

INOVAÇÕES ESPACIAIS URBANAS – ALGUMAS REFLEXÕES

ROBERTO LOBATO CORRÊA

Departamento de Geografia
Universidade Federal do Rio de Janeiro
Pesquisador do CNPq
lobatocorrea@uol.com.br

RESUMO

O texto discute algumas relações entre inovações e formas espaciais urbanas. As inovações, uma noção relativa, nem sempre produzem novas formas, mas refuncionalizam antigas formas. No entanto, também as cria. O aparecimento de setores seletivos, dotados de amenidades e apropriados pela classe média alta e pela elite é uma inovação relativamente antiga em sua origem, mas nova em inúmeras cidades brasileiras. Condomínios exclusivos, *shopping centers* e vias expressas são a tríade destes espaços.

PALAVRAS-CHAVE: Inovações. Formas Espaciais Urbanas. Condomínios Exclusivos. *Shopping Centers*. Vias Expressas.

URBAN SPATIAL INNOVATIONS: REFLECTIONS

ABSTRACT

This paper aims at discussing some relations between innovations and urban spatial forms. Innovations – which is a relative concept – not always produce new forms, but they can give new functions to old forms. However, they also create those forms. The emergence of selective sectors, endowed with amenities and appropriated by high middle class and the elites is a relatively old innovation in its origin, although new in many Brazilian cities. Exclusive condominiums, malls and motorways are the tripod of such spaces.

KEY WORDS: Innovations. Urban Spatial Forms. Exclusive Condominiums. Malls. Motorways.

Este texto apresenta algumas breves reflexões sobre inovações espaciais e o urbano no capitalismo atual. Inovações espaciais constituem, tanto os objetos fixos criados pelo homem, como os deslocamentos em geral, os fluxos, que são novos ou considerados novos em um dado contexto espacial. Os novos fixos e fluxos, assim como os antigos, apresentam uma espacialidade que define e é definida por espaços absolutos, relativos e relacionais, sendo simultaneamente responsáveis pelo contínuo processo de diferenciação espacial, uma das bases da existência e reprodução da sociedade de classes. Os novos fixos e fluxos reportam-se a processos que ocorrem em um presente de certa espessura, sendo partes integrantes desse presente e do futuro imediato. Constituem as inovações espaciais meios para a análise da sociedade e de seu movimento.

Neste texto nos limitaremos a algumas poucas e breves reflexões sobre as inovações espaciais, privilegiando as formas espaciais, isto é, os novos fixos. O texto inicia-se discutindo as relações entre inovações, espaço e capitalismo, seguindo-se a discussão sobre a difusão como veículo de criação de novas formas espaciais. A refuncionalização que conecta o antigo ao novo é a seguir abordada. Finalmente, um tipo específico de forma espacial nova é abordado. Ressalte-se que as reflexões que se seguem são preliminares e necessitam de aprofundamento.

INOVAÇÕES, ESPAÇO E CAPITALISMO

As inovações constituem um dos meios pelos quais o capitalismo garante condições de sua própria existência e reprodução. As inovações tornam-se contínuas, sobretudo a partir da segunda metade do século XIX. Estratégias envolvendo a “destruição criadora” e a “obsolescência programada” são correntes e cada vez mais efetivadas com menores intervalos de tempo. O produto da inovação, o novo, é considerado como sinônimo de progresso e bem-estar, tornando-se, graças à massiva publicidade, o mais importante e genérico objeto de consumo. Por seu intermédio, a acumulação de capital estabelece uma de suas bases de continuidade.

O novo está presente nos bens de consumo de massa e naqueles que conferem distinção social. Automóveis, aparelhos eletro-eletrônicos, cada vez mais variados, sofisticados e eficientes, roupas e móveis, são exemplos de bens que têm sido submetidos às inovações. Também inúmeros serviços, inventados nos últimos 150 anos, estão submetidos ao processo de inovação. Isto para não falar nas inovações vinculadas diretamente à produção agrícola e industrial.

As inovações, contudo, não se limitam às máquinas, televisões e serviços, ou ainda às construções de imóveis, mas também ao espaço social, tanto na escala da rede urbana como na do espaço intra-urbano. O novo se faz presente também nas formas espaciais, os fixos, isto é, as formas espaciais *de per se* e ao seu arranjo no espaço, assim como nos fluxos, interações espaciais que conectam os fixos, sejam fluxos visíveis ou não: a superação do espaço pelo tempo constitui-se enfaticamente em uma das motivações geradoras de inovações. A máquina a vapor, o telégrafo e o aço, entre outros, iniciaram um processo contínuo, ainda que com ritmos variáveis, de transformação do espaço social, a exemplo da redivisão territorial do trabalho, da articulação espacial em diversas escalas e das paisagens agrárias e urbanas.

As transformações do espaço social decorrem também de inovações sociais como a formação de classes sociais e sua fragmentação, as quais são, como sempre, marcadas por relações de dominação-subordinação. O espaço social, que se renova continuamente, deriva também de inovações sociais, que reestruturam continuamente a sociedade.

O próprio espaço, dotado de atributos locacionais em contínua ressignificação, é incorporado à difusão de inovações, tornando-se novo em alguns lugares e velhos em outros. Por meio da propriedade privada é submetido a práticas espaciais como seletividade, esterilização, antecipação e marginalização, que visam à sua valorização diferenciada, na qual o novo e o velho estão presentes em setores distintos. O novo espaço, valorizado, constitui-se, ainda que não exclusivamente, em local para novas formas espaciais abrigoando novas funções.

FORMAS ESPACIAIS E DIFUSÃO DE INOVAÇÕES

A corporificação de processos sociais, mediatizada por processos espaciais, gerando formas espaciais, envolve frequentemente a difusão de inovações, isto é, o espraiamento a partir de focos iniciais, onde novas formas espaciais são concebidas e criadas, para outros locais¹. Isso implica, em maior ou menor grau, em diferenciação temporal relativa ao aparecimento de inovações em diferentes locais. Diferenças de cinco, dez, vinte anos ou mais separam os lugares no que tange à adoção de inovações. Os exemplos são numerosos e muitos remontam à segunda metade do século XIX: lojas de departamento e núcleo

¹ Sobre difusão espacial de inovações consulte-se a revisão bibliográfica realizada por Silva (1995).

central de negócios são dois exemplos. Outras inovações são originárias do século XX como os subcentros comerciais espontâneos, na primeira metade, as cadeias de “*fast food*”, *shopping centers* e parques temáticos, originários da década de 1950. Todas essas inovações se difundiram espacialmente gerando formas espaciais novas que, nos diferentes locais, têm datação específica. Desse modo as novas formas espaciais em um dado lugar podem ser relativamente antigas em outro. Compare-se, por exemplo, a criação e adoção de inovações nos denominados países centrais e a adoção dessas inovações nos denominados países periféricos. Ou na “*core area*” desses países e em sua periferia.

O hiato temporal na adoção de uma dada inovação sugere uma questão. Como há diferenças contextuais entre os distintos lugares no que tange à adoção de uma dada inovação, é possível que os impactos advindos sejam diferentes. São semelhantes os impactos decorrentes da implantação de uma inovação X no lugar A e no tempo t_1 daqueles no lugar B e no tempo t_2 ? O contexto espacial e temporal é, em realidade, muito importante no que se refere às inovações, entre elas as novas formas espaciais.

Em relação ao contexto, o tamanho do lugar, assim como a sua estrutura social e econômica, são ingredientes fundamentais para a adoção de uma inovação. Mais ainda, o sítio, a morfologia urbana e a estrutura fundiária desempenham papel relevante na adoção de novas formas espaciais. As inovações, especialmente as novas formas espaciais, podem aparecer em determinados locais e não em outros que, a despeito de condições econômicas e sociais favoráveis, apresentam sítios, morfologias urbanas e estruturas fundiárias que inviabilizam novas formas espaciais, especialmente aquelas que demandam amplas superfícies, como os hipermercados e os *shopping centers*. Criam-se novos locais, periféricos em muitos casos, para acomodar as novas atividades e suas formas espaciais. O desdobramento de antigos e congestionados núcleos centrais de negócios, como em São Paulo e Vitória, complexificam a organização espacial da cidade mas garantem a continuidade de antigas funções em ampliação, assim como o aparecimento de novas. Novas instalações portuárias, distantes dos antigos e não mais eficientes portos, constituem exemplos de novas formas espaciais criadas para dar continuidade, ainda que diferenciada, de antigas funções urbanas².

² Consulte-se Reis (2007), que analisa o desdobramento do núcleo central de Vitória, Espírito Santo, o qual gerou a área de atividades comerciais e de serviços da Praia do Canto.

FORMAS ESPACIAIS REFUNCIONALIZADAS: O ANTIGO E O NOVO

Forma espacial e função são indissociáveis, isto é, não existe forma espacial sem função e esta necessita daquela para se realizar, conforme aponta Milton Santos (1985). Mas as relações entre ambas, contudo, são complexas, pois, de um lado, em uma dada forma espacial, diferentes funções podem se realizar e, de outro, uma dada função pode se acomodar a diferentes formas espaciais. As relações acima indicadas são marcadas, assim, por certa flexibilidade que permite que formas espaciais antigas aninhem novas funções e que funções antigas, porém necessárias e por isso mesmo de longa duração, ocupem formas espaciais novas.

Nesta seção consideraremos funções criadas recentemente ou modernizadas aninhadas em formas espaciais antigas. Fala-se em refuncionalização de formas espaciais, uma mudança que se tornou bastante frequente no capitalismo avançado. A refuncionalização se constitui, em parte, em um dos meios pelos quais as inovações se efetivam, utilizando-se do espaço já construído. Desse modo a refuncionalização minimiza a força da “destruição criadora”, contribuindo para que, com menores custos, o capitalismo, incessantemente inovador, possa caminhar. Há, assim, uma dialética entre refuncionalização e “destruição criadora”, entre permanência e mudança, entre o antigo e o novo. A refuncionalização assegura, assim, o valor funcional de algumas formas espaciais antigas e resgata o valor simbólico de outras, constituindo-se em prática corrente.

Novas funções e novos modos de se conceber antigas utilizam-se de ressignificadas formas espaciais, metaforicamente tornadas novas. Nesse sentido, o novo não é apenas aquilo que é criado recentemente a partir do zero, mas também aquilo que foi ressignificado por meio de novas funções criadas no presente. Os exemplos são numerosos e o Quadro 1, incompleto, oferece alguns exemplos de refuncionalização.

QUADRO 1 – EXEMPLOS DE REFUNCIONALIZAÇÃO

Forma/Função Original	Funções Atuais
Fábrica	Supermercado/Hipermercado <i>Shopping Center</i> Museu Favela
Prisão e Quartel	<i>Shopping Center</i> Centro de Artesanato Museu
Estação Ferroviária	Museu Centro Cultural

Forma/Função Original	Funções Atuais
Igreja	Museu Centro de Informações Turísticas
Cinema	Igreja Banco Supermercado

Na coluna da esquerda estão exemplos de formas/funções que perderam a unidade original em virtude de mudanças locacionais das atividades ali estabelecidas ou de diminuição ou perda do sentido das atividades originais. Essas atividades, por meio das formas espaciais, estavam inscritas em um espaço econômico e social que se encontra em constante processo de mudança. O imóvel original, no entanto, guarda valor econômico potencial ou simbólico, levando-o à refuncionalização.

Na coluna da direita estão indicados exemplos de refuncionalização, de atividades novas ou ressignificadas que, à procura de instalações físicas, reutilizaram antigas formas espaciais. Antigas fábricas, têxteis em sua maioria, mas também de produtos alimentares, bebidas e metalurgia, entre outras, tornaram-se locais de atividades de crescente importância, associadas às vendas varejistas, supermercados, hipermercados e *shopping centers*, criados após a Segunda Guerra Mundial e inseridos no processo de concentração capitalista. Ironicamente, prisões e quartéis são também transformados em templos da mercadoria, a exemplo da prisão de Punta Carretas em Montevideo, refuncionalizada em *shopping center*. Museus e centros culturais refuncionalizaram antigas formas espaciais, fábricas, prisões, estações ferroviárias e igrejas, entre outras. Trata-se do consumo de cultura, um bem valorizado, sobretudo após 1970, que revela a convergência entre o econômico e o cultural, conforme discutido por Allen Scott. Na coluna da direita encontram-se referências a igrejas que refuncionalizaram antigos cinemas. Trata-se de novas religiões, resultantes de interpretações de antigas religiões, que atraem crescente massa de pessoas das camadas populares. A criação de favelas em antigas fábricas representa uma relativamente nova estratégia de acesso à moradia e, ao mesmo tempo, evidencia uma reestruturação de antigos padrões industriais.

A refuncionalização, contudo, não se limita a objetos pontuais como fábricas, por exemplo, mas envolve também amplos espaços da cidade, que têm suas atividades econômicas e conteúdo social alterados. Nesses casos fala-se

em revitalização e gentrificação, ambas ocorrendo sobretudo na denominada zona periférica do centro. Antigas áreas, em obsolescência ou desativadas são refuncionalizadas com novas atividades e papéis.

A refuncionalização pode ocorrer ainda na escala de toda uma cidade, pequena ou média, que tem as suas antigas funções substituídas por novas, a exemplo de pequenos lugares centrais que com a industrialização do campo transformaram-se em reservatórios de força de trabalho. O novo não aparece, assim, necessariamente, como algo positivo em termos econômicos e sociais. A transformação ampliada de pequenos núcleos de pescadores em centros de veraneio e turismo é outro exemplo de refuncionalização na escala de todo um núcleo de povoamento.

Mas a refuncionalização não se constitui no principal meio pelo qual novas formas espaciais são criadas, visando a novas atividades. O espaço da periferia urbana ou um de seus setores constitui-se em local privilegiado para novas formas espaciais, algumas das quais necessitam de amplos espaços disponíveis na periferia urbana e não nas áreas mais antigas, que se caracterizam, via de regra, por uma muito fragmentada propriedade da terra.

Uma questão que se levanta é a de saber as condições em que a refuncionalização se torna em importante meio para novas atividades.

OS SETORES DE AMENIDADES – ALGUNS PONTOS

Em 1939, Homer Hoyt³, economista envolvido em consultorias urbanas, argumenta, com base em inúmeras evidências empíricas, que o crescimento espacial das cidades norte-americanas se fazia ao longo de setores e não de acordo com zonas concêntricas, como propusera Ernest Burgess em 1925. Entre esses setores foi enfatizado aquele dotado de amenidades naturais ou socialmente produzidas, que os grupos de alta renda ocupavam. O crescimento em setores dos grupos de alto *status* processava-se quase sempre ao longo do mesmo eixo, como Oscar Yujnovsky apontara em 1971 para muitas grandes cidades latino-americanas. Segundo ele, a partir de 1850 e até 1930,

³ O texto de Homer Hoyt é o clássico *The Pattern of Movement of Residential Rental*, publicado originalmente em 1939, como um capítulo de *The Structure and Growth of Residential Neighborhoods in American Cities*, Washington, Federal Housing Administration, p. 112-122. Reimpresso em “*Readings in Urban Geography*”, org. H. Mayer e C.F. Kohn, Chicago, The University of Chicago Press, 1958, p. 499-510, e em *The Urban Geography Reader*, org. N.R. Fyffe e J.T. Kenny, New York, Routledge, 2005, p. 28-36.

inicia-se um expressivo processo no qual os grupos de alto *status* tendem a abandonar o centro da cidade, antigo e acanhado face às transformações em curso, passando a ocupar setores considerados dotados ou a serem dotados de amenidades. Os exemplos de Buenos Aires, Rio de Janeiro, Santiago, Lima e Bogotá atestam a tese formulada por Hoyt⁴ (YUJNOVSKY, 1971).

Hoyt argumenta que as áreas residenciais de alto *status* tendem, por um longo período de tempo, a se expandirem, a partir de centros comerciais, ao longo de um ou mais eixos de circulação rápida. Esses eixos são dotados de amenidades, livres de problemas ambientais e sem barreiras que impeçam a sua expansão. Por outro lado, argui Hoyt, esses eixos são direcionados para locais onde já residem pessoas de poder e prestígio na cidade e apresentam a tendência de acompanhar a expansão das atividades comerciais e de escritórios.

Do ponto de vista da distribuição dos grupos de renda, a cidade norte-americana está estruturada em setores e não em zonas concêntricas. Hoyt enfatiza o setor de amenidades, habitado por população de alto *status* e sugere ser este setor aquele que é privilegiado para investimentos de capital na terra e imóveis, assim como ficaria evidenciado a partir dos anos 1950, nas inovações espaciais pós-Segunda Guerra Mundial.

Se o processo de criação de setores de amenidades remonta ao final do século XIX, no entanto, a partir da difusão generalizada do automóvel e da suburbanização axial de alto *status*, assim como o aparecimento de outras inovações como o *shopping center* e o parque temático, na década de 1950, verifica-se uma profunda mudança na organização do espaço. Se isso se verifica nos Estados Unidos a partir dos anos 1950, no Brasil, que já conhecia setores de amenidades desde o final do século XIX, o novo modelo de setor de amenidades seria implantado e difundido a partir da década de 1970. O que se segue é uma descrição de um típico eixo de amenidades pós-1970, tendo como suporte empírico a Barra da Tijuca na metrópole carioca, um magnífico exemplo de área dotada de inovações espaciais.

“Cidadelas”, *shopping centers* e vias expressas são os três elementos chaves da organização espacial desses novos setores de amenidades, como se pode ve-

⁴ Sobre o assunto consulte-se, adicionalmente, BÄHR, Junger, MERTINS, Gunter. Un Modelo de la Diferenciación Socio-espacial de las Metropolis de America Latina. *Revista Geografica*, IPGH, 98. 1983, p. 23-29. Em relação ao Brasil veja-se VILLAÇA, Flávio. *O Espaço Intra-Urbano no Brasil*. São Paulo, Studio Nobel, 1995.

rificar na Barra da Tijuca, na cidade do Rio de Janeiro⁵. A esses três elementos acrescentam-se outros como os prédios de serviços especializados e clubes fortemente seletivos. Todos constituem formas espaciais novas em um contexto no qual se juntam outros aspectos.

A esterilização a partir de uma apropriação efetivada muito tempo antes, é uma prática espacial, acompanhada de intensa publicidade enaltecendo as qualidades da área, que produz valorização da terra, preparando-a para, em breve, obter-se grandes lucros. Recorrer ao Estado, impregnado de influências de proprietários fundiários especuladores, promotores imobiliários e empresas empreiteiras, constitui-se em estratégia que, por meio de infraestruturas, produzidas com recursos públicos, contribui decisivamente para a valorização da terra.

As inúmeras “cidadelas” ou condomínios de luxo, cercados e protegidos por um cada vez mais complexo e eficiente sistema de vigilância, são os locais onde vive uma classe média alta, constituída por descendentes das antigas famílias de alto *status* que residiam nos bairros nobres tradicionais, ou por uma classe média emergente, procedente de bairros de menor *status* social. As “cidadelas” podem oferecer segurança, lazer variado, lojas de conveniências, restaurantes, capela ecumênica e escolas, algumas públicas de alta qualidade de ensino. Há uma vida comum interna à “cidadela”, mas as relações com o mundo extra-muros é restrita a certos locais, pré-estabelecidos e extremamente rotineiros. Criam-se, assim, condições de uma existência e reprodução marcada pela auto-segregação, que inclui o medo do “outro”, que vive fora da “cidadela”: constitui-se em recriação de um ambiente passado, marcado por rivalidades entre grupos de distintos núcleos de povoamento. Trata-se de algo antigo metamorfoseado em novo.

Os *shopping centers*, criados nos Estados Unidos na metade da década de 1950, é um contundente exemplo de como as relativamente espontâneas economias de aglomeração geradoras de sub-centros comerciais intra-urbanos, foram compreendidas e apropriadas por promotores imobiliários, proprietários fundiários, empresas comerciais, bancos, grupos de previdência privada e outros capitais, para gerar valor. O *shopping center* é uma mercadoria onde de modo planejado, racional em termos de vendas, mercadorias diversas destinadas a

⁵ O conceito de cidadela aqui adotado é o de Marcuse (1997).

grupos sociais com renda, são vendidas. Mais do que isso, os *shopping centers* são, e cada vez mais, centros de inúmeros serviços para a população em geral. Constitui um pseudo-espço público, controlado, onde o comportamento humano é direcionado. Um dos itinerários básicos, mas não exclusivo, dos moradores das “cidadelas” é destas para um *shopping center* e deste para a “cidadela”.

As vias expressas, com calçadas limitadas ou inexistentes, restringindo a circulação de pedestres, é o meio por excelência da circulação de veículos individuais, este bem de consumo cobijado por todos. Nelas circula-se entre as “cidadelas”, entre estas e os “*shopping centers*” e outros prédios de serviços especializados, para os locais de trabalho e escolas bem qualificadas que se realocalizaram no setor de amenidades. A circulação de ônibus é limitada aos empregados e serviçais que trabalham localmente e residem em outros locais. Desse modo as vias expressas integram-se às “cidadelas” e “*shopping centers*”, constituindo uma tríade que sustenta a nova forma espacial.

As contradições e conflitos a partir e em torno desses três elementos centrais dos setores de amenidades pós-70, não serão aqui abordados, mas constituem temas importantes para pesquisa.

Os setores de amenidades, tal como foram descritos acima, foram e são objetos de difusão espacial, considerados a cada momento como novas formas espaciais. Se no Brasil, provavelmente a cidade do Rio de Janeiro inaugurou este modelo espacial, a sua difusão se fez para outros centros metropolitanos e cidades médias, quer sejam núcleos litorâneos, quer sejam interioranos. O novo, assim, reaparece continuamente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este texto procurou trazer à discussão a temática das inovações espaciais urbanas ou, em outros termos, novas formas espaciais e novos papéis urbanos. Trata-se da discussão dos setores de amenidades criados no Brasil a partir dos anos 70. Há lacunas e certamente algumas inconsistências. No entanto, importa salientar a importância desses novos setores de amenidades que estão gerando, e sendo gerados por uma sociedade profundamente desigual que tem no espaço um reflexo meio e condição de existência e reprodução. A inovação espacial aqui apresentada é parte integrante desse processo de criação e reprodução dessa desigualdade social e, ao mesmo tempo, fonte de acumulação de capital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MARCUSE, Peter. The Enclave, the Citadel and the Ghetto. What Has Changed in the Post-Fordist U.S. *City*. *Urban Affairs Review*, vol. 33, n. 2, p.228-264, 1997

REIS, Luis Carlos Tosta dos. *Descentralização e desdobramento do núcleo central de negócios da cidade capitalista: um estudo comparativo entre Campo Grande e Praia do Canto na Grande Vitória (ES)*. Rio de Janeiro, 2007. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal do Rio de Janeiro.

SANTOS, Milton. *Espaço e Método*, São Paulo: Nobel, 1985.

SILVA, Carlos Alberto Franco da. Os avatares da Teoria da Difusão Espacial: Uma Revisão Teórica. *Revista Brasileira de Geografia*, Rio de Janeiro, v.57, n.1, 1995, p.25-55.

YUJNOVSKY, Oscar. *La estructura interna de la ciudad: el caso latinoamericano*. Buenos Aires: SIAP, 1971.

Recebido em: 20/03/2010

Aceito em: 25/04/2010