

14ª Conferência Internacional da LARES

Edifício Manchete, Rio de Janeiro - Brasil
18, 19 e 20 de Setembro de 2014



Habitação Vertical Privada e o Mercado Imobiliário em São Paulo: Dois Períodos, Dois Casos Dissidentes | Formaespço e Idea!Zarvos

Priscylla Nose de Lima

Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo – FAU USP
Av. Rebouças, 1490 – ap. 153 – Pinheiros, São Paulo
Brasil
e-mail: limapri@uol.com.br

RESUMO

Este artigo apresenta o estudo da produção de edifícios residenciais verticais privados na cidade de São Paulo em dois períodos da história; entre as décadas de 60 e 70 do século 20 e a primeira década do século 21. Dois períodos que apresentaram propostas de destaque dentro do mercado imobiliário mostrando um novo olhar frente à produção da arquitetura. Examinou, além dos aspectos conceituais que os definiram como obras singulares no conjunto da produção imobiliária privada, quais foram os aspectos estruturais que estavam por trás desta iniciativa: quem são seus agentes, quais as motivações financeiras e eventuais aspectos culturais que definiram uma nova perspectiva sobre a produção desta arquitetura. Os aspectos considerados para a análise e avaliação dos resultados, referiram-se não só a estrutura de linguagem renovadora, mas também sobre outras eventuais conquistas relativas à reconfiguração da espacialidade, flexibilidade de plantas, pesquisas tecnológicas e aspectos sociofinanceiros da operação: público consumidor, interesse mercadológico, incorporador, etc.

Palavras-chave: São Paulo, Habitação Privada, Mercado Imobiliário, Formaespço, Idea!Zarvos

14ª Conferência Internacional da LARES

Edifício Manchete, Rio de Janeiro - Brasil

18, 19 e 20 de Setembro de 2014



Vertical Private Housing and The Real Estate in Sao Paulo: Two Periods, Two Dissident Cases I Formaespço and Idea!Zarvos

ABSTRACT

This article reports the production of private residential buildings' study in the city of São Paulo in two different time periods, first between the 60's and 70's of the 20th century; and the first decade of the 21st century. Two distinct periods with above average proposals within the real estate market reflecting the contemporary architectonic production. Examined not the only conceptual aspects that have defined them as unique in the whole of the privately - built real estate; but also the structural aspects that might be behind this initiative: who are their agents, what financial motivations they had, and the eventual cultural aspects that have defined a new perspective on the production of this architecture.

The aspects considered in this analysis and evaluation of results referred both to the innovative structural language, and to the eventual advancements related to spatial reconfiguration, flexibility of blue prints - layout flexibility, technological research as well as social and economic aspects of the project: end consumers , market interest, development, etc.

Key-words: São Paulo, Private Housing, Real Estate Market, Formaespço, Idea!Zarvos

1. INTRODUÇÃO

A pesquisa relatada neste artigo se propôs a estudar a produção de edifícios residenciais verticais privados na cidade de São Paulo em dois momentos da história - entre as décadas de 60 e 70 do século 20 e a primeira década do século 21. Dois períodos que apresentaram propostas de destaque dentro do mercado imobiliário mostrando em comum, um novo olhar frente à produção da arquitetura.

O estudo caminhou através da análise paralela destas duas iniciativas tendo como objetivos pretendidos, explorar os aspectos conceituais que os definiram como obras singulares no conjunto da produção imobiliária privada, além de analisar os aspectos estruturais que estariam por trás desta iniciativa: seus agentes, quais as motivações financeiras e eventuais aspectos culturais que definiriam uma nova perspectiva sobre a produção desta arquitetura nos dois recortes de tempo selecionados.

A construtora Formaespaço, respondendo à situação socioeconômica estabelecida na época, idealizou projetos de edifício de habitação privados com a possibilidade de serem produzidos em série e implantados em lotes disponíveis, principalmente na cidade de São Paulo. As obras da construtora refletem, por um lado, a postura dos profissionais envolvidos e, por outro lado, o período favorável à produção da moradia que se configurou a partir da criação do BNH – Banco Nacional da Habitação. Foram destaque os projetos dos edifícios Modulares, do arquiteto Abraão Sanovicz, edifícios Gemini, Lark e Coronet, do arquiteto Eduardo de Almeida e edifícios Protótipo (não executado) e Clermont, do arquiteto Paulo Mendes da Rocha.

A incorporadora Idea!Zarvos, também respondendo à situação socioeconômica e de legislação atual, idealiza projetos de habitação privada, porém em contrapartida ao principal argumento da Formaespaço que produziu edifícios em série, realiza atualmente, edifícios exclusivos.

O estudo se restringiu na análise de obras específicas e limitou-se a apontar similaridades e divergências nas produções de cada período sobre um problema comum que é a utilização de uma arquitetura de repertório como estratégia de venda.

2. METODOLOGIA

Sua estrutura foi dividida em duas partes, correspondentes aos dois períodos de tempo em análise. No primeiro recorte, tivemos como mote o trabalho desenvolvido pela construtora Formaespaço e no segundo, o trabalho desenvolvido pela incorporadora Idea!Zarvos.

O critério para a seleção das obras no segundo período, praticamente contemporâneo à pesquisa, foi verificar quais obras já haviam sido realizadas ou então, que estivessem com a construção em andamento. Foram selecionados os escritórios de arquitetura – Andrade Morettin com os edifícios Aimberê 1749 e Fidalga 772, Triptyque com o edifício Fidalga 727 e Grupo SP com os edifícios Simpatia 236 e Itacolomi 445.

3. PRIMEIRO PERÍODO | 1963 – 1973

3.1. A Produção de Apartamentos em São Paulo nos Anos 60 e 70 sob a influência da Escola Paulista de Arquitetura

A arquitetura em São Paulo nas décadas de 1960 e 1970 foi marcada principalmente pela racionalização construtiva, tendo a estrutura como protagonista da forma.

Os edifícios deste período estudados no trabalho contemplam duas das principais linhas de pesquisa desenvolvidas pelos arquitetos paulistas nos anos 60 e 70. A primeira refere-se à pesquisa estética realizada em meados dos anos 50, caracterizada pelo uso intenso do concreto aparente, cujo conjunto construído posteriormente foi definido como pertencente à Escola Paulista de Arquitetura. A segunda linha trata da tentativa de conciliação dos sistemas tradicionais de construção com as possibilidades industriais do mercado, ou seja, entender o processo de construção como montagem, agregando novos materiais industriais com o objetivo de redução do tempo de obra. Esta pesquisa foi intensificada após a criação do BNH – Banco Nacional da Habitação, que vinculará a redução de prazos das obras aos prazos do financiamento.

Nos anos 60, confirma-se a tendência à monofuncionalidade dos edifícios residenciais, praticamente desaparecendo a ocupação do nível térreo com atividades comerciais. A legislação municipal determina recuos maiores e o mercado imobiliário favorável à tipologia da torre isolada, reforçaram este tipo de modelo.

Na pretensão de uma maior monumentalidade, os edifícios eram implantados com grandes afastamentos frontais, apesar dos recuos laterais não serem tão generosos. Como consequência, as grandes áreas livres voltadas ao acesso principal, eram tratadas com um exuberante paisagismo de caráter decorativo, apresentando eventualmente *play-ground*, disposto na lateral ou fundo do lote. Difundiou-se a solução de garagens em subsolo, prevendo-se ao menos uma vaga para cada unidade, liberando o térreo desta função. O térreo abrigava o apartamento do zelador e portaria, *hall* social e salão de festas; os acessos eram muito bem definidos.

Apesar do *hall* social ser separado fisicamente do *hall* de serviços, procurou-se interligá-los por questões de segurança. Devido ao pequeno número de unidades habitacionais presentes mesmo nas torres mais altas, os edifícios dispunham apenas de dois elevadores e não raro o *hall* social era decorado com um painel / mural realizado por artista plástico.

A grande metragem dos apartamentos então praticados pelo mercado imobiliário e “exigidos” pelas normas legais limitou a variação tipológica de unidades, com no máximo duas unidades diferenciadas.

O programa interno não apresentou mudanças significativas às praticadas nos anos 50, somente alguma sofisticação do programa induzido em parte pelas enormes áreas atingidas nos apartamentos: lavabo social e suíte tornaram-se itens indispensáveis. Acentua-se a separação física entre cozinha e copa, as áreas de serviço passam a abrigar além do tanque, espaço para a máquina de lavar roupa. Muitas unidades já vinham equipadas com armários embutidos; materiais nobres como mármore e madeira de lei decoravam as áreas sociais e circulações comuns; diferenciais que reforçavam o “status” de forma a atrair a classe média para o empreendimento.

As fachadas se modernizaram. Os edifícios passam a ter, em sua maioria, a estrutura modelada e ordenada, sendo este o maior elemento plástico da composição. A expressão plástica pela estrutura foi sendo mais utilizada conforme se divulgava a ideologia da Escola Paulista entre os arquitetos. A estrutura então se torna mais arrojada e em certos casos, os pilotis são substituídos pelos grandes vãos livres obtidos com as novas tecnologias. As esquadrias, padronizadas, tenderam à homogeneização, fixadas entre os vãos da estrutura. Prioriza-se também a concentração das prumadas hidráulicas sempre que possível, resultando em soluções de plantas extremamente organizadas do ponto de vista construtivo.

A grave crise econômica que assolou o país entre 1962 e 1967 não afetou o mercado imobiliário que só cresceu durante toda a década. Os incorporadores burlavam a lei, aprovando os apartamentos como consultórios para utilizar o coeficiente de aproveitamento igual a seis, índice 50% maior que o permitido para edifícios residenciais. Com a criação do BNH em 1964, este artifício deixa de ser utilizado, pois o banco só financiava edifícios habitacionais. Diante da grande pressão imposta pelo mercado imobiliário, o então prefeito Faria Lima, aprova a Lei 6.877 em 1966 que equaliza os coeficientes de aproveitamento em seis tanto para os edifícios comerciais como residenciais. Também se revogou a norma que definia o pé-direito mínimo de 2,70 metros para dormitórios, e o mercado imobiliário passou a adotar 2,50 metros para obter um número maior de andares frente aos gabaritos exigidos por lei.

Neste período surge também a propaganda imobiliária, novidade que rapidamente se popularizou na cidade. Os *stands*, antes mais parecidos com barracões de obra, passam a ser decorados por arquitetos, apresentando plantas, maquetes e impressos bem elaborados e coloridos, divulgando o empreendimento. Segundo VILARIÑO, o início pioneiro desse tipo de propaganda pode ser atribuído à VEPLAN – Indústria Imobiliária de São Paulo Ltda., que iniciou suas promoções imobiliárias na cidade em 1963.

3.2. A Construtora Formaespço

Inserido neste contexto, surge em 1963 com uma produção de pouca expressão, a construtora Formaespço. No ano de 1968, respondendo à situação socioeconômica estabelecida, a Formaespço passa a idealizar projetos de edifício de habitação privados com a possibilidade de serem produzidos em série e implantados em lotes disponíveis, principalmente na cidade de São Paulo.

As obras da construtora passam a refletir, por um lado, a postura dos profissionais envolvidos e, por outro lado, o período favorável à produção da moradia que se configurou a partir da criação do BNH.

Assim, dentro do programa da construtora, ganharam destaque obras de arquitetos como Abraão Sanovicz com o projeto dos edifícios Modulares, Eduardo de Almeida com o projeto dos edifícios Gemini, Lark e Coronet e Paulo Mendes da Rocha com os projetos dos edifícios Protótipo, que não chegou a ser executado e Clermont.

Como já citado, com a criação do BNH em agosto de 1964, rapidamente, organizou-se uma estrutura nacional de captação e agenciamento de recursos para financiamento de habitação. A partir de 1967, com a criação do FGTS (Fundo de Garantia do Tempo de Serviço) e o incentivo dado às cadernetas de poupança, definiu-se o quadro propício à produção de edifícios habitacionais para a classe média. Alia-se a este fato o incremento do poder de compra da classe média nos anos 70, devido ao milagre econômico brasileiro. Estes fatores levaram a uma

disseminação do número de empreendimentos, fase que durou até meados de 1974, momento em que novos rumos foram tomados pelo BNH, cujos recursos foram redirecionados à habitação social ou destinados a projetos de infraestrutura¹. Houve então repentinamente, no final dos anos 60, um grande volume de dinheiro disponibilizado para os investidores e construtores do setor privado.

Mas foi a eminente aprovação da Lei de Zoneamento de 1972, que reduziu drasticamente o coeficiente de aproveitamento na cidade, e gerou uma corrida para a aprovação de projetos com base na lei anterior, para que pudessem ainda valer os benefícios desta lei. A Lei de Zoneamento (Lei 7.085) de 1972 estabeleceu zonas diferentes para a cidade e, de modo geral, restringiu os coeficientes de aproveitamento. Isto gerou uma demanda por terras urbanas e a verticalização em áreas periféricas, em terrenos afastados e vazios.

Agentes, incorporadores e construtores tiveram que se adaptar rapidamente a esta situação, inaugurando novas maneiras de produzir habitação. O alto custo financeiro do capital tornou necessário acelerar o processo de projeto e obra, pois somente o rápido retorno do empreendimento traria a vantagem financeira da operação. Para viabilizar este processo e acelerar a produção, alguns construtores utilizaram projetos-padrão.

Algumas construtoras elaboraram ou contrataram projetos de edifícios para serem executados repetidamente, em diversos terrenos disponíveis na cidade, em bairros localizados nas zonas de crescimento da classe média. Por terem que se adaptar aos índices urbanísticos e ao terreno, estes edifícios apresentaram variação em sua implantação, térreo, garagem e número de pavimentos. Quando implantados em terrenos maiores são dispostos agrupados, formando conjuntos. Porém a estrutura, planta do andar tipo, materiais e detalhamentos variam pouco de um edifício para outro.

O projeto-padrão permite economia de tempo tanto na fase de projeto quanto na fase de construção. Torna possível um maior planejamento da obra, controles mais eficazes de custos, armazenamento de materiais e até mesmo a produção própria de determinados componentes da construção.

3.2.1. Estratégia de Atuação

A Formaespço se aproveitou desta situação gerada a partir do BNH. Entretanto, diferentemente de outras construtoras, utilizou características da arquitetura para organizar sua produção. A arquitetura comparece com clareza em seus aspectos construtivos, com volumetrias simplificadas, modulação estrutural, materiais aparentes e componentes padronizados. Trata-se de uma linguagem cujo desenho nasce comprometido com a maneira pela qual se executa.

Ao mesmo tempo em que esta arquitetura não correspondia a certos preceitos estabelecidos pelo mercado imobiliário, foi utilizada como estratégia de venda. A Formaespço assumiu a imagem de inovação e modernidade. As inovações não se restringiram aos edifícios e à forma de produção.

Muito do comprometimento com a qualidade da arquitetura impressa nos edifícios da Formaespço foi determinado por um de seus fundadores, o americano Eugene Gordon.

¹ VILARIÑO, Maria do Carmo - “**Habitação Verticalizada na Cidade de São Paulo dos anos 30 aos anos 80. Investigação acerca da contribuição dos arquitetos modernos ao tema. Estudos de Caso**”. Dissertação de Mestrado. FAU-USP. São Paulo, 2000.

A qualidade dos projetos desenvolvidos manteve-se alinhada enquanto estes foram desenvolvidos nos escritórios dos arquitetos autores dos projetos. Para agilizar ainda mais a etapa de projeto, foi criada a Merisa, empresa ligada à Formaespço, que passou a desenvolver os projetos e conduzir especificações a partir de anteprojetos contratados. Esta foi uma experiência avaliada negativamente pelos arquitetos, inclusive dentro da própria Merisa, pois a divergência de interesses resultou em descaracterização e consequente perda da essência das propostas originais².

A partir das possibilidades geradas pela proposta da Formaespço, foram assumidas soluções individuais pelos arquitetos em seus projetos. Para Abraão Sanovicz, a solicitação de projetar edifícios em série continha ampla gama de opções: edifícios baixos com apartamentos econômicos na periferia, edifícios de classe média com apartamentos de três quartos, e também com apartamentos de dois quartos. A encomenda representou para o arquiteto a oportunidade de aplicar princípios de desenho industrial em projetos de edifícios. A experiência da Formaespço transformou-se, no caso de Sanovicz, num conjunto de edifícios de conformação e programa variados, mas de construção semelhante. Estes edifícios formam um conjunto homogêneo que vai além do exemplar mais conhecido, o Modular de onze pavimentos (Fig. 1).

Os edifícios Gemini (Fig. 2), do arquiteto Eduardo de Almeida, não foram projetados para produção em série. Entretanto, o arquiteto fez o caso particular possível de ser reproduzido devido ao princípio organizativo com que formulou a questão espacial, programática e construtiva. Podem-se comparar semelhanças e diferenças entre o Gemini e os edifícios dele desdobrados e adaptados para produção em série, Lark (Fig. 3) e Coronet (Fig. 4).

O arquiteto Paulo Mendes da Rocha declarou que a Formaespço, com a proposta de fazer edifícios repetidos, representou a oportunidade de ensaiar tipologia de habitação. Assim, além de abordar os edifícios da Formaespço, Clermont (Fig. 5) e Protótipo, sendo o primeiro executado e o segundo não, foram considerados outros projetos do arquiteto a fim de identificar a tipologia a que se refere.

Figura 1: Ed. Modular Alfa



² Entrevistas com o arquiteto João Honório de Mello Filho e Eugene Gordon, fundador da Formaespço para a dissertação de mestrado IMBRONITO, Maria Isabel - “**Três Edifícios de Habitação para a Formaespço: Modulares, Gemini e Protótipo**”. FAU-USP. São Paulo, 2003.

Figura 2: Ed. Gemini*Figura 3: Ed. Lark**Figura 4: Ed. Coronet**Figura 5: Ed. Clermont*

4. SEGUNDO PERÍODO | 2000 - 2010

4.1. A produção de apartamentos em São Paulo na primeira década do século 21

O mercado imobiliário paulistano através das diversas formas de atuação de seus agentes tornou-se, ao longo do século 20, uma referência nacional. Segundo VILLA, desde a década de 40, os apartamentos de dois e três dormitórios começaram a constituir uma categoria de apartamentos médios que se apresentou consolidada nas últimas décadas do século 20. As áreas foram se reduzindo e até 2005, basicamente situavam-se entre 55m² e 70m². Esta fórmula espacial tornou-se tão comum que, principalmente a partir da segunda metade da década de 90, suas peças publicitárias suprimiam a planta.

Ao observarmos a distribuição interna destes apartamentos, notamos que a produção imobiliária não se interessou em oferecer, especialmente neste caso, novas organizações espaciais que respondessem às novas necessidades dos modos de vida contemporâneos. As soluções continuam convencionais e totalmente estanques, na qual a tripartição em zonas íntima, social e

de serviços é ainda a regra. Apresentando um desenho que se repetia também nas unidades de um dormitório, a fórmula adotada é a de estruturar o projeto em três núcleos articulados sempre de maneira semelhante³.

No início da primeira década do século 21, o quadro geral dos apartamentos construídos na cidade de São Paulo pouco se altera. Cada vez mais, notamos a valorização da esfera coletiva dos edifícios, principalmente quando falamos de espaços produzidos para as classes média e alta da sociedade. Isto se deve principalmente, ao fato de que a área da unidade está, de maneira geral, cada vez menor, e grande parte das atividades deixa de ser realizada dentro dela. Além dos espaços de lazer tradicionais como piscinas, *playgrounds* e áreas verdes, vários empreendimentos começaram a oferecer espaços específicos para outras atividades anteriormente realizadas nos apartamentos de áreas maiores. Entre eles estão o *lounge* – descrito em alguns panfletos como um espaço para receber pessoas e o espaço *gourmet* – local dotado de cozinha, sala de jantar e equipamentos destinados a reuniões gastronômicas dos moradores e seus convidados.

Em relação aos espaços internos das unidades, observamos que grande parte dos edifícios de apartamentos, independentemente da classe social a que se destina, e apesar de todas as mudanças de estilos de vida citadas anteriormente, apresenta uma fórmula espacial recorrente. Destacam-se, neste período, alguns lançamentos de apartamentos de um dormitório dentro do quadro geral da cidade de São Paulo, por apresentarem, em geral, um aumento significativo de suas áreas úteis, acompanhado de uma supervalorização de suas áreas coletivas, tratadas como extensões necessárias do apartamento. Frequentemente destinado a uma parcela da sociedade que não se encaixa no formato de família nuclear – casais sem filhos recém-casados, solteiros, divorciados, viúvos ou viúvas –, tais apartamentos tendem a abrigar moradores das faixas mais altas de renda.

Exatamente na direção esperada, os apartamentos de dois e três dormitórios continuaram a perder área útil até os anos 2000, principalmente os destinados às classes de renda média e média-baixa. Segundo dados da Embraesp, a média da área útil dos apartamentos de dois e três dormitórios, no ano de 1990, era de respectivamente 59,57 e 86,54m². Já no ano de 2002, a área útil média dos mesmos apartamentos foi de, respectivamente, 49,90 e 77,23m². Até o ano de 2005 esta tendência se manteve para os apartamentos de dois dormitórios, entretanto nos de três dormitórios notamos certo aumento de áreas úteis. Esta configuração de dois e três dormitórios continua exatamente igual à de décadas passadas, sem muitas variações. Alguns empreendimentos do mercado continuam a oferecer as chamadas opções de plantas, com variações muitas vezes superficiais, onde se elimina um quarto para ter uma área de sala maior. Entretanto, uma tendência que observamos nestes apartamentos e também em edifícios destinados às classes mais abonadas é a de se dotar um edifício de sistema estrutural capaz de abrigar plantas livres e, a partir daí, oferecer possibilidades de agenciamentos com um a três dormitórios. As variações e as possibilidades são inúmeras, porém a lógica destes empreendimentos segue o padrão das antigas “opções de plantas”: construída a configuração eleita, esta não se altera mais, a não ser que uma reforma seja realizada no apartamento.

O apartamento paulistano pode ser considerado um produto imobiliário, portanto, objeto do mercado imobiliário.

³ 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”. Tese de Doutorado. FAU-USP. São Paulo, 2008.

O produto imobiliário, termo utilizado na linguagem do setor imobiliário, é concebido para satisfazer necessidades e desejos do consumidor. Segundo RIGHI e CASTRO⁴, com um processo que resulte na venda de um determinado produto, estratégias de marketing visam expressar os desejos dos compradores potenciais através: da análise de mercado através da demanda e oferta, da avaliação das possibilidades de diferenciação competitiva frente às outras empresas, do estudo de viabilidade e desenvolvimento de novos produtos e das estratégias de comercialização.

LOUREIRO e AMORIM, também discutem sobre a relação do marketing e da arquitetura no mercado imobiliário quando concluem que através dos atributos anunciados, expectativas em torno do morar são criadas e recriadas alimentando a formulação de programas arquitetônicos e constituindo certa cultura do morar. E é exatamente desta recriação constante de um ideal de morar que a indústria imobiliária se estrutura, introduzindo constantemente novos produtos no mercado que tentam satisfazer as expectativas dos consumidores e também criar novas necessidades⁵.

4.2. O Caso Zarvos

A primeira empresa aberta pelo administrador de empresas Otávio Zarvos foi a construtora que montou junto com seu irmão, engenheiro civil. Ambos filhos do construtor Tito Zarvos, Otávio nunca chegou a trabalhar com o pai. Após alguns anos, cansado de construir, Otávio desfaz a sociedade com seu irmão e monta sua própria incorporadora.

Em 2004, em um feliz encontro realizado no escritório de arquitetura paulista Reinach e Mendonça, Zarvos conhece José Eduardo Cazarin, publicitário e proprietário da imobiliária Axpe. Deste primeiro encontro surgiu a oportunidade de Zarvos locar pela imobiliária de Cazarin, sua última empreitada como construtor: um conjunto de salas comerciais no bairro da Vila Madalena. Sucesso garantido, 100% do imóvel locado pela Axpe.

Em seguida, Zarvos sugere a Cazarin a parceria em uma nova incorporadora. Na união de forças, os papéis estavam bem definidos. Cazarin ficou responsável pela criação da marca, direção da imagem, conceito da empresa e das vendas. Nada de *stands*, nem apartamentos decorados. Foram contratados publicitários independentes para executar as campanhas, baseadas em prospectos. A direção da incorporação e o acompanhamento das obras ficariam na mão de Zarvos. Dois outros sócios foram chamados: Rafael Canto Porto, dono da CP3 - construtora de imóveis de alto padrão e Tônico Canto Porto, sobrinho de Rafael, oriundo do mercado financeiro. A empresa foi batizada com o nome de Movimento Um.

⁴ Dados extraídos de RIGHI, R.; CASTRO, L. G. R. “**O produto imobiliário e a arquitetura contemporânea em São Paulo.**” V ENCONTRO DA LATIN AMERICAN REAL ESTATE SOCIETY. 2005, São Paulo. Anais. Biblioteca Secovi. São Paulo, 2005.

⁵ LOUREIRO, C.; AMORIM, L. “**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**”. ARQUITEXTOS: Disponível em www.vitruvius.com.br/arquitextos/arc000/esp281.asp. nº 281, fevereiro de 2005.

4.2.1. Diretrizes da Movimento Um

Os empreendimentos da Movimento Um seguiram alguns princípios. O primeiro deles foi a variação no tamanho das unidades dentro do mesmo empreendimento. Outra característica deste manifesto imobiliário foram os edifícios com poucas unidades. Este, aliás, foi o mote que fez Zarvos procurar Cazarin. Ele percebeu a oportunidade de mercado: de um lado, os grandes terrenos disputados pelas incorporadoras estavam se esgotando; de outro, a cidade ofertava inúmeros lotes pequenos, ideais para prédios de escala reduzida e imagem diferenciada. Há empreendimentos em terrenos de 650 m² em que o valor geral de vendas (VGV) não ultrapassa 10 milhões de reais.

Apartamentos individualizados compõem outra regra. A partir de algumas premissas técnicas que Zarvos impõe aos projetos, o comprador tem completa flexibilidade para rearranjar o espaço interno, predefinido pela proposta arquitetônica. Por uma questão de facilidade, honorários e especialização, Zarvos mantém na empresa uma equipe de arquitetos que dá assistência ao futuro morador. Em outras palavras, são eles que definem mudanças internas, claro que informando os autores, pois alterações podem trazer impacto, por exemplo, nas fachadas. Na união com Cazarin, a flexibilidade foi uma insistência de Zarvos, convencido de que as unidades deveriam ser adaptadas a necessidades atuais ou futuras. As áreas molhadas não possuem canos de esgoto posicionados sobre o forro do apartamento de baixo, como o usual. Elas são sempre resolvidas com a suspensão do piso na área do box. Em alguns edifícios, *shafts* vazios levam a liberdade a graus extremos: um banheiro, por exemplo, pode estar em qualquer lugar. Na maioria dos casos, a tubulação aparente na fachada adquire contornos interessantes. O único elemento não flexível é a varanda.

Outro fator que balizou a Movimento Um foi a localização dos terrenos: são todos muito próximos, no bairro da Vila Madalena. Como Zarvos é conhecido na região, facilitou a credibilidade e ajuda na compra dos terrenos e venda dos apartamentos.

Outra diretriz da incorporadora foi apostar na valorização do investimento, ou seja, utilizar a arquitetura de repertório para criar um objeto de desejo para aqueles consumidores que, no futuro próximo, pagarão mais pelas unidades - aliás, a mesma lógica de trabalho da Axpe. Consequência desta última diretriz, a lista dos princípios se encerra com a qualidade arquitetônica e qualidade de vida. A proposta consistia em realizar edifícios acessíveis dentro da faixa de público alvo - o preço médio do metro quadrado inicialmente era de 6,5 mil reais e em 2012 girava em torno de 10 mil reais - e viáveis através da economia de custos que consideram desnecessários. Algumas edificações, por exemplo, possuem só um elevador. Não há área de lazer, salões de festas nem *espaço gourmet*. As áreas comuns são reduzidas ao máximo. No térreo, por exemplo, há um apartamento-casa, um duplex que ocupa com jardins privativos todos os recuos laterais e de fundo. A execução fica a cargo de pequenas e médias construtoras, acostumadas à maior sofisticação nos acabamentos.

O primeiro projeto da Movimento Um foi o edifício Aimberê 1749 (Fig. 6), em Perdizes, entregue no segundo semestre de 2009. O projeto foi objeto de um concurso fechado entre três escritórios que nunca haviam trabalhado com edifícios residenciais, mas segundo Zarvos foram pré-selecionados pelo destaque em concursos de arquitetura e louváveis críticas na mídia especializada. Concorreram: Andrade Morettin, Una e Triptyque. Este último ganhou a preferência dos empreendedores, porém problemas no andamento do desenho levaram os incorporadores a rever sua decisão e repassar o projeto para Andrade Morettin.

Não era e não é interessante para Zarvos trabalhar com especialistas em prédios de apartamentos, que aprovam rápido e fazem o que o mercado espera. Seu desejo é obter da arquitetura autoral uma resposta contemporânea e de repertório. Como esses escritórios nunca trabalharam com o mercado imobiliário, a empresa de Zarvos dá todo o suporte de legislação e construção para que criem com segurança. Antes de iniciar um projeto, Zarvos esmiúça todas as possibilidades de legislação, analisa as vistas importantes, os vizinhos etc. Na primeira reunião com os arquitetos, um roteiro preciso é apresentado.

Figura 6: Ed. Aimberê 1749



Após o edifício Aimberê 1749, a Movimento Um realizou mais três incorporações. Destas três, duas foram construídas. A primeira foi encomendada diretamente ao Triptyque. Batizado de Fidalga 727 (Fig. 7), A segunda, foi o edifício Simpatia 236 (Fig. 8), encomendado ao escritório Grupo SP, de Álvaro Puntoni e João Sodré.

Figura 7: Ed. Fidalga 727



Figura 8: Ed. Simpatia 236



Ainda em relação aos arquitetos escolhidos, Cazarin e Zarvos concordam que na maioria das vezes, esse tipo de profissional não sabe se fazer visível. Cazarin afirma faltar o marketing da arquitetura, exceto com a equipe do Triptyque. O terceiro empreendimento da incorporadora foi o Girassol, projeto do escritório Frontes Arquitetura, de José Alves e Juliana Corradini. Este edifício, não foi construído.

4.2.2. A Idea!Zarvos

Um pouco antes de integrar a Movimento Um, Zarvos já trabalhava individualmente em um edifício do gênero. Batizado de 4 x 4, foi projetado pelo escritório do arquiteto Gui Mattos. Posteriormente, Zarvos passou a seguir preceitos semelhantes aos da empresa em que foi sócio de Cazarin. Reformatou sua imagem - com o auxílio dos mesmos publicitários - e criou também em 2004, a Idea!Zarvos.

Além de incorporadora é considerada pela equipe de Otávio Zarvos como sendo uma agência de idéias que reúne e gerencia parceiros com um objetivo comum: contribuir para a melhora da paisagem urbana da cidade, implantando edifícios que representem uma arquitetura contemporânea e de repertório inserida de modo a valorizar e respeitar a essência do bairro, a rua, o lote, o homem. Para Zarvos, numa cidade caótica como São Paulo, não se pode mais acreditar que tudo é permitido. O caos está limitando cada vez mais as possibilidades de ocupação urbana.

A estratégia inicial da empresa se manteve em buscar terrenos pequenos de menor valor para a construção de edifícios que se encaixassem na infraestrutura local. O estudo de viabilidade e vocação do terreno adquirido é o primeiro passo do trabalho a ser desenvolvido no lote pela Zarvos. Outra preocupação da incorporadora é garantir a busca e economia de recursos naturais como a construção seca, baixo gabarito de altura, grandes vãos de iluminação e ventilação nos apartamentos, recursos de autossuficiência nos edifícios como a reutilização da água da chuva, etc. Para a Idea!Zarvos, o imóvel precisa se adaptar a vida de seu usuário, independente de quem seja. Daí o uso do conceito inicial de plantas 100% flexíveis que podem ser customizadas e adaptadas à rotina do morador. A estrutura e as instalações elétricas e hidráulicas são projetadas para possibilitar modificações no número e na localização dos ambientes, incluindo banheiros e cozinhas. A padronização das dimensões dos caixilhos também garante esta flexibilidade.

Segundo Zarvos, o ritmo ideal para o jovem empreendedor, que tem grande estoque de terrenos na região, é lançar um prédio a cada três meses. Em média, os projetos demoram um ano e a obra é finalizada 30 meses depois do início do projeto.

Além dos já citados edifícios da Movimento Um, dentro do período de tempo adotado na pesquisa realizada, o empreendimentos residencial concluído pela Idea!Zarvos era o Fidalga 772 (Fig. 9) de Andrade e Morettin. Em construção tínhamos o edifício Itacolomi 445 (Fig. 10) do Grupo SP e o edifício 360° (Fig. 11) do arquiteto Isay Weinfeld.

Weinfeld destoa um pouco dos demais escritórios escolhidos: é o arquiteto de maior renome e também o que cobra honorários bem mais elevados. O edifício 360° é o grande destaque da produção de Zarvos que comprou um terreno na zona oeste, mas um pouco fora do eixo da Vila Madalena, instigado pelo preço e pela possibilidade de vista panorâmica. Devido ao porte do empreendimento, ele contactou outras incorporadoras: ficou com 15% do negócio e vendeu o resto. Inscrito no prêmio Future Projects Award, da revista inglesa Architectural Review, o projeto do Edifício 360° ganhou na categoria residencial.

Figura 9: Ed. Fidalga 772



Figura 10: Ed. Itacolomi 445



Figura 11: Ed. 360°



Nesse ínterim, outros produtos diferentes foram lançados pelo mercado imobiliário, no sentido de mostrar novidades de interesse arquitetônico. Por enquanto, além de Zarvos que anuncia sua diferenciação do mercado, com alto impacto estético e acentuada valorização autoral, quem mais se destacou foi a MaxHaus, proposta lançada por José Paim de Andrade, ex - executivo da construtora Rossi e baseada em três pilares: campanha de mídia forte, ênfase em arquitetura de interiores e recursos externos de banco de investimentos norte-americano. Com a quebra do sistema financeiro internacional, as ambições foram revistas e o que sobrou para o público foi a noção de flexibilidade dos espaços internos. A idéia parece fazer sentido: apesar da Movimento Um já ser extinta, Zarvos acredita que os clientes percebem muito mais facilmente a compra no espaço interno. Em outras palavras, não possuem a real percepção da arquitetura que estão adquirindo. De qualquer forma acredita que as pessoas vão perceber que moram em um Andrade Morettin, Grupo SP e Triptyque daqui a dez anos.

O objetivo é caracterizar produtos diferenciados em relação a outros de faixa de áreas e valor semelhante. Nesse processo, Zarvos formulou um conceito de produto, elaborado pela contribuição de talentos diversos, que a cada experiência se renova pela reflexão dos resultados e abertura de novas possibilidades. É um produto imobiliário, mas também um produto cultural. A publicidade não se reduz à divulgação de um produto pronto, mas concorre na constituição de seu conteúdo, agregando-lhe valor simbólico, suportando ela própria ações artísticas. Mas, à medida que o processo criativo e econômico se desenvolve, há uma perda do choque do novo e uma estabilização de fórmulas, cuja solução impõe mais do novo, ou a expansão em novas regiões do segmento de mercado, o que parece indicar os novos lançamentos fora da região de Vila Madalena, concomitante ao crescimento do porte - caso do 360° de Isay Weinfeld, empreendido pela Idea!Zarvos e a Stan.

Tudo isso em um momento de alterações estilísticas das grandes empresas de produtos de alto valor dentro do mercado imobiliário e de seus tradicionais e sempre presentes arquitetos; existe a hipótese de que agora, a onda do estilo contemporâneo substitui a do neoclássico.

Para Zarvos quem constrói a cidade são os incorporadores e não o Estado. Uma solução dita por ele em entrevista à Revista AU⁶ seriam os arquitetos virarem incorporadores, embora acredite que os profissionais não estejam preparados para isso. Para Zarvos, a iniciativa de regenerar a paisagem urbana de São Paulo nunca virá das incorporadoras. Se o arquiteto comprar um terreno e decidir construir um prédio, vai ser muito melhor do que a média. Se será bem-sucedido, talvez. Seria preciso ver as outras disciplinas envolvidas, não apenas o projeto.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A construtora Formaespço, em resposta a uma situação estabelecida na virada dos anos 70 do século 20, utilizou projetos de edifícios em série para tornar mais ágil a construção e o artifício de uma arquitetura diferenciada como estratégia de venda. A partir das possibilidades geradas pela própria construtora, foram adotadas diferentes soluções exemplificadas na pesquisa pelos projetos dos arquitetos – Abrahão Sanovicz, Eduardo de Almeida e Paulo Mendes da Rocha - revelando modos diferentes de se abordar um problema comum. Vale ressaltar, que apesar do pretexto inicial para a seleção de arquitetos e obras ter sido da construtora, prevaleceu nos projetos a orientação de cada arquiteto e seus respectivos compromissos com questões que compõem ao longo de suas respectivas carreiras profissionais.

No conjunto do trabalho, as posições individuais de cada arquiteto complementaram-se entre si.

Atualmente, um conjunto cada vez maior de projetos como os citados neste trabalho reforça e amplifica a discussão dos edifícios residenciais privados nos meios de formação de opinião, especializado ou não, e em torno das noções de inovação, principalmente no que se refere à diversificação com produtos convencionais do mercado imobiliário. Quando se pensa em padrões convencionais do mercado imobiliário, deve-se observar que este é um mercado muito segmentado. Atribuir um paradigma único e homogêneo, opondo-lhe rupturas ou alternativas, acarreta o risco de não percebermos a escala em que eventualmente ocorrem.

Questões como a da inovação ou do modismo e da qualidade da arquitetura dificilmente são calculadas sem o balizamento mínimo dessa constelação do mercado imobiliário.

Além disso, dentro de um mesmo segmento de valor, dado pela localização e padrão construtivo, apartamentos de mesma área ou com igual número de quartos apresentam diferenças: há uma crescente segmentação qualitativa nos produtos nas faixas superiores. E produtos que não se encaixam no formato usual da relação entre área, número de quartos e valor - ou seja, apartamentos de dois quartos com área acima da média da categoria, na mesma faixa de valor por metro quadrado; ou vice-versa: apartamentos com a mesma área e número de quartos diferentes; e outros nos quais não é sequer definitivo o número de quartos, pois são flexíveis. Este é o caso dos produtos concebidos por Zarvos.

Os empreendimentos da Idea!Zarvos são focados a nichos específicos de mercado. Têm-se apartamentos de planta sugerida de duas suítes entre 100 m² e 150 m², mais frequentes, e de três suítes entre 200 m² e 230 m². Ou seja: superiores às médias das regiões valorizadas. A confrontação deles a um padrão geral, e mesmo ao de cada segmento convencionado, confunde

⁶ Revista AU. Ano 26 n.207 – Junho 2011. Entrevista com Otávio Zarvos por Cleide Floresta. P. 66 - 68.

⁵ Revista AU. Ano 26 n.207 – Junho 2011. Interseção Especial – “O empresário criativo e a arquitetura equilibrada” por Luiz Mauro do Carmo Passos. P. 69 - 71.

sua especificidade, pois são sensivelmente distintos dos convencionais - principalmente no seu programa e formulação qualitativa de produto. Não indicam uma mudança do paradigma de mercado, no sentido de um novo modelo geral, mas atendem a uma especialização originada em um segmento específico - no qual são arquitetonicamente distintos, nas condições de um movimento de inovação deste segmento. Ou seja, são resultados de uma inovação intrassegmento, de formação de um nicho, e não do conjunto do mercado.

Por outro lado, expõem uma tendência geral de diferenciação do mercado, em múltiplas segmentações e, neste sentido, não se opõem a ele, mas ocorrem dentro dele. Não são a origem de uma inovação, mas têm atuação nela.

Podemos apontar como similaridades entre Formaespaço e Zarvos o fato de ambas atuarem na cidade de São Paulo, aliadas ao mercado imobiliário, buscando através de uma arquitetura de repertório, destaque na produção habitacional privada em diferentes períodos da história.

Em contrapartida, a principal diferença entre os períodos em questão, está no fato da construtora Formaespaço adotar os princípios e ideais difundidos pela Escola Paulista de Arquitetura unindo a racionalização e padronização dos materiais na realização de seus edifícios e a partir da reprodução em série, compor sua estratégia de venda enquanto hoje, num diferente momento socioeconômico, o edifício ganha o caráter de obra única, exclusiva. Não há uma ligação explícita a alguma corrente de pensamento; os projetos recentes adotam uma linguagem internacionalizada, apesar da maioria de seus criadores serem descendentes da antiga Escola Paulista. É evidente que a legislação local vigente, muito mais restritiva, e abusivo domínio das leis de mercado, também colaboram para uma maior diferenciação entre as produções dos períodos analisados.

Ações empresariais criativas como a da Idea!Zarvos podem ter um efeito considerável neste processo, evitando que o tal contemporâneo se cristalice em fórmulas retóricas e, assim, aumente as opções dos consumidores e as oportunidades de trabalho dos arquitetos uma vez que, dentro do cenário da produção de apartamentos, o arquiteto é o que menos opina sobre o desenho das unidades. Tudo é decidido pela dupla incorporador-vendedor, sendo este último o que tem contato com o comprador e se atribui, por isso, o direito de definir padrões. O apartamento metropolitano, especialmente aquele produzido no mercado efervescente da metrópole paulista, ainda é hoje, muito mais um produto de estratégias de *marketing* do que um problema de arquitetura. Lamentável, uma vez que a habitação vertical privada é um dos grandes protagonistas na conformação da cidade. No entanto, o que a pesquisa aponta é que, de posse do conhecimento sobre o perfil real dos usuários, e disposto a rever toda a configuração espacial de unidades e edifícios, o profissional arquiteto pode vir a ocupar um lugar de destaque no processo.

6. REFERÊNCIAS

- IMBRONITO, Maria Isabel. *Três Edifícios de Habitação para a Formaespço: Modulares, Gemini e Protótipo*. Dissertação de Mestrado apresentada à FAUUSP. 2003.
- LOUREIRO, C.; AMORIM, L. *Diz-me teu nome, tua altura e onde moras e te direi quem és: estratégias de marketing e a criação da casa ideal – parte 1*. ARQUITEXTOS: Periódico Mensal de Textos de Arquitetura, Campinas, nº 281, fevereiro de 2005. Disponível em www.vitruvius.com.br/arquitextos/arq000/esp281.asp.
- RIGHI, R.; CASTRO, L. G. R. *O produto imobiliário e a arquitetura contemporânea em São Paulo*. In: V ENCONTRO DA LARES – LATIN AMERICAN REAL ESTATE SOCIETY. 2005, São Paulo. Anais. São Paulo, 2005. Acervo Biblioteca Secovi SP
- VILARIÑO, Maria do Carmo. *Habitação Verticalizada na cidade de São Paulo dos anos 30 aos anos 80*. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Universidade de São Paulo. São Paulo. 1997.
- VILLA, S. - *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*. Tese de Doutorado. FAU-USP. São Paulo, 2008.

Periódicos:

- Revista AU. Ano 26 n.205 – abril 2011. *Interseção – “Arquitetos e o mercado imobiliário”* por Eduardo Andrade de Carvalho. P. 74 - 75. São Paulo. Editora Pini.
- Revista AU. Ano 26 n.207 – junho 2011. Entrevista com Otávio Zarvos por Cleide Floresta. P. 66 - 68. São Paulo. Editora Pini.
- Revista AU. Ano 26 n.207 – junho 2011. *Interseção Especial – “O empresário criativo e arquitetura equilibrista”* por Luiz Mauro do Carmo Passos. P. 69 - 71. São Paulo. Editora Pini.
- Revista PROJETO DESIGN n.241 - março 2000. *“O edifício invisível e a cidade inexistente”* por Fernando Serapião. São Paulo. Arco Editorial.
- Revista PROJETO DESIGN n.290 - abril 2004. *“Os edifícios-fantasmas e seus ornamentos delinquentes”*. por Fernando Serapião. P. 1. São Paulo. Arco Editorial.
- Revista PROJETO DESIGN n. 353 – julho 2009. Seção Entrelinhas – *“Mudanças de Ares”*, por Fernando Serapião. P. 68 – 79. São Paulo. Arco Editorial.