



A PRODUÇÃO DO ESPAÇO NA METRÓPOLE DE BELÉM/PA: UM ESTUDO DOS CONDOMÍNIOS RESIDENCIAIS NA AVENIDA AUGUSTO MONTENEGRO.

Thalita Brena Souza de Miranda¹
José Queiroz de Miranda Neto²

RESUMO

Este estudo tem como objetivo analisar a produção do urbano na Metrópole a partir da materialização de condomínios habitacionais na Avenida Augusto Montenegro em Belém/Pa. A importância do estudo consiste em fazer uma discussão sobre as transformações socioespaciais ocorridas com a intensificação da produção urbana na área. Foi abordada a atuação do Mercado Imobiliário no processo da produção do espaço urbano. Dessa maneira, foi analisado as formas que o mercado imobiliário utiliza para expandir seus empreendimentos, e a (re) produção do capital imobiliário em Belém, buscando compreender as articulações feitas por esses agentes imobiliários no eixo da Avenida Augusto Montenegro.

Palavras-chave: Mercado Imobiliário. Produção do Espaço. Agente Imobiliário.

ABSTRACT

This study aims to analyze the urban production in the Metropolis from the materialization of housing on Avenida Augusto Montenegro in Belém. The study importance is to discuss the socio-spatial transformations that occurred with the intensification of urban production in the area. The role of the Real Estate Market in the urban space production process was discussed. Thus, the ways that the real estate market uses to expand its projects and the (re)production of real estate capital in Belém were analyzed, seeking to understand the articulations made by these real estate agents on the Avenida Augusto Montenegro.

Keywords: Real Estate Market. Space production. Real estate agent.

¹ Pós-graduanda do Curso de pós-graduação em Geografia da Universidade Federal - PA, thalitabrenal@hotmail.com;

² Prof. Dr. do Curso de pós-graduação em Geografia da Universidade Federal - PA, mirandaneto@ufpa.br



INTRODUÇÃO

Ocorre uma crescente expansão urbana e modernização do espaço nas Metrôpoles que provocam transformações a partir das estratégias do modo de produção do espaço urbano em algumas áreas.

As Metrôpoles enfrentam problemas, pois a mesma é receptáculo dos fluxos migratórios de origem camponesa ou urbana, tornam-se inchadas e congestionadas, principalmente quando as políticas urbanas não acompanham a sua evolução e estimulam transformações na dinâmica espacial das cidades nos dias atuais.

É de suma importância trazer à tona reflexões referentes ao modo de produção do espaço e dos processos que a fundamentam, na medida em que estas reflexões trazem a tendência às históricas atividades urbanas que provocam novas centralidades na Metrôpole como reflexo da produção do espaço.

A noção de produção do espaço estende-se além das transformações espaciais e da materialidade que se estabelece sobre o espaço. O espaço é concreto, e às relações sociais que nele contém que a fundamentam o seu caráter social. “Os homens enquanto seres sociais produzem sua vida, sua história, sua consciência, seu mundo” (LEFEBVRE, 2000, p. 83).

A noção de produção e a prática espacial não isentam a importância da questão econômica e a intensificação da produção de mercadorias, mas que aumenta o vínculo com a produção da sociedade, suas condições em todas as suas dimensões estendendo-se as necessidades e dinamismo da reprodução da sociedade, como afirma Lefebvre (2000):

As representações do espaço, ligadas às relações de produção, à “ordem” que elas impõem e, desse modo, ligadas aos conhecimentos, aos signos, aos códigos, às relações “frontais”. Os espaços de representação apresentam (com ou sem código) simbolismos complexos, ligados ao lado clandestino e subterrâneo da vida social, mas também à arte, que eventualmente poder-se-ia definir não como código do espaço, mas como código dos espaços de representação (LEFEBVRE, 2000, p. 42).

A Produção do espaço urbano se transforma a todo o momento, o espaço urbano também se transforma na medida em que a sociedade se modifica. O desenvolvimento da produção da sociedade provoca transformações nas relações, a partir dos novos padrões de apropriação do espaço que gera conflitos e interfere nas relações dos indivíduos entre si e com o lugar.



Podemos pressupor que a espacialidade das relações sociais pode ser efetivamente compreendida no plano da vida cotidiana, e a partir desta, articulada e redefinida com plano da reprodução das relações sociais, vista a multiplicidade dos processos que envolvem a reprodução do espaço em seus mais variados aspectos e sentidos como a prática socioespacial (CARLOS, 2011, p.63).

A respeito das características que envolvem as questões da Metrópole, ressalta-se que ocorre a mundialização da sociedade, a partir da generalização e circulação de fluxos e informações e mercadorias que institui a sociedade urbana e moderna e sua complexidade a partir da vida cotidiana na Metrópole.

Lencioni (2017) indica que as Metrôpoles caracterizam-se pela participação em redes urbanas cada vez mais amplas e mundiais. E também possui como elemento específico, a reprodução das relações sociais enquanto fator determinante para a compreensão do mundo moderno.

O processo de produção na Metrópole muito além da produção do espaço urbano está relacionado à reação do homem e sua força de trabalho no espaço. A produção do espaço se estabelece a partir das relações sociais, da produção da vida e cotidiano e o espaço geográfico enquanto processo de produção social. Analisar a cidade de forma muito mais ampla, além das relações mercadológicas que definem a forma de uso e apropriação do espaço para refletir sobre o desenvolvimento de produção da vida ao longo do processo histórico, as relações, conflitos e diferenciações que surgem a partir do reflexo da vida cotidiana.

Na cidade, além da materialidade e paisagem estruturada como elementos importantes, é analisar sobre a vida e a sociedade urbana que reflete a lógica do mundo moderno. O espaço urbano e a produção espacial se apresenta com uma nova perspectiva, a de analisar a construção do humano e suas relações nos dias atuais do mundo moderno. A materialização do processo é dada pela concretização das relações sociais produtoras dos lugares, esta é a dimensão da produção/reprodução do espaço (CARLOS, 2017, p.9).

A partir do processo de produção espacial ocorrem profundas transformações espaciais na Metrópole devido à lógica da globalização e das relações que se estabelecem no mercado mundial, mediante ao sistema capitalista. Nesta direção, o espaço como principal palco da articulação entre o mercado mundial e o local se realizando como elemento estratégico no processo de produção da sociedade, criando



modificações nas atividades produtivas. O espaço urbano não perde sua importância, mesmo com suas transformações ao longo do processo histórico e com a aceleração dos fluxos de informações, formas de apropriação, mercadorias, capitais e etc.

Com relação à localização a partir do processo de produção na Metrópole, a localização é de fundamental importância no que diz respeito às diferenciações de valores e o consumo da moradia no espaço urbano, pois vantagens de localizações e as condições externas serão determinantes nos preços para fins habitacionais. A diferenciação de valores se estabelece devido alguns terrenos gerarem maior e melhor concentração de condições externas, atraindo a população com maior poder aquisitivo, impossibilitando uma homogeneidade nos preços das habitações.

As vantagens locacionais a partir da apropriação da terra são usufruídas por uma pequena parcela da população, ou seja, as que possuem o maior poder aquisitivo e podem ter preferências de moradia.

Sobre a localização como uma peça-chave para os objetivos dos agentes imobiliários, e o investimento do capital para a produção da mercadoria moradia, Harvey (2013, p. 243) explica:

A imobilidade no espaço significa que uma mercadoria não pode ser movida sem o valor nela incorporado seja destruído. Os elementos do ambiente construído têm uma posição ou a localização espacial como atributo mais fundamental do que incidental. Por isso eles têm de ser construídos ou reunidos in situ na terra, de forma que a terra e a apropriação do arrendamento da terra se tornem significativas. Além disso, a utilidade de elementos particulares depende de sua localização em relação a outros – lojas, moradias, escolas e fábricas devem ser todas razoavelmente próximas umas das outras. Toda questão da ordenação espacial do ambiente construído tem então de ser considerada; a decisão de onde colocar um elemento não pode ser divorciada do “onde” dos outros. O ambiente construído tem então de ser encarado como uma mercadoria geograficamente ordenada, complexa e composta.

Os mais ricos tendem a se segregarem em áreas mais isoladas, às quais somente quem possui um poder aquisitivo elevado como a classe média alta, pode ter direito a essas moradias e um dos objetivos para isso é o de se manterem distantes de grupos de classe médias baixa.



Nessa direção, os promotores de empreendimentos imobiliários de condomínios habitacionais utilizam de suas estratégias para criarem espaços mais exclusivos e sofisticados no intuito de atender à demanda da classe média alta.

A tendência é que as demandas que optam por essas moradias também façam a opção por localizações que ofereçam grandes vantagens locacionais como a acessibilidade, transporte, oferta de serviços, rede de esgoto, saneamento básico, segurança e etc., e não apenas pelo objeto imobiliário construído. A fácil acessibilidade aos serviços urbanos, bem como a questão da vizinhança, são condições essenciais, pois os grupos mais ricos tendem a se segregar de grupos de classe baixa. Para Ribeiro (2015):

A utilidade da moradia enquanto unidade central de consumo não é apenas definida pelas suas características internas enquanto objeto construído. Seu valor de uso é também determinado pela sua articulação pelo sistema espacial de objetos imobiliários que compõe o valor de uso complexo representado pelo espaço urbano. O que é vendido não são “quatro muros”, mas também um “ticket” para o uso desse sistema de objetos. [...] a importância desses elementos locacionais na diferenciação dos valores de uso da moradia cresce na razão direta da diferenciação do espaço em termos objetivos-desigualdades, quantitativas, qualitativas locacionais dos sistemas de objeto imobiliários-, em termos subjetivos diferentes conteúdos sociais e simbólicos dos vários pontos do espaço urbano. (RIBEIRO, 2015, p. 81).

Com o aumento da população nas áreas urbanas, algumas localizações tendem a serem beneficiadas pela facilidade de acesso aos serviços em maior intensidade. Quanto maior a população em uma cidade, mais complexo o acesso aos serviços urbanos de qualidade para toda a população, ficando restrito a pequenos grupos sociais, com alto poder aquisitivo e que podem pagar e ter direito a moradias em localizações, que tenham serviços de alta qualidade; enquanto grande parte da população pobre nas cidades insere-se em áreas mais periféricas, áreas de serviços de menor qualidade, e que acabam por ter custos mais baratos para morar.

À medida que a cidade cresce, surgem novos espaços com ofertas de serviços urbanos e outros centros vão surgindo a partir da expansão urbana nas cidades com novos focos de valorização do solo urbano. Neste sentido, o centro principal precisa se expandir conforme a cidade e a população, a ponto de seus serviços não conseguirem

atender toda a demanda populacional. Ocorre uma desvalorização do centro principal, abrindo espaço para serviços inferiores, como hotéis de segunda classe, pensões,



cortiços, prostíbulos, entre outros, favorecendo a presença de moradores de ruas, usuários de drogas, etc.

Neste contexto, a especulação imobiliária investe suas atividades e serviços em novas áreas de expansão, provocando o surgimento de novos centros. A ideia do espaço-mercadoria vem sendo reforçada pelos agentes imobiliários e produzindo sua própria lógica de autovalorização do espaço urbano (CORRÊA, 1989).

A mercadoria de empreendimentos com fins residenciais, vendida como segurança não é o único discurso criado pelo Mercado imobiliário. Vende-se o discurso da exclusividade, conforto, do lazer e de empreendimentos de bens e serviços urbanos que se encontram mais próximos de áreas residenciais, em espaços que uma pequena população pode pagar para morar, como salienta a propaganda no site de venda de imóveis:

Qualidade de vida, conforto, modernidade, praticidade e segurança, todos esses itens reunidos na localização mais privilegiada da Augusto Montenegro, o maior vetor de desenvolvimento da cidade ao lado do parque shopping, supermercados, farmácias, lotéricas, aeroporto e a poucos minutos de Belém (<http://www.innovarweb.com.br>).

Os espaços acabam se formando em locais valorizados, ocorrendo principalmente à especulação imobiliária nessas áreas. Desta maneira, atraindo indivíduos com melhor padrão econômico e afastando grande parte da população de baixa renda que ocupava esses espaços. É desta forma que se estabelece o processo de em relação às estratégias do mercado imobiliário.

Diante deste contexto, ao decorremos sobre os grandes empreendimentos materializados pelo mercado imobiliário de alto padrão no espaço urbano, o mesmo obtêm um novo valor de uso e um novo modo de habitar imposto na sociedade contemporânea.

Esses enclaves fortificados se constituem em espaços fechados onde só entram moradores, convidados e trabalhadores que apenas prestam serviços para esses empreendimentos, que oferecem condições específicas e exclusivas, que influenciam no

alto preço da moradia. Essa condição tem como base a teoria da “concorrência monopolista elaborado por E.H. Chambelein” (RIBEIRO, 2015, p. 114), em que os investidores sempre vão disputar por vantagens de monopólio quanto aos diferentes



locais da cidade ou mesmo produzir essas vantagens, como no caso de condomínios fechados tentando produzir condições específicas de segurança, qualidade, conforto ou lazer dentro do muro dos condomínios.

O discurso criado pelos agentes imobiliários (Incorporadores e Construtoras) para atrair seus compradores é ofertando, à exclusividade e mercadoria segurança do “bem viver” entre outras comodidades, entre os principais serviços.

O incorporador é o principal agente no processo de produção de moradias mercadorias. É o responsável por criar uma relação com outros agentes, como o Estado, o proprietário de terra, o financiador, o cliente etc. Construindo moradias, ou especulando em áreas não urbanizadas, suas ações vão desde a escolha do terreno até a fiscalização dos serviços da obra (RIBEIRO, 2015, p. 94).

Diante deste contexto, a motivação ao optar por este tema reside em compreender como se dá às práticas dos empreendimentos imobiliários habitacionais materializados na Avenida Augusto Montenegro e quais as transformações que ocorrem a partir da intervenção na área. Acredita-se que é de grande importância trabalhar de modo responsável para realização desta pesquisa, pois trará a devida contribuição para a área de conhecimento, e de um modo mais amplo a sociedade, na medida em que se busca compreender as transformações, e que relações socioambientais surgem a partir deste processo.

A escolha pela Avenida Augusto Montenegro como área de estudo, consiste no interesse de colocar em pauta quais as influências causadas a partir da intensificação da produção urbana no espaço em questão que se tornou palco da construção de inúmeros arranha-céus, sendo uma das principais áreas almejadas por grandes construtoras de empreendimentos imobiliários habitacionais em Belém.

Percebe-se que nos últimos anos, há a aparição significativa de empreendimentos nesta área da Metrópole de Belém, adquirindo uma importante e afetiva função dentro da economia de modo capitalista de produção, sendo o espaço urbano, fundamentado como valor de uso da terra, na exploração de lucros fundiários e imobiliários, materializando condomínios fechados, atendendo principalmente



consumidores de classe média alta. A partir dessa conjuntura, considera-se de fundamental importância, a indagação para compreender os anseios e as influências de tais empreendimentos imobiliários presentes a partir das políticas territoriais existentes na área em questão.

OBJETIVOS

- a) Analisar as transformações em decorrência da proliferação dos condomínios habitacionais materializados na Avenida Augusto Montenegro, a partir da intensificação da produção do espaço urbano na Metrópole de Belém Pará.
- b) Identificar as modificações na Avenida Augusto Montenegro, e os conflitos socioespaciais provocados na área de influência direta dos condomínios que se materializam nesta área.

METODOLOGIA

Dos instrumentos metodológicos, na primeira etapa foi realizada a partir da análise bibliográfica relacionada ao tema. A contribuição teórica está voltada para a leitura de livros, artigos científicos, teses sobre a temática estudada, pertencentes a autores especialistas.

Deste modo, para obter autenticidade na pesquisa, é de extrema importância a capacidade de articular a teoria e a pesquisa empírica. Esta modalidade auxilia na percepção que os atores sociais obtêm sobre as mudanças no espaço geográfico.

Yin (2001) afirma que um projeto de pesquisa constitui a lógica que une os dados a serem coletados e as conclusões a serem tiradas das questões iniciais de um estudo. Cada estudo empírico possui um projeto de pesquisa implícito. Lakatos (2010) reforça isso quando afirma que o estudo de caso envolve a pesquisa exaustiva de um ou poucos objetos, permitindo seu amplo e detalhado conhecimento com uma densidade equiparada a nenhum outro método.

A pesquisa empírica, que foi representada através de visitas na área dos condomínios, primeiramente é de observação e logo após, de entrevistas, em alguns casos, utilizando questionários.



RESULTADOS E DICURSSÕES

A mercadoria empreendimentos com fins residenciais vendidas como segurança não é o único discurso criado pelo capital imobiliário. Vende-se o discurso da exclusividade, do lazer e de empreendimentos de bens e serviços que se encontram mais próximos aos condomínios. Dessa forma, esses espaços acabam tornando-se locais valorizados, ocorrendo principalmente à especulação imobiliária ao longo da Avenida Augusto Montenegro, área de significativa materialização de condomínios habitacionais fechados como exemplifica o mapa a seguir:

Figura 1: Condomínios habitacionais na Rodovia Augusto Montenegro



Fonte: Google Earth, 20 outubro, 2021.

Por este motivo, acaba atraindo indivíduos com melhor padrão econômico e afastando grande parte da população de baixa renda que ocupava esses espaços. Percebeu-se que o forte aumento do mercado imobiliário, refletido na produção do espaço urbano, não se faz presente somente nas áreas e bairros mais nobres das cidades, mas também em áreas consideradas periféricas, devido seus terrenos de baixo custo, aumentando o lucro dos empreendimentos imobiliários e provocando contrastes na organização do espaço, sendo possível observar que a política de mercado imobiliário utiliza várias estratégias, em áreas distintas, para desenvolver seus interesses.



Incorporadores e construtores responsáveis pela realização da propriedade privada, a partir das estratégias promovidas pelo mercado imobiliário, ocupando espaços públicos e coletivos, contribuindo para o surgimento da desigualdade socioespacial. Pois estes empreendimentos redefinem a dinâmica do espaço.

Os agentes imobiliários ampliam sua renda, juros e lucros através da construção de empreendimentos imobiliários que sempre oferecem aos seus usuários exclusividade, lazer e segurança contra os indivíduos que vivem fora desse novo padrão de habitar.

Ainda se tratando do discurso usado por agentes responsáveis na construção dos empreendimentos imobiliários, ofertando o novo modelo de morar, destaca-se principalmente a mercadoria segurança e a qualidade de vida intramuros, “discurso utilizado para vender esta mercadoria terra, edificações, equipamentos e meios de consumo coletivo e áreas verdes é o da segurança e da qualidade de vida intramuros” (RODRIGUES, 2013, p. 148).

O marketing é uma das principais estratégias do planejamento de compra e venda de Empreendimentos Imobiliários, por este motivo, o Mercado imobiliário investe de forma significativa em campanhas publicitárias bem elaboradas, e o marketing tornou-se uma das principais áreas importantes, desta forma, tornou-se fundamental no desenvolvimento e construção dos produtos imobiliários. Relatos informais conferem que muitas das qualidades e discursos ofertados nas campanhas publicitárias não correspondem com a realidade dos empreendimentos e algumas características negativas seriam minimizadas.

Os agentes imobiliários se utilizam de argumentos que a desordem pública e a criminalidade encontram-se nos extramuros, está ligada ao outro, os indivíduos que habitam fora dos enclaves fortificados. Grupos que se sentem ameaçados pela violência e que podem pagar por esses espaços, se instalam nos refúgios “seguros”, cercado por muros e portões de segurança, câmeras de vigilância, entre outros serviços de segurança na tentativa de buscar formas de separação do outro, aquele que não faz parte do intramuros.

Estes agentes são responsáveis pela execução dos condomínios acabam ocupando espaços públicos e coletivos, contribuindo para o surgimento da desigualdade socioespacial, pois esses condomínios redefinem a dinâmica do espaço. Dessa maneira, os agentes imobiliários ampliam sua renda, juros e lucros através da construção dos



condomínios que sempre oferecem aos seus usuários exclusividade, lazer e segurança contra os indivíduos que vivem fora desse novo padrão de habitar.

Está cada vez mais evidente que as intervenções urbanas estão caracterizadas por um conjunto de interesses, entre eles, políticos e econômicos que são incentivados por instituições privadas, com a participação do Estado, criando estratégias e convênios com o intuito de potencializar o desenvolvimento visando o lucro entre as instituições. Muitos terrenos na região metropolitana de Belém, as grandes construtoras fazem compras de terrenos, visando à especulação imobiliária, seja bairros nobres, ou áreas periféricas.

Nas últimas décadas, parte da população tem adotado como importante opção a habitação, ofertada pelo mercado imobiliário, a partir de grandes empreendimentos imobiliários, com aspectos peculiares, apresentando nova maneira de morar, apartamentos dotados de alta sofisticação. Percebe-se que há um aumento da competitividade entre os empreendedores pela demanda e o público padrão que consome estes produtos ofertados pelo mercado imobiliário, pois o setor vem apresentando uma forte expansão nas últimas décadas, nas cidades brasileiras.

Acredita-se que a execução desses condomínios é preocupar-se essencialmente com as relações da política mercadológica de grandes Incorporadoras e o lucro trazido a partir desse processo. A presença desses empreendimentos evidencia que ocorreu um conjunto de transformações, não atentando para os riscos socioespaciais inaceitáveis, por afastar a comunidade residente entorno aos condomínios, e as possíveis mudanças que a população sofrerá a partir dessa nova dinâmica implantada.



Referências:

BRITO, Lilian Simone Amorim; COSTA, Léa Maria Gomes da. Expansão urbana e segregação socioespacial em Belém. In: SILVA, Christian Nunes da; SILVA, João Marcio Palheta da; CHAGAS, Clay Anderson Nunes (org.). **Geografia na Amazônia paraense: análise do espaço geográfico**. 1. ed. – Belém: GAPTA/UFPA, 2014. CORRÊA, L. R. **O espaço urbano**. São Paulo: Ática, 1989.

CARLOS, Ana. F. A. **A (Re) produção do espaço urbano**. São Paulo: Edusp, 1994.

CORRÊA, Roberto Lobato. A Produção do Espaço Urbano: escalas, diferenças e desigualdades socioespaciais. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri; SOUZA, Marcelo Lopes de; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (org.). **A produção do espaço urbano: Agentes e processos, escalas e desafios**. São Paulo: Contexto, 2011.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **A virada espacial**. THE SPATIAL TURN. Mercator, Fortaleza, 2015.

HARVEY, David. **A justiça social e a cidade**. São Paulo: Hucitec, 1980.

_____. **Os limites do capital**. São Paulo: Bointempo, 2013.

MARICATO, Ermínia. **O impasse da política urbana no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2011.

_____. **Para entender a crise urbana**. São Paulo: Expressão Popular, 2015.

LEFEBVRE, Henri. **A Produção do Espaço**. Trad. Doralice Barros Pereira e Sergio Martins (do original: La Production de l'espace. 4º ed. Paris: Éditions Anthropos, 2000). Primeira versão: Início- 2006.

_____. **O direito à cidade**. 4. ed. São Paulo: Centauro, 2006.

LENCIONE, Sandra. **Concentração e centralização das atividades Urbanas: uma perspectiva multiescalar**. Reflexões a partir do caso de São Paulo. Revista de Geografia Norte Grande, v. 39, p. 7-20, 2008.

_____. **Metrópole, metropolização e regionalização**. Rio de Janeiro: Consequência Editora, 2017.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. 2ed. São Paulo: Bookman, 2001.



XIV ENCONTRO NACIONAL DE
PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM
GEOGRAFIA

EDIÇÃO ONLINE

10 À 15 DE OUTUBRO DE 2021

ISSN: 2175-8875