



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE TECNOLOGIA E RECURSOS NATURAIS
UNIDADE ACADÊMICA DE ENGENHARIA CIVIL
CURSO DE ARQUITETURA E URBANISMO**

**A RELAÇÃO ENTRE O MERCADO IMOBILIÁRIO E AS TORRES RESIDENCIAIS
EM CAMPINA GRANDE – PB**

CAMILA CARTAXO DE ALMEIDA

CAMPINA GRANDE

2017

CAMILA CARTAXO DE ALMEIDA

**A RELAÇÃO ENTRE O MERCADO IMOBILIÁRIO E AS TORRES RESIDENCIAIS
EM CAMPINA GRANDE – PB**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à coordenação do curso de graduação da Universidade Federal de Campina Grande como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Arquitetura e Urbanismo, sob orientação da Prof.^a Dr.^a. Kainara Lira dos Anjos.

CAMPINA GRANDE

2017

CAMILA CARTAXO DE ALMEIDA

**A RELAÇÃO ENTRE O MERCADO IMOBILIÁRIO E AS TORRES RESIDENCIAIS
EM CAMPINA GRANDE – PB**

Esta monografia foi julgada e aprovada para obtenção do título de Bacharel no curso de Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal de Campina Grande

Campina Grande, ___/___/2017

Profa. Mariana Fialho Bonates
Coordenadora do Curso de Arquitetura e Urbanismo

BANCA EXAMINADORA

Professora Doutora Kainara Lira dos Anjos
Universidade Federal de Campina Grande

Professora Doutora Mariana Fialho Bonates
Universidade Federal de Campina Grande

Professora Doutora Jovanka Baracuchy Cavalcanti
Universidade Federal da Paraíba

Dedico este trabalho aos meus pais,
Ednamay e Alessandra, por serem meus
maiores incentivadores e investidores.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar, a Deus, por toda força durante esses anos de graduação. Pelo dom da vida e por ter me suprido nesse tempo. Sem Ele, nada disso seria possível, Ele é a razão de todas as coisas.

À minha família, meu pai Ednamay, minha mãe Alessandra e meu irmão Yámande: obrigada. Por todo apoio, incentivo e por terem sonhado esse sonho junto comigo, essa vitória é nossa.

Aos colegas de classe que fizeram parte dessa trajetória, por dividirem os fardos e pesos, as alegrias e tristezas, o sonho de ser Arquiteto e Urbanista: obrigada, turma 2011.2. Às colegas Ana Amélia Castanha e Karla Moraes, por dividir mais de perto toda essa caminhada, pelas parcerias, paciência e pela amizade que construímos ao longo desse tempo.

Às chefes Marcela Lins e Mayrla Souto Maior, obrigada por me receberem tão bem, por todo conhecimento compartilhado, pelas lições da profissão, mas também da vida, por me mostrarem a Arquitetura de uma forma tão leve e uma carreira construída na honestidade, dedicação e amor ao ofício.

A todos os mestres envolvidos nesses anos de graduação, vossos ensinamentos jamais serão esquecidos. Obrigada por compartilhar muito mais que informação, mas o conhecimento e a sabedoria da profissão e da vida.

À minha orientadora Professora Kainara Lira dos Anjos, por dividir o conhecimento e me acrescentar ainda mais, por fomentar meu sonho e a realização deste trabalho. Obrigada pela paciência e por conduzir esta pesquisa de forma a torná-la prazerosa.

Aos meus amigos que de perto ou de longe acompanharam essa caminhada e se fizeram presente nessa conquista. Ao namorado e amigo, Emanuel Alves, por todo apoio, compreensão, e torcida para que esse momento pudesse acontecer.

À Universidade Federal de Campina Grande por ser o lugar onde esse sonho deu seus primeiros passos. Aos coordenadores, funcionários e todos aqueles envolvidos direta ou indiretamente para que conclusão dessa graduação fosse possível.

RESUMO

Este trabalho dedica-se a estudar a relação entre o Mercado Imobiliário e o produto arquitetônico de torres residenciais em Campina Grande – PB no recorte temporal dos últimos 10 anos. O estudo parte da fundamentação teórica acerca do funcionamento do mercado imobiliário e da dinâmica desse mercado em Campina Grande. Na sequência, busca-se investigar o processo de verticalização nas cidades médias brasileiras e em Campina Grande, enfocando as três localidades definidas como áreas de estudo: os bairros Centro/São José, Prata/Bela Vista e Catolé. Como estratégia de análise, definiu-se como tipologia “torre residencial”, os prédios de uso habitacional acima de 15 pavimentos, com alto padrão construtivo e que oferece equipamentos coletivos de lazer. Sendo assim, foi realizada uma caracterização geral do universo em estudo, a partir de uma pesquisa de campo. Em seguida, foram analisados encartes publicitários de torres identificadas nas três áreas de estudo, a fim de entender como o mercado imobiliário campinense funciona e como estabelecer as relações do mesmo com a definição dos produtos oferecidos para venda. Os resultados apresentados demonstraram que esse mercado tem relação direta com a configuração do produto oferecido em Campina Grande, a partir da forma de atuação dos incorporadores, nas estratégias escolhidas para divulgação das torres enfatizando os valores subjetivos, tais como a localização, os equipamentos existentes no entorno, status social, etc.

Palavras-chave: mercado imobiliário, verticalização, torre residencial.

ABSTRACT

This work is dedicated to study the relationship between the housing market and the architectural product of residential towers in Campina Grande - PB in the temporal clipping of the last 10 years. The study starts from the theoretical foundation of the dynamics of the housing market and the dynamic of this market in Campina Grande. In the sequel, seek the investigation of the process of verticalization in medium-sized cities in Brazil and in Campina Grande, focusing the three locales defined as the areas in study: the districts of Centro/São José, Prata/Bela Vista e Catolé. As a strategy of analysis, was defined as tipology "residential tower", the buildings of housing use up to 15 decks, with high construction standard and providing equipment of leisure. Therefore, was made a general characterization of the universe in study from a field survey. Afterwards, advertising inserts of towers identified in the three areas of study were analyzed in order to understand how the Campinense real estate market works and how to establish the relations of the same with the definition of products offered for sale. The presented results demonstrated that this market has direct relation with the configuration of the product offered in Campina Grande, bon the mode of action of the incorporators, in the strategies chosen for the disclosure of the towers emphasizing subjective values, such as location, existing equipment in the surroundings, social status, etc.

Key words: housing market, verticalization, residential tower.

LISTA

FIGURAS

Figura 1 - Localização de Campina Grande/PB	14
Figura 2 - Mapa de localização dos condomínios horizontais fechados em Campina Grande/PB	15
Figura 3 - Mapa de preço de m ² por bairro no ano de 2010 em Campina Grande/PB	17
Figura 4 - Mapa de áreas urbanizadas e não edificadas em Campina Grande em 2009	18
Figura 5 - O que o usuário quer, o que o arquiteto pensa que o usuário quer e o que o mercado lhe oferece	26
Figura 6 - Zoneamento referente ao Plano Diretor de Campina Grande de 2006, constante no próprio Plano.	28
Figura 7 - Edifício Moysés Rizel	30
Figura 8 - Mapa dos bairros em estudo	31
Figura 9 - Mapa de localização das torres residenciais construídas nos últimos 10 anos em Campina Grande	33
Figura 10 - Mapa de localização das torres por incorporadoras	35
Figura 12 - Linha do tempo da construção das torres residenciais nos bairros em estudo	36
Figura 14 - À direita tipo 1 com 97,64m ² , à esquerda, tipo 2 com 81,33m ² do edifício Vivant, no Catolé	38
Figura 15 - Tipo 1 da cobertura das torres do Condomínio Espaço das Artes	38
Figura 16 - À esquerda, tipo 1 da cobertura do Parco Giardini, à direita, tipo 2	39
Figura 17 - Imagens dos ambientes coletivos do Unique Residence, da Andrade Marinho LMF	40
Figura 18 - Localização dos bairros Estação Velha, Centro, Vila Cabral e Catolé, Campina Grande/PB	43
Figura 19 - Planta do pavimento tipo - Torre A residencial Heron Marinho	44
Figura 20 - Planta do pavimento tipo - Torre B residencial Heron Marinho	44
Figura 21 - Planta do pavimento tipo - Torre residencial Mundo Plaza	45

QUADROS

Quadro 1 - Ficha de identificação da torre residencial	34
Quadro 2 - Ficha de análise dos encartes publicitários	46
Quadro 3 - Ficha de análise do encarte publicitário do Edifício Ivan Farias	47
Quadro 4 - Ficha de análise do encarte publicitário do Austro França Premium Residence	48
Quadro 5 - Ficha de análise do encarte publicitário do Bella Prata Residence	49
Quadro 6 - Ficha de análise do Cristiano Lauritzen Residence	50
Quadro 7 - Ficha de análise do Francisco Pinto Residence	51
Quadro 8 - Ficha de análise do Mário Lago Residencial	52
Quadro 9 - Ficha de análise do Parco Giardini	53
Quadro 10 - Ficha de análise do Condomínio Espaço das Artes	54

GRÁFICOS

Gráfico 1 - Porcentagem de construções por incorporadora	36
Gráfico 2 - Quantidade de torres construídas nos anos	37
Gráfico 3 - Porcentagem do assunto mais enfatizado pela incorporadora no encarte publicitário	55

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS	5
RESUMO	6
ABSTRACT	7
LISTA	8
1. INTRODUÇÃO	1
2. O MERCADO IMOBILIÁRIO	8
2.1 <i>O funcionamento do Mercado Imobiliário</i>	8
2.2 <i>A dinâmica do Mercado Imobiliário em Campina Grande</i>	14
3. A NOVA FORMA DE MORAR E O PROCESSO DE VERTICALIZAÇÃO	20
3.1 <i>Os Condomínios Verticais e os Condomínios Horizontais</i>	20
3.2 <i>Verticalização nas cidades médias brasileiras</i>	23
4. AS TORRES RESIDENCIAIS E A NOVA FORMA DE MORAR EM CAMPINA GRANDE	27
4.1 <i>Os aspectos legais relacionados ao processo de verticalização nos últimos 10 anos</i>	27
4.2 <i>A nova forma de morar e as torres residenciais</i>	31
4.3 <i>O novo produto arquitetônico</i>	34
4.3.1 <i>Tipologia da torre pesquisada</i>	34
4.4 <i>Estratégias de alcance</i>	37
4.4.1 <i>O projeto</i>	37
4.5 <i>A nova tendência</i>	41
4.5.1 <i>Encartes publicitários</i>	45
4.5.2 <i>Considerações gerais sobre os encartes</i>	55
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	57
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
APÊNDICE	63

1. INTRODUÇÃO

Segundo a pesquisa mensal do Sindicato da Indústria da Construção Civil do Estado de São Paulo (SindusCon-SP), em novembro de 2011, o setor da construção civil era responsável pela criação de aproximadamente 22,4 mil empregos no Brasil. São casas, prédios residenciais e comerciais, bancos, lojas e muitos outros empreendimentos que são construídos nas áreas urbanas das cidades.

O setor imobiliário é o responsável por comercializar esses empreendimentos. Ele é composto pelas imobiliárias, corretores de imóveis autônomos, empresas da construção civil, arquitetos e empresas prestadoras de serviços e *marketing*. Já o mercado imobiliário é a organização mediante a qual os ofertantes (vendedores) e os demandantes (compradores) estabelecem uma relação comercial. Para conquistar os clientes, é necessário atender às suas necessidades e desejos, apresentando conceitos novos de produtos de serviços que já existem.

O movimento moderno, que surgiu no século XX, trouxe consigo novos conceitos para a arquitetura e para o urbanismo, como a racionalização, zoneamento de funções e eficiência construtiva. No Brasil, o movimento ganhou mais força na década de 1920, na Semana de Arte Moderna de 1922. No início, houve restrição na prática da Arquitetura moderna por causa da escassez de matéria-prima e mão de obra qualificada, mas logo foi largamente aderida devido à atratividade funcional e formal.

Na realidade brasileira, o modernismo foi amplamente inserido na questão habitacional para o proletariado que havia saído das antigas moradas insalubres do período pós-escravatura. Esse movimento serviu para aprimoramento da produção que já estava acontecendo no país, em cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, com o crescente emprego do concreto armado. Com desenvolvimento do elevador, o concreto armado e o aço, facilitaram o processo de verticalização das cidades no século XX (VAZ, 1994).

Esses prédios residenciais, uma vez construídos para o proletariado, foram ganhando espaço entre a classe média quando os sistemas de infraestruturas e serviços urbanos se expandiram até eles e a camada social de maior poder aquisitivo passou a demandar essas moradias (VAZ, 1994). Assim, no final do

século XX, o edifício de apartamentos, cada vez mais verticalizado, passou a ser símbolo do que havia de mais moderno para as classes mais altas.

Sempre considerados como mercadorias, os apartamentos dos prédios residenciais atravessaram décadas com a mesma tipologia de anos atrás e com áreas reduzidas pela metade (VILLA, 2004). Isso se acentuou em 1970 quando esses apartamentos passaram a ser subordinados às regras do mercado imobiliário. A maior crítica a este mercado corresponde ao fato de que essas unidades habitacionais oferecem espaços internos muito semelhantes aos do século passado para estruturas familiares que se diversificaram ao longo dos anos. Segundo Heineck (1998), os espaços internos das habitações precisam ser ajustados de acordo com o ciclo de vida dos moradores. A estrutura familiar tem passado por mudanças que influenciam os espaços residenciais e criado novas e diferentes demandas de moradia.

Nesse contexto, o setor imobiliário atua vendendo novos produtos com conceitos velhos, dizendo saber o que o cliente gosta, quer e precisa: uma arquitetura de fachada que estimule o gosto pelo moderno sem alterações conceituais (VILLA, 2004). Neste cenário, percebe-se que o arquiteto está cercado por limitantes e condicionantes, impostos também pelo incorporadora, sendo ela a cliente, neste caso. Um desses limitantes é o lucro máximo que o cliente deseja atingir através da maior quantidade de apartamentos para venda, que estejam dentro do padrão desejado pela empresa.

Aliado ao conceito do moderno, outros valores são agregados à venda dessas unidades habitacionais: valores objetivos e subjetivos (COELHO 2007). Os objetivos correspondem a localização do empreendimento, infraestrutura da área e oferta de equipamentos imobiliários, como *shoppings centers*, restaurantes, farmácias, etc. Já os subjetivos estão ligados ao status social do bairro e se ele possui elementos paisagísticos no seu entorno, tais como praças, canteiros arborizados, etc.

Além disso, dentro do empreendimento residencial, são oferecidos inúmeros equipamentos coletivos. Eles tornam o programa arquitetônico mais complexo, oferecendo ao morador a possibilidade de estender o limite da unidade privada do seu apartamento. Na verdade, estes serviços e instalações representam uma compensação para a perda de privacidade que era oferecida pelos antigos jardins

floridos e quintais frutuosos das residências (LOUREIRO; AMORIM, 2005), além de representar, para as incorporadoras, mais um agregador de valor e lucro para o seu empreendimento.

O núcleo familiar em torno de um único líder tem sido modificado ao longo dos anos, sendo, hoje, o lar definido como um lugar de encontro de indivíduos e atividades individuais (VILLA, 2004). Mesmo com a diversificada clientela que busca o apartamento como solução de moradia, a resposta dada pelos incorporadores e vendedores ainda é a mesma: plantas presas à setorização proveniente do estilo burguês com áreas social, íntima e de serviços bem definidas que muitas vezes preenchem os escritórios de arquitetura da cidade buscando reformas para melhor se adequarem às suas necessidades.

As cidades de médio porte também provam da verticalização, processo este que remete a elementos da modernidade e é colocado como um marco revolucionário na paisagem urbana, impactando socioeconomicamente a cidade, pois altera o valor e o uso do solo urbano (SAHR et al., 2000).

Nesse contexto insere-se Campina Grande cidade que se localiza na região do semiárido do estado da Paraíba, nordeste do Brasil. De acordo com estimativas do IBGE (2014), a cidade possui 402.912 habitantes. É um importante centro tecnológico e educacional dentro do estado da Paraíba e do Brasil, sendo também importante para a América Latina. Conta com duas universidades públicas (Universidade Federal de Campina Grande – UFCG e Universidade Estadual da Paraíba – UEPB), um instituto federal (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB) e mais 15 instituições de ensino superior universidades particulares.

Na cidade de Campina Grande é possível perceber que, na última década, intensificou-se o processo de verticalização, principalmente na tipologia de edifícios residenciais. Segundo Camboim e Bonates (2010), o fato de a cidade ser um dos principais polos tecnológicos do Brasil e também um grande centro de educação superior no país, pode ter influenciado esse processo de verticalização.

Esse desenvolvimento se mostrou mais vivo, e ainda se mostra, em bairros como Catolé, Prata e Centro, devido à oferta de equipamentos de comércio e

serviço ou por se localizarem próximo a um ponto turístico da cidade (CAMBOIM; BONATES 2010). Os agentes do mercado imobiliário se utilizam desses fatores para somar a seus projetos valores objetivos e subjetivos, já citados, aumentando o valor do produto final para o cliente, que busca comodidade, segurança e o conceito criado/vendido de boa localização.

O Edifício Rique, inaugurado em 1957, foi o primeiro prédio de apartamentos de Campina Grande, marcando o início da verticalização na cidade. Logo em seguida, o Edifício Palomo (1962) e o Edifício Lucas (1963) também começaram a transformar a configuração espacial do bairro do Centro, sendo este o primeiro a se verticalizar, fato esse ligado ao desenvolvimento econômico da cidade (CAMBOIM; BONATES 2010). Atualmente, o Centro é explorado devido ao Açude Velho, atributo paisagístico que agrega ainda mais valor ao bairro.

Após o Centro, Catolé e Prata foram os bairros a receberem edifícios verticais no início dos anos 2000. O Catolé conta com a presença do Shopping Partage, Terminal Rodoviário Argemiro de Figueiredo, hotéis, escolas e comércio, elementos de valorização objetiva.

No que se refere ao bairro da Prata, o processo de verticalização visava atender a demanda de a serviços médicos, valorizando de forma subjetiva aquele bairro. Hoje, prioritariamente, os prédios são destinados à habitação. De acordo com Bonates (2010):

A valorização subjetiva também pode ser atribuída ao fato de estar localizado em uma topografia mais elevada, possibilitando uma vista mais privilegiada da cidade. A Avenida Rodrigues Alves e suas proximidades são os pontos de maior concentração de novas edificações verticais. Uma das edificações de destaque é o Residencial Castelo da Prata, considerado um dos mais luxuosos da cidade, com um apartamento por pavimento, cada um com mais de 300m² (BONATES, 2010, p. 11).

Vale ressaltar que os bairros do Centro e da Prata, em termos de reconhecimento dos seus respectivos limites territoriais por parte da população, extrapolam os limites definidos pela divisão administrativa da cidade. Nesse sentido o bairro do Centro “confunde-se” com o bairro vizinho São José, assim acontece com o bairro Prata e o bairro Bela Vista. Esses bairros, Centro e São José, Prata e Bela Vista, apesar da proximidade, diferenciam-se pelos valores subjetivos, principalmente no que se refere ao *status* social, atribuídos aos mesmos pela

população campinense de uma forma geral. Esse fato é utilizado em diversos momentos como estratégia pelo setor imobiliário ao referir-se a determinados empreendimentos que são ofertados nos bairros não tão valorizados (São José e Bela Vista), como se estivessem localizados nos bairros mais valorizados (Centro e Prata, respectivamente).

Diante do exposto, surge uma principal questão que pretende ser respondida ao longo deste trabalho: quais as relações que se estabelecem entre o Mercado Imobiliário e a proliferação de uma nova configuração espacial para atender a necessidade de moradia da classe média campinense?

Dessa forma, este trabalho visa analisar a relação do mercado imobiliário e os produtos arquitetônicos em torres residenciais em Campina Grande, Paraíba, nos últimos 10 anos, nos bairros Centro, Catolé e Prata. Pelos fatos mencionados acima, entende-se para efeito desta pesquisa que a delimitação da área de estudo referente ao bairro do Centro, compreende não apenas este, mas também o bairro de São José. Pela mesma razão, a delimitação da área de estudo referente ao bairro da Prata, compreende este e o bairro Bela Vista.

Os objetivos específicos dessa pesquisa consistem em:

- Compreender o funcionamento do mercado imobiliário em Campina Grande/PB;
- Avaliar principais características do produto arquitetônico de torres residenciais comercializado;
- Analisar os padrões de encartes publicitários produzidos para distribuição em massa;
- Articular a análise entre a situação atual do mercado imobiliário na cidade em estudo e produto arquitetônico oferecido.

Neste trabalho, torres residenciais serão entendidas como prédios destinados à moradia, exclusivamente, e com o número de pavimentos acima de quinze, além de serem considerados edifícios de padrão alto construtivo e que ofereça serviços de uso coletivo.

Para alcançar os objetivos deste trabalho, um dos recursos metodológicos que será utilizado é o levantamento bibliográfico:

A pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. (FONSECA, 2002, p. 32).

Da mesma forma, esse trabalho se apoia na pesquisa documental, que, por definição, é uma pesquisa que recorre a documentos diversificados, sem tratamento analítico (FONSECA, 2002, p. 32). Para este trabalho, foi feito um levantamento de encartes publicitários de empreendimentos estudados, bem como da legislação local, sendo ela o Plano Diretor de Campina Grande, Lei Complementar de 2006 n° 003 e o Código de Obras, Lei n° 4.130.

Para atingir aos objetivos propostos e responder à questão central da pesquisa, o presente trabalho está estruturado em três partes. Na primeira parte, que corresponde ao segundo capítulo, apresenta-se uma breve explanação sobre o funcionamento do Mercado Imobiliário e uma contextualização do mesmo na cidade em estudo, com o fim de apresentar o referencial teórico responsável pela fundamentação da análise do objeto de estudo.

No terceiro capítulo aborda-se as tendências das novas formas de morar nas cidades médias brasileiras, desde os condomínios horizontais e verticais e suas justificativas, a fuga dos problemas da cidade contemporânea, busca por segurança e conforto, da ideia do status social por morar nestas novas tipologias e os impactos urbanos e na paisagem causados por essas moradias.

O capítulo seguinte apresenta o resultado da análise dos dados coletados com base em dois procedimentos. Num primeiro momento foi feita uma caracterização geral das torres residenciais lançadas na área de recorte espacial (bairros Centro, Prata e Catolé) no período de 2006 a 2016. Essa caracterização foi feita a partir de pesquisas nos sites das incorporadoras e pesquisa de campo. Para tal, foi elaborada uma ficha com características das torres residenciais como nome do empreendimento, endereço, ano de entrega da construção, número de pavimentos, situação da obra, arquiteto e incorporadora. Esse primeiro procedimento possibilitou a compreensão de como se configura essa nova forma de morar. Em seguida foram escolhidas algumas torres para análise de encartes publicitários. Essa análise tinha como objetivo identificar quais atributos exaltados pelas incorporadoras nesse tipo de mídia impressa, a fim de chamar a atenção do comprador em potencial.

No percurso da pesquisa, foi identificada uma nova tendência de empreendimentos os quais correspondem a conjuntos de torres abrigando diversos usos além do residencial. Pela relevância do que pode vir a representar a expansão dessa nova configuração na estrutura urbana da cidade, foi incluída a análise desses empreendimentos também no capítulo 4 deste trabalho.

2. O MERCADO IMOBILIÁRIO

De acordo com o Dicionário de Urbanismo, mercado significa um conjunto de transações comerciais, ou seja, compra, venda, troca aluguel ou “*leasing*”, em qualquer lugar (FERRARI, 2004, p. 232). Dentro do contexto do presente trabalho, é apresentado enquanto referencial teórico para análise o funcionamento do mercado imobiliário, o qual corresponde às transações comerciais que envolvam os bens imobiliários, como casas, apartamentos, terrenos, entre outros. Também é contextualizada a dinâmica desse mercado em Campina Grande.

2.1 O funcionamento do Mercado Imobiliário

Para entender o mercado imobiliário, é preciso compreender primeiro sobre o espaço urbano, definido por Corrêa (1989) como o conjunto de diferentes usos da terra justapostos entre si. Os diferentes usos da cidade definem áreas particulares como: o centro da cidade, áreas residenciais, áreas de comércio, áreas de serviço, distintas em termos de forma e conteúdo social. Elas compõem a organização espacial da cidade ou simplesmente o espaço urbano fragmentado. A cidade é o fruto das relações espaciais que são de natureza social, tendo como fonte a sociedade de classes e seus processos. Sendo assim, o espaço urbano é reflexo da sociedade que o habita.

Esse espaço urbano é constantemente modificado através das ações de vários agentes produtores e consumidores do espaço. A ação destes agentes é complexa, resultando da acumulação de capital, das mudanças nas relações de produção e dos conflitos de classe que surgem da mesma (CORRÊA, 1989). Segundo Corrêa (1989), são agentes produtores de espaço:

- Os proprietários dos meios de produção – são grandes consumidores do espaço, pois necessitam de terrenos amplos e baratos que satisfaçam requisitos locacionais relevantes às atividades de suas empresas;
- Os proprietários fundiários – atuam no sentido de obterem a maior renda fundiária de suas propriedades, interessando-se em que estas tenham o uso mais remunerador possível, especialmente uso comercial ou residencial de *status*;

- Os promotores imobiliários – é o grupo de agentes que operam na incorporação, financiamento, estudo técnico, construção ou produção física do imóvel e comercialização do imóvel;
- O Estado – é responsável pela organização espacial da cidade através de desapropriação do solo, regulamentação do uso do solo, controle dos preços da terra, entre outros modos;
- Os grupos sociais excluídos – são os agentes que não tem condição de ter o imóvel próprio ou de pagar aluguel, então eles produzem o próprio espaço como, por exemplo, as favelas.

Dentre os diferentes usos do espaço urbano apresentados acima, Valença (2003) define a habitação como um bem imprescindível e dotado de peculiaridades, pois possui alto valor agregado, por envolver vários processos, além de ser indivisível. Por esses fatores, além da realidade da desigual distribuição de renda, o Estado tem papel importante e crucial na regulação urbanística da cidade, por meio de leis e normas.

Sabe-se que os preços dos terrenos variam de acordo com suas localizações na malha urbana de uma cidade. Para entender isso, é necessário compreender a teoria marxista da renda da terra e sua aplicação ao solo urbano. A base dessa teoria diz que mesmo as piores terras suportam uma renda, e que a origem dessa renda não está na diferença de custos de produção entre terrenos distintos, mas se atrela à própria instituição da propriedade privada de terra (BARRETO, 2012). Segundo a Teoria Geral da Renda da Terra (TGRT), existem três categorias de renda: a renda absoluta, as rendas diferenciais I e II, e a renda de monopólio. A renda absoluta é aquela conseguida pelo proprietário da terra por meio de arrendamentos da mesma, aluguéis ou até mesmo a venda e é a renda que faz referência às características físicas do terreno. A renda diferencial I ocorre quando se tem duas extensões de terras iguais, duas quantidades de capital e trabalho iguais, mas os resultados são diferentes, gerando um lucro diferente para os dois terrenos. A renda diferencial II decorre do conjunto de capitais adicionais que foram aplicados para melhoria do terreno. A última, a renda de monopólio, trata de um terreno com condições excepcionais que fazem com que exista uma demanda pronta para pagar um preço alto por aquele terreno.

Sendo a realidade urbana diferente da realidade rural, alguns autores, como Topalov (1984), Jaramillo (2010) e Lipietz (1982), fizeram a sobreposição dos conceitos básicos da TGRT para o solo urbano, a fim de excluir as especificidades da realidade rural e isolar o generalizável para aplicar no solo urbano.

O solo urbano por si só apresenta a característica de ser valorizado por fatores além do terreno em si, mas na sua relação dentro do todo urbano da cidade, pois a aglomeração urbana proporciona diferentes valores de uso segundo as localizações. É por essa razão que o terreno urbano se qualifica de acordo com sua localização na cidade: cada terreno faz parte de um conjunto particular de valores de uso que são independentes do capital e, por isso, irreproduzíveis.

Por essas razões que o sobrelucro vai depender da localização do terreno na cidade. O papel decisivo da localização no preço do terreno fez com que a maioria dos estudos marxistas sobre a renda fundiária urbana reduzisse os tipos de renda urbana para a renda de situação, decorrente da influência da demanda sobre os preços do mercado. Nesse caso, se torna a renda de monopólio.

De modo geral, os conceitos da TGRT são semelhantes ao entendimento de Marx em muitos aspectos, mas diferem em questões de modulações e tipos de rendas fundiárias, nas quais cada autor expressou seu entendimento particular sobre elas. As variações se referem principalmente à nomenclatura dos tipos de renda. Lipietz (1982), por exemplo, não trabalha o conceito de renda fundiária urbana, mas o de tributo fundiário, que seria o valor único pago pelo promotor imobiliário para usufruir daquela terra. Já para Topalov (1984) e Jaramillo (2010) a renda fundiária era a renda diferencial do comércio, pois eles a tratavam como uma atividade capitalista, produzindo o lucro e não a mais-valia.

No que diz respeito aos tipos de rendas fundiária, quando sobrepostas na realidade do solo urbano, pode-se encontrar algumas semelhanças transferíveis. Assim como na renda diferencial I no rural, as rendas fundiárias urbanas também são determinadas apenas pelas desigualdades de custos de produção localizados (BARRETO, 2012). A Renda Diferencial I do solo urbano implica na existência de um preço de produção regulador, definido por unidade de superfície, fazendo com que seja possível comparar as edificações de mesmo tipo e qualidade. Entretanto, as

diferenças de custo de produção geral não ocorrem na construção da edificação em si, mas sim na transformação do terreno em solo edificável.

A renda diferencial II, no caso urbano, apresenta um atributo particular, pois, ao contrário do solo rural, que o capitalista arrendatário paga pelo uso do solo várias vezes, a renda fundiária urbana é paga apenas uma vez pelo capitalista a proprietário da terra, transferindo o direito da propriedade. Desse modo, todo o sobrelucro arrecadado vai para as mãos do capitalista, e não ao proprietário de terra, sendo também a intensificação do capital investido naquela terra.

A renda de monopólio se sustenta exclusivamente por uma demanda capaz de pagar pela localização do terreno na estrutura urbana. Assim, o preço da habitação será maior nas localizações mais próximas de serviços públicos, pontos de comércio, compensando o fato de que o usuário não precisará se deslocar para longe a fim de usar esses serviços.

É possível concluir então que o preço do solo é determinado principalmente pela localização do terreno, além de todas suas características físicas e capital aplicado para melhoria do mesmo. São atributos intransponíveis, pois é impossível reproduzir qualidades de localização em qualquer outro lugar de uma cidade. Botelho (2007) diz que:

Dentre os fatores que podem contribuir para alterações no preço cobrado pelos terrenos urbanos, haveria os fatores ligados diretamente às condições do meio-ambiente (natural ou construído) com o qual se articula o terreno (fatores físicos, acessibilidade aos serviços locais, meio ambiente natural, vizinhança, etc.); os fatores que atuam no conjunto da zona homogênea onde o terreno estaria localizado, responsáveis pela formação do preço da terra em cada zona da cidade (posição da zona em relação aos diversos centros da cidade, ligação com o sistema de transporte, regulamentação urbanística determinando tipos e forma de uso do solo). (BOTELHO, 2007, p. 75)

Ainda sobre o assunto, Lacerda (1997) discorre também que a atividade imobiliária é de concorrência monopolista, dessa forma, a demanda final desempenha um papel crucial da determinação dos preços. A concorrência monopolista é uma forma de concorrência na qual, apesar dos produtos serem distintos, são passíveis de concorrência. No caso dos imóveis, o produto que se oferece nunca é o mesmo, pois a localização jamais poderá ser idêntica ou reproduzida por outro.

Lacerda (1997), sobre a oferta imobiliária cita:

Verificamos que a oferta é fortemente encorajada pela disponibilidade e pelas condições operacionais dos créditos imobiliários... Além disso, concluímos que a percepção das flutuações dos preços de venda pelos promotores imobiliários é estruturada a partir dos estoques, dos preços históricos, dos custos de produção, do nível de solvabilidade¹ da demanda, bem como do peso das representações sociais da cidade. (LACERDA, 1997, p. 10-11)

Sobre a demanda, a autora continua:

Esta demanda é subordinada à política macroeconômica, notadamente no que se refere à fixação dos níveis de renda e, conseqüentemente, do poder de compra dos futuros proprietários. Mas ela também é fortemente condicionada pelas diversas representações que os consumidores possuem dos seus espaços residenciais. Estas representações são relativas à localização. (LACERDA, 1997, p. 11)

Conclui-se, portanto, que o preço fundiário varia do preço de produção, naquelas áreas onde os consumidores não possuem alto poder de compra correspondente às suas aspirações sociais. No outro extremo, tem-se o preço de mercado, que é praticado nas áreas onde os consumidores podem comprar o terreno que condiga com suas ambições (LACERDA, 1997).

Maciel (2013) diz que outros fatores para a variação no preço do solo são as possibilidades de aproveitamento e as restrições do mesmo, em razão dos coeficientes de aproveitamento de cada região, definindo, assim, áreas potencialmente exploráveis pelo mercado imobiliário.

Sendo assim, os proprietários da terra se apropriam dos valores simbólicos ligados às localizações da cidade como uma forma de ter um lucro maior daquelas terras. Esses valores simbólicos são usados como estratégias de *marketing*, a fim de aumentar a quantidade vendida, além de influenciar no preço de mercado.

As operações do mercado imobiliário contam com diversas estratégias para atrair compradores. O apelo se dá pela exploração de elementos visuais e

¹ Solvabilidade: não é mais que a relação existente entre os capitais próprios e os capitais alheios de uma determinada sociedade, ou seja, a capacidade financeira da empresa para desenvolver as suas atividades. Podemos também dizer que: maior capital próprio e menor capital alheio, maior será o rácio. Fonte: www.dicionarioinformal.com.br. Acesso em: 06 de outubro de 2016.

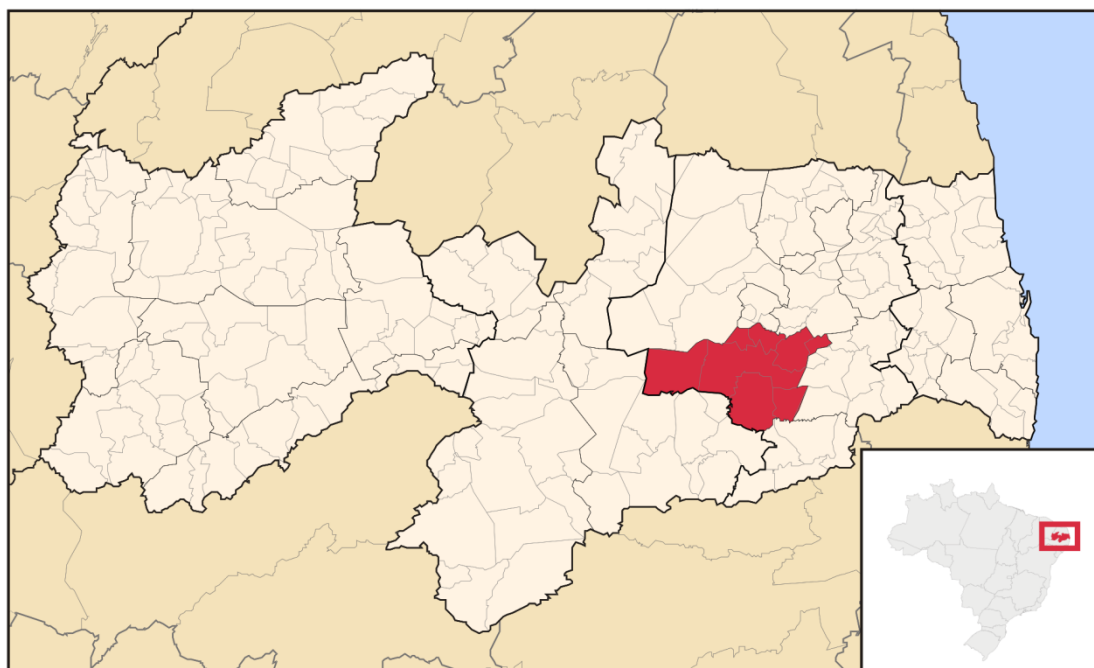
simbólicos a fim de criar uma imagem positiva sobre o empreendimento que está à venda (BARBOSA, 2010).

É importante frisar que na indústria da construção civil, não cabe ao arquiteto a definição do programa, tecnologia construtiva e outros fatores da obra, mas sim aos incorporadores. A volumetria, circulação e aberturas obedecem às legislações de regulação urbana e combate ao incêndio. Definidas todas estas coisas, compete ao profissional da arquitetura apenas a disposição em planta de todos os elementos, baseados em modelos existentes que são exemplos bem sucedidos de venda (MACIEL, 2013).

2.2 A dinâmica do Mercado Imobiliário em Campina Grande

Campina Grande é a cidade de médio porte do interior da Paraíba, a mais importante do interior da região Nordeste. De acordo com o REGIC (Regiões de Influência das Cidades) do IBGE, é caracterizada como Capital Regional B, que representa o segundo nível hierárquico na rede urbana paraibana. Tem uma população de aproximadamente 400.000 habitantes, sendo 95% residentes da área urbana. A importância da cidade para a região dá-se desde o tempo da economia algodoeira e se intensificou com a instalação da ferrovia em 1907, fazendo dela a ponto de contato entre o Sertão e a Zona da Mata.

Figura 1 - Localização de Campina Grande/PB



Fonte: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Paraiba_Micro_CampinaGrande.svg

Nos últimos anos, Campina Grande vem experimentando a modernização na sua malha urbana, devido à instalação de hotéis de grande porte, indústrias, a existência de um importante polo tecnológico e o alargamento das suas avenidas. Fruto deste processo, a modernização tem sido ilustrada pela nova forma de morar, interesse da nova classe média que se formou na cidade em estudo.

Além disso, dois processos simultâneos podem ser observados na cidade, o de verticalização e espraiamento. O primeiro se dá a partir da expansão do processo de verticalização em diversos bairros na área central e consolidada malha urbana.

Com relação ao segundo processo, apesar da existência de terrenos vazios dentro da cidade, identifica-se a instalação de vários condomínios horizontais na periferia da mesma, principalmente em direção a Lagoa Seca, que se localiza ao norte de Campina Grande, e no portal Sudoeste da cidade.

Figura 2 - Mapa de localização dos condomínios horizontais fechados em Campina Grande/PB



Fonte: Maia, 2010, p. 143

A oferta de infraestrutura urbana, como rede de esgoto, coleta de lixo e água encanada, ainda é um fator que não contempla toda a área da cidade média brasileira. Sendo assim, as áreas que a possui tendem a ser mais valorizadas, fazendo com que a parte da população de menor poder aquisitivo passe a ocupar as periferias desprovidas dessa infraestrutura.

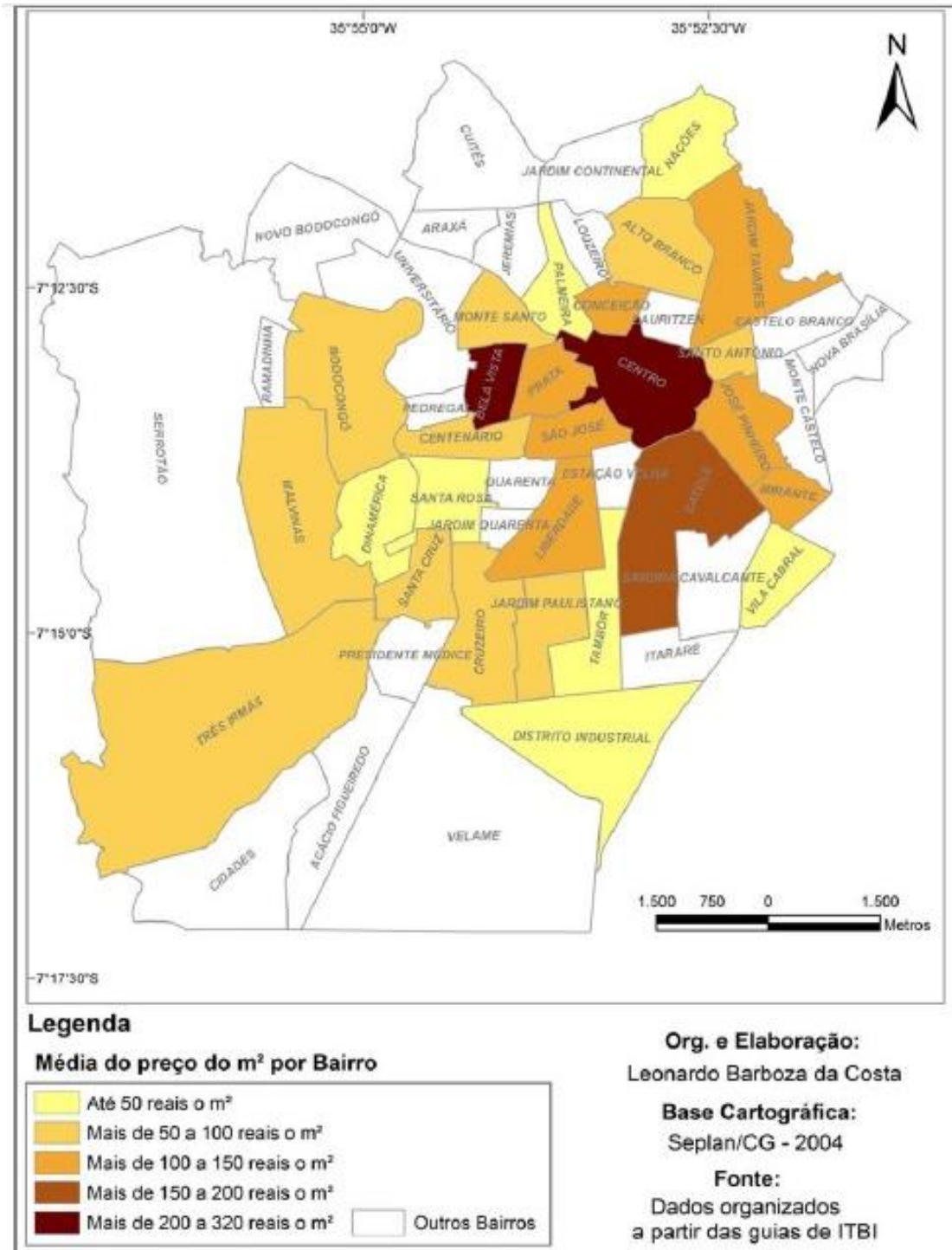
Esses aspectos gerais provocam a especulação imobiliária, uma vez que os agentes imobiliários procuram esses terrenos por serem mais baratos, na esperança de que a infraestrutura chegará até eles e os valorizem. Essa especulação faz com que os agentes imobiliários tenham controle no crescimento da cidade.

No âmbito geral do mercado imobiliário, existem alguns entraves na integração efetiva do capital imobiliário à economia capitalista, pois a casa é uma mercadoria *sui generis* (BARBOSA, 2010). Para que essa integração ocorra satisfatoriamente, se faz necessário que as construções passem por um ciclo de construção-destruição, para reestruturar o espaço urbano, a substituição do estoque construído. Em Campina Grande, pode-se observar que acontecem demolições de construções no Centro da cidade, a fim de receberem novos empreendimentos de prédios comerciais e residenciais. É possível perceber na cidade em estudo uma morfologia urbana cada vez mais verticalizada e espraiada (BARBOSA, 2010). Verticalizada pela busca em adensar as áreas já valorizadas na cidade e espraiada pelo interesse em valorizar novos territórios.

Dessa forma, esse espraiamento resulta na prática especulativa de terrenos vazios localizados no interior de loteamentos onde ocorre a verticalização, como é o caso do bairro do Catolé e seus inúmeros terrenos vagos. Apesar do lado positivo desses terrenos vagos oferecerem a possibilidade de instalação de novos equipamentos, a especulação imobiliária é decorrente deles, fazendo com que a morfologia da cidade seja mais espraiada e os deslocamentos intraurbanos mais caros e complexos (BARBOSA, 2010).

O bairro do Centro foi o primeiro a receber os prédios verticais, através da demolição de construções existentes, fazendo com que esse bairro permaneça com forte centralidade na cidade. O Catolé está em seguida, pois existe forte dinâmica urbana, decorrente do processo de verticalização e da existência de inúmeros equipamentos urbanos, atrelada à presença do principal *shopping center* da cidade.

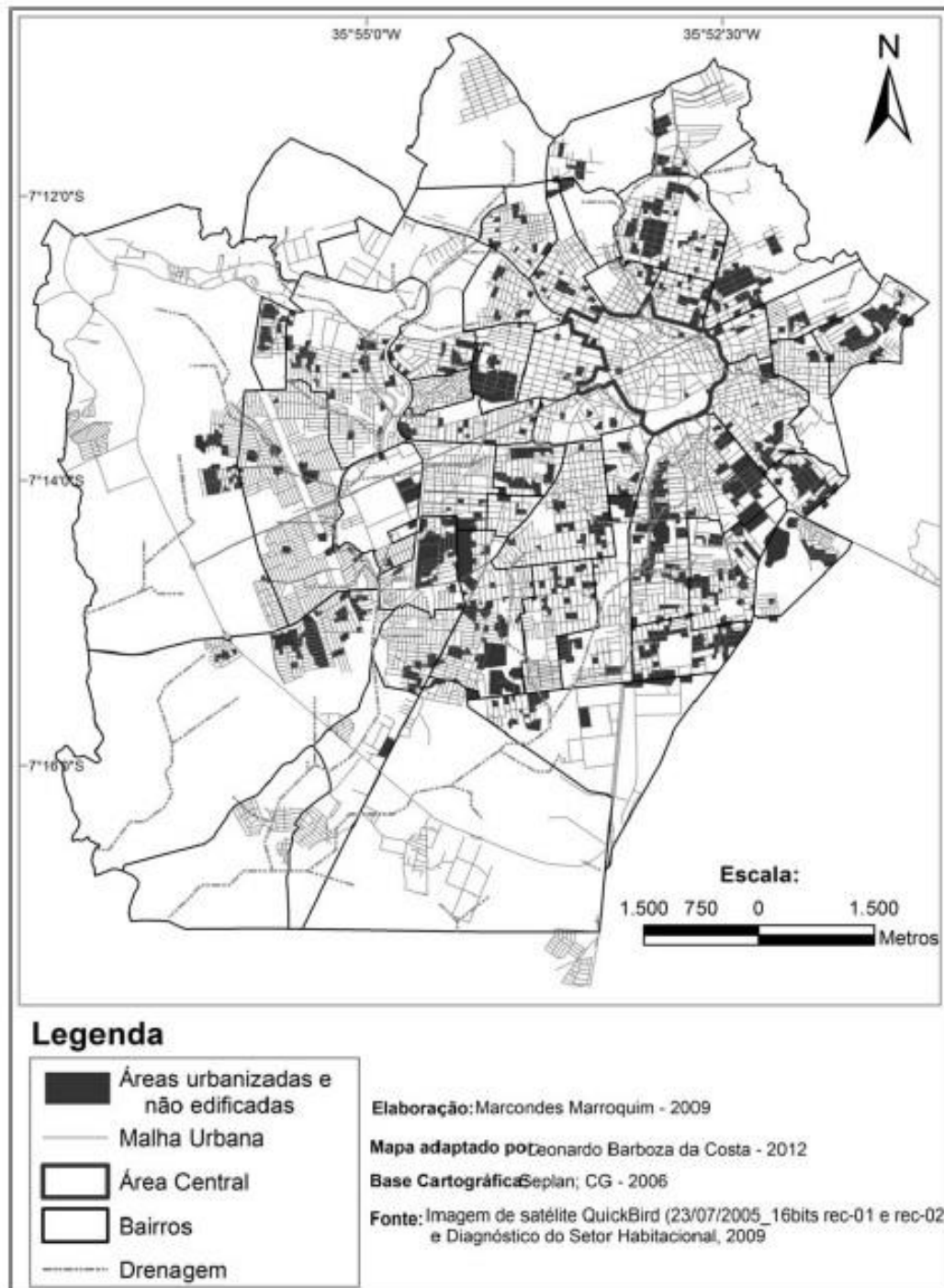
O preço da área construída da área central e do bairro Catolé são os mais elevados em relação ao resto da cidade, uma vez que o padrão de construção desses bairros são superiores, o que provoca a hierarquização dessas áreas (COSTA, 2013).

Figura 3 - Mapa de preço de m² por bairro no ano de 2010 em Campina Grande/PB

Fonte: Costa, 2013, p. 143

Como mostra a figura 3, os bairros do Catolé, Bela Vista e Centro são os bairros com o metro quadrado mais caro da cidade de Campina Grande. O que faz dessas áreas ter o preço mais elevado é a disponibilidade de infraestrutura em relação ao resto da cidade.

Figura 4 - Mapa de áreas urbanizadas e não edificadas em Campina Grande em 2009



Fonte: Costa, 2013, p. 152

O bairro do centro ainda é a área com maior valor, fator atribuído à forte dinâmica comercial que ali existe. Mas isso não significa que o bairro como um todo é mais valorizado, principalmente nas proximidades do Açude Velho, ponto turístico de Campina Grande (COSTA, 2013). Isso é evidenciado pela figura 4, no qual observa-se a ausência de terrenos sem construção neste bairro. O processo de substituição do estoque construído, previamente citado, gera uma nova dinâmica

comercial no bairro, e por isso, ainda atrai investimentos para a construção de empreendimentos imobiliários.

Todas as áreas marcadas como urbanizadas e não edificadas são áreas que deveriam estar sendo utilizadas, mas estão na mão dos seus proprietários esperando a especulação imobiliária, a fim de lucrar mais com a venda dos seus terrenos.

Essa dinâmica presente no mercado imobiliário de Campina Grande reflete a busca pelos novos modelos de moradia na cidade. O crescimento na oferta de condomínios horizontais e condomínios verticais se dá pela busca dessa nova forma de morar, longe dos problemas da cidade real, mas que fica restrita às camadas de maior poder aquisitivo que se refugiam em territórios reservados, que simulam a cidade ideal. O *marketing* se apropria dessa realidade e, mesmo que de forma subentendida, propaga na difusão do medo através de imagens positivas desse tipo de moradia.

3. A NOVA FORMA DE MORAR E O PROCESSO DE VERTICALIZAÇÃO

A verticalização teve seu pontapé inicial na necessidade de intensificar o uso do solo nas regiões mais valorizadas da cidade, além de todo o status social atrelado a esses terrenos que promoviam mais lucro para os agentes imobiliários (SOMEKH, 2014). Nesse sentido, aborda-se as tendências das novas formas de morar nas cidades médias brasileiras, desde os condomínios horizontais e verticais, bem como os aspectos relacionados as mesmas.

3.1 *Os Condomínios Verticais e os Condomínios Horizontais*

Para iniciar a discussão sobre esses novos produtos imobiliários é preciso definir o conceito de cidades médias, pois elas têm crescente importância na configuração urbana brasileira, além de serem os principais promotores dessa nova forma de morar.

Para Amorim Filho e Serra (s/d apud CRUZ, 2013) não existe uma ideia consensual do que sejam as cidades médias, ficando esse conceito por conta dos pesquisadores e seus objetivos ou dos promotores políticos. Já para Castello Branco (2007 apud CRUZ, 2013) a identificação dessa classe de cidades implica na investigação de todos os centros urbanos, para que a partir disso, a distinção possa acontecer segundo a localização relativa. É uma investigação que pode considerar o tamanho demográfico e também no papel que cada nó cumpre como centro de distribuição de bens e prestação de serviços. Neste caso, as cidades médias seriam os centros regionais com posição hierárquica entre as metrópoles e os centros locais.

O espaço urbano deve ser entendido como o fruto social e histórico da sociedade que o constrói. Disso, ele é compreendido como sendo o resultado de várias atividades exercidas por várias gerações modificando-o, transformando-o, fazendo dele um produto mais distante do meio natural (SILVEIRA, 2003 apud CRUZ, 2013).

Quando as ações desses agentes do espaço se baseiam na reprodução do capital, elas estimulam três características das cidades contemporâneas: homogeneização – repetição monótona de elementos no espaço: vias expressas, rodovias, cidades horizontais e verticais; fragmentação – separação dos espaços segundo as funções que neles se exercem e a hierarquização, que se associa à segregação do espaço (LEFEBVRE, 1980). Esse processo constitui o que Lefebvre chama de a não-cidade.

Sendo a cidade vítima desse processo de três lados, ela passa a ser entendida como mercadoria e é usada de forma fragmentada, muitas vezes, negada ao uso de grande parte da população.

Assim, o espaço é visto como o produto do processo de reprodução do capital e das contradições emergentes do conflito entre as necessidades do capital e as necessidades da sociedade como um todo. Por fim, a produção espacial acaba por configurar, de modo desigual, na medida em que o espaço é fruto da produção social capitalista que se realiza e se reproduz desigualmente (CARLOS, 1994 apud CRUZ, 2013).

No contexto das cidades médias brasileiras, os novos produtos imobiliários se inserem na análise da reprodução do espaço urbano segundo a acumulação capitalista, já que esses empreendimentos são considerados as novas formas de organização espacial necessárias à reprodução e circulação do capital no ambiente construído (CRUZ, 2013 apud HARVEY, 2006). Além dos novos produtos residenciais, os shoppings centers, centros empresariais, parques temáticos também representam novas formas de praticar ações antigas essenciais à vida na cidade: lazer e consumo (SOBARZO, 2004).

Para Caldeira (2000), esses novos produtos podem ser chamados de “enclaves fortificados”, pois apresentam barreiras físicas, sistemas de identificação e controle e características tais como: são propriedades privadas, valorizando o que é privado e desvalorizando o que é público; são fisicamente demarcados e isolados; são controlados por guardas e sistema de segurança; são flexíveis e independente do entorno onde estão.

“Eles [os enclaves fortificados] estão mudando consideravelmente a maneira como as pessoas das classes média e alta vivem,

consomem, trabalham e gastam seu tempo de lazer. Eles estão mudando o panorama da cidade, seu padrão de segregação espacial e o caráter do espaço público e das interações públicas entre as classes. Os enclaves fortificados incluem [além dos loteamentos fechados] conjuntos de escritórios, shopping centers, e cada vez mais outros espaços que tem sido adaptados para se conformarem a esse modelo, como escolas, hospitais, centros de lazer e parques temáticos (Caldeira, 2000, p. 234).

Também se sabe que esses novos produtos imobiliários promovem mudanças nas práticas socioespaciais, especialmente do que diz respeito à diferenciação social de seus moradores e dos que ficam do lado de fora do muro. Dessa forma, é possível concluir que esse novo tipo de morada tem redefinido a lógica de estruturação dos espaços urbanos (CRUZ, 2013). Barbosa (2010) diz que “esses empreendimentos sinalizam a modernização e a introdução de uma nova forma de morar na cidade e, do ponto de vista do capital, são estratégias de obtenção de lucros e rendas fundiárias. Além disso, também contribuem para o agravamento das desigualdades socioespaciais.”.

Os condomínios horizontais, em sua vez, nascem amparados na Lei Federal 6.766, de 1979, do parcelamento do solo, situação essa ilegal, uma vez que a dita lei não contempla a figura dos condomínios, mas de loteamentos. A ausência de uma lei específica faz com que cada município tenha a sua própria para regulamentar esse tipo de moradia (CRUZ, 2013). Ainda sobre os mesmos, Cruz (2013) afirma:

“O loteamento fechado constitui um tipo não contemplado pela Lei Federal 6.766/797, sendo admitido somente se previsto em lei municipal. Caracteriza-se pela permissão do ingresso apenas aos moradores e pessoas por ele autorizadas, pela disponibilidade de equipamentos e serviços urbanos próprios, regramento legal prévio para disciplinar o sistema de vias internas (que em tais casos não são bens públicos de uso comum do povo), além de encargos de segurança, higiene e conservação das áreas comuns e dos equipamentos de uso coletivo, conferidos aos moradores.” (CRUZ, 2013, p. 40).

Na ausência de uma definição jurídica para os condomínios fechados horizontais Dacanal (2004) os define como unidades residenciais, áreas de circulação, áreas verdes e de lazer privativas resultantes de um plano urbanístico da divisão de uma gleba.

Como estratégia de venda desses novos empreendimentos, os agentes do mercado imobiliário se apoderam dos aspectos relacionados à segurança existente

do lado de dentro dos muros, se contrapondo com a insegurança da cidade aberta (SOBARZO, 2004). Dessa forma, os anúncios dos condomínios fechados os apresentam como o oposto do caos encontrado na cidade, fazendo referência à natureza, saúde e lazer (CALDEIRA, 2000). Silva, Silva e Silveira (2016) afirmam:

“Pode-se associar a esse aspecto a busca pela qualidade de vida não só ambiental, mas da população que procura sair da agitação da vida urbana e que, neste sentido, certamente o subúrbio pode proporcionar benefícios à saúde mental e física ao estilo de vida suburbano.” (SILVA; SILVA; SILVERA, 2016, p.35)

Além disso, a casa representa mais do que apenas um lugar para morar, mas é carregado de valor simbólico, representando a atual dinâmica da família e seus valores. Se a sociedade é fragmentada e complexa, a arquitetura, conseqüentemente, refletirá essa situação. Segundo Loureiro e Amorim (2005) “o padrão espacial, definido por permeabilidade e barreiras, é, pois, profundamente influenciado por exigências sociais”.

3.2 Verticalização nas cidades médias brasileiras

O processo de verticalização no Brasil experimentou um ritmo acelerado, colocando o país em destaque com o prédio mais alto da América Latina, o Edifício Copan, com 32 andares. Em 1939, a verticalização, predominantemente terciária, passou a ser residencial e fora do centro da cidade e também, através de uma articulação entre o Estado e o capital imobiliário, a produção de edifícios foi destinada principalmente às classes de média e alta renda (SOMEKH, 2014).

A verticalização não pode ser vista como um processo natural da urbanização, mas sim como uma opção definida pelos diversos agentes sociais e econômicos que estruturam as cidades (RAMIRES, 1998). Este processo só foi intensificado devido à descoberta e implantação de novos materiais de construção, como o concreto armado, e pela introdução do elevador em edifícios altos (FISCHER, 1994 apud RAMIRES, 1998). A verticalização também foi uma consequência da valorização do solo, pois ao definir uma área mais valiosa que outra, dentro da cidade, houve a necessidade de intensificar o uso daquela terra a fim de ampliar o lucro do mercado imobiliário.

De acordo com Casaril, Töws e Mendes (2011), a verticalização se apresenta como um processo de construção no qual se criam novos solos que estão sobrepostos na forma de andares, possibilitando a maior extração de lucro da terra.

Machado e Mendes (2003 apud, RAMIRES, 1998) corroboram:

O processo de verticalização modifica o espaço urbano, redefinindo o valor e o uso do solo e alterando as relações sociais entre os homens e o meio ambiente urbanizado. A relação social, que é estabelecida pela verticalização, está intimamente ligada à idéia de ascensão social, de segurança, de conforto e modernidade. Verifica-se também que a verticalização, além de a produção do edifício realizar plenamente a reprodução, através da combinação das diversas formas de capital, valoriza ou sobrevaloriza o espaço onde se instala.

Os prédios verticais representam uma revolução na construção civil, afetando a dinâmica de acumulação de capital e o mercado imobiliário, como as outras novas moradas, fazendo com que o “produzir cidades” torne-se um grande negócio, pois concentram num só produto diversas formas de capital: o edifício e o urbano num tempo reduzido (SOUZA, 1994 apud RAMIRES, 1998).

Além disso, aqueles agentes que produzem o espaço urbano apropriam-se dele com o fim de ter lucro, tratando o espaço como uma mercadoria. Isso gera um espaço urbano desigual, pois essa apropriação e produção de espaço urbano se dão de forma díspar, fruto de processos sociais, culturais, políticos e econômicos que conduzem a reestruturação do mesmo (RAMIRES, 1998).

Dessa forma, o edifício alto passa a ser uma estratégia dos agentes do espaço para oferecer produtos imobiliários além do universo material do prédio, mas em todos os atributos simbólicos nele diluídos, com o propósito de atrair o público consumidor em expansão (RAMIRES, 1998).

Dentro dessa lógica dos atributos simbólicos, Coelho (2007) classifica-os em dois grupos. A valorização de um imóvel se dá pela valorização objetiva, ou seja, através dos elementos de localização, infraestrutura e acessibilidade, como a presença de *shoppings centers*, escolas, restaurantes, farmácias, etc, em seu entorno. E pela valorização subjetiva, que são atributos paisagísticos, privacidade, segurança, área de lazer, entre outros. Ademais, o Estado também pode ser um agente de valorização do solo quando implanta sistemas de infraestruturas e

constrói equipamentos públicos, além de ser mais permissivo através de legislações que promovam maior verticalização em determinadas áreas da cidade (BONATES, 2010).

O Estado, como regulador do espaço urbano, ao conceder altos coeficientes de construção, induz a valorização do solo urbano, aumentando o preço do metro quadrado, já que aquele terreno tem a possibilidade de construir edificações com maior área do que outros lotes, que possuem coeficientes mais restritivos. Segundo Bonates (2010), este coeficiente é a prescrição urbanística mais disputada na aprovação de um Plano Diretor, pois ele fundamenta a teoria do “solo criado”. Villaça (2004 apud BONATES, 2010) concorda:

A possibilidade de construir em altura seria então o objetivo de concessão por parte do poder público. A tese do solo criado admite que o direito que o proprietário de um terreno tem de nele construir limita-se a uma área construída igual a área desse terreno. Acima disso, qualquer área construída adicional (“solo criado”) seria objeto de concessão por parte do governo municipal, podendo esta ser onerosa.

Ainda sobre as estratégias de valorização dos empreendimentos já citadas, adotadas pelo mercado imobiliário, pode-se destacar outros grupos de características bastante exploradas a fim de atrair o consumidor, mostrando que, hoje, o programa arquitetônico não é o principal apelo. São eles: o programa do edifício, o programa do apartamento e o apelo simbólico dado pelo nome do empreendimento, discutidos por Loureiro e Amorim (2005).

Os serviços gerais de segurança do edifício passam ser exaltados e enfatizados: controle remoto dos portões, sistemas de comunicação interna e externa, central de segurança e CCTV (*Closed Circuit TeleVision*) ou circuito fechado de televisão (LOUREIRO; AMORIM, 2005), ressaltando o termo “enclave fortificado” usado por Caldeira (2000).

Também estão em destaque os equipamentos coletivos, aproveitados nas propagandas publicitárias. Eles são instalados para compensar a falta das áreas livres da residência, como quintais e jardins. São salões de festa, salas de jogo, espaço *fitness*, *kids club*, espaço mulher, entre outros. Todas estas atividades são expandidas para além do apartamento, a vida social da família ganha novos limites, sendo esse programa de espaços coletivos cada vez mais complexo a fim de

agregar ainda mais valor e status ao empreendimento, conferindo cada vez mais lucro aos empreendedores.

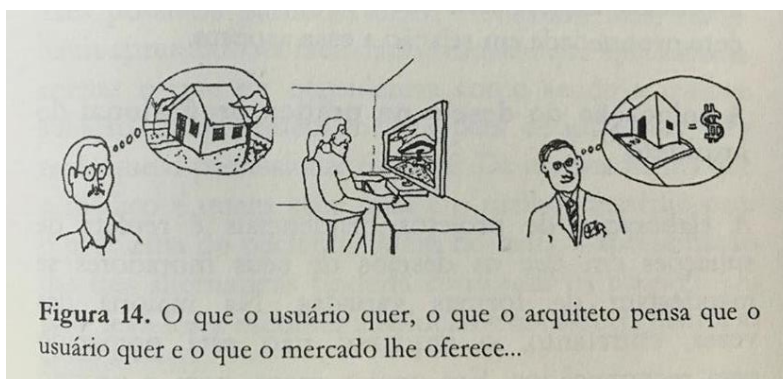
Sobre a unidade habitacional, o seu programa tem ficado cada vez mais complexo: quanto maior a área, mais complexo o programa. Os setores do apartamento são bem definidos, separando as atividades de cada área. Essa separação social acompanha as mudanças que acontecem na própria estrutura familiar, fruto de novas concepções arquitetônicas. Percebe-se que essa estrutura está presente nos variados tamanhos de apartamento, para as variadas classes sociais, deixando a diferenciação social para a complexidade do programa (LOUREIRO; AMORIM, 2005).

Nesse caso, um cômodo tradicional, como a sala de estar, é ampliado com a especialização das atividades específicas, tornando-se sala de jogos, sala de TV, mais recentemente chamada de *home theater*. A lógica segue para os outros cômodos da casa, como os quartos que recebem o nome de suíte, destacando a funcionalidade do ambiente (LOUREIRO; AMORIM, 2005).

Bittencourt (2007) afirma:

“Na prática profissional, muitas vezes, se verifica a dificuldade de identificar, com clareza, os conflitos entre os desejos dos autores envolvidos no processo de elaboração do projeto arquitetônico devido, em parte, à natureza inconsciente do desejo. Entre esses autores, então o usuário, o arquiteto e o mercado imobiliário, que são afetados pelos meios social, econômico e cultural nos quais eles estão inseridos.”

Figura 5 - O que o usuário quer, o que o arquiteto pensa que o usuário quer e o que o mercado lhe oferece



Fonte: Leitão e Amorim, 2007, p.165

4. AS TORRES RESIDENCIAIS E A NOVA FORMA DE MORAR EM CAMPINA GRANDE

O presente capítulo visa apresentar o resultado da análise dos dados coletados com base em dois procedimentos: (i) a caracterização geral das torres residenciais lançadas na área de recorte espacial (bairros Centro, Prata e Catolé) no período de 2006 a 2016, feita a partir de pesquisas nos sites das incorporadoras e pesquisa de campo; e (ii) a análise de encartes publicitários, realizados em algumas torres localizadas nas três áreas de estudo. Além disso, é apresentada a análise da nova tendência de empreendimentos, identificada na pesquisa de campo, os quais correspondem a conjuntos de torres, que reúne diversos usos além do residencial.

4.1 Os aspectos legais relacionados ao processo de verticalização nos últimos 10 anos

Assim como foi dito anteriormente, o Estado tem papel determinante na regulamentação urbanística das cidades, através das legislações. Em Campina Grande não é diferente, e para a realização eficaz do trabalho em questão, é preciso analisar as legislações vigentes.

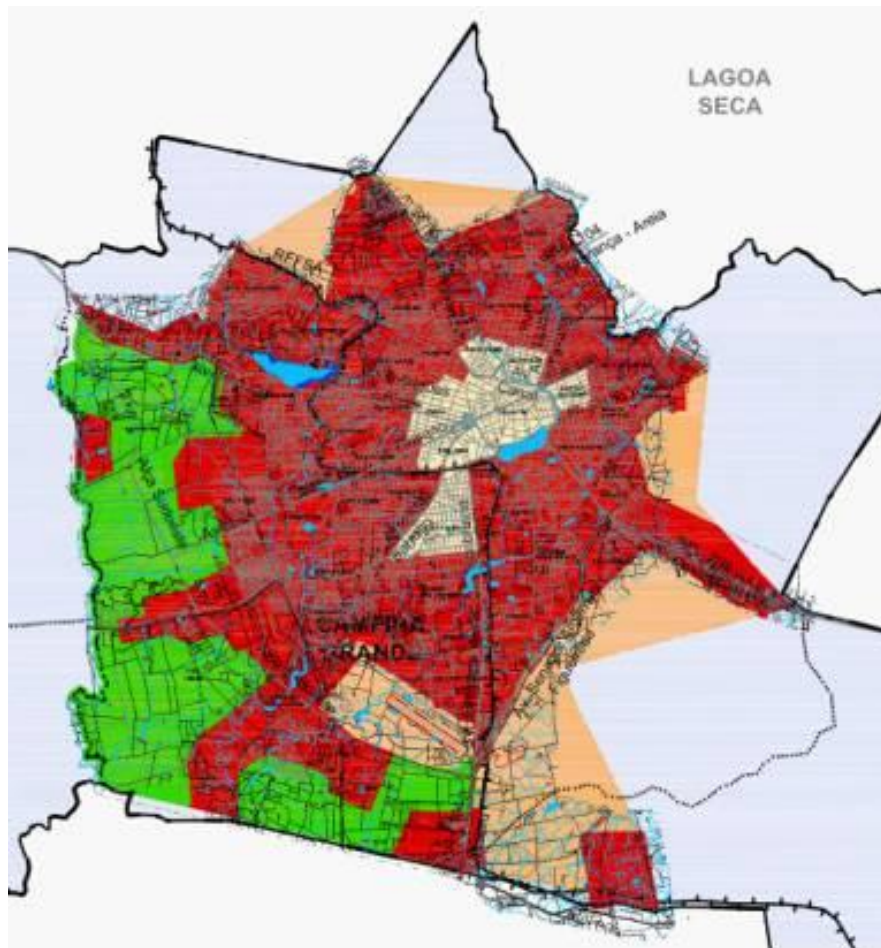
Atualmente, a cidade possui o Plano Diretor de Campina Grande (PMCG), de 2006, e o código de obras, de 2003. Segundo Bonates (2010) “os Planos Diretores e os códigos de obras são artifícios utilizados pelas prefeituras para ordenar o uso do solo urbano através de prescrições urbanísticas”. Esses dois são responsáveis pela determinação da taxa de ocupação (T.O.), índice de aproveitamento (I.A.), recuos, afastamentos e gabaritos de altura.

De acordo com o PMCG, a cidade de Campina Grande é dividida em macrozonas, com o intuito de ordenar a ocupação do solo, que compreende a Macrozona Urbana e a Macrozona Rural. Para a Macrozona Urbana, que é “aquela destinada fundamentalmente a atividades urbanas, tais como residenciais, industriais, comerciais, de serviços, turismo e lazer” (BRASIL. Lei Complementar 003, de 09 de Outubro de 2006, art. 23).

Compreendem as Macrozonas Urbanas, de acordo com a figura 6:

- I. A Zona de Qualificação Urbana;
- II. A Zona de Ocupação Dirigida;
- III. A Zona de Recuperação Urbana;
- IV. A Zona de Expansão Urbana.

Figura 6 - Zoneamento referente ao Plano Diretor de Campina Grande de 2006, constante no próprio Plano.



LEGENDA	
	ZONA DE QUALIFICAÇÃO URBANA
	ZONA DE OCUPAÇÃO DIRIGIDA
	ZONA DE RECUPERAÇÃO URBANA
	ZONA DE EXPANSÃO URBANA
<hr/>	
	AÇUDES
	ESTRADA DE FERRO
	SISTEMA VIÁRIO
	PERÍMETRO URBANO
	LIMITE DOS DISTRITOS
	LIMITE DO MUNICÍPIO

Fonte: Plano Diretor de Campina Grande (Lei complementar n° 003, de 09 de outubro de 2006)

Os bairros em estudo, Catolé, Centro e Prata, estão dentro da Zona de Qualificação Urbana e Zona de Recuperação Urbana, respectivamente. Para cada uma delas, existe uma descrição e objetivos dados pelo PMCG. Para a Zona de Qualificação Urbana, os artigos 14 e 15 da Lei Complementar 003, de 09 de Outubro de 2006 dizem que:

Art. 14. A Zona de Qualificação Urbana caracteriza-se por usos múltiplos, sendo possível a intensificação do uso e ocupação do solo, em virtude de as condições físicas serem propícias e da existência de infraestrutura urbana consolidada.

Art. 15. São objetivos da Zona de Qualificação Urbana:

- I – ordenar o adensamento construtivo, permitindo o adensamento populacional onde este ainda for possível, como forma de aproveitar a infraestrutura disponível;
- II – evitar a saturação do sistema viário;
- III – ampliar a disponibilidade de equipamentos públicos, os espaços verdes e de lazer.

Sobre a Zona de Recuperação Urbana:

Art. 18. A Zona de Recuperação Urbana caracteriza-se pelo uso predominantemente residencial, com carência de infra-estrutura e equipamentos públicos e incidência de loteamentos irregulares e núcleos habitacionais de baixa renda.

Art. 19. São objetivos da Zona de Recuperação Urbana:

- I – complementar a infra-estrutura básica;
- II – implantar equipamentos públicos, espaços verdes e de lazer;
- III – promover a urbanização e a regularização fundiária dos núcleos habitacionais de baixa renda;
- IV – incentivar a construção de novas habitações de interesse social;
- V – conter a ocupação de áreas ambientalmente sensíveis. (da Lei Complementar 003, de 09 de Outubro de 2006)

Analisando os objetivos da Zona de Qualificação Urbana, na qual estão inseridos os bairros Centro e Prata, encontra-se um paradoxo, pois ao mesmo tempo em que um dos objetivos é permitir o adensamento construtivo e populacional, quer evitar a saturação viária (BONATES, 2010). Nessa zona, as prescrições urbanísticas são mais permissivas, sendo o Índice de Aproveitamento de

60% e a Taxa de Ocupação 5,5, sendo, portanto, a zona na qual mais se permitiu a verticalização desde o Plano Diretor de 1996.

Já na Zona de Recuperação Urbana, fazendo parte dela o bairro do Catolé, dois dos objetivos são “complementar a infraestrutura básica” e “promover a urbanização e a regularização fundiária dos núcleos habitacionais de baixa renda”, não condizendo com o bairro em estudo, uma vez que é um bairro socialmente de renda mais alta e quem vem participando do processo de verticalização de uma forma mais intensa dentro da cidade de Campina Grande.

São normas como essas, e também os recuos, que regulamentam qual a altura final do edifício, ou seja, quantos pavimentos ele pode ter, influenciando diretamente na quantidade de apartamentos final e no lucro que será obtido pelo empreendedor.

Figura 7 - Edifício Moysés Rizel



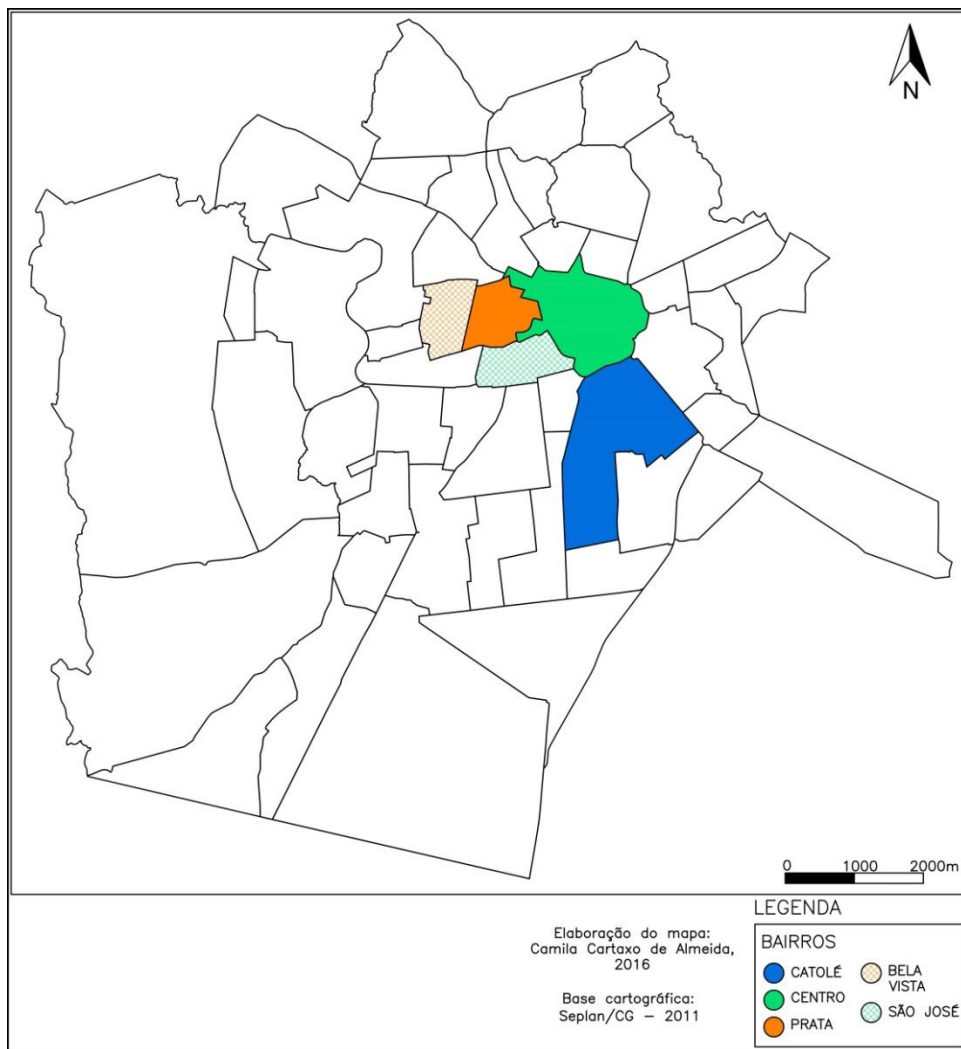
Fonte: www.vivareal.com.br

Segundo Bonates (2010), apesar de existirem normas e regulamentações, a fiscalização ainda é insuficiente, pois, como exemplo, o Edifício Moysés Rizel, localizado no bairro do Centro, possui afastamentos pequenos aos limites da rua, além de ter um índice de aproveitamento superior a 6,0, quando o Código de Obras limita esse índice a 5,5 naquele bairro.

4.2 A nova forma de morar e as torres residenciais

Este trabalho compromete-se em analisar a relação do mercado imobiliário com as torres residenciais em três bairros já citados: Centro, Catolé e Prata. Mas é necessário ressaltar outras relações que existem com outros bairros da cidade de Campina Grande, dadas pela proximidade geográfica. São casos como do bairro Bela Vista e Prata; São José e Centro.

Figura 8 - Mapa dos bairros em estudo



Fonte: Elaborado pela autora, 2016

Os bairros Bela Vista e Prata são vizinhos e por vezes confundem-se devido ao traçado urbano semelhante e à tipologia de habitação existente nos dois. A Rua Rodrigues Alves também exerce importante papel, pois corta os dois bairros. Dessa forma, esses dois bairros podem ser confundidos por causa dessas características semelhantes. Consequentemente, o mercado imobiliário da cidade aproveita-se

disso para atribuir a alguns empreendimentos localizados na Bela Vista a localização do bairro Prata, pois ele possui maior valor de status social dentro de Campina Grande, como será apresentado. A topografia elevada também é um fator de valorização da região, pois promove uma vista da cidade.

A relação do São José com o Centro é semelhante, pois os dois bairros são mais antigos na cidade, são vizinhos e mantêm a conexão com o Açude Velho, elemento paisagístico de grande importância dentro de Campina Grande. Da mesma forma, o mercado imobiliário se apropria das características que conferem ao Centro maior prestígio, vendendo imóveis que se localizam no São José como Centro, como é o caso do Residencial Palazzo Dão Silveira.

A nova forma de morar, já discutida neste trabalho, se expressa em Campina Grande através das torres residenciais, cada vez mais construídas na cidade, especialmente nos três bairros destacados. O conjunto de valores subjetivos e objetivos, discutido por Coelho (2007), estão presentes, fazendo com que sejam áreas atrativas para receber esses empreendimentos.

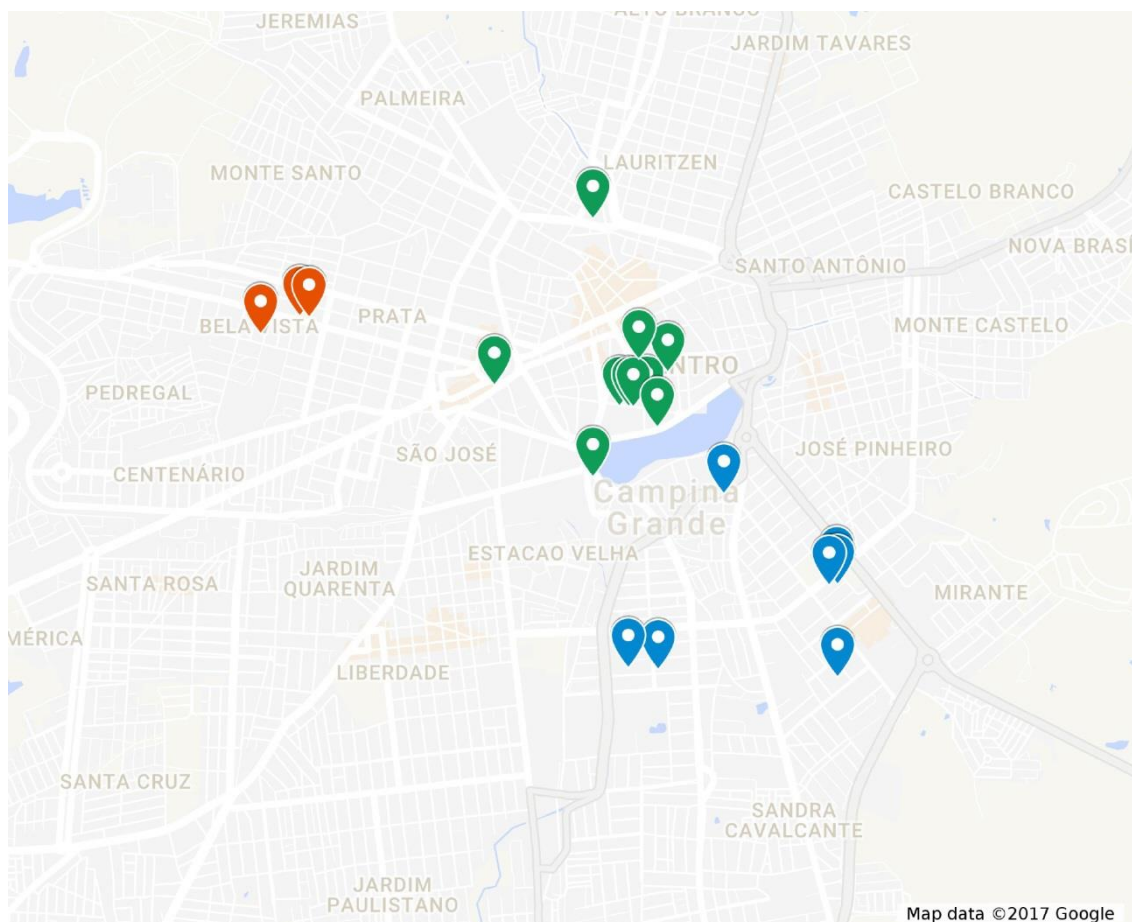
Analisando a figura 9, percebe-se que, nos três bairros estudados, existe uma concentração em certa região dos mesmos, expressando a lógica do mercado imobiliário campinense para cada bairro, sendo os ícones laranja para os bairros Prata/Bela Vista, os verdes para o Centro/São José e os azuis para o Catolé.

Nos bairros Bela Vista e Prata há um agrupamento de torres residenciais na Rua Rodrigues Alves, pois, devido a topografia mais elevada, se torna uma área de maior atrativo e conseqüente *status* social. Observa-se também que maioria desses prédios estão localizados no bairro da Bela Vista, de acordo com a divisão política de bairros da cidade, mas por vezes, são vendidos como Prata, a exemplo do Residencial Ivan Farias, cujo encarte enaltece o bairro Prata, e o Castelo da Prata, cujo nome faz menção a este bairro, mesmo estado em outro.

No Centro, a aglomeração é clara nas proximidades do Açude Velho, elemento paisagístico que confere à área um valor subjetivo, como discutido por Coelho (2007), fazendo com que a região seja atrativa para os empreendedores que veem nisso oportunidade de lucrar ainda mais com seus empreendimentos. Essa área, apesar de antiga em seu desenho urbano, tem sofrido o processo de

construção-destruição já discutido neste trabalho. Portanto, são novos empreendimentos em um traçado urbano mais antigo. O caso do Palazzo Dão Silveira retrata a relação com o bairro São José, pois ele está localizado neste bairro, mas sua referência é feita ao Centro.

Figura 9 - Mapa de localização das torres residenciais construídas nos últimos 10 anos em Campina Grande



Fonte: Elaborado pela autora, 2017

No Catolé observam-se dois focos de empreendimentos, um a leste do bairro e outro a oeste. O primeiro justifica-se pela presença do *shopping center* da cidade, o Partage Shopping, também próximo à Avenida Prefeito Severino Bezerra Cabral. O segundo foco está próximo a uma das maiores escolas particulares da cidade, o Colégio Motiva Ambiental. Os dois equipamentos se encaixam nos valores objetivos apresentados por Coelho (2007) que agregam ao bairro do Catolé uma maior valorização.

Apesar de não ser o foco deste trabalho, é válido mencionar a existência dos prédios residenciais de menos pavimentos no Catolé, que correspondem a grande

maioria das tipologias habitacionais existentes neste bairro, especialmente nas proximidades do Colégio Motiva Ambiental. É visível que este bairro é aquele no qual o processo de verticalização ocorre de forma mais intensa, excepcionalmente pela variação no gabarito dos prédios e nos tipos de apartamentos oferecidos. É bastante comum observar conjuntos de prédios de menos pavimentos, a exemplo do Residencial Do Bú V.

4.3 O novo produto arquitetônico

4.3.1 Tipologia da torre pesquisada

A torre estudada neste trabalho corresponde aos edifícios altos, com mais de 15 pavimentos, destinados ao uso residencial, considerados de alto padrão construtivo e que possuam equipamentos coletivos em seu projeto, como já citado anteriormente. Essa tipologia se mostra cada vez mais presente na paisagem urbana de Campina Grande, além do intenso processo de verticalização já observado na cidade.

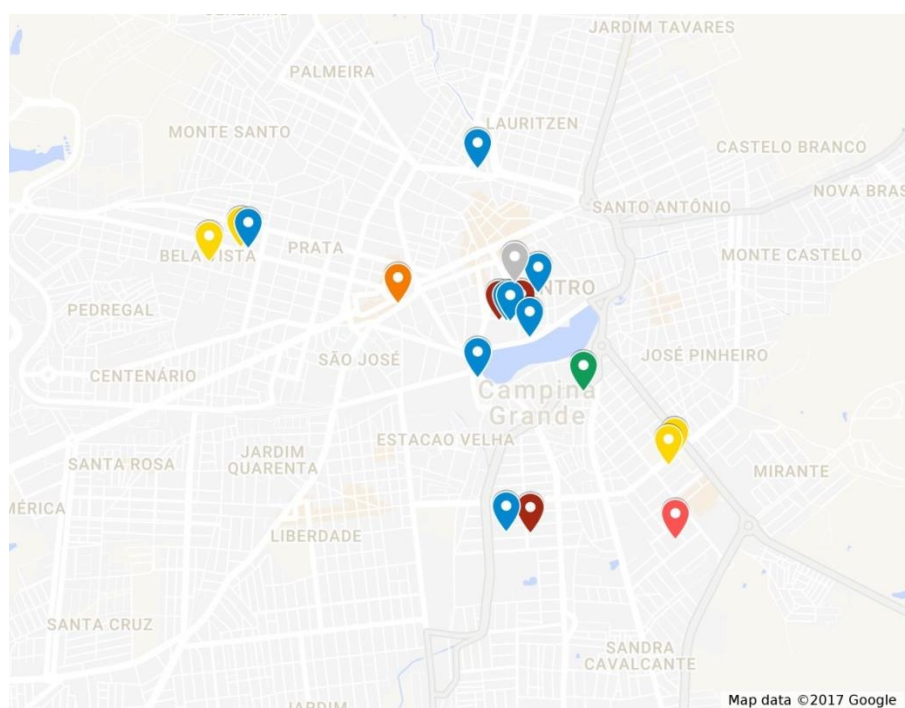
A ficha de identificação é composta pelas seguintes características: (a) nome do empreendimento; (b) endereço; (c) ano de entrega; (d) número de pavimentos; (e) situação da obra, em construção ou construída; (f) arquiteto e (g) incorporadora responsável pela obra. Desse modo, podem-se, além de caracterizar este produto arquitetônico, identificar períodos temporais nos quais foram construídas, preferências espaciais das incorporadoras e as empresas mais expressivas que atuam na cidade.

Quadro 1 - Ficha de identificação da torre residencial
Fonte: Elaborado pela autora, 2016

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO	
NOME	
ENDEREÇO	
ANO DE APROVAÇÃO	
Nº DE PAVIMENTOS	
SITUAÇÃO DA OBRA	
ARQUITETO	
INCORPORADORA	

O universo de estudo é composto por dezenove edifícios, sendo três na Prata/Bela Vista, dez no Centro/São José e seis prédios no bairro do Catolé. Por meio dessa caracterização é possível identificar empresas incorporadoras que se sobressaem, sendo elas: Fronteira Engenharia, Andrade Marinho LMF, Cipresa, Massai Construções, Ourovel Empreendimentos Imobiliários e WB Empreendimentos. Dentro desse conjunto, a Fronteira Engenharia se destaca sendo a incorporadora predominante, possuindo nove torres residenciais em todo o recorte espacial em estudo, simbolizada pelos ícones na cor azul, como mostra a figura 10. Em seguida, a Andrade Marinho LMF, com quatro torres na Prata/Bela Vista e no Catolé, representada pelo ícone amarelo.

Figura 10 - Mapa de localização das torres por incorporadoras

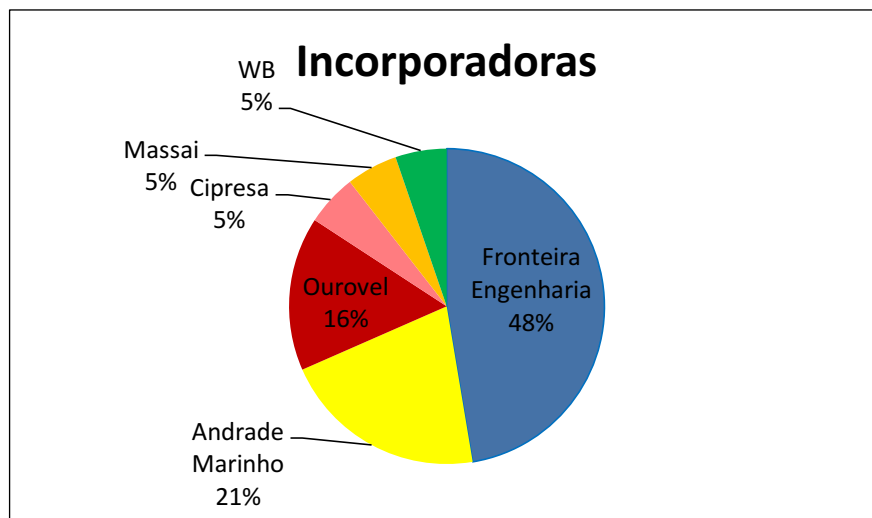


Fonte: Elaborado pela autora, 2017

Ainda sobre a primeira empresa citada, destaca-se a escolha dos nomes dos empreendimentos, especialmente os localizados próximo ao Açude Velho, usando o termo “solar” em quatro de suas torres. Deste modo, a Fronteira Engenharia confere a seus produtos fácil identificação da própria empresa, como da localização. A Ourovel Empreendimentos também usa deste artifício, conferindo às suas três construções, nomes de homens conhecidos e importantes para a história de Campina Grande: Mário Lago, Francisco Pinto e Cristiano Lauritzen.

Um diagnóstico geral desse universo permite entender que não existe lógica espacial por parte das empresas construtoras, ou seja, nenhuma delas apresenta preferência por bairro, apenas uma concentração em volta de equipamentos, já citada anteriormente. E ao mesmo tempo mostra a predominância de duas empresas que possuem mais construções nesses bairros, que juntas, possuem mais da metade das construções, de acordo com o gráfico 1.

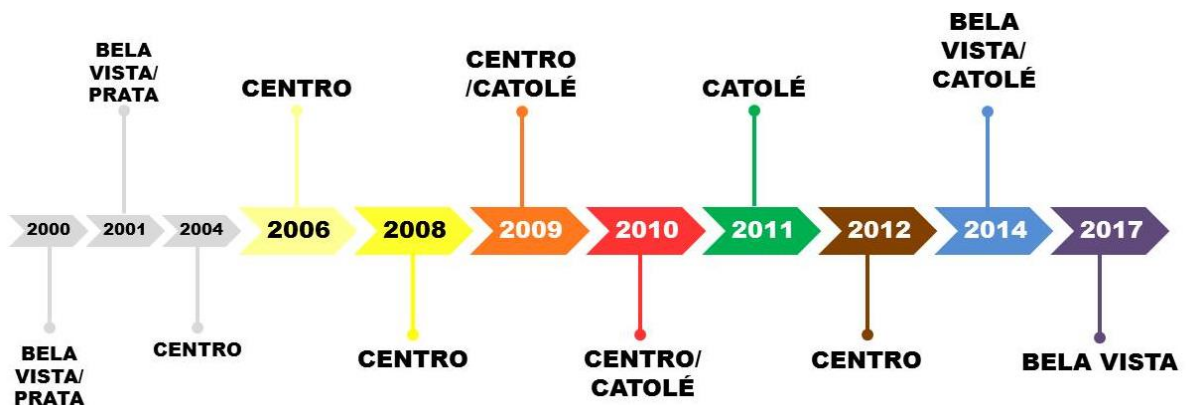
Gráfico 1 - Porcentagem de construções por incorporadora



Fonte: Elaborado pela autora, 2017

Também é possível traçar uma linha do tempo que permite compreender como se deu a construção dessas torres residenciais ao longo dos anos, levando em consideração anos fora do recorte temporal do trabalho para a melhor compreensão deste processo.

Figura 11 - Linha do tempo da construção das torres residenciais nos bairros em estudo

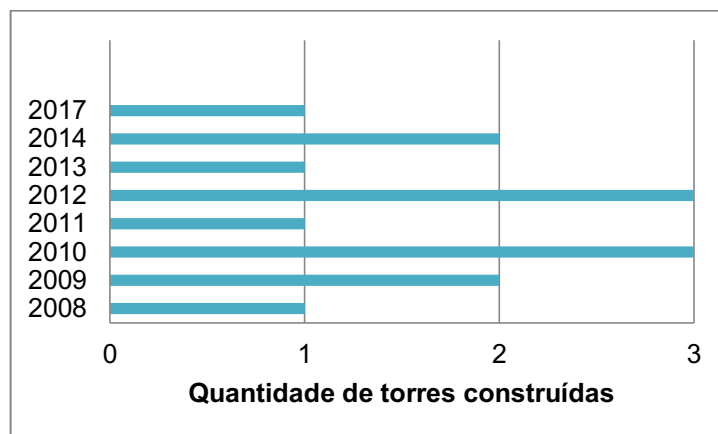


Fonte: Elaborado pela autora, 2017

A figura 11 possibilita o entendimento que ao longo dos anos houve uma preferência, pelas incorporadoras em questão, por determinados bairros. De 2004 a

2008, o bairro do Centro foi o que mais recebeu novos empreendimentos de torres, seguindo, nos próximos anos, para o bairro do Catolé e em seguida, num cenário mais recente, para os bairros da Bela Vista e Prata, retomando um processo que começou em 2000 que se encontrava estagnado. Por meio dos mesmos dados, se constata que dois anos receberam mais construções, 2010 e 2012, cada um com 3 torres concluídas (gráfico 2).

Gráfico 2 - Quantidade de torres construídas nos anos



Fonte: Elaborado pela autora, 2017

4.4 Estratégias de alcance

4.4.1 O projeto

Ao avaliar a tipologia estudada, percebe-se que as torres possuem plantas e opções de unidades bem semelhantes, seguindo a divisão por setor social, setor íntimo e setor de serviços, além da hierarquização de acesso, com uma entrada pela sala de jantar/estar e outra pela cozinha. Observa-se que a prioridade dos projetos é a área social de cada unidade, com salas de estar, jantar e varanda. Já o setor íntimo, que compreende os quartos e suítes, sofre com a valorização do setor social, pois os quartos têm áreas reduzidas, exceto as suítes que são maiores e recebem um espaço para guarda-roupa intitulado pelas incorporadoras de *closet*, a fim de dar a impressão de existir um ambiente a mais no programa arquitetônico desses apartamentos.

Figura 12 - À direita tipo 1 com 97,64m², à esquerda, tipo 2 com 81,33m² do edifício Vivant, no Catolé



Fonte: www.andrademarinholmf.com.br

É comum também que o setor de serviços seja composto por um quarto de serviço e/ou um banheiro de serviço, ou D.C.E. (dependência completa de empregado), além da copa/cozinha, aumentando a área do apartamento. Ainda assim, os setores sociais desses apartamentos são vendidos como áreas para 2 ou 3 ambientes e muitas vezes não possuem área suficiente para tal, funcionando como mais uma estratégia de venda encontrada pelas incorporadoras com o fim de chamar a atenção do futuro comprador que busca espaço e conforto.

Figura 13 - Tipo 1 da cobertura das torres do Condomínio Espaço das Artes



Fonte: Retirado do encarte publicitário, 2017

Além das opções de apartamentos regulares que os prédios oferecem, os empreendimentos têm previsto opções de cobertura, unidades habitacionais como os apartamentos, diferentes por sua área maior e mais ambientes: quartos ou suítes e setor social mais amplo, como mostra a figura 13.

Esse tipo de unidade propõe, além de uma maior área de moradia, o *status* social atrelado, pois oferece um programa arquitetônico mais complexo, especialmente do setor social, incluindo ambientes extras além da sala de jantar e sala de estar, que possam atribuir maior valor ao projeto, como espaço *gourmet*, a exemplo do projeto das coberturas do Parco Giardini, da WB Empreendimentos, que além do setor social convencional, oferece para o morador uma área com *jacuzzi*, terraço *gourmet* e varanda (ver figura 14).

Figura 14 - À esquerda, tipo 1 da cobertura do Parco Giardini, à direita, tipo 2



Fonte: Retirado de encarte publicitário, 2017

A cerca dos equipamentos coletivo as torres residenciais estudadas apresentam um conjunto bem semelhante, com ambientes que variam dos mais ofertados, como quadra de esportes, piscina, *playground*, salão de festas, até alguns menos comuns, como praça para crianças, espaço multiuso, espaço mulher, sala de música entre outros com usos mais específicos.

São ambientes que funcionam como o atrativo e diferencial do projeto do empreendimento, previamente discutido neste trabalho, pois amplia as atividades que os moradores exercem dentro da sua unidade habitacional, com usos diferentes ou até com a mesma função, como acontece com o espaço *gourmet*: oferecido dentro da unidade habitacional e, por vezes, na área de lazer do prédio.

Dessa forma, conclui-se que parte de todos esses ambientes coletivos oferecidos tratam-se de estratégia de vendas por parte das incorporadoras, que tem o objetivo de deixar o programa arquitetônico comum do prédio mais complexo como uma forma de lucrar ainda mais na venda do empreendimento.

Figura 15 - Imagens dos ambientes coletivos do Unique Residence, da Andrade Marinho LMF



Fonte: www.andrademarinholmf.com.br

Também ressalta-se o fato de que o arquiteto Brilhante Filho detém a autoria de cinco dos projetos dessas torres nos 3 bairros em estudo, são eles: Espaço da Artes, Edifício Unique, Edifício Vivant Club Residence, Edifício Lux Residence e Edifício Ivan Farias, quase todos da mesma empresa incorporadora. Esse fato pode indicar que a autoria dos projetos também constitui uma estratégia de agregar um maior valor subjetivo ao produto ofertado, tal como uma “grife”.

A partir da pesquisa de campo realizada para a caracterização do objeto de estudo, foi possível identificar o que se pode chamar de uma nova tendência de

configuração de empreendimentos imobiliários. Embora os dois empreendimentos identificados dentro do âmbito dessa configuração não estejam incluídos dentro do que definimos enquanto objeto de estudo do presente trabalho, ou seja, as torres residenciais, nem estejam localizados no recorte espacial, considera-se que a análise de ambos é de grande importância visto que ele pode apontar para um novo processo de introdução de novas tipologias que podem produzir um impacto no espaço urbano bem como na paisagem da cidade.

Pode-se observar hoje, nas cidades, um novo produto de moradia oferecido pelo mercado imobiliário: são torres residenciais dentro de conjuntos com prédios destinados a outros usos, como hotéis, *flats*, empresarial entre outros. Esse novo produto configura uma possível nova tendência, já tratada por autores como Cavalcanti (2011) e Leal, Brito e Júnior (2009).

4.5 *A nova tendência*

A inovação por si só é de difícil definição, já que são vários fatores envolvidos na concepção de um projeto, desde o local de implantação, tipo de demanda e instruções do incorporador para a tipologia do empreendimento (CAVALCANTI, 2011). Ela pode se mostrar de várias formas e escalas em diferentes elementos. Para este trabalho, será utilizada a definição dada por Cavalcanti (2011), na qual a inovação pode ser composta pelas variáveis relacionadas à localização e à morfologia arquitetônica do imóvel.

Segundo Cavalcanti (2011) a inovação na dinâmica do mercado imobiliário é um mecanismo de dinamização do mercado, originado da concorrência capitalista, que oferece uma nova referência de produto a ser consumido. Assim, ela tem o objetivo de gerar vantagens competitivas, na medida em que diferencia seu produto dos demais. O processo de inovação de produto consiste em modificar os atributos do mesmo, introduzindo novas características que vão levar a sua diferenciação (ABRAMO, 2007 apud CAVALCANTI, 2011), ou seja, uma quebra na ordem já existente, na medida em que insere uma modificação na estrutura residencial.

Dentro dessa nova dinâmica, o produto tanto é inovado em sua estrutura residencial, como em sua localização, com o fim de reunir famílias de um tipo particular para produzir uma externalidade de vizinhança em outro local (ABRAMO,

2007 apud CAVALCANTI, 2011). Dessa forma, nesse método de oferecer um novo produto, o empreendedor cria uma nova necessidade, atrai uma nova demanda e reorienta o consumo (CAVALCANTI, 2011).

Leal, Brito e Júnior (2009) discorre que as construtoras têm criado novas funcionalidades e refazendo o conceito dos usos das unidades habitacionais com uma nova estratégia de mercado:

“Neste sentido é possível identificar uma quantidade expressiva de lançamentos imobiliários com esta finalidade, as quais se somam às estratégias anteriores de construção de flats e de resorts: os second home (voltados para a segunda residência e turismo de negócios, com possibilidades de uso como flats, apart-hotéis ou resorts), os prédios verdes (empreendimentos sustentáveis, voltados para uma política de preservação do meio ambiente, os quais são certificados pelo LEED – Leadership in Energy and Environmental Design, de responsabilidade da USGBC – United States Green Building Council) e os empreendimentos imobiliários hedônicos (concentrando utilidades e espaços comuns diversificados e de entretenimento, relacionados ao prazer de morar bem e de possibilitar os laços de vizinhança).” (LEAL; BRITO; JÚNIOR 2009, p.17)

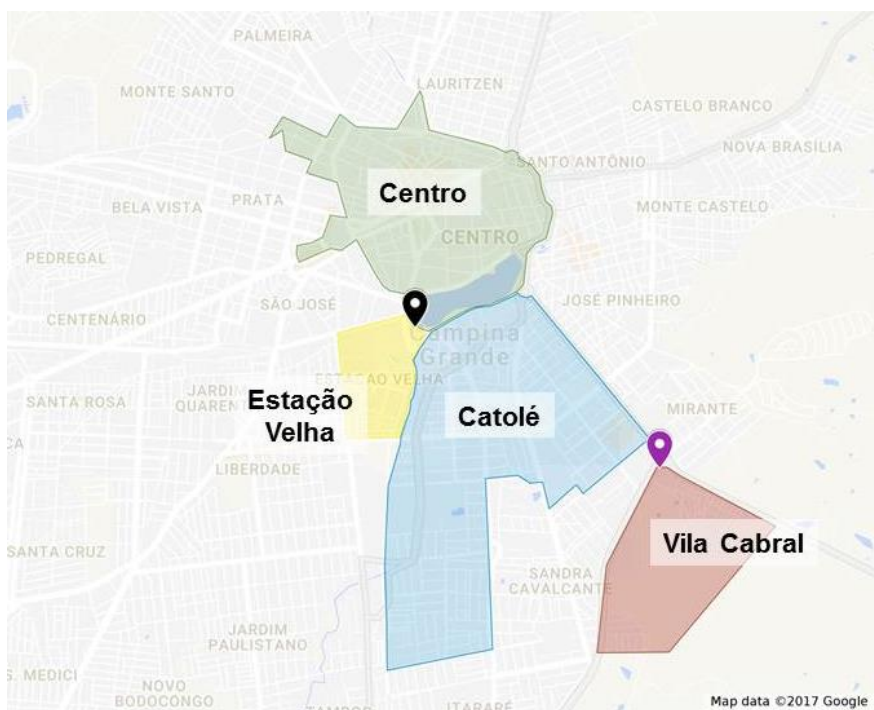
No cenário de Campina Grande, a construção dos empreendimentos Heron Marinho, na Vila Cabral, e do Solar Veronese, dentro do Mundo Plaza, na Estação Velha configura o que Cavalcanti (2011, apud ABRAMO, 2007) chama de inovação do produto, pois vemos essa nova tipologia surgir: um conjunto de torres, cada uma destinada a um uso diferente que reúna em um só lugar tudo o que eles presumem que o morador precisa, reunindo em um só empreendimento novas funcionalidades.

A Vila Cabral é um bairro que fica a sul do Catolé, como mostra a figura 11 (sendo o Catolé a mancha amarela e a Vila Cabral a mancha vermelha), e não faz parte do objeto de estudo do presente trabalho, contudo é fundamental analisar um pouco mais de perto a relação dos dois.

Essa proximidade entre os bairros faz com que os valores e atributos do Catolé sejam absorvidos pela Vila Cabral, por meio dos incorporadores, na medida em que se apropriam dos serviços e comércio para enriquecerem suas propagandas, aumentando o status dos empreendimentos ali localizados. Os serviços e comércio oferecidos extrapolam a divisão política de bairro e atingem os bairros adjacentes.

Os dois empreendimentos, apesar das semelhanças, possuem um perfil diferente no tocante à localização, citada por Cavalcanti (2011): o primeiro está no bairro Vila Cabral, a sul do Catolé, área de expansão da cidade. O segundo se localiza na Estação Velha, bairro próximo ao Centro, antigo, central, saturado, além de ser mais um elemento que altera a paisagem urbana da região.

Figura 16 - Localização dos bairros Estação Velha, Centro, Vila Cabral e Catolé, Campina Grande/PB



Fonte: Elaborado pela autora, 2017

No Heron Marinho Business e Living, representado pelo ícone roxo na figura 19, da Andrade Marinho LMF, são cinco torres sendo duas residenciais, uma empresarial e duas torres divididas entre hotel, *flat* e *open mall*. O Mundo Plaza, ícone preto na figura 16, já citado anteriormente, da Fronteira Engenharia, possui duas torres residenciais (Solar Veronese) e uma torre empresarial.

O prédio dedicado ao uso de hotel possui 15 pavimentos, com 300 leitos, academia, auditórios e salas de reunião moduladas. O flat conta com 22 pavimentos, 130 flats com 2 tipos de plantas. A torre empresarial dispõe de 20 pavimentos com salas que variam de 35,03m² a 52,41m². Finalmente, o *open mall* tem 20 unidades, restaurante e mezanino para 20 lojas.

Em relação às torres residenciais do Heron Marinho, duas de 30 pavimentos cada, quatro apartamentos por andar, o programa de necessidades e arranjo espacial dos apartamentos não apresentam modificações significativas entre elas,

apenas diferenças no número de quartos e banheiros, variando, por consequência, as áreas das unidades.

Figura 17 - Planta do pavimento tipo - Torre A residencial Heron Marinho



Fonte: www.andrademarinholmf.com.br

A setorização dos ambientes é presente nas plantas, sendo cada apartamento dividido em setor social (sala de jantar e estar), setor de serviços (cozinha, área de serviço, dependência de empregada), setor íntimo (quartos e suítes) e circulação, além da hierarquização de acesso.

Figura 18 - Planta do pavimento tipo - Torre B residencial Heron Marinho



Fonte: www.andrademarinholmf.com.br

Quanto aos espaços coletivos, o empreendimento oferece um grupo de ambientes para lazer e descanso, que seguem o padrão do oferecido pelos demais do mesmo padrão na cidade, são eles: SPA, sauna, *lounge*, sala de massagem, salão de jogos, brinquedoteca, *playground*, salão de jogos, academia, deck, piscina adulta e infantil e bar.

O Mundo Plaza Empresarial é o prédio dedicado ao uso empresarial, com salas que variam entre 42,5m² e 43,5m². O Solar Veronese, da mesma forma, tem seu pavimento tipo apoiado em apartamentos semelhantes no arranjo espacial e setorização dos ambientes (setor social, íntimo, de serviços e circulação), variando apenas na quantidade de quartos e banheiros em cada tipo, e sua área por consequência, apartamentos que vão de 65m² a 117,50m², como exposto na figura 19.

Figura 19 - Planta do pavimento tipo - Torre residencial Mundo Plaza



Fonte: www.frenteiraengenharia.com.br

E em relação aos ambientes comuns, o Solar Veronese também apresenta espaços comuns nos empreendimentos desse padrão: piscina, *playground*, salão de jogos, academia, quadra poliesportiva, espaço *gourmet* e brinquedoteca.

Dessa forma, esse novo tipo de empreendimento, no que diz às torres dedicadas ao uso residencial, não são diferentes do que já é oferecido pelo mercado imobiliário na cidade: apartamentos que variam em área, para atender diferentes famílias e um conjunto de equipamentos coletivos com diferentes usos para entreter os futuros moradores.

4.5.1 Encartes publicitários

Os encartes de publicidade exercem papel fundamental na propagação dessa nova forma de morar, pois encorajam o consumo e apresentam ao possível comprador um novo produto que desperte o desejo da compra, havendo

necessidade ou não. “Assim sendo, a publicidade opera através de imagens e mensagens para reforçar aquelas necessidades, visando atuar na esfera da decisão de comprar” (LOUREIRO; AMORIM, 2005). Segundo Wilk (1997, apud LOUREIRO; AMORIM, 2005) a casa faz parte de um campo social maior e a decisão em comprá-la também está relacionada a outras decisões pessoais e sociais. Baseado nisso, o encarte mostra ao consumidor muito além de apenas o produto em si, mas um lugar perfeito para morar.

Neste trabalho, os encartes foram analisados a partir da definição de atributos, são eles: (a) nome do empreendimento, que evoque temas ou faça referências à diferenciação social; (b) palavras-chave utilizadas, que confira ao prédio alguma característica especial; (c) espaço usado para mostrar área comum e a área privada no encarte, demonstrando qual dos dois a empreendedora quer enfatizar; (d) localização, acentuando as qualidades da vizinhança; e (e) a relação com o entorno, destacando os serviços existentes na área.

Quadro 2 - Ficha de análise dos encartes publicitários
Fonte: Elaborado pela autora, 2017



FICHA DE ANÁLISE	
EMPREDIMENTO	
NOME	
PALAVRAS-CHAVE	
ÁREA COMUM x ÁREA PRIVADA	
LOCALIZAÇÃO	
RELAÇÃO C/ ENTORNO	
OBSERVAÇÕES:	

Com esta tabela, é possível entender a lógica predominante das empresas quando seus encartes publicitários são produzidos, mostrando qual característica do empreendimento elas desejam enfatizar a fim de chamar a atenção de um possível comprador. Para a presente análise, foram escolhidos alguns empreendimentos distribuídos nas três áreas de estudo: Edifícios Ivan Farias, Autro França Premium Residence e Bella Prata Residence, localizados na Prata/Bela Vista; os edifícios Cristiano Lauritzen Residence e Francisco Pinto Residence, localizados no Centro/São José; e os edifícios Mário Lago Residencial, Parco Giardini e Espaço

das Artes localizados no Catolé. A seguir são apresentadas as análises realizadas dos encartes publicitários dos edifícios mencionados.

Edifício Ivan Farias

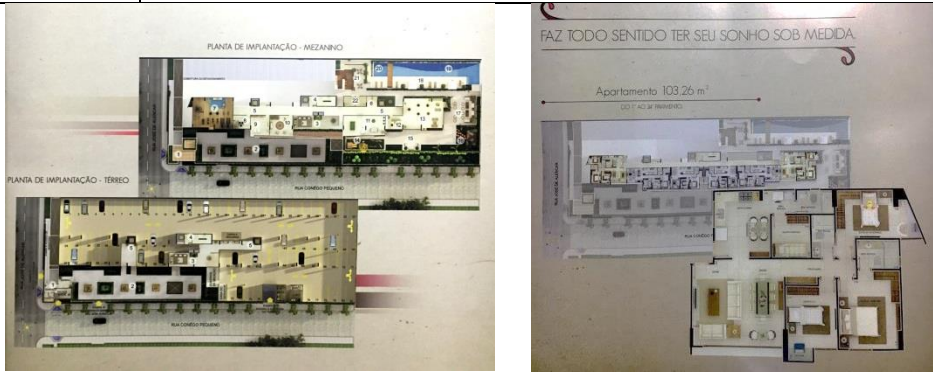
Quadro 3 - Ficha de análise do encarte publicitário do Edifício Ivan Farias
Fonte: Elaborada pela autora, 2016

FICHA DE ANÁLISE	
EMPREENDIMENTO	Edifício Ivan Farias
NOME	Ivan Farias (nome de pessoa)
PALAVRAS-CHAVE	Charmoso; tradicional; conforto; modernidade; segurança; comodidade
ÁREA COMUM x ÁREA PRIVADA	52,94% x 23,52%
LOCALIZAÇÃO	Prata (o coração da cidade);
RELAÇÃO COM ENTORNO	Enfatizada a partir de mapa mostrando a proximidade com alguns equipamentos públicos de importância dentro do bairro: Estadual da Prata; Academia Korpus; Clínica Dr. Wanderley; Feira da Prata, além da proximidade do bairro Centro
 	
OBSERVAÇÕES: segundo a divisão política de bairros de Campina Grande, este empreendimento se localiza no bairro Bela Vista, e não Prata como anunciado no folder.	

No encarte do Edifício Ivan Farias, localizado na Bela Vista, maior parte do encarte se dedica a mostrar a área comum do prédio, com fotos de famílias e frases de efeito com as palavras-chave citadas na tabela e imagens dos ambientes mobiliados, prática recorrente para melhor visualização do possível comprador. Também dedicam duas páginas para ressaltar a o bairro da Prata, historicamente e em todos seus atributos. O interessante deste empreendimento em particular é o fato de que ele não está na Prata, está na Bela Vista, ou seja, a incorporadora desse edifício se apropriou do bairro vizinho para conferir maior *status* ao seu empreendimento. Igualmente destaca o arquiteto da obra, Brilhante filho.

Austro França Premium Residence

Quadro 4 - Ficha de análise do encarte publicitário do Austro França Premium Residence
 Fonte: Elaborada pela autora, 2016

FICHA DE ANÁLISE	
EMPREENHIMENTO	Austro França Premium Residence
NOME	
PALAVRAS-CHAVE	Nobre, clássico, comodidade, bem-estar, segurança, tranquilidade,
ÁREA COMUM x ÁREA PRIVADA	50% x 28,94%
LOCALIZAÇÃO	Prata (nobre e clássico bairro de Campina Grande; enaltece os valores urbanísticos e paisagísticos)
RELAÇÃO C/ ENTORNO	Destaca a Academia Korpus, Centro Médico San Pietro, Hospital Santa Clara, Centro Médico San Raphael, Residencial Ivan Farias, Feira da Prata, Estadual da Prata, Igreja do Rosário
	
OBSERVAÇÕES: segundo a divisão política de bairros de Campina Grande, este empreendimento se localiza no bairro Bela Vista, e não Prata como anunciado no folder.	

Assim como no primeiro encarte, maior parte deste é destinada a apresentar os equipamentos coletivos do prédio através de imagens e frases de efeito para cada ambiente, enfatizando cada palavra-chave. Exalta o bairro da Prata, também historicamente e em seus atributos urbanos e paisagísticos. Da mesma forma do Edifício Ivan Farias, este empreendimento não está localizado na Prata, mas na Bela Vista, então mais uma vez é observado que a incorporadora se apropria dos valores do bairro vizinho para conferir maior status.

Bella Prata Residence

Quadro 5 - Ficha de análise do encarte publicitário do Bella Prata Residence
 Fonte: Elaborada pela autora, 2017

FICHA DE ANÁLISE	
EMPREEDIMENTO	Bella Prata Residence
NOME	
PALAVRAS-CHAVE	Excelência, nobre, conforto, segurança, comodidade
ÁREA COMUM x ÁREA PRIVADA	30% x 50%
LOCALIZAÇÃO	Prata (bairro mais nobre da cidade; localização privilegiada)
RELAÇÃO C/ ENTORNO	Destaca o Colégio Estadual da Prata, Korpus Academia, Igreja do Rosário
	
OBSERVAÇÕES:	

Ao contrário do observado até então, este encarte em particular destaca mais as unidades habitacionais, com imagens dos ambientes mobiliados e decorados, todas as opções de plantas disponíveis para compra e o pavimento tipo. Está localizado no bairro da Prata e se refere ao mesmo como o bairro mais nobre da cidade.

Cristiano Lauritzen Residence

Quadro 6 - Ficha de análise do Cristiano Lauritzen Residence
 Fonte: Elaborada pela autora, 2016

FICHA DE ANÁLISE	
EMPREDIMENTO	Cristiano Lauritzen Residence
NOME	Cristiano Lauritzen: dinamarquês de sangue e paraibano de paixão. Homenagem a um dos prefeitos de CG do século 19.
PALAVRAS-CHAVE	Imponência, sofisticação, classe, praticidade, nobre
ÁREA COMUM x ÁREA PRIVADA	50% x 30%
LOCALIZAÇÃO	Centro (área nobre do centro da cidade; área histórica; Açude Velho), enaltece a localização do prédio, terreno do antigo Baiuka Dreams, ponto de encontro da alta sociedade campinense. Além de ressaltar que
RELAÇÃO C/ ENTORNO	Destaca o Açude Velho, Casa da Cidadania, Korpus Academia, Unesc Faculdades e a Igreja do Carmo
	
OBSERVAÇÕES:	

Neste encarte, as áreas coletivas são mais enfatizadas do que as unidades habitacionais. Neste caso específico, grande destaque é dado ao nome do empreendimento, proveniente do dinamarquês Cristiano Lauritzen, prefeito de Campina Grande por 19 anos no século XX. Também é enfocada a localização do edifício, terreno do antigo Baiuka Dreams, “ponto de encontro da alta sociedade campinense”, como citado no encarte, além das características históricas do bairro do Centro e todo status que isso lhe confere.

Francisco Pinto Residence

Quadro 7 - Ficha de análise do Francisco Pinto Residence
 Fonte: Elaborada pela autora, 2016

FICHA DE ANÁLISE	
EMPREEDIMENTO	Francisco Pinto Residence
NOME	Homenagem ao Doutor Francisco Pinto, médico oftalmologista com participação no curso de Medicina em Campina Grande.
PALAVRAS-CHAVE	Classe, estilo, bom gosto
ÁREA COMUM x ÁREA PRIVADA	30% x 20%
LOCALIZAÇÃO	Centro (centro de tudo), perto de tudo que você precisa
RELAÇÃO C/ ENTORNO	Destaca o Açude Velho, Casa da Cidadania, Parque da Criança, Açude Novo, Parque do povo.
	
OBSERVAÇÕES: Enfatiza a figura por trás do nome do empreendimento, o médico Francisco Pinto	

Assim como o encarte anterior, este do Francisco Pinto Residence destaca os espaços coletivos em detrimento das unidades habitacionais, com mais imagens ilustrativas sobre a área de lazer do prédio. Mais uma vez é observado o realce ao nome do empreendimento, homenagem a uma figura pública de importância na história de Campina Grande, o médico oftalmologista Francisco Pinto. No encarte é dedicada uma página para falar dele e de sua trajetória na cidade. Faz apenas uma referência à localização além do mapa, referindo ao bairro do Centro como “centro de tudo”.

Mário Lago Residencial


Quadro 8 - Ficha de análise do Mário Lago Residencial
Fonte: Elaborada pela autora, 2016

FICHA DE ANÁLISE	
EMPREDIMENTO	Mário Lago Residencial
NOME	Faz menção ao advogado, poeta, radialista, compositor e ator Mário Lago
PALAVRAS-CHAVE	Comodidade, sofisticação, bem-estar, intensamente
ÁREA COMUM x ÁREA PRIVADA	72,22% x 11,11%
LOCALIZAÇÃO	Catolé (localização privilegiada no coração do Catolé)
RELAÇÃO C/ ENTORNO	Destaca o Colégio Motiva Ambiental e o Shopping Luiza Motta
OBSERVAÇÕES: não apresenta as opções de plantas-baixas no encarte	

Este encarte em particular dá quase 75% do seu espaço aos equipamentos coletivos, através de imagens ilustrativas para cada ambiente. Ao falar das unidades habitacionais, pouca importância é dada, pois apenas imagens dos ambientes decorados são exibidas, sem nenhuma referência à planta-baixa para visualização da unidade como um todo, somente a variância de áreas é citada. O nome do empreendimento provém do ator e radialista Mário Lago. Está situado no Catolé e se refere à a sua localização como o “coração do Catolé”.

Parco Giardini

Quadro 9 - Ficha de análise do Parco Giardini
 Fonte: Elaborada pela autora, 2016

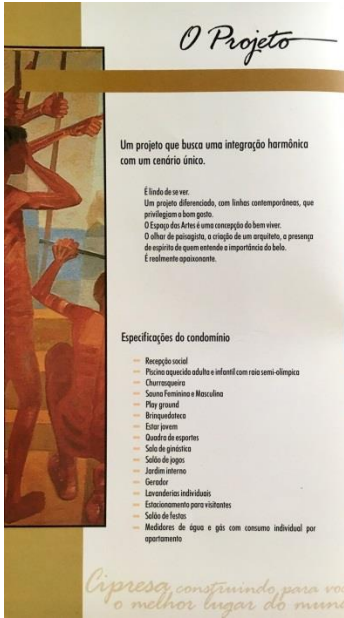
FICHA DE ANÁLISE	
EMPREDIMENTO	Parco Giardini
NOME	Nome em italiano
PALAVRAS-CHAVE	Excelente
ÁREA COMUM x ÁREA PRIVADA	50% x 50%
LOCALIZAÇÃO	Catolé (excelente localização em frente ao Parque da Criança)
RELAÇÃO C/ ENTORNO	Ilustra através de um mapa a proximidade com o Parque da Criança e o Açude Velho
	
OBSERVAÇÕES:	

Contrariando os encartes já estudados até agora, este mostra os ambientes coletivos na mesma proporção que apresenta as unidades habitacionais. Apresenta os primeiros através de imagens ilustrativas dos mesmos decorados e os apartamentos por meio das plantas-baixas humanizadas de todas as opções disponíveis de áreas. Usa apenas o Parque da Criança como ponto marcante dentro da sua localização no bairro do Catolé.

Espaço das Artes

Quadro 10 - Ficha de análise do Condomínio Espaço das Artes
Fonte: Elaborada pela autora, 2016

FICHA DE ANÁLISE	
EMPREDIMENTO	Condomínio Espaço das Artes
NOME	Pablo Picasso e Cândido Portinari – nome de dois artistas
PALAVRAS-CHAVE	Morar bem, privilegiada, tranquilidade, privilegiada, maravilhosa, arrojado, personalidade.
ÁREA COMUM x ÁREA PRIVADA	50% x 50%
LOCALIZAÇÃO	Catolé (localização privilegiada, com fácil acesso, próxima aos melhores colégios, dos shoppings)
RELAÇÃO C/ ENTORNO	Enfatiza a proximidade de vários equipamentos de comércio e serviço; mostra através de mapa esses equipamentos.



O Projeto

Um projeto que busca uma integração harmônica com um cenário único.

É lindo de se ver. Um projeto diferenciado, com linhas contemporâneas, que privilegia o bem viver.

O Espaço das Artes é uma concepção do bem viver. O olhar do arquiteto, a criação de um arquiteto, a presença do espírito de quem entende a importância da vida. É o momento apaixonante.

Especificações do condomínio

- Recepção social
- Piscina aquecida adulta e infantil com rede semi-olímpica
- Churrasqueira
- Sacos Feminino e Masculino
- Play ground
- Brinquedoteca
- Estar juvenil
- Quadra de esportes
- Sala de ginástica
- Salão de jogos
- Jardim interno
- Gerador
- Lavanderias individuais
- Estacionamento para visitantes
- Salões de festas
- Medidores de água e gás com consumo individual por apartamento

Cipress, construindo para você o melhor lugar do mundo



O Espaço

Cândido Portinari

Área de 142,00 M²

Área de 137,35 M²

Pablo Picasso

Área de 137,35 M²

Área de 114,30 M²



Para aproveitar os dias ensolarados, um ambiente agradável e descontraído. Assim, no Espaço das Artes você vai se divertir com a família e amigos em uma piscina aquecida e com rede semi-olímpica. É um grande área de lazer com design inspirado na natureza para proporcionar momentos inesquecíveis.

Salão de festas

Brinquedoteca

Piscina aquecida

Academia de Espaço das Artes

OBSERVAÇÕES:

Este último encarte é do empreendimento Espaço das Artes que possui duas torres: Pablo Picasso e Cândido Portinari, nomes de dois artistas conhecidos. Por causa disso, todo o encarte traz nele figuras e imagens das obras dos mesmos, enfatizando o conceito de arte dado pelos empreendedores. Ele ilustra de forma equilibrada tanto os equipamentos coletivos, através de imagens ilustrativas dos ambientes mobiliados e textos, como os apartamentos, com imagens humanizadas e as plantas-baixas disponíveis para compra.

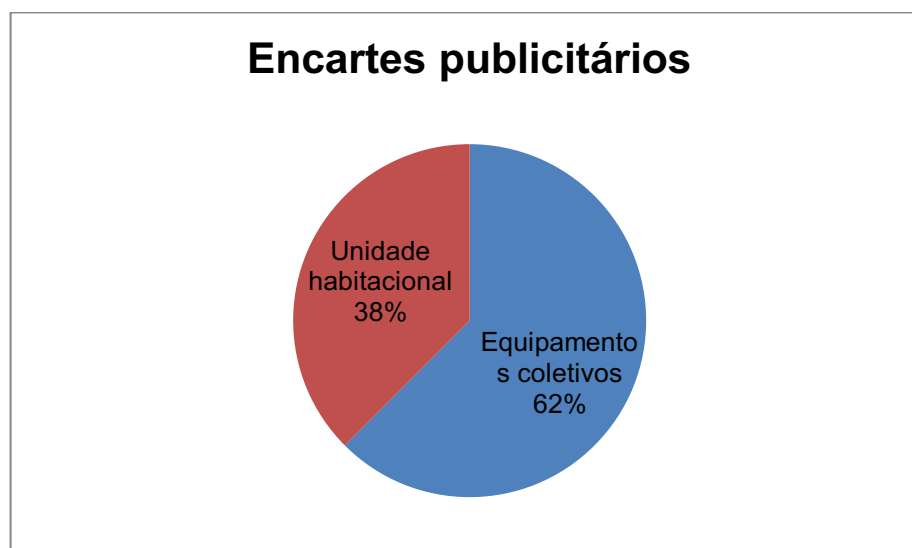
4.5.2 Considerações gerais sobre os encartes

Analisando todos os encartes recolhidos para este trabalho é possível estabelecer alguns padrões, ou seja, características recorrentes empregadas pelas incorporadoras com o objetivo de ilustrar o desejado para o futuro cliente.

Todos os encartes utilizam de palavras-chave e frases de efeito para exemplificar o que a empresa empreendedora deseja passar para o cliente acerca da experiência de morar no edifício. São palavras que remetem ao modo de vida, *status* e localização acerca daquele prédio em específico e à vida do possível morador no geral.

A maioria dos encartes dedica mais espaço aos ambientes coletivos, por meio de imagens ilustrativas dos mesmos e frases que elucidam a proposta do ambiente, reforçando a ideia de Loureiro e Amorim (2005), já citado anteriormente, que esses equipamentos tornam o programa arquitetônico mais complexo e dá a possibilidade ao morador de estender suas atividades além do limite do apartamento.

Gráfico 3 - Porcentagem do assunto mais enfatizado pela incorporadora no encarte publicitário



Fonte: Elaborado pela autora, 2017

Em relação à localização é predominante o uso de termos que enaltecem a mesma, trazendo os serviços e equipamentos públicos como referência e como ponto positivo daquele empreendimento. Também é destacado no mapa de localização, os serviços e comércio existentes na proximidade, nome das ruas acompanhado de frases como “no coração do Catolé”, “excelente localização”.

Também é possível analisá-las em função do bairro onde estão localizadas. Quanto ao bairro da Prata, que abrange também a Bela Vista, os equipamentos mais citados nos encartes analisados são a Korpus Academia, Colégio Estadual da Prata, Igreja do Rosário e a Feira da Prata. O termo “nobre” é comum a todos, sendo também ressaltado nos encartes o fato dos bairros serem próximos do Centro. Para o Centro, o termo “classe” é o que predomina nos encartes, assim como a proximidade com o Açude Velho, elemento carregado de valor paisagístico, e da Casa da Cidadania. De forma direta e indireta, o bairro é caracterizado pela presença de inúmeros estabelecimentos de comércio e serviço. No tocante ao Catolé, a existência dos *shoppings centers* e de um dos maiores colégios particulares da cidade são citados nos encartes publicitários.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após as análises feitas ao longo deste trabalho, conclui-se que a verticalização na cidade de Campina Grande é um processo que tende a continuar, especialmente nos bairros em estudo, pois são áreas com atrativos para as empresas incorporadoras e para a população no geral que deseja comprar um imóvel, pois oferecem equipamentos de comércio, serviço, o status de boa localização e elementos paisagísticos que enaltecem ainda mais cada bairro.

Fez-se possível também compreender que no tocante a tipologia estudada, de torres residenciais, os empreendimentos seguem um padrão tanto no que diz respeito às unidades habitacionais, como aos ambientes coletivos do prédio, nas áreas, tipos e quantidades dos mesmos. Os apartamentos seguem a setorização de ambientes em setor social, de serviço e íntimo, com áreas que variam entre 80m² a 130m². Além do apartamento comum, os empreendimentos têm trazido em seu projeto as coberturas, uma unidade habitacional com maior área no último andar do prédio, com um programa arquitetônico mais complexo, com destaque ao setor social.

Quanto ao mercado imobiliário atuante em Campina Grande, observa-se que ele apresenta preferências quanto ao bairro onde construir essa nova forma de morar, especialmente os bairros em estudo. A Prata e o Catolé por serem bairros que possuem um leque desses equipamentos e *status* social e o Centro por ser um bairro histórico e tradicional da cidade, além de ter o comércio ainda ativo.

Este mercado também usa o encarte publicitário para exaltar determinadas características que eles entendem chamar mais atenção do comprador, por meio de imagens ilustrativas das unidades habitacionais e dos equipamentos de lazer oferecidos pelo empreendimento, sendo este último o mais enfatizado nos encartes, ou seja, funciona como estratégia de *marketing*, mostrando que essas áreas funcionam como extensão do apartamento e *status* social, além de representar maior lucro para a empresa incorporadora.

Por fim, os resultados apresentados apontam que existe uma estreita relação entre o mercado com o produto oferecido para venda, uma vez que ele incentiva essa nova forma de morar, apresentando ao possível comprador um produto novo

usando os encartes publicitários em seu favor, enaltecendo as características que acredita funcionar melhor como estratégia de *marketing*. Além disso, a nova tendência citada no trabalho pode estabelecer-se na cidade, criando mais uma tipologia de moradia que reúne dentro do empreendimento todos os valores subjetivos e objetivos que são encontrados nos arredores da construção, agora dentro do terreno.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Adauto Gomes. Mercado imobiliário, dinâmica urbana e simulação da natureza: os condomínios horizontais e verticais em Campina Grande (PB). **Anais XVI Encontro Nacional de Geógrafos**. Porto Alegre, 2010.

BARRETO, Cláudia Gonçalves Paes. **Renda fundiária, legislação urbanística, disputa de usos do solo**: a transformação da Avenida 17 de Agosto em eixo comercial ao longo da última década. 2012. 177 p. Dissertação (Mestre em Desenvolvimento Urbano) - Curso de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2012.

BITTENCOURT, Leonardo. Meu, dele ou de outros? Especulações sobre o desejo no projeto arquitetônico. In: LEITÃO, Lúcia; AMORIM, Luiz (Org.). **A Casa Nossa de Cada Dia**. 2 ed. Recife: Editora universitária UFPE, 2007. Cap. 8, p. 151-173.

BONATES, Mariana Fialho. **Leis que (des)orientam o processo de verticalização**: Transformações urbanas em Campina Grande à revelia da legislação urbanística. Disponível em: <<http://eventos.filo.uba.ar/index.php/geocritica/2010/paper/view/517>> Acesso em: 09 out. 2016. In Colóquio Internacional de Geocrítica, 2010, Buenos Aires.

BOTELHO, Adriano. **O urbano em fragmentos**: a produção do espaço e da moradia pelas práticas do setor imobiliário. São Paulo: Annablume; FAFESP, 2007. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=aSFBlv9b_IUC&hl=pt-BR&source=gbs_slider_cls_metadata_0_mylibrary> Acesso em: 19 out. 2016.

CALDEIRA, Teresa. **Cidade de muros: crime, segregação e cidadania em São Paulo**. São: Editora 34, 2000. 340 p. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/crizmqc/caldeira-teresa-cidade-de-muros>>. Acesso em: 01 nov. 2016.

CAMBOIM, I. L. M.; BONATES, M. F. As dinâmicas do processo de verticalização: a reinvenção da paisagem urbana de Campina Grande – PB. **VII Congresso de Iniciação científica da Universidade Federal de Campina Grande**. Campina Grande, 2010.

CASARIL, Carlos Cassemiro; TÖWS, Ricardo Luiz; MENDES, Cesar Miranda. **Arranha-céus: evolução e materialidade na urbanização mundial**. Textos especiais Arquitectos, n.133. São Paul, Portal: Vitruvius, jun. 2011. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitectos/12.133/3947>> Acesso em 01 dez. de 2016

CAVALCANTI, Marília Soares. **As inovações da oferta imobiliária no produto residencial: um estudo sobre os condomínios resorts no Recife**. 2011. 179 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2011.

COELHO, Suely dos Santos. Elementos de valorização imobiliária em conjuntos habitacionais verticalizados: o caso de Cajazeiras V e XI em Salvador-BA. In: SERPA, Angelo (org.). **Cidade Popular: trama de relações sócio-espaciais**. Salvador: EDUFBA, 2007.

CORRÊA, Roberto Lobato. **O Espaço Urbano**. São Paulo: Ática S.A., 1989. 85 p.

COSTA, Leonardo Barboza da. **Estruturação da cidade de Campina Grande: As estratégias e intencionalidade do mercado imobiliário**. 2013. 194 f. Dissertação (Programa de pós-graduação em Geografia) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2013.

CRUZ, Patrícia Fernanda de Sousa. **Reestruturação urbana em Petrolina (PE): Um Olhar A partir da Implantação dos Novos Produtos Imobiliários**. 2013. 167 p. Dissertação (Mestre em Planejamento Urbano e Regional) - Faculdade de Arquitetura, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

DACANAL, Cristiane. **Acesso restrito: reflexões sobre a qualidade ambiental percebida por habitantes de condomínios horinztais**. 2004. 192 p. Dissertação (Mestre em Geografia) - Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2004.

LACERDA, N. A produção social dos interesses fundiários e imobiliários. **Caderno CRH** (UFBA. Impresso), v. 1, p. 221-243, 1997.

LEAL, Suely Maria Ribeiro; BRITO, Cristóvão de Souza; LEÃO JÚNIOR, Fernando Pontual de Souza. Do rentista patrimonial ao empresarial-concorrencial e ao

mercado imobiliário oligomonopolista na região metropolitana do Recife. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL, 2009, Santa Catarina. **ENAnpur**. Santa Catarina: [s.n.], 2009. 21 p.

LEFEVBRE, Henri. **O direito à cidade**. 5. ed. São Paulo: Centauro, 2008. 141 p.

LOUREIRO, Claudia; AMORIM, Luiz. **Dize-me teu nome, tua altura e onde moras e te direi quem és**: estratégias de marketing e a criação da casa ideal – parte 1. Textos especiais Arqtextos, n. 281. São Paulo, Portal Vitruvius, fev. 2005. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/arqtextos/arq000/esp281.asp>> Acesso em: 10 out. de 2016.

LOUREIRO, Claudia; AMORIM, Luiz. **Dize-me teu nome, tua altura e onde moras e te direi quem és**: estratégias de marketing e a criação da casa ideal – parte 2. Textos especiais Arqtextos, n. 286. São Paulo, Portal Vitruvius, fev. 2005. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/arqtextos/arq000/esp286.asp>> Acesso em: 10 out. de 2016.

MACIEL, Carlos Alberto. **Arquitetura da construção e mercado imobiliário** ou a arte de construir cidades insustentáveis. Textos especiais Arqtextos, n. 163. São Paulo, Portal Vitruvius, dez. 2013. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arqtextos/14.163/4986>> Acesso em: 04 set. de 2016.

MAIA, Doralice Sátyro. **A Periferização e a fragmentação da cidade**: loteamentos fechados, conjuntos habitacionais populares e loteamentos irregulares na cidade de Campina Grande-PB, Brasil. Disponível em: <http://www.ccen.ufpb.br/ppgg/contents/producao-docente/doralice-satyro-maia/a-periferizacao-e-a-fragmentacao-da-cidade_-loteamentos-fechados-conjuntos-habitacionais-populares-e-loteamentos-irregulares-na-cidade-de-campina-grande-pb-brasil.html> Acesso em 06 fev. 2017.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE. Lei complementar nº 003, de 09 de outubro de 2006. Promove a revisão do Plano Diretor do município de Campina Grande.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINA GRANDE. Lei nº 4.130, de 07 de agosto de 2003. Código de Obras. Dispõe sobre o disciplinamento geral e específico dos projetos e execuções de obras e instalações de natureza técnica, estrutural e funcional de Campina Grande e dá outras providências.

RAMIRES, J. C. L.. O processo de verticalização das cidades brasileiras. **Boletim de Geografia**, Maringá, v. 16, n.1, p. 97-105, 1998.

SAHR, Cicilian Luiza Lowen et al. Dimensões de análise da verticalização: exemplos da cidade média de ponta grossa/pr. **Revista de História Regional**, Ponta Grossa, v. 5, n. 1, p.9-36, 2000.

SILVA, Geovanny Jessé Alexandre da; SILVA, Milena Dutra da; SILVEIRA, José Augusto Ribeiro da (Org.). **Lugares e suas interfaces urbanas: transformações urbanas e periferação**. João Pessoa: Paraiboa, 2016. 400 p.

SOBARZO, O. **Os espaços da sociabilidade segmentada: a produção do espaço público em Presidente Prudente – SP**. 2004. Tese (Doutorado em Geografia) – Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente.

VALENÇA, Márcio Moraes. Habitação: notas sobre a natureza de uma mercadoria peculiar. **Cadernos Metrôpoles**, [S.l.], p. 165-171, set. 2003.

VAZ, Lilian Fessler. Dos cortiços às favelas e aos edifícios de apartamentos - a modernização da moradia no Rio de Janeiro. In: VAZ, Lilian Fessler. **Análise Social**. 3. ed. São Paulo: Faperj, 1994. p. 581-597.

VILLA, Simone Barbosa. A arquitetura e o mercado imobiliário: análise da produção de apartamentos recentes na cidade de São Paulo. In: I **Conferência Latino-americana de Construção Sustentável, X Encontro Nacional de Tecnologia do Ambiente Construído**. São Paulo, 2004.

VILLA, Simone Barbosa. **Morar em apartamentos: A produção dos espaços privados e semi-privados nos edifícios ofertados pelo mercado imobiliário no século XXI em São Paulo e seus impactos na cidade de Ribeirão Preto. Critérios para avaliação pós-ocupação**. 2008. 352 f. Tese (Doutorado) - Curso de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

APÊNDICE

APÊNDICE A - FICHAS DE CARACTERIZAÇÃO

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO				
NOME	Edifício Ivan Farias			
ENDEREÇO	Rua Rodrigues Alves, 1000, Bela Vista			
ANO DE ENTREGA	2014			
ÁREA CONSTRUÍDA	Total			
	Comum			
	Unidade	Tipo 1	136,92m ²	
		Tipo 2	89,28m ²	
Tipo 3		113m ²		
GABARITO/Nº DE PAVIMENTOS	25 pavimentos			
PROGRAMA	Área de lazer	Praça das crianças, SPA, piscina adulto, piscina infantil, quadra, espaço multiuso, espaço gourmet, salão de festas, hall social, brinquedoteca, salão de jogos, academia.		
	Unidades	Tipo 1	Sala de jantar; sala de estar, espaço gourmet; lavabo, 3 suítes; cozinha; área de serviço; D.C.E.	
		Tipo 2	Sala de jantar; sala de estar, 2 dormitórios; cozinha; WC Social; área de serviço	
		Tipo 3	Sala de jantar; sala de estar, espaço gourmet; lavabo, 1 suíte; 1 suíte reversível; 1 dormitório; cozinha; área de serviço; D.C.E.	
SITUAÇÃO DA OBRA	Concluída			
ARQUITETO	Brilhante Filho			
INCORPORADORA	Andrade Marinho LMF			

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO				
NOME	Austro França			
ENDEREÇO	Rua Cônego Pequeno, Prata			
ANO DE ENTREGA	2017			
ÁREA CONSTRUÍDA	Total			
	Comum			
	Unidade	Tipo 1	103,26 ²	
		Tipo 2	95,41m ²	
		Tipo 3	87,26m ²	
		Tipo 4	73m ²	
		Tipo 5	135,22m ²	
Tipo 6		168,44m ²		
GABARITO/Nº DE PAVIMENTOS	25 pavimentos			
PROGRAMA	Área de lazer	Praça, hall social, espaço fitness, espaço mulher, espaço zen, brinquedoteca, play kids, piscina adulto, piscina infantil, salão de jogos, lan house, espaço gourmet, salão de festas.		
	Unidades	Tipo 1	Copa/cozinha; sala de estar; sala de jantar; área de serviço, BWC serviço; quarto de serviço; 1 quarto, 1 suíte, 1 quarto reversível; 1 BWC social	
		Tipo 2	Sala de jantar; sala de estar; copa/cozinha; área de serviço, BWC de serviço; 2 quartos; 1 suíte; 1 BWC social	
		Tipo 3	sala de estar; sala de jantar; copa/cozinha; área de serviço; 2 quartos; 1 suíte; 1 BWC social	
		Tipo 4	Sala de jantar; sala de estar; copa/cozinha; área de serviço; 1 quarto; 1 suíte; 1 BWC social	
		Tipo 5	Sala de jantar; sala de estar; varanda; lavabo; copa/cozinha; área de serviço; quarto de serviço; BWC de serviço; 3 suítes	
		Tipo 6	Sala de jantar; sala de estar; copa/cozinha; área de serviço; quarto de serviço; BWC de serviço; lavabo; espaço gourmet; 3 suítes	
SITUAÇÃO DA OBRA	Em andamento			
ARQUITETO				
INCORPORADORA	Andrade Marinho LMF			

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO				
NOME	Vivant Club Residence			
ENDEREÇO	Rua Antônio de Souza Lopes, Catolé			
ANO DE ENTREGA	2014			
ÁREA CONSTRUÍDA	Total			
	Comum	3500m ²		
	Unidade	Tipo 1	97,64m ²	
		Tipo 2	81,33m ²	
		Tipo 3	113,11m ²	
Tipo 4		137,73m ²		
GABARITO/Nº DE PAVIMENTOS	(3 torres) 21 e 25 pavimentos			
PROGRAMA	Área de lazer	Academia; piscina adulto; piscina infantil; sala de música; espaço gourmet; espaço mulher; espaço kids; salão de festas; sala de jogos; quadra; playground		
	Unidades	Tipo 1	Sala de jantar; sala de estar; copa/cozinha; área de serviço, BWC de serviço, dependência; 2 quartos; 1 BWC social; 1 suíte	
		Tipo 2	Sala de jantar; sala de estar; copa/cozinha; área de serviço; 2 quartos; 1 BWC social; 1 suíte	
		Tipo 3	Sala de jantar; sala de estar; copa/cozinha; área de serviço, BWC de serviço, dependência; 1 quarto, 1 BWC social; 2 suítes	
		Tipo 4	Sala de jantar; sala de estar; copa/cozinha; área de serviço; BWC serviço, dependência; 4 suítes	
SITUAÇÃO DA OBRA	Concluída			
ARQUITETO	Brilhante Filho			
INCORPORADORA	Andrade Marinho LMF			

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO				
NOME	Espaço das Artes			
ENDEREÇO	Rua Basílio Araújo, Catolé			
ANO DE ENTREGA	2011			
ÁREA CONSTRUÍDA	Total			
	Comum			
	Unidade	Tipo 1	142m ²	
		Tipo 2	151m ²	
		Tipo 3	137,35m ²	
Tipo 4		114,30m ²		
GABARITO/Nº DE PAVIMENTOS	(2 torres) 23 e 20 pavimentos			
PROGRAMA	Área de lazer	Academia; piscina adulto; piscina infantil; sauna feminina; sauna masculina; playground; brinquedoteca; estar jovem; quadra de esportes; salão de jogos; salão de festas; lavanderia		
	Unidades	Tipo 1	Sala de jantar; sala de estar; varanda; 2 suítes; 1 quarto; 1 BWC social; copa/cozinha; área de serviço; D.C.E. reversível para escritório; 1 BWC de serviço	
		Tipo 2	Sala de jantar, sala de estar, varanda; 2 suítes; 1 quarto; 1 BWC social; cozinha; área de serviço; D.C.E. reversível para escritório; 1 BWC de serviço	
		Tipo 3	Sala de jantar; sala de estar; varanda; 2 quartos; 1 suíte; cozinha; área de serviço; 1 BWC social; dependência de empregada reversível; 1 BWC de serviço	
		Tipo 4	Sala de jantar; sala de estar; varanda; 2 quartos; 1 suíte; cozinha; área de serviço; 1 BWC social; 1 BWC de serviço	
SITUAÇÃO DA OBRA	Concluída			
ARQUITETO	Brilhante Filho			
INCORPORADORA	Cipresa			

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO				
NOME	Residencial Francisco Pinto			
ENDEREÇO	Rua Desembargador Trindade, Centro			
ANO DE APROVAÇÃO	2012			
ÁREA CONSTRUÍDA	Total			
	Comum			
	Unidade	Tipo 1	108,30m ²	
		Tipo 2	141m ²	
Tipo 3		107,86m ²		
GABARITO/Nº DE PAVIMENTOS	22 pavimentos			
PROGRAMA	Área de lazer	Piscina; playground; quadra; brinquedoteca; espaço cyber; espaço mulher; salão de festas; salão de jogos; home-cinema; varanda jogos		
	Unidades	Tipo 1	Sala de estar; sala de jantar; copa/cozinha; área de serviço; dependência; BWC de serviço; varanda; 2 quartos; BWC social; 1 suíte	
		Tipo 2	Sala de jantar; sala de estar; varanda social; copa/cozinha; área de serviço; dependência; BWC de serviço; home office; 1 quarto; 1 BWC social; 2 suítes	
		Tipo 3	Sala de jantar; sala de estar; varanda; copa/cozinha; área de serviço; dependência; BWC de serviço; 2 quartos; 1 BWC social; 1 suíte	
SITUAÇÃO DA OBRA	Concluída			
ARQUITETO	Vilanova Arquitetura			
INCORPORADORA	Ourovel			

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO				
NOME	Residencial Cristiano Lauritzen			
ENDEREÇO	Rua Desembargador Trindade, Centro			
ANO DE ENTREGA				
ÁREA CONSTRUÍDA	Total			
	Comum			
	Unidade	Tipo 1	114,22m ²	
		Tipo 2	118,32m ²	
		Tipo 3	124,78m ²	
		Tipo 4	164,43m ²	
Tipo 5		206,42m ²		
GABARITO/Nº DE PAVIMENTOS	29 pavimentos			
PROGRAMA	Área de lazer	Piscina; playground; quadra; brinquedoteca; espaço cyber; salão de festas; salão de jogos; home-cinema; spa		
	Unidades	Tipo 1	Sala de jantar; sala de estar; varanda; cozinha, área de serviço; quarto de serviço; BWC de serviço; 02 quartos, 01 suíte; 01 BWC social	
		Tipo 2	Sala de jantar; sala de estar; varanda; cozinha, área de serviço; quarto de serviço; BWC de serviço; 02 quartos, 01 suíte; 01 BWC social	
		Tipo 3	Sala de jantar; sala de estar; varanda; cozinha, área de serviço; quarto de serviço; BWC de serviço; 02 quartos, 01 suíte; 01 BWC social	
		Tipo 4	Sala de estar; sala de jantar; espaço gourmet; cozinha; área de serviço; quarto de serviço; BWC de serviço; 03 suítes; 01 lavabo	
		Tipo 5	Sala de estar; sala de jantar; espaço gourmet; deck; BWC externo; cozinha; área de serviço; quarto de serviço; BWC de serviço; 03 suítes; 01 quarto; BWC social	
SITUAÇÃO DA OBRA	Concluída			
ARQUITETO	Vilanova Arquitetura			
INCORPORADORA	Ourovel			

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO				
NOME	Parco Giardini			
ENDEREÇO	Rua Inácio Pedro Diniz, Catolé			
ANO DE ENTREGA	-			
ÁREA CONSTRUÍDA	Total	-		
	Comum	-		
	Unidade	Tipo 1	96,10 m ²	
		Tipo 2	117m ²	
		Tipo 3	134,85m ²	
		Tipo 4 (cobertura)	172,03m ²	
Tipo 5 (cobertura)		181,22m ²		
GABARITO/Nº DE PAVIMENTOS	21 pavimentos			
PROGRAMA	Área de lazer	Piscina; salão de festas; espaço mulher; salão de jogos; lan house; espaço fitness; playground; kids place; espaço gourmet; churrasqueira; spa		
	Unidades	Tipo 1	Sala de estar; sala de jantar; varanda; copa/cozinha; área de serviço; BWC de serviço; 01 suíte; 01 suíte reversível; 01 quarto; 01 BWC social	
		Tipo 2	Sala de estar; sala de jantar; varanda; copa/cozinha; área de serviço; quarto de serviço; BWC de serviço; 01 suíte; 01 suíte reversível; 01 quarto; 01 BWC social	
		Tipo 3	Sala de estar; sala de jantar; varanda; copa/cozinha; área de serviço; quarto de serviço; BWC de serviço; 01 suíte; 01 suíte reversível; 01 quarto; 01 BWC social	
		Tipo 4 (cobertura)	Sala de estar; sala de jantar; varanda/espaço gourmet; deck; copa/cozinha; área de serviço; quarto de serviço; BWC de serviço; 01 lavabo; 03 suítes	
		Tipo 5 (cobertura)	Sala de estar; sala de jantar; varanda/espaço gourmet; deck; copa/cozinha; área de serviço; quarto de serviço; BWC de serviço; 01 lavabo; 03 suítes	
SITUAÇÃO DA OBRA	Em construção			
ARQUITETO				
INCORPORADORA	WB Empreendimentos			

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO				
NOME	Mário Lago Residencial			
ENDEREÇO	Rua Aluísio Cunha Lima, Catolé			
ANO DE ENTREGA	-			
ÁREA CONSTRUÍDA	Total			
	Comum			
	Unidade	Tipo 1	122,14m ²	
		Tipo 2	165,20m ²	
		Tipo 3 (cobertura)	234,30m ²	
Tipo 4 (cobertura)		250,53m ²		
GABARITO/Nº DE PAVIMENTOS	31 pavimentos			
PROGRAMA	Área de lazer	Piscina; playground; quadra; brinquedoteca; espaço mulher; salão de festas; salão de jogos; academia; lavanderia; spa; espaço gourmet; home cinema; espaço kids; mini campo; quadra poliesportiva		
	Unidades	Tipo 1	Sala de jantar; sala de estar; varanda; cozinha; área de serviço; BWC de serviço; 03 suítes; 01 lavabo	
		Tipo 2	Sala de jantar; sala de estar; varanda; cozinha; área de serviço; quarto de serviço; BWC de serviço; 03 suítes; 01 quarto; 01 BWC social	
		Tipo 3 (cobertura)	Sala de jantar; sala de estar; terraço coberto; terraço descoberto; cozinha; área de serviço; quarto de serviço; BWC de serviço; 01 lavabo; 04 suítes	
		Tipo 4 (cobertura)	Sala de jantar; sala de estar; terraço coberto; terraço descoberto; cozinha; área de serviço; quarto de serviço; BWC de serviço; 01 lavabo; 04 suítes	
SITUAÇÃO DA OBRA	Em construção			
ARQUITETO	-			
INCORPORADORA	Ourovel			

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO	
NOME	Residencial Castelo da Prata
ENDEREÇO	Rua Rodrigues Alves
ANO DE ENTREGA	2014
GABARITO/Nº DE PAVIMENTOS	21 pavimentos
SITUAÇÃO DA OBRA	Concluída
ARQUITETO	
INCORPORADORA	Fronteira Engenharia

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO	
NOME	Solar da Serra
ENDEREÇO	Rua Desembargador Trindade, Centro
ANO DE ENTREGA	2012
GABARITO/Nº DE PAVIMENTOS	24 pavimentos
SITUAÇÃO DA OBRA	Concluída
ARQUITETO	
INCORPORADORA	Fronteira Engenharia

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO	
NOME	Solar Nobre
ENDEREÇO	Rua Desembargador Trindade, Centro
ANO DE ENTREGA	2010
GABARITO/Nº DE PAVIMENTOS	25 pavimentos
SITUAÇÃO DA OBRA	Concluída
ARQUITETO	
INCORPORADORA	Fronteira Engenharia

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO	
NOME	Solar das Acácias
ENDEREÇO	Rua Desembargador Trindade, Centro
ANO DE ENTREGA	2010
GABARITO/Nº DE PAVIMENTOS	32 pavimentos
SITUAÇÃO DA OBRA	Concluída
ARQUITETO	
INCORPORADORA	Fronteira Engenharia

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO	
NOME	Lux Residence Club
ENDEREÇO	Rua Aluísio Cunha Lima, Catolé
ANO DE ENTREGA	2009
GABARITO/Nº DE PAVIMENTOS	25 pavimentos
SITUAÇÃO DA OBRA	Concluída
ARQUITETO	Brilhante Filho
INCORPORADORA	Fronteira Engenharia

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO	
NOME	Unique
ENDEREÇO	Rua Antônio de Souza Lopes, Catolé
ANO DE ENTREGA	2010
GABARITO/Nº DE PAVIMENTOS	20 pavimentos
SITUAÇÃO DA OBRA	Concluída
ARQUITETO	Brilhante Filho
INCORPORADORA	Andrade Marinho LMF

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO	
NOME	Palazzo Dão Silvera
ENDEREÇO	Rua Lino Gomes da Silva, São José
ANO DE ENTREGA	2012
GABARITO/Nº DE PAVIMENTOS	18 pavimentos
SITUAÇÃO DA OBRA	Concluída
ARQUITETO	
INCORPORADORA	Massai