

A REINVENÇÃO DO BAIRRO LINDÓIA E A EMERGÊNCIA DO COMÉRCIO POPULAR NA QUALIDADE DE VIDA URBANA

EMILY SCHIAVINATTO NOGUEIRA¹; JONAS MATOS MARTINS²; RAFAELA SCHERER³; NIRCE SAFFER MEDVEDOVSKI⁴; LIZIANE DE OLIVEIRA JORGE⁵

¹ Universidade Federal de Pelotas – ey.nogueira@gmail.com

² Universidade Federal de Pelotas –jonaasmatos_@hotmail.com

³ Universidade Federal de Pelotas – schererrafaela@gmail.com

⁴ Universidade Federal de Pelotas – nirce.sul@gmail.com

⁵ Universidade Federal de Pelotas – lizianej@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O conjunto habitacional Lindóia, nome popular do Conjunto Habitacional Terras Altas, surgiu no início da década de 80, a partir de uma iniciativa da COHAB no município de Pelotas, com a construção de 1788 novas unidades residenciais. A configuração do conjunto remonta a adoção de um modelo fundiário de superquadra, com agrupamentos de quadras com vias internas de pedestres e vias públicas urbanas de maior porte. Cada quadra dispõe de unidades residenciais organizadas conforme o modelo de casa em fita sobreposta, com amplo recuo frontal de ajardinamento de cinco metros, e pátio aos fundos. Ao final da fita, a empêna cega estabelece a conexão com a face coletiva do conjunto, com recuo de ajardinamento de aproximadamente de cinco metros. Cada superquadra conta também com espaços públicos compreendidos por praça e mobiliário urbano, como bancos e equipamentos infantis.

Desde o início, a configuração do bairro anuncia a centralidade e a conectividade favorável da avenida Ernani Osmar Blass, responsável pela distribuição do fluxo de veículos no interior das superquadras e delimitadora do quarteirão comunitário do conjunto, que originalmente abrigava escola, creche e supermercado. Entretanto, essa avenida principal, com canaleta pluvial ao centro, não previa, em sua extensão, uma distribuição de usos mistos, de comércio e serviços, que acabou se desenvolvendo de forma espontânea. Esse fenômeno já fora observado por Medvedovski (1998) em uma extensa pesquisa junto ao bairro Lindóia:

Originalmente o projetista colocou as empênas cegas dos blocos voltadas para a avenida principal, numa preocupação maior com aspectos de insolação e proteção contra os ventos dominantes. Ignorou a força de atração da via para o comércio e serviços, e seu caráter de concentração de veículos, pessoas, e as atividades em que se envolvem. Foi corrigido pelos usuários, que ampliaram suas residências na apropriação dos recuos de ajardinamento, com a construção de locais de comércio e serviços, ou de garagens. Os pontos de maior movimento de usuários ao longo da avenida estão associados com estes locais, como padarias, vídeo locadoras, bares, oficinas. (MEDVEDOVSKI, 1988, p.213).

Figura 1 – Implantação do Bairro Lindoia e centralidade de avenida principal
Ernani Osmar Blass.



Fonte: Acervo dos Autores, 2018.

É sabido que a distribuição de usos e atividades no espaço urbano foi objeto de dissociação no planejamento urbano da cidade moderna, entretanto, especialistas já constataram que a mistura de usos é uma necessidade da cidade saudável e qualificada, como forma de evitar deslocamentos e manter parte dos compartimentos da cidade vivos durante o dia e a noite (DUARTE, 2011, p. 123).

Passadas duas décadas desde o levantamento de Medvedovski (1998), essa relação de apropriação do espaço coletivo para fins comerciais e de serviços acabou se intensificando, entretanto, suscitou muitos questionamentos acerca das relações de tais atividades comerciais com as casas adjacentes: Seriam esses estabelecimentos uma oportunidade do morador exercitar o empreendedorismo e a geração de renda familiar, com associação do espaço doméstico, sem o comprometimento da renda com aluguel? Ou seria uma forma de obtenção de capital através de locação de estabelecimentos isolados para terceiros? Qual a procedência do proprietário ou inquilino no município de Pelotas? Quais os nichos mais recorrentes de comércio e serviço? Como se distribuem ao longo da avenida principal? Há quantos anos o estabelecimento existe? Qual o nível de satisfação com a atividade? Como interferem na paisagem e quais atributos publicitários são empregados para ressignificar a atividade? Todos esses questionamentos foram objeto de investigação através de ação de Extensão com aplicação de entrevista estruturada e questionário ao longo dos estabelecimentos situados à Avenida Ernani Osmar Blass, eixo catalisador de atividades de comércio, serviço e equipamentos do bairro. Objetivam compreender esse fenômeno de reinvenção do bairro através do surgimento espontâneo das atividades de comércio e serviços.

2. METODOLOGIA

Para uma imersão efetiva no contexto do comércio popular do bairro, foram estruturados questionários e entrevistas para a aplicação posterior com os comerciantes da avenida Ernani Osmar Blass, além do registro fotográfico de todas as fachadas dos estabelecimentos comerciais. As abordagens procuraram resgatar indícios que acarretaram em uma reinvenção espontânea no conjunto habitacional Lindóia.

Os questionários e entrevistas foram aplicados pela equipe do Núcleo de Arquitetura e Urbanismo – NAURB, em visitas consecutivas ao bairro.

Complementarmente, foi mapeado o uso do solo em toda a extensão da via, com a identificação dos usos: comércio, serviço, garagem e residência.

Buscou-se identificar, com a aplicação do questionário, o tipo de comércio e serviço, a condição do ponto comercial, a propriedade do lote, o tempo de existência, a procedência dos proprietários e funcionários, as relações de uso com a casa adjacente, a importância da atividade na renda familiar e o grau de satisfação com a atividade. Questões acerca da identidade visual do estabelecimento também foram consideradas de extrema importância, pois comprehende-se que o modo de ocupação do espaço muda significativamente a paisagem urbana local. Foram observados o tipo de comunicação visual das fachadas, a natureza da publicidade e se o passeio público era, de alguma forma, utilizado para atividades comerciais.

No caso da avenida comercial em questão, essa mudança é ainda mais radical, pois os estabelecimentos de comércio e serviço encontram-se em espaços originalmente destinados como públicos e de ajardinamento. As fotografias auxiliaram, portanto, no entendimento visual do comércio popular da COHAB Lindóia e suas relações com o entorno, possibilitando também as chamadas fotomontagens.

Os dados levantados nos questionários, as entrevistas e as fotografias foram todos digitalizados de forma a possibilitar a criação de gráficos, mapas e fotomontagens, que auxiliam na compreensão total dos dados da pesquisa, seus objetivos e resultados.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados obtidos foram divididos em três grandes estratégias de análise:

a) A primeira comprehende o mapeamento dos estabelecimentos e o tipo de atividade, de modo a identificar a recorrência e o perfil do comércio presente ao longo de toda a avenida, bem como a quantidade de estabelecimentos fechados. Ao longo de toda a avenida, há 35 estabelecimentos comerciais, 16 de serviços e 12 fechados. Foram geradas nuvens de palavras (Figura 2) que apontam as maiores ocorrências de tipos de comércio na avenida Ernani Osmar Blass, sendo eles minimercados, salão de beleza e casas lotéricas, respectivamente.

Figura 2 – Nuvem de palavras com ênfase no tipo de estabelecimento.



Fonte: Acervo NAURB, 2018.

b) A segunda análise comprehende a manipulação dos dados do questionário. Ao todo, foram aplicados 22 questionários, que correspondem a 43% dos pontos ativos da avenida. Cerca de 31,8% dos estabelecimentos são próprios e 59,1% destes têm o estabelecimento como principal fonte de renda. Somente 22,7% dos proprietários possuem outro estabelecimento comercial.

A satisfação com a atividade e movimento das vendas é atestada por 81,8% dos proprietários. Cerca de 86% dos estabelecimentos emprega até 3 pessoas e 54,5% dos funcionários residem no próprio bairro. Os clientes procedem do Lindóia (45,5%) e de outros bairros da Três Vendas (36,4%).

Em relação aos imóveis, apenas 27,3% dos proprietários possuem propriedade do lote e, consequentemente, acesso vinculado a casa vizinha, o que demonstra a importância do aluguel enquanto geração de renda extra para a família de origem do lote. Cerca de 36,4% dos estabelecimentos estão abertos há menos de 2 anos, outros 22,7% de 2 a 5 anos, 9,1% de 5 a 10 anos e 31,8% têm funcionamento há mais de 10 anos.

c) A terceira análise envolve a reinterpretação da paisagem a partir de novas composições formais presentes na arquitetura popular, refletida pela inserção de pequenos módulos construtivos, dispostos lado a lado, com variações cromáticas, elementos de comunicação, pinturas murais e tipografias paisagísticas. A dimensão estética e o planejamento da atividade são tangenciados no questionário, que informa que apenas 13,6% dos proprietários obtiveram ajuda profissional para decorar o estabelecimento. Todos os imóveis possuem comunicação visual na fachada, sendo 68,2% na forma de pintura mural, confeccionada por pintores letristas em sua maioria. Apenas 22,7% utiliza a calçada para alguma atividade comercial.

Figura 3 – Paisagem da avenida comercial e paisagem urbana ressignificada.



Fonte: Acervo NAURB, 2017.

4. CONCLUSÕES

O trabalho buscar entender as particularidades da reinvenção do bairro Lindóia a partir da emergência do comércio popular, que despontou de forma espontânea a partir de novos acréscimos construtivos somados à casa original. Nasce de uma demanda natural de flexibilização do uso monofuncional original, impondo novas relações de uso necessárias ao cotidiano dos moradores e oportunizando o incremento da renda familiar através do aluguel de pequenos estabelecimentos, que inevitavelmente, consumiram o espaço coletivo. Esse fenômeno alterou substancialmente a paisagem urbana monótona das fachadas cegas que se impunham ao longo da avenida Ernani Osmar Blass, ressignificando o lugar através da personalização e da identidade construtiva.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DUARTE, Fábio. **Planejamento urbano**. Curitiba: Ipex, 2011.

MEDVEDOVSKI, Nirce Saffer. **A vida sem condomínio: configuração e serviços públicos urbanos em conjuntos habitacionais de interesse social**. São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, 1998.