifício de linhas abstratas. Individualmente não pode ser reconhecido como edifício histórico (figuras 7 e 8).

Considerando a divisão do edifício modificado, ou seja, a base, o corpo e o coroamento, constata-se que a abertura da porta larga – com ou sem marquise - é uma característica comum, existente na grande maioria dos edifícios.

Assim, a partir de uma base comum, que é a porta larga, o principal foco da análise do edifício descaracterizado se dá a partir do corpo da edificação. Neste corpo acontecem:

- a) o acréscimo de número de pavimentos e b) a simplificação dos elementos da platibanda.

a) Acréscimo do número de pavimentos é realizado para a utilização desses pavimentos como depósito de mercadorias e administração do negócio. Nesse caso, a fachada é o invólucro liso e desprovido de detalhes do depósito que ali existe. Esta modificação promove uma verticalização no sítio.

b) A simplificação dos elementos da platibanda. Nos edifícios térreos, após a abertura da porta larga, o único referencial que os caracterizam como edificações históricas são os adornos das suas platibandas. A eliminação dos adornos é uma descaracterização.



Figuras 7 e 8. Edifício descaracterizado. Rua das Calçadas 394, década 1970 e ano 2005.

3. Espaço histórico, espaço do *marketing*. Considerações finais

Nelson Brissac Peixoto (1990) demonstra que a constituição da realidade é modificada quando a observação do espaço urbano se dá através da velocidade (imposta pelos automóveis) e pelos meios de comunicação. Ambos são componentes que influenciaram as transformações vigentes, modificando de tal forma as estruturas urbanas que o indivíduo que vive nas cidades passa a ser um passageiro metropolitano.

Peixoto (1990) diferencia o olhar do pedestre, usuário da estrutura urbana anterior ao século XX, do passageiro em automóveis, usuário das cidades contemporâneas. *Cidades tradicionais, ao contrário, eram feitas para serem vistas de perto, por alguém que andava devagar e podia observar o detalhe das coisas.* (PEIXOTO, 1990, p.361). Ornamento e detalhes da arquitetura construam a representação.

O autor identifica o edifício galpão. E atribui esta linguagem arquitetônica a uma interpretação da linguagem pós-moderna da arquitetura, que transforma os edifícios em murais, letreiros, telas ou painéis luminosos. (PEIXOTO, 1990, p.362). Esta nova maneira de interpretação do lugar, constituído então de edifícios suportes e publicitários acarreta, conseqüentemente, numa perda de identidade desse lugar ou gera uma outra identidade. *O mundo se converte num cenário.* (PEIXOTO, 1990, p.361).

Robert Venturi (2003), que analisa a arquitetura comercial, com foco em Las Vegas (EUA), traduz esta arquitetura como um fenômeno de comunicação. Para ele, a arquitetura comercial, que se apresenta por meio de placas luminosas, é classificada como *antiespacial* (VENTURI, 2003, p.33). Tal entendimento sobre a arquitetura, que é representada pelo letreiro luminoso, coincide com a definição de Peixoto que a traduz não como uma construção, mas, como uma *representação da construção* (PEIXOTO, 1990, p.362). O edifício tem como objetivo principal a comunicação, em forma de publicidade.

Para Michel de Certeau (1994), atualmente, o binômio produção-consumo poderia ser substituído por seu equivalente geral: escrita-leitura. E o texto a ser lido é a própria sociedade. Tem forma urbanística, industrial, comercial ou televisiva. Reforça-se a caracterização do espaço urbano como um veículo de comunicação (MENDES, 2006). E a publicidade como um elemento de interpretação desse espaço.

Os fatores situacionais do *marketing* varejista estabelecem cenários que podem influenciar as decisões de compra dos seus consumidores (BLACKWELL; ENGEL; MINIARD, 1999, p.507). Através dos veículos de comunicação, que neste caso é o espaço urbano, são criados cenários que induzem o passante (ou possível consumidor) à compra. Para tal, o *marketing* estabelece situações de comunicação (utilizando a publicidade) e situações de venda (utilizando o espaço construído ou espaço de venda). Os imóveis constituintes do espaço urbano contribuem para a formação desses cenários *do marketing*.

Galpões decorados (VENTURI, 2003, p.118) em Las Vegas ou sobrados enfeitados no Recife, são veículos de comunicação que integram os cenários do *marketing* varejista. Cenários para os (possíveis) consumidores, que podem ser: o pedestre (e para tal expõem-se mercadorias nas calçadas, abrem-se portas largas ou utilizam-se letreiros) e o transeunte motorizado (chamado sua atenção com painéis luminosos e/ou grandes placas).

As funções básicas do varejo, também estabelecidas pelas teorias do *marketing* são: i) fornecer uma variedade de produtos e serviços, ii) dividir lotes em pequenas quantidades, iii) manter estoque e iv) fornecer serviços. (BERNARDINO, 2004).

Morfologicamente, a resposta espacial para atender estas funções é: espaço de venda (aquele que abriga as atividades relacionadas ao fornecimento de produtos e serviços) e espaço de depósito (aquele que abriga as atividades relacionadas à manutenção de estoques e a divisão de lotes).

As funções básicas do varejo e os fatores situacionais do *marketing* varejista condicionam as transformações morfológicas da arquitetura comercial (nos sítios históricos ou em outras áreas da cidade). Nos edifícios dos sítios históricos, no pavimento térreo encontram-se os espaços de venda. Nos demais pavimentos, depósitos são acrescentados. Fachadas auxiliam na constituição do cenário publicitário urbano.

Dessa forma, o espaço histórico, passa a ser também um espaço do varejo e do *marketing* varejista. Sobrados, não mais habitados, abrigam o uso comercial. A dinâmica do varejo contribui para descaracterização do sítio. E como uma faca de dois gumes, ao mesmo tempo em que o comércio usa e dinamiza o centro histórico, este também o descaracteriza.

Referencias

BERNARDINO, Eliane de Castro. **Marketing do Varejo**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2004.

CERTEAU, Michel de. **A Invenção do Cotidiano**. Rio de Janeiro: Vozes, 1994. V.1.

ENGEL, James; BLACKWELL, Roger; MINIARD, Paul. **Comportamento do Consumidor**. Rio de Janeiro: Thomson Pioneira, 1999.

PREFEITURA DA CIDADE DO RECIFE. **Preservação dos Sítios Históricos**. Recife: o autor, 1981.

PREFEITURA DA CIDADE DO RECIFE. **Lei nº 16.176 de 09 de abril de 1996.** Recife: o autor, 1997.

MENDES, Camila Faccioni. **Paisagem Urbana:** uma mídia redescoberta. São Paulo: Ed. Senac, 2006.

PEIXOTO, Nelson Brissac. O Olhar do Estrangeiro. In: NOVAES, Adauto et al. **O Olhar.** São Paulo: Ed. Schwarcz, 1990. p. 361-362.

FUNDAÇÃO DE DESENVOLVIMENTO DA REGIÃO METROPOLITANA DO RECIFE. **Plano de Preservação dos Sítios Históricos.** Recife: o autor, 1978.

PREFEITURA MUNICIPAL DO RECIFE. **Preservação do Ambiente Cultural. Roteiro de pedestres.** Recife: URB, 1976.

VENTURI, Robert Brown; DENISE Scott; ISENOUR, Steven. **Aprendendo com Las Vegas.** São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

Lista de figuras

Figura 1: fotografia do imóvel nº 324 da Rua Direita. 1976. Autor desconhecido. Fonte: Diretoria de Preservação do Patrimônio Cultural, Secretaria de Cultura da Cidade do Recife.

Figura 2: fotografia do imóvel nº 324 da Rua Direita. 2005. Autora: Maria de Lourdes Nóbrega.

Figura 3: fotografia do imóvel nº 250 da Rua Direita. 1976. Autor desconhecido. Fonte: Diretoria de Preservação do Patrimônio Cultural, Secretaria de Cultura da Cidade do Recife.

Figura 4: fotografia do imóvel nº 250 da Rua Direita. 2005. Autora: Maria de Lourdes Nóbrega.

Figura 5: fotografia do imóvel nº 193 da Rua Direita. 1976. Autor desconhecido. Fonte: Diretoria de Preservação do Patrimônio Cultural, Secretaria de Cultura da Cidade do Recife.

Figura 6: fotografia do imóvel nº 193 da Rua Direita. 2005. Autora: Maria de Lourdes Nóbrega.

Figura 7: fotografia do imóvel nº 394 da Rua das Calçadas. 1976. Autor desconhecido. Fonte: Diretoria de Preservação do Patrimônio Cultural, Secretaria de Cultura da Cidade do Recife.

Figura 8: fotografia do imóvel nº 394 da Rua das Calçadas. 2005. Autora: Maria de Lourdes Nóbrega.

