

DA RUA CORREDOR AO CENTRO COMERCIAL

Claudia Piantá Costa Cabral

Tipologias comerciais em Porto Alegre dos anos 30 ao princípio dos 90.



As tecnologias disponíveis, os regulamentos construtivos e as referências culturais evidentemente são circunstâncias determinantes da forma assumida por um edifício em qualquer contexto dado. Entretanto, às variações morfológicas quase ilimitadas, geradas pela interação entre estes aspectos em determinado tempo e cultura, contrapõe-se a persistência de certas alternativas de organização espacial, mais ou menos constantes e comuns a realidades urbanas e geográficas distintas. Assim, de um extenso conjunto de edifícios que por alguma razão nos interesse, é possível extrair um número finito de tipos arquitetônicos, desde que se aceite tal conceito como construção intelectual e de caráter sobretudo instrumental, relacionada somente através do próprio problema de investigação a uma série de objetos arquitetônicos cuja estrutura básica é capaz de descrever, sem contudo coincidir com nenhum deles.¹

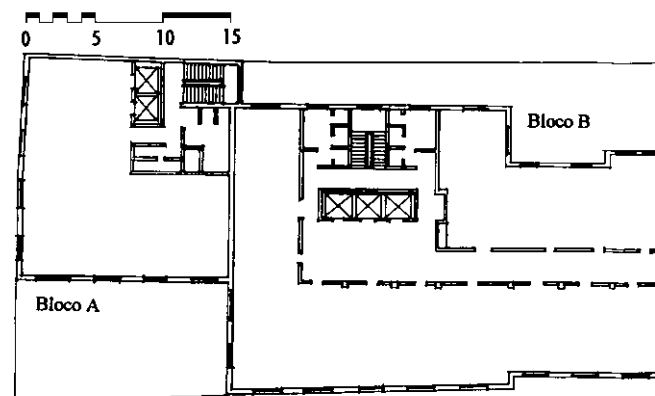
Dentro da evolução histórica da arquitetura comercial em Porto Alegre, observa-se, ao longo do século XX, uma tendência à diversificação do repertório de soluções arquitetônicas para o problema do comércio varejista. Este texto parte da idéia de que esta arquitetura comercial pode ser reduzida a quatro configurações espaciais básicas - rua comercial, galeria comercial, loja de departamentos e shopping center - e que a diferença entre estas não se limita a questões distributivas e organizacionais, mas envolve a proposição de distintas relações entre espaço público e espaço privado, e portanto filiações conceituais diversas no que concerne à relação entre edifício e cidade. Nesse sentido, esse processo de diversificação aponta em uma direção, e esta não é o reforço do papel do espaço público como âmbito político, elemento estruturador e potencializador de vitalidade urbana².

A RUA COMERCIAL, OU A ORDEM DIFÍCIL

Estabelecer uma tipologia da rua comercial é entretanto diferente de estabelecer uma tipologia da galeria, da loja de departamentos ou do *shopping center*; porque a rigor não se trata aqui unicamente de um tipo de edifício, mas de uma determinada forma de relação entre edifícios, e da maneira como o conjunto destes configura um tipo de espaço público. Como espaço urbano, a arquitetura da rua comercial depende em igual medida de equipamentos urbanos e elementos móveis como pessoas e veículos, anúncios luminosos, etc., que o presente texto não pretende medir. Aqui a aproximação à rua comercial se fará através de alguns edifícios que recordam o nascimento de uma Porto Alegre metropolitana - que surge a partir de renovações urbanas importantes, como a abertura das avenidas Borges de Medeiros e Salgado Filho³ - e que constituem um tipo característico do início do processo de verticalização do centro da cidade até a chegada dos planos diretores. Como elementos da rua de fachada contínua ou rua corredor, esses edifícios tendem a adotar uma volumetria previamente definida pelos próprios alinhamentos urbanos. Recuos e poços de iluminação, elementos de circulação que exteriorizam-se e necessárias inflexões são sempre remetidos aos fundos do terreno, de forma a manter uma fachada regular com relação ao alinhamento. A esta tipologia, que é fortemente pressionada pelo alinhamento urbano, onde o volume do edifício é diretamente dependente da forma do lote, Aymonino chama tipologia distorcida, ou seja, que não é o resultado da aplicação de regras distributivas e compositivas derivadas de uma resposta funcional ao programa de necessidades, mas sim resultado *a posteriori* do aproveitamento máximo da edificabilidade de uma dada parcela de solo.⁴

Exemplos característicos são os edifícios Annes Dias (1955, Armando d'Ans) e Esplanada (1952, Román Siri), que combinam a um térreo comercial, respectivamente, pisos de escritório e pisos residenciais: no Annes Dias um lote triangular condiciona a distribuição radial dos compartimentos com relação a um núcleo de circulação vertical localizado no vértice interno do terreno, onde foi ajustada uma escada triangular, enquanto os vértices externos são ocupados por sanitários; no Esplanada, a área de iluminação e ventilação é concentrada no interior do lote, sendo as diferenças de ângulos entre as ruas que conformam o quarteirão absorvidas por inflexões em planta e pelas sacadas. Híbridos, exploram consistentemente o tema do vocabulário moderno suportado por uma planimetria tradicional.

Outra imagem urbana, sem dúvida assombrada pelas não poucas tentativas de revisão ou mesmo supressão da rua corredor ao longo do século, é pretendida pelo Edifício Comendador Thadeu Nedef (1975, Roque Fiori), onde a volumetria adotada, embora vinculada à configuração do lote urbano na plataforma de base, é independente deste na torre de escritórios. Ao contrário dos demais casos, em que as áreas de iluminação e ventilação complementares são interiorizadas, aqui estas circundam uma torre em forma de losango, sob o pretexto de



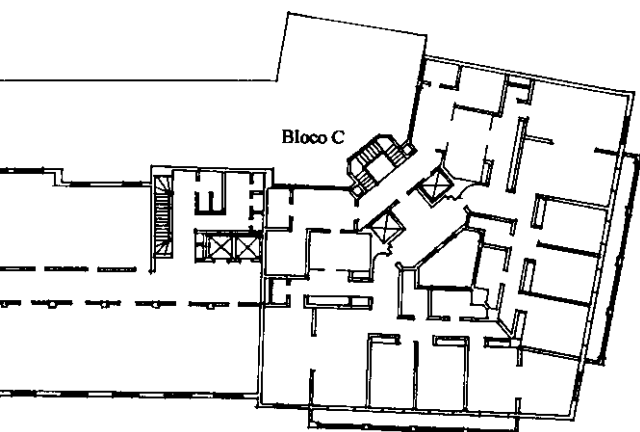
eliminar os poços de ventilação e iluminação. Teoricamente, a solução torre sobre plataforma deveria permitir a superação dos possíveis inconvenientes da rua corredor, como a necessidade de tais poços e a eventual deformação dos compartimentos a fim de ajustá-los a um alinhamento dado. Entretanto, por influência do próprio parcelamento urbano, os poços configuram-se virtualmente pela proximidade dos edifícios vizinhos. E, se idealmente a não sujeição à forma do lote permitiria a racionalização da disposição dos compartimentos, na prática o losango adotado condicionou unidades tão irregulares quanto aquelas do Edifício Annes Dias, independente da solução de implantação urbana.

Na rua comercial, o limite entre o espaço privado e o espaço público, que normalmente coincide com o plano de fachada, pode adquirir espessura e configurar um espaço tridimensional como elemento de transição entre ambos. É o caso do Edifício Sulacap, projetado por Arnaldo Gladosh em 1938 e construído em 1943 pela firma Azevedo, Moura & Gertum, sobre um lote da então recém aberta Av. Borges de Medeiros, que vai da esquina da Rua da Praia à Av. Salgado Filho. O programa compreende lojas no piso térreo, dois blocos de escritórios e um terceiro de apartamentos, com acesso pela esquina da Salgado Filho. O pórtico no piso térreo não só faz a transição entre loja e rua, como também acomoda a diversidade programática - acesso aos escritórios e acesso ao bloco residencial - e a diferença de nível entre as duas esquinas. O rebatimento da solução nos edifícios que compõem a quadra seguinte - Fronteira, Planalto e Missões - prolonga o plano indicado pela sucessão de pilares e reforça o caráter de recinto urbano deste espaço. A mesma idéia de continuidade estaria entre os edifícios Brasília (1946, Guido Trein) e Formac (1952, C.A. de Holanda Mendonça).

A organização vertical das fachadas, com divisão convencional entre base e corpo, representa um tipo de relação com a cidade em que a maior permeabilidade da base é sempre oportunidade de projeto. Nos edifícios Sulacap, Brasília, Comendador Azevedo (1951, Guido Trein e Azevedo Moura) e Tanhauser (1953, Emil Bered) se o corpo é repetitivo, a base é singular: pelo recinto público; por um discreto recuo, se o espaço não é muito; ou mesmo através da marquise que se destaca como marcação horizontal entre um térreo e um segundo piso transparentes, sob a neutralidade da grelha ou da cortina de vidro que vestir os pisos superiores.

Outro traço característico deste tipo de edifício é o tratamento diferenciado de fachada na altura dos últimos pisos: recuados com relação ao corpo, como nos edifícios Annes Dias e Presidente Antônio Carlos (1952, Edgar Graeff); incluindo marquises recortadas por pergolados, como nos edifícios Paglioli (1957, Remo Irace e Miguel Irace), Armênia (1955, Ari Canarim) e Esplanada. No entanto, a maior diversidade encontra-se no Edifício Sulacap. Ao contrário da base e do corpo, onde o tratamento de fachada tende a unificar os três blocos, a terminação é propositalmente descontínua: o bloco da esquina da Rua dos Andradas é o mais baixo, o seguinte termina como uma torre com

FIG. 1 Edifício Sulacap, 1938, Arnaldo Gladosh.¹¹



leve escalonamento e cobertura em quatro águas, enquanto o bloco residencial escalonou dois pisos além do bloco de escritórios central. O perfil recortado do Sulacap quase que rememora o skyline do centro de Porto Alegre, onde os processos de substituição tipológica apontaram mais à justaposição de modos de vida que à configuração de uma imagem única, reafirmando a idéia da rua como canal tridimensional⁵ e também como espaço da ordem complexa de que falava Venturi, onde o olho nem sempre necessita 'ser muito facilmente ou muito rapidamente satisfeito na sua busca por unidade no conjunto'⁶.

A GALERIA COMERCIAL, 'AO MESMO TEMPO CASAS E ESTRELAS'⁷

O sentido da galeria é, em primeiro lugar, prolongar o espaço do comércio ao interior do quarteirão edificado, criando um espaço de uso público sobre solo privado. A galeria como passagem urbana é um traço potencialmente sistematizável, isto é, a repetição do tipo por diversos quarteirões poderia teoricamente configurar todo um percurso alternativo, coberto e de uso exclusivamente pedestre, quase uma utopia da cidade existente, como seu reflexo liberado de contradições e inconvenientes reais: um mundo em miniatura, no dizer de Walter Benjamin.

Em Porto Alegre surgem, primeiro no centro da cidade, depois de forma esparsa ao longo dos principais caminhos de acesso ao centro e, desde os anos sessenta, com maior regularidade nos bairros Independência e Moinhos de Vento, onde então se concentra um importante poder aquisitivo. Como passagem, a galeria demonstra máxima compatibilização com um traçado xadrez pouco hierarquizado, como é o caso do centro da cidade, onde a interpretação do tipo galeria como elemento de conexão urbana é matizada pela própria característica topográfica do sítio: a zona de maior concentração de galerias no centro localiza-se num declive, desde a Rua Duque de Caxias até a Av. Voluntários da Pátria, onde se inicia uma área plana, oriunda de aterro, sobre a qual estão o Mercado Público e a Galeria Sete de Setembro. Aquelas galerias acessíveis pela Rua da Praia, dispostas conforme o sentido de maior declividade do terreno, necessitam forçosamente soluções em mais de um nível para estabelecer a conexão com a outra rua, situada em cota diversa: Galeria Chaves (1935, Agnello de Lucca e Fernando Corona); Galeria Di Primo Beck (1958, C. Peña e L. Hübner); Galeria Lusa (1974, E. Livi, F. Hahn e A. Pereira Fº). O mesmo ocorre com as galerias 5ª Avenida Center (1979, Finkelstein e Odriozola) e Florêncio Ygartua (1982, M. Guedes de Oliveira), localizadas no bairro Moinhos de Vento.

Como estrutura espacial, a galeria pode ser descrita como associação de unidades básicas, não necessariamente idênticas, mediante um espaço de circulação comum. Quando as unidades se organizam ao longo de um espaço de circulação que tem a característica de corredor, temos um esquema espacial linear, e neste caso a galeria interioriza o esquema da rua corredor; quando as unidades se organizam em torno de um espaço central, temos um esquema de distribuição em torno de

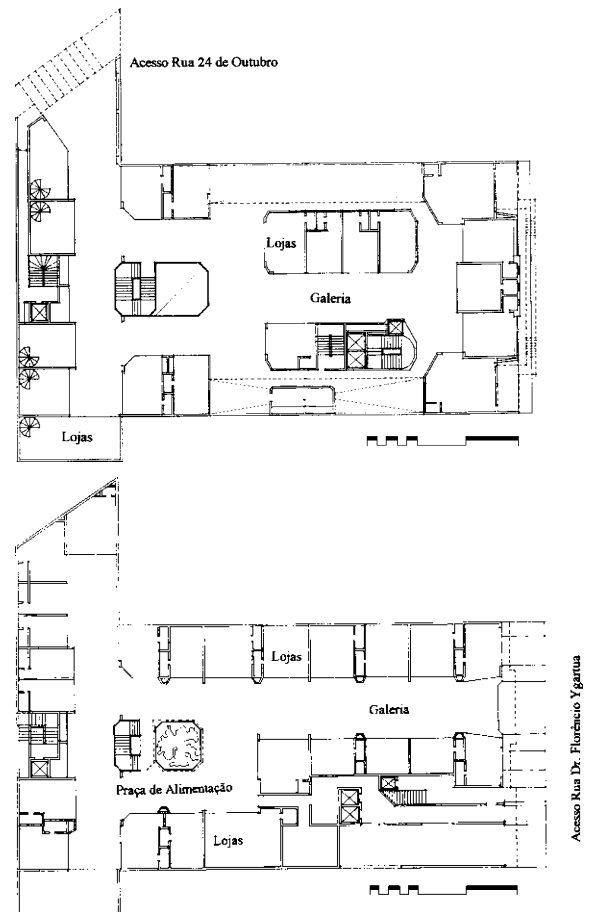


FIG. 2 Galeria Dr. Florêncio Ygartua, 1982, Mauro Guedes de Oliveira.

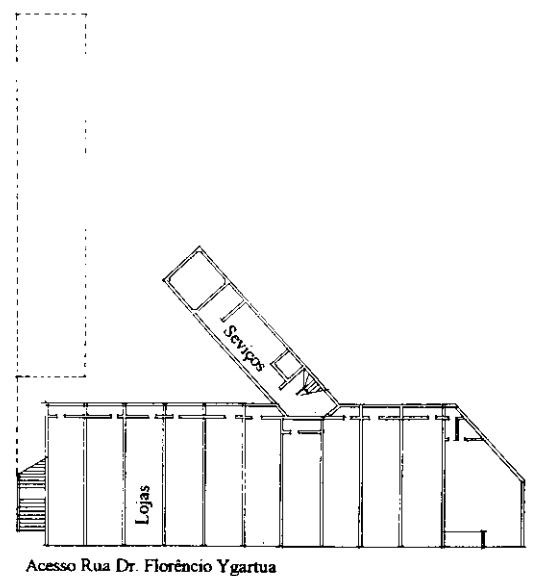


FIG. 3 Galeria Champs Elysées, 1969, Mauro Guedes de Oliveira.

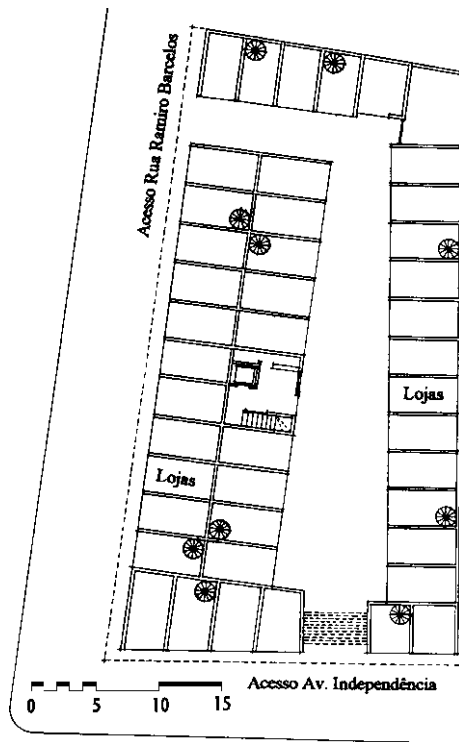


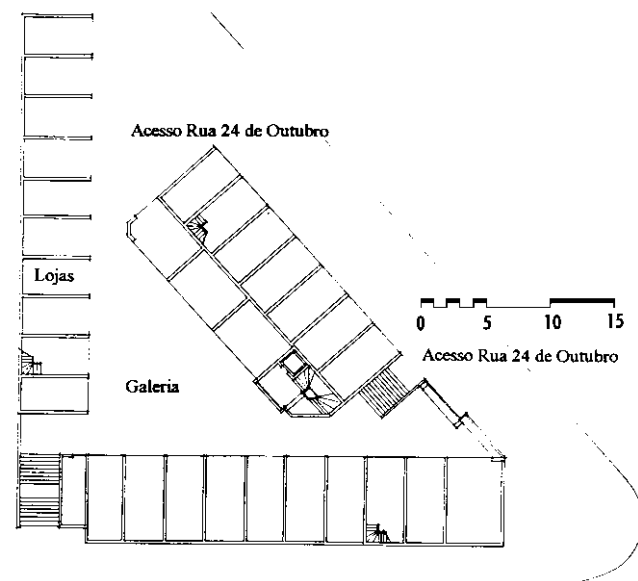
FIG. 4 Galeria Mionhos de Vento, 1970 Mauro Guedes de Oliveira.

pátio que, buscando novamente uma analogia urbana, reproduz a praça. Ambos os esquemas admitem variações e combinações: esquemas lineares em fita simples ou dupla (Edith no primeiro caso e Sete de Setembro no segundo); esquemas lineares com corredores múltiplos em alas perpendiculares (Rosário e Malcom) ou em ângulo que permite o ajuste com a parcela (Nação e Di Primo Beck); esquemas compostos, que associam corredores lineares e espaços centralizados (Chaves e Galeria Florêncio Ygartua, entre outras).

Como componentes da rua comercial, as galerias possuem fachadas urbanas; como sistemas de penetração ao interior do quarteirão, configuram ruas interiores, definidas tanto pelas vitrines das lojas quanto pela solução de cobertura adotada. Aqui as galerias de Porto Alegre diferem dos protótipos europeus do século XIX, com suas coberturas em ferro e vidro marcadamente longitudinais. A Galeria Chaves inclusive contava em seu projeto original com uma zenital ovalada, aparentemente em ferro e vidro. Entretanto, sobre o espaço central da galeria foi executado um domo em concreto, com pequenas perfurações preenchidas com vidro, o que muito provavelmente deve-se à experiência da construtora Azevedo Moura & Gertum, responsável pela obra, com o concreto armado.

A maioria das galerias do centro da cidade não possui qualquer tipo de iluminação natural, estando situadas sob a projeção dos edifícios; as galerias que possuem coberturas em vidro são mais recentes, e portanto, nesse caso a referência às galerias do século XIX já estaria filtrada pelo *shopping center*. Entretanto, salienta-se a incidência de locais a céu aberto como característica local do tipo, esta sim manifestada com anterioridade ao surgimento do *shopping center* em Porto Alegre: galerias Champs Elisées, Augusta e Moinhos de Vento (1969-1970, M. Guedes de Oliveira); Centro Comercial Nova Olaria (1993, Marques Arquitetos Associados); o espaço central das galerias Florêncio Ygartua e Esplanada Center (1979, J.Vallandro, M. Marques, L. Ferreira da Silva); a abertura para pátios laterais na Bond Street (1971, Ruben Adams) e na Galeria 24 de Outubro (1974, Carlos Peixoto).

As primeiras galerias do centro da cidade estavam sujeitas a regulamentos pouco restritivos: não estavam obrigadas a recuos laterais e podiam atingir grandes alturas, desde que escalonando as fachadas. Considerando as testadas relativamente estreitas dos terrenos no centro da cidade e o alto custo da terra, naturalmente o edifício tende a coincidir com o máximo volume construtivo permitido, colando nos alinhamentos e configurando a rua corredor. Observa-se uma passagem do edifício no alinhamento ao edifício composto por torre e plataforma, que tem início a partir da década de setenta, na vigência do Plano Diretor de 1959, quando começam a surgir galerias nos bairros periféricos à zona central, como Independência, Moinhos de Vento e Floresta. O Plano de 1959 estabeleceu um zoneamento de alturas, instituindo recuos laterais obrigatórios a partir de quatro pavimentos ao longo de corredores de acesso ao centro, incluindo Av. Independência, Rua 24 de Outubro e Av.



Cristóvão Colombo. O exame das primeiras galerias surgidas nestes locais demonstra a influência do Plano: Galeria Champs Elisées e Galeria Moinhos de Vento, aprovadas em 1970, coincidem com os alinhamentos porque não excedem os quatro pisos; já aquelas galerias que atingem maiores alturas necessariamente adotam o partido torre sobre plataforma, como Galeria Esplanada Center e Galeria 24 de Outubro.

O Plano de 1979 confirmou a volumetria proposta e ofereceu incentivo às galerias comerciais considerando-as como áreas não computáveis no índice de aproveitamento, desde que "mantidas desimpedidas e amplamente vinculadas a logradouro público". Surgem então outras galerias nestes moldes, inclusive na zona central: Centro Comercial Independência (1976, E. Valle, S. Matte) e Mini-Shopping Independência (1980, H. Rocha, C. Santini), na Av. Independência; 5ª Avenida Center, Central Park (1980, Sclovsky e Saltz), Galeria Florêncio Ygartua, Centro Empresarial 24 de Outubro (1992, M. Guedes de Oliveira), no bairro Moinhos de Vento; e Shopping Rua da Praia, na Rua dos Andradas. Observa-se também como fator concorrente para a adoção da variedade tipológica induzida pelos regulamentos urbanísticos, dada a incompatibilidade da mesma com lotes estreitos, as próprias características de parcelamento dos bairros mencionados, onde as testadas médias dos terrenos são maiores do que no centro, e onde o menor grau de consolidação do tecido viabilizou o remembramento.

A LOJA DE DEPARTAMENTOS , OU A MULTIDÃO DE COMPRADORES

A loja de departamentos não é apenas o incremento em área do espaço da loja tradicional, mas sobretudo uma nova forma de consumir. Entre os rasgos distintivos desta nova forma estava a adoção de um sistema de organização de vendas que trazia como principais inovações a ampla variedade de artigos em todos os ramos e preços fixos claramente marcados. Como explica Sennet, esta nova forma de vender e comprar, que inaugura a multidão de compradores, consistiu em um paradigma para as mudanças no domínio público que ocorriam no século XIX. Se nas galerias se vendiam produtos exclusivos a públicos seletos, nas lojas de departamentos o que se vendia era a quantidade que a máquina

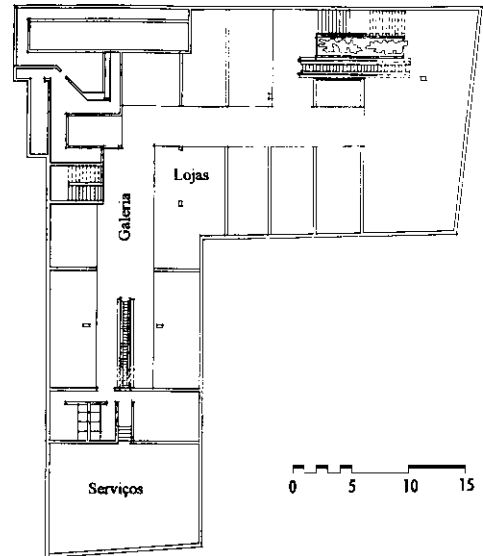


FIG. 5 Galeria Malcom, modif. 1971, Emil Bered.

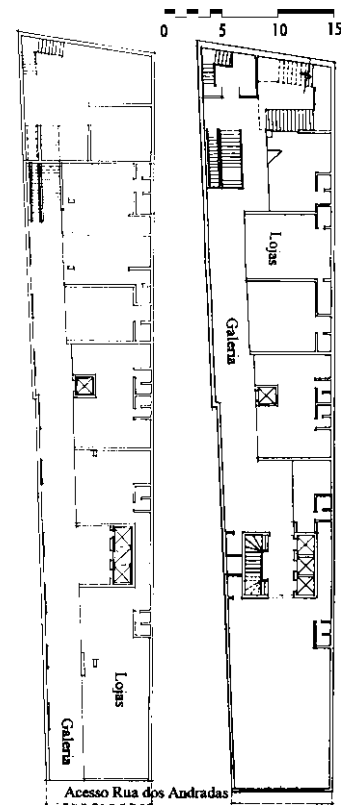
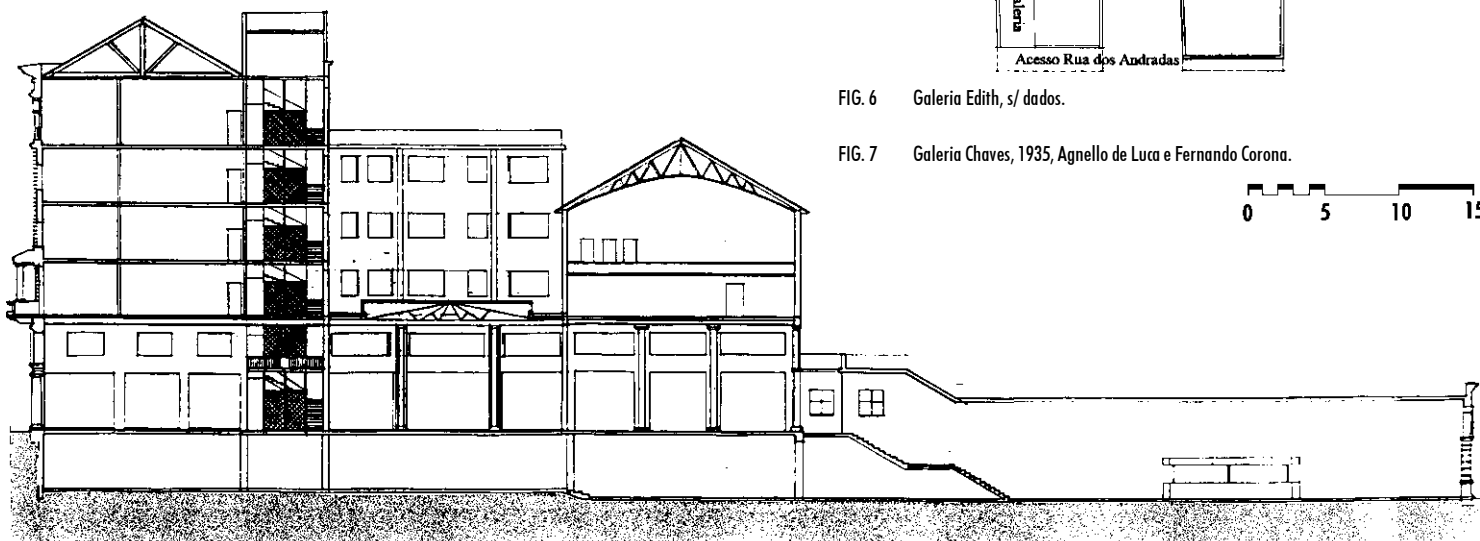
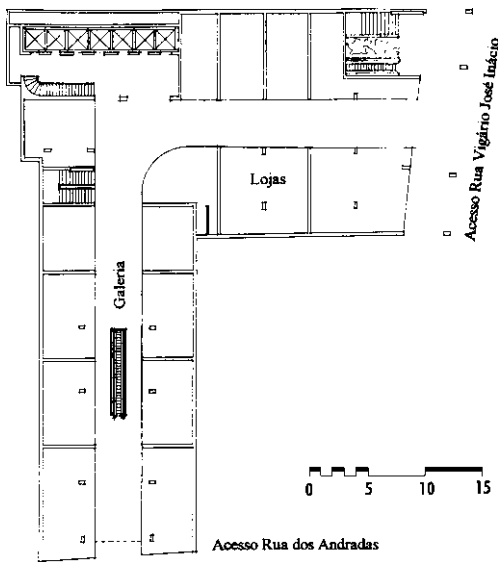


FIG. 6 Galeria Edith, s/ dados.

FIG. 7 Galeria Chaves, 1935, Agnello de Luca e Fernando Corona.



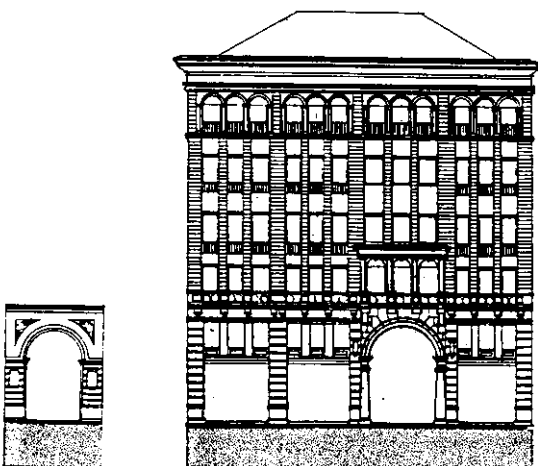


podia de repente colocar à disposição de um público cada vez mais anônimo, e a esperança de alguma participação no sonho, ainda que somente através da experiência do consumo⁸.

Em Porto Alegre as lojas de departamentos estabeleceram-se primeiramente no centro da cidade, sendo o mais antigo edifício projetado para tal fim encontrado atualmente em Porto Alegre, o Edifício Mesbla da Voluntários da Pátria (1944, Arnaldo Gladosh), que já não serve mais a essa função. Aparentemente, as lojas de departamentos não constituem hoje em dia um negócio tão atrativo quanto antes, e muitas das lojas que ainda resistem no mercado de Porto Alegre vêm reformulando-se em função das dificuldades encontradas. As modificações apontam para restrições na área das lojas e na variedade de artigos comercializados. Aquelas vantagens originalmente oferecidas pelas lojas de departamentos, que de início faziam-nas diferentes dos demais estabelecimentos comerciais, foram absorvidas por outros tipos de comércio; por outro lado um de seus maiores trunfos, que consistia em oferecer enorme variedade de produtos em um único ponto de venda, foi em parte neutralizado com a entrada do *shopping center* no comércio local. Não só a gama de artigos disponível é ampliada no *shopping center*, como também é oferecida ao consumidor a possibilidade de comparar preços, existindo a competição no interior de cada ramo de negócios. E sem dúvida também os supermercados (derivação do tipo), na medida em que cresceram em número e superfície a partir de sua implantação nos anos cinqüenta, passaram a competir com as lojas de departamentos tradicionais, e especialmente num setor onde estas praticamente detinham o monopólio: o bazar.

Atualmente, portanto, parece que o aumento nos lucros não é necessariamente proporcional ao incremento na área de loja, mas sim à flexibilização e diversificação do negócio. Ao contrário do *shopping center* e da galeria comercial, a loja de departamentos não inclui a possibilidade de lucro imobiliário. Os primeiros oferecem retorno do capital investido através da locação das unidades a diferentes empreendimentos, de forma que não somente a sobrevivência do *shopping* ou da galeria é relativamente independente do sucesso individual de cada loja, como estes mostram-se viáveis como empreendimentos imobiliários. De certa maneira, o problema da loja de departamentos é não ser tão flexível do ponto de vista financeiro quanto espacial: a tendência à subdivisão e modificação de uso dos edifícios anteriormente destinados a lojas de departamentos é facilitada pela neutralidade inerente a estes espaços. A necessidade de flexibilidade imposta pelo programa das lojas de departamentos leva a um certo grau de indiferença funcional, que faz delas espaços facilmente conversíveis.

Independente do uso atual, podemos reconhecer o tipo em alguns edifícios bem conhecidos, além da Mesbla (Voluntários da Pátria): Renner, Imcosul e Ferramentas Gerais, por exemplo. Quanto à inserção urbana, tanto a totalidade da fachada reconhece o alinhamento, como no Edifício Mesbla, em que esta se curva fechando a esquina, quanto ocorre a



combinação base sobre os alinhamentos com os pisos superiores recuados, como nas lojas Renner (1976, Luiz Braga) e Imcosul (1976, Edgar do Valle, Jorge Ruhl). Mesmo adotando solução semelhante na ocupação integral do piso térreo, estas duas alternativas são praticamente inversas quanto à volumetria resultante, no que concerne à forma como se desenvolvem em altura. Nas lojas Renner e Imcosul a progressão vertical se dá mediante a superposição de pisos quase idênticos, que apenas variam dimensionalmente em função dos recuos laterais a partir do quarto pavimento, inviabilizando a complementação de iluminação natural para as zonas mais profundas. No Edifício Mesbla os três primeiros pisos são integrados através de mezaninos, enquanto os demais, destinados a escritórios, desenvolvem-se perifericamente, liberando uma área central que possibilita a iluminação zenital de todos os pisos de loja. Já Ferramentas Gerais (1975, Castelar Peña, Júlio Collares) pertence conceitualmente a uma rua de tipo pavilhonar, característica de uma implantação urbana menos central, e mantém a tradição do espaço central bem caracterizado dentro de uma planta de organização racional.

O programa da loja de departamentos não envolve dificuldades em termos distributivos, sendo crucial a localização conveniente das escadas, dado que é preciso facilitar a progressão vertical do público no interior da loja. Na Mesbla, além de duas escadas de serviço, uma grande escada em alas simétricas desenvolve-se ao fundo do espaço central da loja, nos moldes das primeiras lojas de departamentos do século XIX. O surgimento das escadas mecânicas retirou a importância das escadas convencionais, que passam a ser tratadas como partes de serviço, e não mais como elementos hierarquicamente significativos dentro do grande salão (Renner e Imcosul).

A solução estrutural exige racionalidade e minimização das

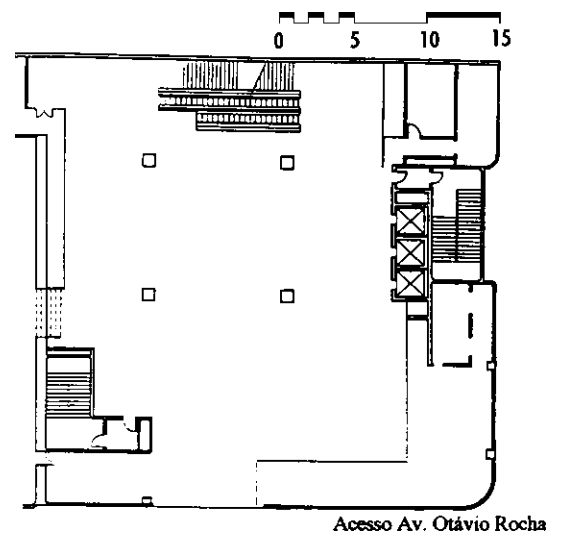


FIG. 8 Renner (Otávio Rocha), 1976, Luiz Braga.

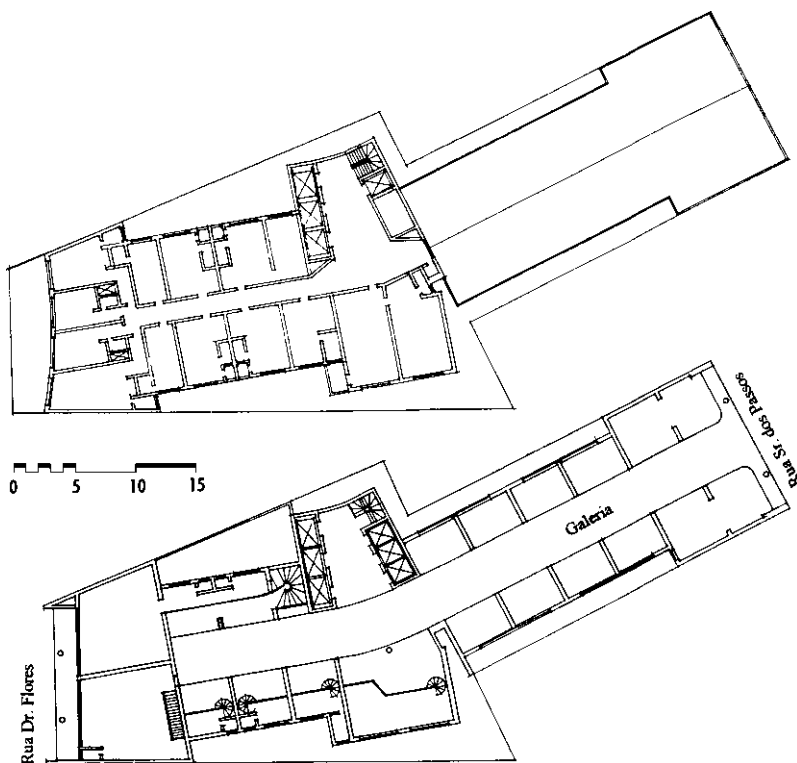


FIG. 9 Galeria Nação, modif., 1960, construtora Maestri & Brum.

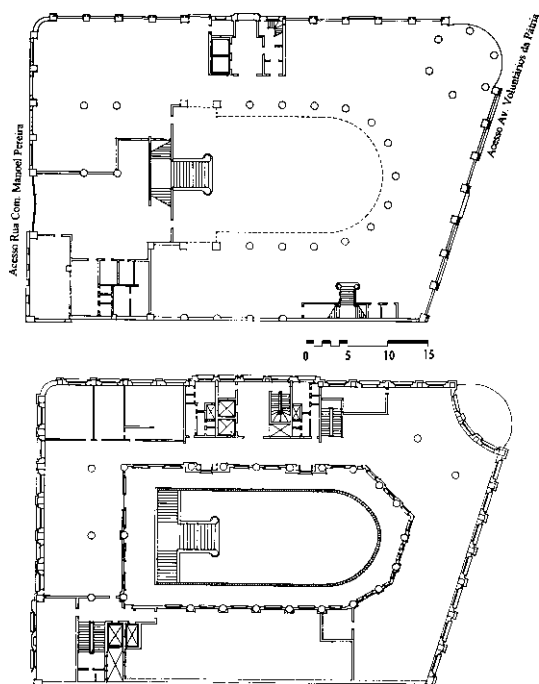


FIG. 10 Mesbla (Voluntários da Pátria), 1944, Arnaldo Gladosh.

situações de exceção. Os exemplos analisados possuem estruturas de concreto armado, e os elementos verticais de sustentação tendem a concentrar-se, adotando-se vãos em torno de nove metros.

O Edifício Mesbla adota uma organização de fachada conforme a divisão clássica entre base, corpo e ático, que guarda um parentesco com os edifícios de Sullivan. Como no Carson-Pirie-Scott, a base corresponde aos pisos de loja, enquanto o corpo se forma pela repetição de pavimentos-tipo destinados a escritórios; a esquina é reconhecida pela curvatura da fachada: o volume cilíndrico exteriorizado no Carson-Pirie é subtraído no Edifício Mesbla. O tratamento das superfícies, explorando a textura do tijolo, aproxima-se entretanto mais do Van Allen, última loja de departamentos de Sullivan. Já Imcosul e Renner representam uma outra geração de lojas de departamentos, em que se abandona a caracterização através do desenho e articulação de elementos arquitetônicos, e se reduz a fachada à função de vedação e suporte de cartazes.

○ SHOPPING CENTER, OU O COMÉRCIO NA CIDADE DO AUTOMÓVEL

Além de unidade arquitetônica, o *shopping* é também uma unidade do ponto de vista comercial, cujo objetivo é contabilizar lucros através da alta concentração e estudado *mix* de lojas, do estacionamento facilitado e da possibilidade de realizar uma publicidade que venda o produto *shopping* como um todo. Surgido nos Estados Unidos de pós-guerra como resposta à demanda gerada pelo automóvel e pela suburbanização, sua implantação no Brasil tem um matiz mais de indústria lucrativa que de necessidade: segundo Silvana Pintaúdi, o *shopping* não é 'fruto da expansão comercial de um lugar, mas antes, fruto de uma ruptura com o destino virtual deste lugar'.⁹

O primeiro *shopping center* a estabelecer-se em Porto Alegre foi o Centro Comercial João Pessoa (1970, Ricardo Bastian), de pequeno porte se comparado aos empreendimentos surgidos nas décadas de oitenta e início de noventa, como Shopping Center Iguatemi (1982, Patrice Hattton) e Shopping Center Praia de Belas (1991, Júlio Neves), que adotam como modelo o *mall* americano. Pouco depois surge em Porto Alegre outra variedade, o *strip*, que inclui empreendimentos de porte e alcance diverso: o Bela Vista Plaza (1993, Sonia Hiwatashi), no limite entre os bairros Bela Vista e Petrópolis, exemplifica o pequeno *shopping* de vizinhança; o Strip Center Assis Brasil (1993, Raul Milani), na confluência entre duas avenidas de longo curso, Av. Assis Brasil e Av. Baltazar de Oliveira Garcia, possui larga abrangência, sendo facilmente acessível desde toda a zona norte da cidade.

Os esquemas espaciais articulam-se através da relação entre lojas e circulação, ou seja, a partir de um espaço de tipo galeria, e ainda quanto à seqüência estabelecida entre estacionamento, circulação e lojas. Utilizando a classificação de Victor Gruen, um dos pais do *shopping* americano, chamamos *strip* ao esquema distributivo em que uma

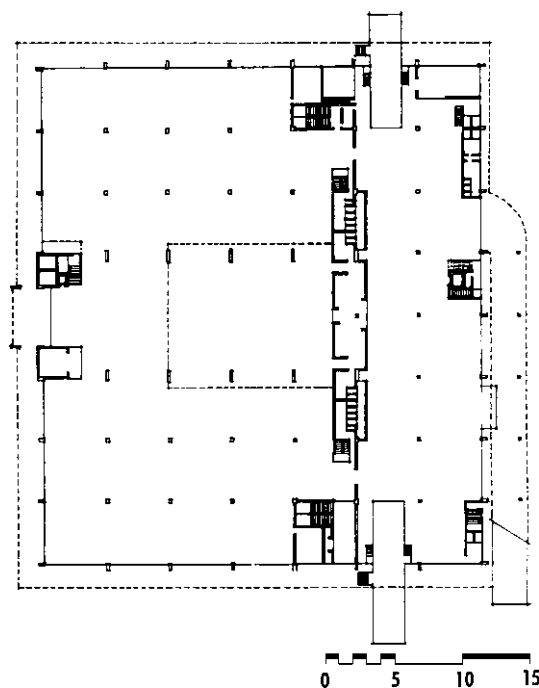


FIG. 11 Ferramentas Gerais, 1975, Castelar Peña, Júlio Collares.

circulação aberta organiza uma linha de lojas, de forma que se tem acesso a cada uma delas diretamente a partir do estacionamento (Bela Vista Plaza e Assis Brasil); temos um *mall* quando esta linha de lojas é rebatida ao longo de um corredor de circulação, que constitui uma rua interior, quase sempre coberta, para onde se voltam as fachadas das lojas, concentrando-se os acessos de forma que a relação entre as lojas e o estacionamento se dê através desta circulação comum (Iguatemi e Praia de Belas). E ainda aproveitando os esquemas identificados por Gruen¹⁰, podemos classificar o Centro Comercial João Pessoa como um caso particular do *ring*, alternativa de organização em que o *strip* se fecha em torno de um espaço central.

Os espaços de circulação podem adquirir diversas configurações, alternando o esquema linear, próprio das galerias de acesso às lojas, aos alargamentos espaciais correspondentes geralmente às praças de alimentação e aos núcleos de circulação vertical. Os esquemas estruturais tomam uma grelha regular como ponto de partida, com vãos estruturais entre cinco e oito metros, que é rompida em situações especiais. A compartimentação é independente do esquema estrutural, e a subdivisão em lojas pode ser alterada conforme as necessidades de reformulação.

Ao contrário dos *shoppings* americanos, que localizam-se principalmente à beira de auto-estradas, o *shopping* em Porto Alegre buscou terrenos que, embora às vezes situados em trechos de cidade ainda não completamente consolidados, são terrenos que correspondem a um lote urbano. Entretanto, em maior ou menor grau, todos herdaram do modelo americano uma relativa autonomia com relação ao sistema de ruas e quarteirões, que se traduz na ausência de mediação entre rua e edifício, ora produzida pelo isolamento gerado pela presença do parque de estacionamento, ora evidenciada por uma proposital interiorização do edifício, com a supressão de toda permeabilidade da fachada, a não ser nos acessos. O Iguatemi exemplifica as duas alternativas: o edifício interiorizado, ao qual se tem acesso desde o espaço público somente através de uma área de estacionamento. No Praia de Belas a maior parte do estacionamento localiza-se em subsolo ou cobertura, e parte do edifício coincide com os alinhamentos; entretanto o tratamento dado às fachadas, com a ausência de vitrines e a impossibilidade de acesso direto a lojas, reduz os vínculos entre o edifício e o espaço público às situações de acesso. Embora a implantação seja diversa do Iguatemi, a relação com o sistema de calçadas públicas é igualmente inexistente, e neste sentido pode-se falar de uma inversão da rua comercial tradicional: o que limita com o espaço público não é a linha de lojas, mas os fundos destas.

No *strip*, a linha de lojas possui, pelo menos em parte, fachada para a rua. Neste caso, a vinculação depende da localização e dimensão do estacionamento. O Bela Vista Plaza quase constitui uma fachada de rua comercial, inclusive a localização em terreno de meio de quadra induz a uma fachada contínua. No caso do Strip Center Assis Brasil, a

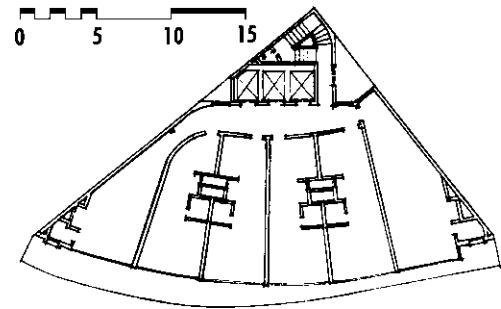


FIG. 12 Edifício Annes Dias, 1955, Armando D'Ans.

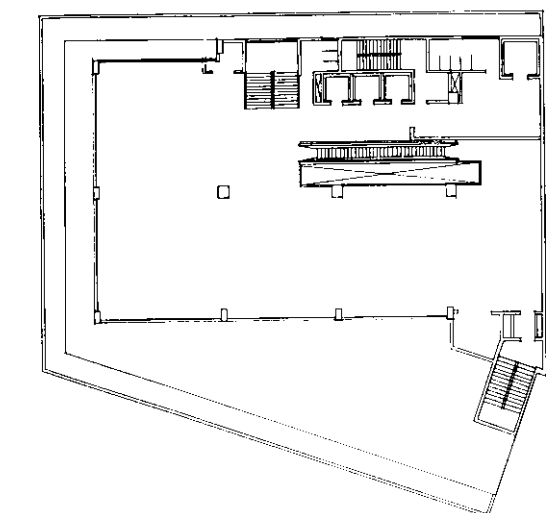
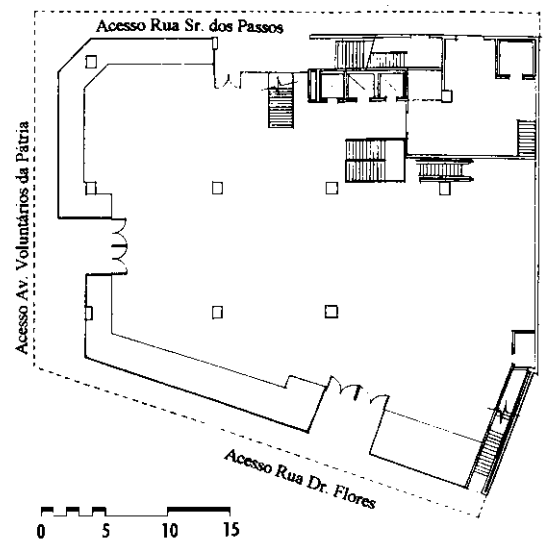


FIG. 13 Imcosul (Dr. Flores), 1976, Edgar do Valle, Jorge Ruhl.

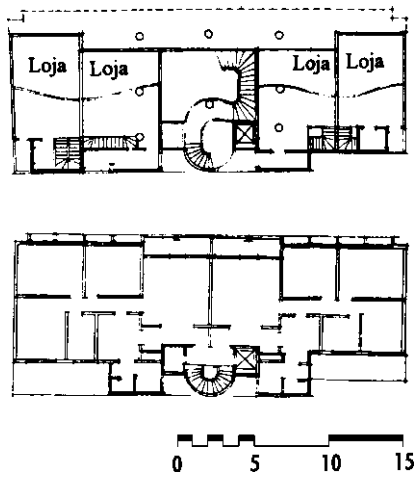


FIG. 14 Edifício Sta. Terezinha, 1950, C.A. de Holanda Mendonça.

área de estacionamento requerida é muito mais ampla em função da maior abrangência do empreendimento. A disposição frontal da mesma evidentemente separa o edifício da via pública, situação reforçada pela existência de cercas sobre os alinhamentos. É importante salientar, contudo, que os dois exemplos aqui considerados possuem localização urbana diversa: o Bela Vista Plaza situa-se em frente a uma praça, enquanto o Strip Center limita com um entroncamento viário de trânsito pesado, que constitui por si local inadequado ao trânsito pedestre.

O Centro Comercial João Pessoa, devido à disposição do estacionamento inteiramente em subsolo, quase poderia ser considerado como um caso limite entre a galeria e o *shopping center* no que diz respeito à implantação urbana. Entretanto, assim como ocorre no Praia de Belas, a organização das fachadas privilegia as situações de acesso sem favorecer qualquer percurso de caráter urbano.

No caso do *shopping*, no que concerne à vinculação entre edifício e espaço público, a ausência de mediação deve-se menos ao recuo do edifício com relação à calçada e mais à maneira como são tratadas as fachadas e os espaços resultantes. O estacionamento é via de regra um espaço residual entre edifício e rua, um espaço aberto onde não compõem os elementos que tradicionalmente compõem e ordenam os espaços abertos dentro da cidade, como sistema de calçadas, arborização, etc. As fachadas, à exceção do *strip*, desconhecem particularidades de implantação e atuam como vedação cega mesmo quando coincidentes com os alinhamentos.

O *shopping* coloca uma relação particular entre tipologia e morfologia urbana no sentido de que a primeira pode constituir-se de forma independente com relação à segunda, justamente pela disponibilidade de área. Essa margem de área que garante a autonomia com relação ao parcelamento, ao mesmo tempo que possibilitaria a invenção tipológica supostamente livre das restrições do parcelamento, no caso do *shopping* parece haver apenas facilitado a repetição de soluções padronizadas, derivadas prioritariamente de requisitos funcionais e mercadológicos, em um procedimento mais modelístico e menos tipológico, onde se passa por alto a interação tipo e lugar como oportunidade criativa.

Como edifício onde várias lojas estão associadas mediante uma circulação comum, o *shopping* retoma um traço tipológico característico da galeria comercial: o corredor que ordena um conjunto de lojas na galeria comercial é redefinido no *shopping center*. Entretanto, se no caso das galerias originais do século XIX o corredor é uma figura espacial regular definida tridimensionalmente pelas fachadas das lojas e pela cobertura - as primeiras, elementos que sustentam a segunda - no *shopping center* as fachadas interiores são independentes do esqueleto portante, e o corredor pode assumir contornos bem mais flexíveis. Também a solução de cobertura, ainda que envidraçada como nas galerias, é independente dessas fachadas internas. Enquanto nas galerias os alargamentos espaciais eram controlados, correspondendo a mudanças

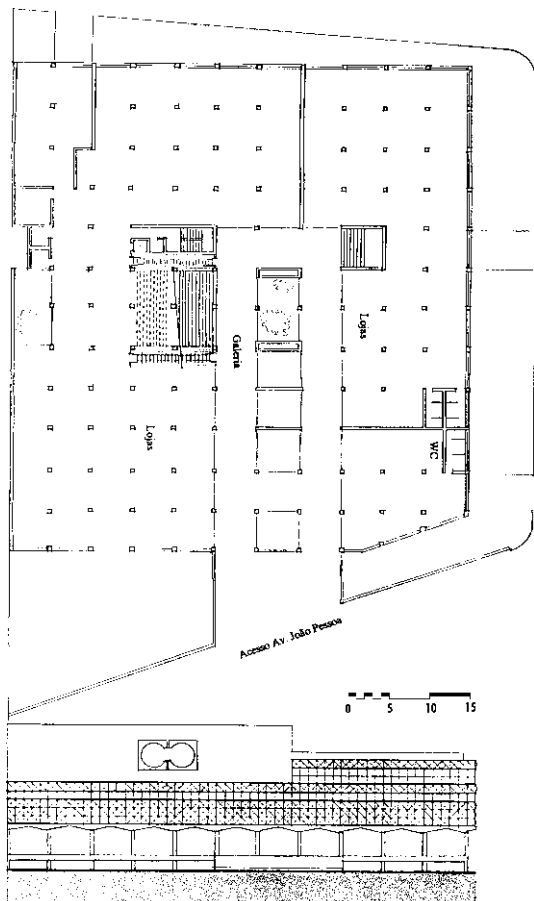


FIG. 15 Centro Comercial João Pessoa, 1970, Ricardo Bastian.

de direção ou espaços centrais, nos grandes *shoppings*, como Iguatemi e Praia de Belas, a estratégia para minimizar o longo percurso é modificar a forma do corredor através de um jogo mais ou menos arbitrário de retração e expansão, permitido pela estrutura independente. Se nas galerias do século XIX as irregularidades não passam dos fundos das lojas, no Iguatemi e no Praia de Belas elas são exibidas em chanfros e pontas na circulação principal, enquanto que os limites de fundo das lojas são rigorosamente ortogonais.

As fachadas exteriores decorrem antes do esquema distributivo adotado que de uma precisa implantação urbana: o *strip* apresenta fachadas permeáveis, mesmo quando localizado em avenida de trânsito pesado, como o Strip Center Assis Brasil; o *mall*, entretanto, é sempre interiorizado, quer limitem as fachadas externas com estacionamento, como no Iguatemi, ou com alinhamentos urbanos, como no Praia de Belas. Como edifícios organizados em função de um consumidor motorizado, os *shoppings* tratam de dispor com monumentalidade situações de acesso sobre uma fachada neutra. Formas clichê articulam um discurso redutor: os clássicos portais envidraçados, encontrados no pequeno Bela Vista Plaza, no Strip Center e no Iguatemi, e que comparecem em outros tantos *shoppings* fora de Porto Alegre. Em uma operação típica da cultura de massa, a cobertura envidraçada, como traço característico da galeria do século XIX, é reduzida a um denominador comum, a uma imagem pasteurizada a ser repetida em qualquer latitude. De certa maneira a arquitetura do *shopping* segue como uma oportunidade ainda não desenvolvida. Como tipo característico do século XX, coloca sem dúvida um problema arquitetônico novo e relevante: a magnificação das escalas, o automóvel forçando uma nova organização dos espaços públicos, a necessidade de diversificação dos centros de compras, a relação entre lazer e consumo, são sem dúvida âmbitos deste problema. Entretanto, o *shopping* como solução arquitetônica, como pastiche da galeria, parece não aportar nada além da expressão de uma racionalidade tecnocrática mal disfarçada por trás de uma imagem do século passado.

Os TIPOS COMERCIAIS E A CIDADE

As tipologias comerciais, que primeiramente têm função de recheio e tendem a completar um padrão urbano previamente estabelecido, tornam-se progressivamente autônomas com relação à cidade existente: de elementos recorrentes no tecido urbano passam a elementos excepcionais. O processo de diversificação das tipologias comerciais aponta assim para um incremento na quantidade de área edificada correspondente a uma única economia, de modo que a unidade de intervenção passa, portanto, do lote à totalidade de um quarteirão, o que introduz, do ponto de vista tipológico, maior liberdade projetual, com mais terreno disponível, e do ponto de vista morfológico, um problema compositivo diverso, na medida em que se trata aqui menos de inserir edificação num contexto dado do que estabelecer uma nova relação compositiva entre edifício, espaços exteriores e demais tipologias

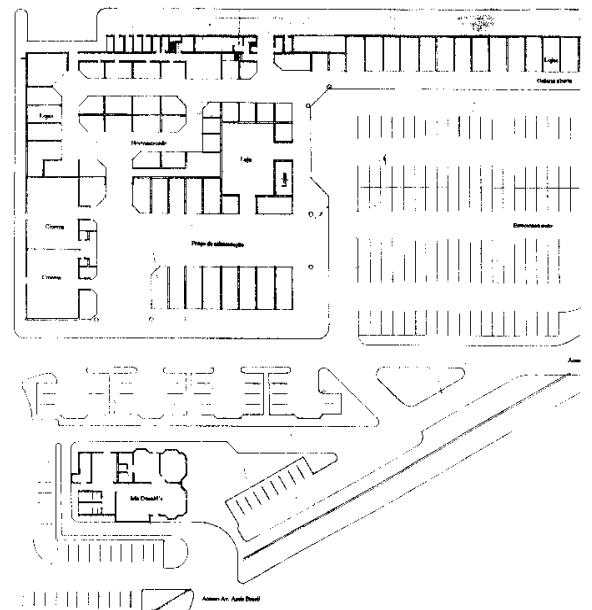


FIG. 16 Strip Center Assis Brasil, 1993, Raul Milani.

existentes, e até certo ponto provocar um novo contexto.

Ao longo do processo de diversificação tipológica evidencia-se uma tendência à sobreposição de esquemas distributivos que primeiro se afirmaram em separado, de forma que, no que concerne à distribuição, a transformação de um tipo a outro dentro do comércio varejista se dá a partir da reorganização daquelas configurações já consagradas pelo uso.

No caso das tipologias comerciais em Porto Alegre, a diversificação aponta para uma progressiva perda de importância da fachada como interface entre domínio público e domínio privado, que ocorre não somente porque os edifícios se soltam dos alinhamentos, mas principalmente pelo tratamento dispensado às fachadas urbanas. O que se reduz em última instância é a dimensão arquitetônica da fachada, num processo inclusive já observado desde o interior de cada classe, mas que é, sem dúvida, muito mais evidente no total da amostra considerada, da rua ao *shopping center*. Se na rua comercial e nos tipos a ela vinculados pode ser encontrado o tratamento de fachada com base na articulação de elementos arquitetônicos e no reconhecimento de uma implantação urbana em particular, no caso das lojas de departamentos mais recentes e dos *shoppings*, predomina a homogeneização das fachadas, seja qual for a situação urbana, evidenciando-se unicamente situações de acesso através da repetição de imagens de tradução óbvia.

Tão desejável é a co-existência no espaço e no tempo dessas diferentes configurações tipológicas quanto o próprio processo de diversificação como possibilidade de reelaboração e ampliação dos esquemas tipológicos disponíveis. Mais desejável ainda seria que este processo superasse a combinação redutora entre planejamento funcionalista, gestão tecnocrática e linguagens arquitetônicas regressivas. Do que se trata é de pensar outras soluções arquitetônicas, seja ou não a partir dos esquemas consagrados, mas desde um ponto de vista capaz de vincular o comércio na era do automóvel a toda uma base teórica produzida pelo debate em torno à cidade e a reprodução de seus espaços da segunda metade do século XX, no qual sem dúvida se destaca a importância do espaço público como espaço urbano por excelência.

Cláudia Piantá Costa Cabral

Arquiteta e Mestra em Arquitetura pela UFRGS. Professora Assistente do Departamento de Arquitetura da UFRGS desde 1995, realiza atualmente curso de doutorado na Escola Técnica Superior d'Arquitectura de Barcelona, UPC.

NOTAS

1. Sobre o conceito de 'tipo' empregado ver Giulio Carlo Argan, *Tipologia*, Summarios, n. 79, p. 2-14, julho de 1983.
2. Este artigo está baseado em parte de minha dissertação de mestrado, *Tipologias Comerciais em Porto Alegre: da Rua Comercial ao Shopping Center*, PROPAP, 1996.
3. Ver Célia Ferraz de Souza e Cláudia Pilla Damasio, *Os primórdios do urbanismo moderno, Porto Alegre na administração Otávio Rocha*, em Wlana Panizzi e João Rovatti (orgs.), *Estudos Urbanos, Porto Alegre e seu Planejamento*, Porto Alegre, UFRGS/PMPA, 1993.
4. Carlo Aymonino, *O Significado das Cidades*, Lisboa, Proença, 1984, p. 76.
5. Carlos Eduardo Dias Comas, *Cidade Funcional, Cidade Figurativa: dois paradigmas em conflito*. PROPAP, 1992.
6. Robert Venturi, *Complexity and Contradiction in Architecture*, 2ª ed., New York, MOMA, 1977, p. 104.
7. Walter Benjamin, *Paris, die Hauptstadt des XIX Jahrhunderts*, em *Illuminationen, Ausgewählte Schriften*, Frankfurt, Suhrkamp Taschenbuch, 1977, p. 180.
8. Richard Sennet, *O Declínio do Homem Público: as Tirânicas da Intimidade*, São Paulo, Companhia das Letras, 1988.
9. Silvana Pintaúdi, *O Shopping Center no Brasil. Condições de surgimento e estratégias de localização*, em Pintaúdi e Frúgoli (eds.), *Shopping Center: Espaço, Cultura e Modernidade nas Cidades Brasileiras*, São Paulo, UNESP, 1992.
10. Gruen e Smith, *Shopping Centers: the new building type*. *Progressive Architecture*, jan. 1952, pp. 68-109.
11. Todas as figuras apresentadas são desenhos da autora.