

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA HUMANA**

RAQUEL CARAPEBA GONÇALVES

**Das estratégias imobiliárias à Produção da cidade como negócio: o caso
Alphaville Francisco Brennand - PE**

São Paulo

2018

RAQUEL CARAPEBA GONÇALVES

**Das estratégias imobiliárias à Produção da cidade como negócio: o caso
Alphaville Francisco Brennand - PE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia Humana do Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, da Universidade de São Paulo, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Geografia Humana.

Orientador: Prof. Dr. César Ricardo Simoni Santos

São Paulo

2018

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

G257e Gonçalves, Raquel Carapeba
Das estratégias imobiliárias à Produção da cidade
como negócio: o caso Alphaville Francisco Brenaand -
PE / Raquel Carapeba Gonçalves ; orientador César
Ricardo Simoni Santos. - São Paulo, 2018.
162 f.

Dissertação (Mestrado)- Faculdade de Filosofia,
Letras e Ciências Humanas da Universidade de São
Paulo. Departamento de Geografia. Área de
concentração: Geografia Humana.

1. Mercado Imobiliário. 2. Segmento Fundiário. 3.
Produção do Espaço Urbano. 4. Loteamentos Fechados. I.
Santos, César Ricardo Simoni, orient. II. Título.

GONÇALVES, Raquel Carapeba. **Das estratégias imobiliárias à Produção da cidade como negócio**: o caso Alphaville Francisco Brennand – PE. 2018.162 f. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

Aprovado em:

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento: _____

À memória de Douglas, companheiro e
mestre da vida, que mesmo ausente
permite-me continuamente o aprendizado

AGRADECIMENTOS

A elaboração desse trabalho constituiu uma tarefa afanosa, permeada ora por momentos de sofrimento, angústia, ansiedade, insegurança e solidão, ora por entusiasmo, superação, crescimento intelectual, alegria e prazer. Nessa miscelânea de sentimentos foi fundamental poder contar com o apoio daqueles que no silêncio, no afeto ou na pesquisa tornaram possível a finalização dessa empreitada. Assim, demonstro minha sincera gratidão a todos que executaram aporte de grande monta para a realização deste trabalho e que de alguma forma participaram do percurso da confecção do mesmo.

Agradeço, primeiramente, aos meus pais, Roseane Carapeba e Isnard Gonçalves, os responsáveis por tudo, sou grata pela pessoa que me tornei em virtude dos seus ensinamentos e educação, pelos gestos de carinho, pelo apoio e incentivo. Essa conquista eu compartilho com vocês. Também sou grata aos meus familiares, aos meus amigos e à minha irmã, Rebeca Carapeba, pelo estímulo e vibração pela conclusão dessa etapa e pelos momentos de distração durante a jornada da pesquisa. Da mesma forma, em nome de Uolli Briotto, Sônia e Edmilson agradeço a todos aqueles que durante a minha temporada em São Paulo se fizeram família na ausência da minha;

Toda a minha gratidão ao professor César Simoni, pelas orientações, correções, disponibilidade, paciência, confiança, e por, principalmente, propiciar meu avanço intelectual. Igualmente agradeço aos professores, Danilo Volochko e Isabel Alvarez por aceitar compor a banca de qualificação e pelas contribuições para o aperfeiçoamento dos resultados dessa pesquisa. Também sou grata ao corpo docente desta Universidade, por legar seus ensinamentos, despertando em mim a possibilidade de refletir, questionar e criticar;

Aos profissionais das instituições de pesquisa e aos servidores públicos e privados que durante as investigações de campo não hesitaram no fornecimento de material, assim em nome de Sérgio Almiro do 1º Cartório de Registro de Imóveis de Jabotão dos Guararapes agradeço por me ceder dados de extrema relevância para o trabalho. E por fim, agradeço em especial à Alexandra Luna, Suzana Kátia, Rafaela Pitanga, Maria Seabra e Helder Carapeba na colaboração para a elaboração dos mapas, gráficos, tabelas e revisão do texto.

RESUMO

GONÇALVES, Raquel Carapeba. **Das estratégias imobiliárias à Produção da cidade como negócio: o caso Alphaville Francisco Brennand** – PE. 2018.162 f. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

Este trabalho propõe-se a investigar as modificações no espaço urbano do Recife, empreendidas pelo mercado imobiliário, especialmente a partir dos anos 2000, quando se intensificaram as estratégias políticas do Governo Federal e Estadual para a construção de grandes empreendimentos industriais e imobiliários em municípios limieiros ao Recife. Dessa forma, áreas distantes do centro do Recife foram dinamizadas, o que contribuiu para a expansão imobiliária de alto padrão e seguindo um novo perfil espacial de “elitização das bordas”, engendrado nos projetos de grandes condomínios fechados. Considerando a atuação do setor imobiliário e suas táticas de incorporação de terras e implantação de megaprojetos que potencializam os mecanismos de reprodução e acumulação do capital e evidenciam o valor de troca e a valorização do solo urbano, toma-se a análise do caso Alphaville Francisco Brennand. Frente a essa conjuntura, a metrópole do Recife vem experimentando novas estratégias de acumulação na ordem urbana, assinaladas, sobretudo, pelo sentido hegemônico do mundo da mercadoria. A primazia do capital caracteriza o momento atual da produção do seu espaço urbano sob a generalização da mercadoria e do valor de troca em detrimento do valor de uso. Esse fenômeno vem assumindo um caráter singular no loteamento Alphaville Francisco Brennand, localizado em área periurbana na zona oeste da região metropolitana do Recife. Nesse contexto, a pesquisa teve como escopo principal abordar a especificidade do mercado imobiliário no caso do Alphaville Francisco Brennand, no qual verificou-se que a acumulação capitalista se realiza através de investimentos do capital no setor imobiliário não edificado. Trata-se da realização dos lucros no âmbito das operações fundiárias, antes mesmo do momento da construção efetivamente, através dos ganhos auferidos pela atividade da especulação imobiliária. Ou seja, a realização do capital ocorre na valorização fundiária, e não precisa se concretizar na edificação para garantir a rentabilidade do negócio, o que garante particularidades na realização da lógica da cidade como negócio por meio do monopólio da propriedade da terra.

Palavras-chave: Mercado Imobiliário; Segmento Fundiário; Produção do Espaço Urbano; Loteamentos Fechados.

ABSTRACT

GONÇALVES, Raquel Carapeba. **From Real Estate Strategies to City production as a Business**: the Alphaville Francisco Brennand – PE case. 2018. 162 f. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

This project proposes to investigate the modifications in the urban space of Recife undertaken by the real estate market, especially from the years 2000, when the Federal and State Government's political strategies for the construction of great industrial and real state enterprises in municipalities bordering Recife were intensified. Thus, areas far from the center of Recife were dynamized, which contributed to the high-quality real estate expansion, following a new spatial profile of 'edge elitisation' engendered in projects of large closed condominiums. Considering the performance of the real estate sector and its tactics of land incorporation and implantation of megaprojects, that potentiates the mechanisms of reproduction and accumulation of capital and shows the value of exchange and the valorization of the urban land, the analysis of the Alphaville Francisco Brennand case is taken. Facing this situation, the Recife's metropolis has been experimenting new strategies of accumulation in the urban order, mainly pointed out by the hegemonic sense of commodity's world. The capital's primacy characterizes the present moment of its urban space production under the commodity's generalisation and the value of exchange in detriment of the value of use. This phenomenon has been assuming a unique character in Alphaville Francisco Brennand allotment, located in a peri-urban area in the western zone of Recife's metropolitan region. In this context, the main objective of the research was to address the specificity of the real estate market in Alphaville Francisco Brennand case, where it was verified that the capitalist accumulation happens through capital investments in non-building real estate. It is the realization of profits in the scope of land operations, even before the effective construction, through the gains earned by the activity of real estate speculation. That is, the realization of capital takes place in land valuation, and does not have to be constructively concretized to guarantee the profitability of the business, which guarantees particularities in the realization of the city's logic as a business through the monopoly of land ownership.

Keywords: Real Estate Market; Land Segment; Urban Space Production; Gated Communities.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- APP** – Área de Preservação Permanente
- CCIR** – Certificado de Cadastro de Imóvel Rural
- CEPLAN** – Consultoria Econômica e Planejamento
- CIPS** – Complexo Industrial e Portuário de Suape
- CIRS** – Complexo Imobiliário, Residencial e de Serviços
- CMMA** – Código Municipal do Meio Ambiente
- COMPESA** – Companhia Pernambucana de Saneamento
- CONDEPE/FIDEM** – Agência Estadual de Planejamento e Pesquisas de Pernambuco
- CPRH** – Agência Estadual de Meio Ambiente e Recursos Hídricos
- CREA** – Conselho Regional de Engenharia e Agronomia
- DER/PE** – Departamento de Estradas de Rodagem do Estado de Pernambuco
- DETRAN/PE** – Departamento Estadual de Trânsito de Pernambuco
- DIRCON** – Diretoria Executiva de Controle Urbano do Recife
- FIDEM** – Fundação de Desenvolvimento da Região Metropolitana do Recife
- IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- INCRA** – Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária
- IPHAN** – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
- IPI** – Imposto sobre Produtos Industrializados
- IPTU** – Imposto Predial e Territorial Urbano
- IVV** - Índice de Velocidade de Vendas
- JCPM** – Grupo João Carlos Paes Mendonça
- OR** – Odebrecht Realizações Imobiliárias
- PIB** – Produto Interno Bruto
- RFFSA** – Rede Ferroviária Federal
- RMR** – Região Metropolitana do Recife
- SEI** – Sistema Eletrônico de Informações
- SEPLAG/IPECE** – Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará
- SEPLAM** – Secretaria de Planejamento Urbano e Ambiental

Sinduscon-PE – Sindicato da Indústria da Construção Civil no Estado de Pernambuco

ZEPA - Zona Especial de Preservação Ambiental

ZUR - Zona de Urbanização Restrita

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Planta do Alphaville Francisco Brennand.....	65
Figura 02: Imagens de satélite do empreendimento nos anos de 2006, 2007, 2010 e 2013.	69
Figura 03: Imagens de satélite do empreendimento nos anos de 2014, 2016, 09/2017 e 12/2017.	70
Figura 04: Propaganda do Alphaville Pernambuco 2.	88
Figura 05: Prêmios conferidos à Alphaville Urbanismo.	94
Figura 06: Valorização do M ² em alguns empreendimentos da Alphaville Urbanismo.	97

LISTA DE FOTOS

Foto 01: Conjuntos Habitacionais do Curado IV.....	62
Foto 02: Residências do Alphaville Francisco Brennand.	62
Foto 03: Contradições socioespaciais do Alphaville Francisco Brennand e seu entorno.	63
Foto 04: Lotes sem edificações no Alphaville Francisco Brennand.....	71
Foto 05: Áreas de aclave/declive no Alphaville Pernambuco 01.	75
Foto 06: Vista do bairro do Curado a partir de lote do Alphaville Francisco Brennand	125

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Edificações Concluídas no Alphaville Francisco Brennand de 2016 a 2018.	73
Gráfico 02: Distribuição e ocupação dos lotes por uso no Alphaville Francisco Brennand em 2018.	74
Gráfico 03: Distribuição e ocupação dos lotes por uso no Alphaville Pernambuco 01 em 2018.	76
Gráfico 04: Distribuição e ocupação dos lotes por uso no Alphaville Pernambuco 02 em 2018.	76
Gráfico 05: Média do preço do M ² dos lotes no Alphaville Francisco Brennand por operação.	115
Gráfico 06: Variação de ganhos e perdas no conjunto das vendas.	117
Gráfico 07: Variação de ganhos e perdas na terceira operação.	117
Gráfico 08: Média do preço do M ² por ano no conjunto de vendas.	119
Gráfico 09: Média do preço do M ² por ano na primeira operação.	119
Gráfico 10: Média do preço do M ² por ano na segunda operação.	120
Gráfico 11: Média do preço do M ² por ano na terceira operação.	120

LISTA DE MAPAS

Mapa 01: Localização do Alphaville Francisco Brennand.	19
Mapa 02: Polos de dinamização da Região Metropolitana do Recife.	23
Mapa 03: Localização de alguns Projetos Urbanos Estratégicos na RMR.....	40
Mapa 04: Localização de alguns empreendimentos imobiliários de alto padrão nos espaços periurbanos da RMR.	43
Mapa 05: Localização do Alphaville Francisco Brennand.	60

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Novos Produtos Imobiliários lançados na RMR (Tipologia e Infraestrutura oferecida)	45
Quadro 02 - Quadro resumo dos dados numéricos do empreendimento.....	67

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 - Taxa de Crescimento do PIB trimestral, por setor em 2010.....	36
Tabela 02 - Evolução das obras no Alphaville Francisco Brennand entre 2009 e 2016.	72

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS	
RESUMO	
ABSTRACT	
LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS	
LISTA DE FIGURAS	
LISTA DE FOTOS	
LISTA DE GRÁFICOS	
LISTA DE MAPAS	
LISTA DE QUADROS	
LISTA DE TABELAS	
1 INTRODUÇÃO	16
2 A PRODUÇÃO DO ESPAÇO NA METRÓPOLE RECIFENSE E A REDEFINIÇÃO DO USO DO SOLO URBANO NA REALIZAÇÃO DA CIDADE COMO NEGÓCIO... 31	
2.1 A produção do espaço urbano e a realização da cidade como negócio.....	32
2.2 A produção socioespacial na Região Metropolitana do Recife.....	36
2.3 O papel dos empreendimentos imobiliários na condução do processo de periurbanização	48
3 A CONSTRUÇÃO DE NOVAS ESPACIALIDADES NO ESPAÇO PERIURBANO DO RECIFE: O ALPHAVILLE FRANCISCO BRENNAND	54
3.1 Caracterização do empreendimento	54
3.1.1 Precedentes Históricos.....	54
3.1.2 Localização	58
3.1.3 O Plano de Parcelamento do imóvel.....	64
3.1.5 Evolução do Projeto.....	68
3.2 Os agentes desenvolvedores: o Estado e o Grupo Alphaville	77
3.3. O Marketing no Alphaville Francisco Brennand e a construção do exclusivismo socioespacial.....	79
3.4 O consumo do Alphaville Francisco Brennand à luz do fetiche da mercadoria: o papel da marca imobiliária.....	91
4 A PRODUÇÃO E O CONSUMO DO ALPHAVILLE FRANCISCO BRENNAND COMO ESTRATÉGIA IMOBILIÁRIA	100
4.1 A acumulação capitalista no setor imobiliário metropolitano	100
4.2 A estratégia imobiliária no Alphaville Francisco Brennand sob a ótica da noção do rent gap	104
4.3 A realização especulativa na apropriação do Alphaville Francisco Brennand ...	111
4.4 Desconstruindo mitos a partir da análise de dados.....	123

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	128
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	136
ANEXO A – RELAÇÃO DE CLIENTES x UNIDADE – JABOATÃO DOS GUARARAPES	140

1 INTRODUÇÃO

A produção do espaço consiste em uma categoria imprescindível do conhecimento geográfico e da realidade concreta vinculada à reprodução da sociedade. O espaço é condição real das práticas humanas no transcorrer da história, se colocando ao mesmo tempo como produto, meio e condição de suas atividades, sendo passível de mudanças frente às exigências sociais. (CARLOS, 2011). Destarte, estudar as formas de apropriação do espaço, revelando por quem e de que forma estes espaços serão utilizados e pondo-o enquanto requisito da realização da vida humana é uma possibilidade para a compreensão da complexa questão que abrange a produção espacial das cidades contemporâneas capitalistas.

As transformações políticas, sociais e econômicas advindas do modo de produção capitalista introduziram uma contradição no processo de produção e reprodução do espaço, inserindo mudanças profundas na relação da sociedade com a natureza, que não se dá mais somente no nível da manutenção da vida, mas em um nível de apropriação privada. Nessa perspectiva, o espaço se tornou um produto dos interesses capitalistas, convertendo-se em mercadoria e condição para a reprodução continuada do lucro. Como corolário, novas configurações espaciais colocam-se para a sociedade, visando a atender as demandas criadas pelo imperativo da reprodução econômica.

Mercantilizados, os elementos da natureza e determinados espaços passam a ser objetos de consumo restrito, mais acessível àqueles que possuem poder de compra. Deste modo, o espaço da cidade capitalista tem a sua paisagem marcada pelas formas da segregação segundo a lógica da propriedade privada e da mercadoria, na qual o valor de troca sobrepõe-se ao uso improdutivo do espaço para a vida cotidiana (CARLOS, 2015).

Tomando a metrópole como nível de realidade e análise, o Recife vivencia um ritmo veloz da exploração capitalista do solo urbano. É sob esta perspectiva que aqui foram realizadas considerações partindo da produção do espaço como fundamento da acumulação no setor imobiliário. Nos últimos anos, mais precisamente, a partir da década de 2000, a atividade do segmento imobiliário tem aumentado em função de políticas públicas com projetos estruturantes dos governos federal e estadual. Diante desse quadro, surgem megaempreendimentos imobiliários que vêm investindo em novas formas de oferta de moradia no formato de

loteamentos fechados nas zonas periurbanas sul, oeste e norte do espaço metropolitano do Recife, dos quais alguns com forte perfil exclusivista. Deste modo, o espaço transformado em mercadoria passa a ser vendido como um “combo perfeito”, repleto de itens e serviços, os quais, em geral, são construídos em áreas de antigos latifúndios pertencentes à indústria açucareira ou aos grandes proprietários de terra, caracterizadas por estruturas fundiárias que ainda resguardam os seus atrativos locacionais, naturais e ambientais.

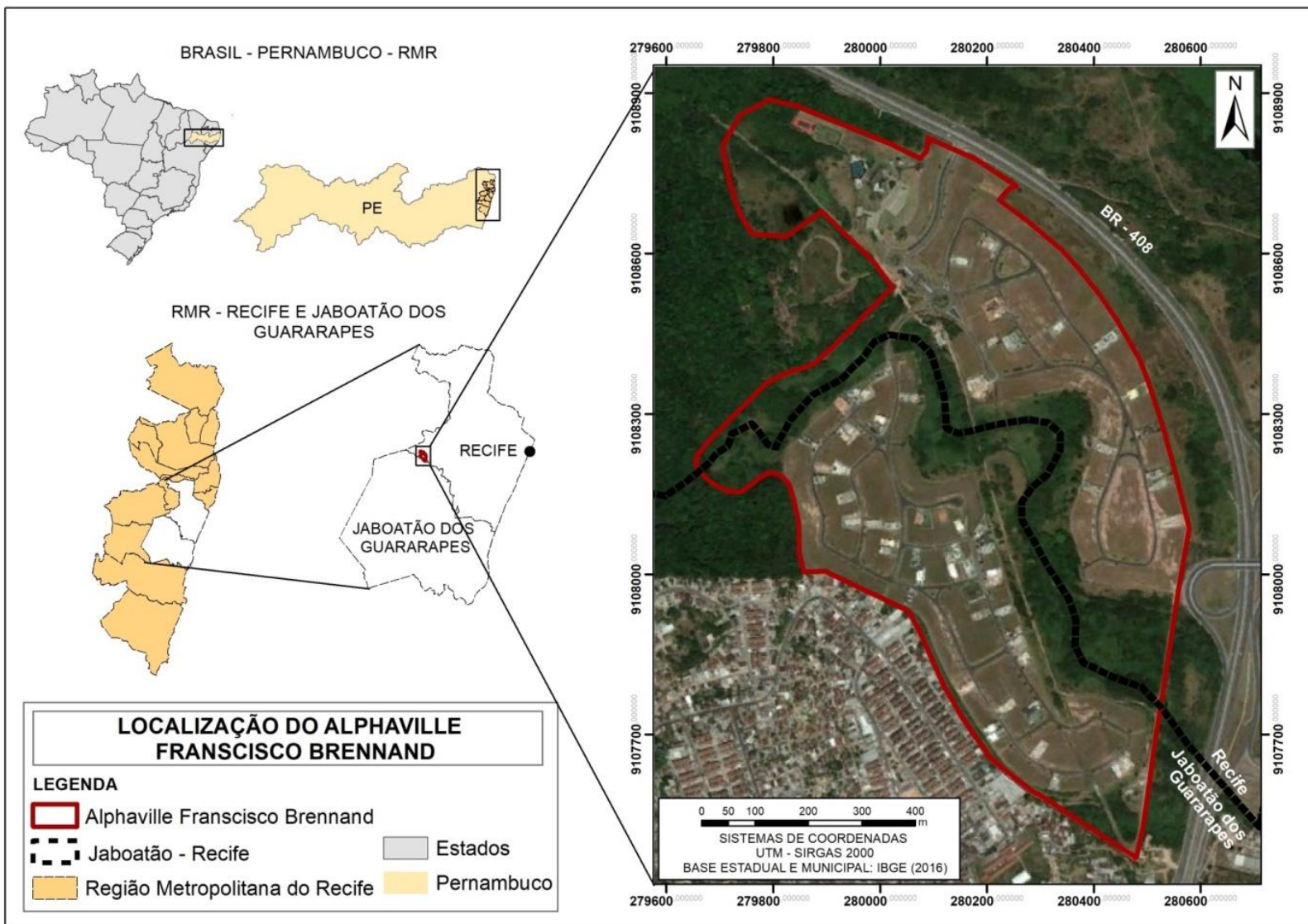
Esses produtos expressam muito sobre a cidade, sua produção e transformação socioespacial. Neste contexto, é construído nosso argumento sobre a influência da produção e expansão do mercado imobiliário de loteamentos fechados na condução do processo de periurbanização do espaço urbano recifense. Convém destacar que, à primeira vista, no objeto aqui investigado, observa-se uma tendência de realização do capital, que despreza a produção imobiliária com a predominância do capital fundiário, uma vez que a terra assume o papel de ativo e gera riqueza improdutivamente. Assim, a terra se constituiria em uma mercadoria fetichizada. Tal processo vem sendo verificado no caso dos lotes em Alphaville, muitos dos quais, ainda sem construção, estão sendo subutilizados como fonte de investimento a partir da valorização e da renda da terra como forma de capitalização, sem que haja atividade produtiva. Por conseguinte, a terra se mostra como uma mercadoria de natureza diferente em relação às demais, que comumente se valorizam por meio da edificação.

Corroborando esta lógica, Lefebvre (2001) salienta o papel da cidade enquanto subordinadora da terra ao mercado, transformando-a em um bem comercializável condicionado pelo valor de troca e da especulação, e não do uso e do valor de uso. O autor afirma que o investidor “extrai da terra, sem mesmo explorá-la, sem tocá-la com seus dedos, mesmo ausente, a renda dita absoluta e uma grande parte das rendas ditas diferenciais, vindo da diversidade das terras, (...) dos trabalhos de infraestrutura efetuados e dos capitais investidos” (LEFEBVRE, 2001, p. 166). Nesse ínterim, a reprodução do espaço urbano a partir do imperativo da propriedade privada da terra se dá, numa proporção cada vez maior, como valor de troca em detrimento do seu valor de uso.

Diante deste cenário, elegemos como terreno de investigação o Complexo AlphaVille Francisco Brennand, empreendimento aprovado em 2006 e entregue em 2009. O Loteamento está localizado na periferia oeste da Região Metropolitana do

Recife (RMR), às margens da BR 408, s/n, km 102,8, (mapa 01) rodovia federal que liga Recife aos municípios da mata norte, de trânsito de alta velocidade. Parte do empreendimento está localizado no bairro da Várzea, no Município de Recife, e parte no bairro do Curado, município de Jaboatão dos Guararapes, tendo como divisor natural entre os municípios o Rio Tejipió. Limita-se ao norte com a área da Fazenda São Francisco, formada por densa vegetação de preservação permanente, e a leste com a BR 408, que dá acesso à área. Ao sul, limita-se com o conjunto residencial Curado IV e com as terras da gleba B da Fazenda São Francisco e gleba B2, desmembrada da mesma propriedade. O Alphaville Francisco Brennand foi construído em uma área de propriedade da família Brennand, na qual está localizada a histórica casa do antigo Engenho São Francisco, onde residiu o comandante André Vidal de Negreiros, um dos líderes da Insurreição Pernambucana, que ocorreu no contexto da resistência à invasão holandesa no nordeste brasileiro, no século XVII.

Mapa 01: Localização do Alphaville Francisco Brennand.



Fonte: IBGE (2016), elaborado por Alexandra Luna, 2018.

O empreendimento possui 404 lotes, sendo 389 residenciais unifamiliares e 13 lotes destinados para comércio e serviços e 2 lotes de portaria. Os 611.351,07m² de área total do loteamento distribuem-se da seguinte forma: 338.989,72 m² de área pública, na qual 223.890,30 m² correspondem às áreas verdes e 272.361,35 m² de área privada, onde 92.700 m² são de áreas de lazer ocupadas pelo clube, o equivalente a mais de nove campos de futebol. Infere-se, assim, que se trata de um megaprojeto imobiliário na periferia oeste da Região Metropolitana do Recife (RMR), idealizado face um elevado grau de exclusivismo socioespacial, o que, se efetivado como lugar de moradia, seria responsável pela indução do deslocamento de parte da elite e classe média locais para territórios mais afastados da metrópole, em municípios limítrofes ao Recife, notadamente, Jaboatão dos Guararapes. Tal situação demonstra a essência da contradição capitalista de produção de raridades urbanas num espaço concebido pela variedade de ações que decorrem dos interesses dos seus agentes produtores, visto que o processo de viabilização dos novos empreendimentos habitacionais resulta da articulação entre os proprietários de terras e empresas imobiliárias. À reboque deste processo, os governos municipais redefinem seus arcabouços legislativos para legitimar as decisões do setor privado (BITOUN, 2015).

Sob essa perspectiva, a cidade passa por um constante processo de produção e reprodução do espaço, a partir do qual se pode averiguar a deterioração de certas áreas, a relocação diferenciada da infraestrutura e a mudança do conteúdo social e econômico de determinados fragmentos da cidade. A partir da materialização dos loteamentos exclusivos em áreas relativamente distantes dos centros/núcleos urbanos, visualiza-se uma nova configuração espacial menos articulada com a malha urbana. Deste modo, parafraseando Bitoun (2012), a Região Metropolitana do Recife exhibe um padrão de ocupação espacial caracterizado ora por uma malha contínua que ultrapassa limites político-administrativos municipais, ora por incorporar núcleos urbanos isolados que apresentam pouca integração à sua dinâmica de fluxos, funções e relações socioeconômicas.

Por esse ângulo, no que tange à expansão para outras nucleações, Harvey (2004, 2005) afirma que nos próprios mecanismos da produção capitalista há uma propensão expansionista, a qual assinala a necessidade de uma reestruturação espacial do capital, chamada por ele de “ordenação espaço-temporal do

capitalismo”. Isso significa dizer que, dessa perspectiva, os agentes internos ao capital estimulam o expansionismo capitalista e incentivam uma nova ordenação geográfica dos capitais, implicando em uma nova estrutura espacial voltada à reprodução da acumulação capitalista. Sendo assim, consideramos que o empreendimento imobiliário supracitado, ao se instalar numa área periférica, contribui para a expansão da cidade num processo de periurbanização. No entanto, isso não ocorre de modo contíguo pelo espaço, mas sim de modo fragmentado, sabendo que o espraiamento é orientado por forças de mercado na esteira de intervenções urbanas comandadas pelo capital, e ainda pelo processo de metropolização na região.

Nesse contexto, o mercado imobiliário, articulado ao segmento financeiro, posiciona-se com seu papel crescente na produção, reprodução e transformação do espaço urbano. Aqui se destaca como esse processo vem se desenvolvendo segundo a lógica da mercadoria no espaço metropolitano do Recife, no caso específico da incorporação de megaempreendimentos, seguindo o modelo AlphaVille de condomínios fechados com amplo aparato de segurança que acabam por constituir um espaço exclusivista.

Diante do retardamento dos agentes capitalistas imobiliários, tendo em vista que os projetos imobiliários implantados nas bordas da malha urbana a oeste do núcleo metropolitano são relativamente recentes, datando dos anos 2000, verificou-se, em um primeiro momento, que na Região Metropolitana do Recife (RMR) há uma vacância imobiliária nesses megaprojetos. Nesse sentido, a questão central que se apresenta e constitui o problema norteador do referido trabalho se alicerça na seguinte indagação:

- Qual a natureza do obstáculo que a expansão produtiva do segmento imobiliário encontrou em áreas periféricas do espaço metropolitano do Recife para sua reprodução e realização?

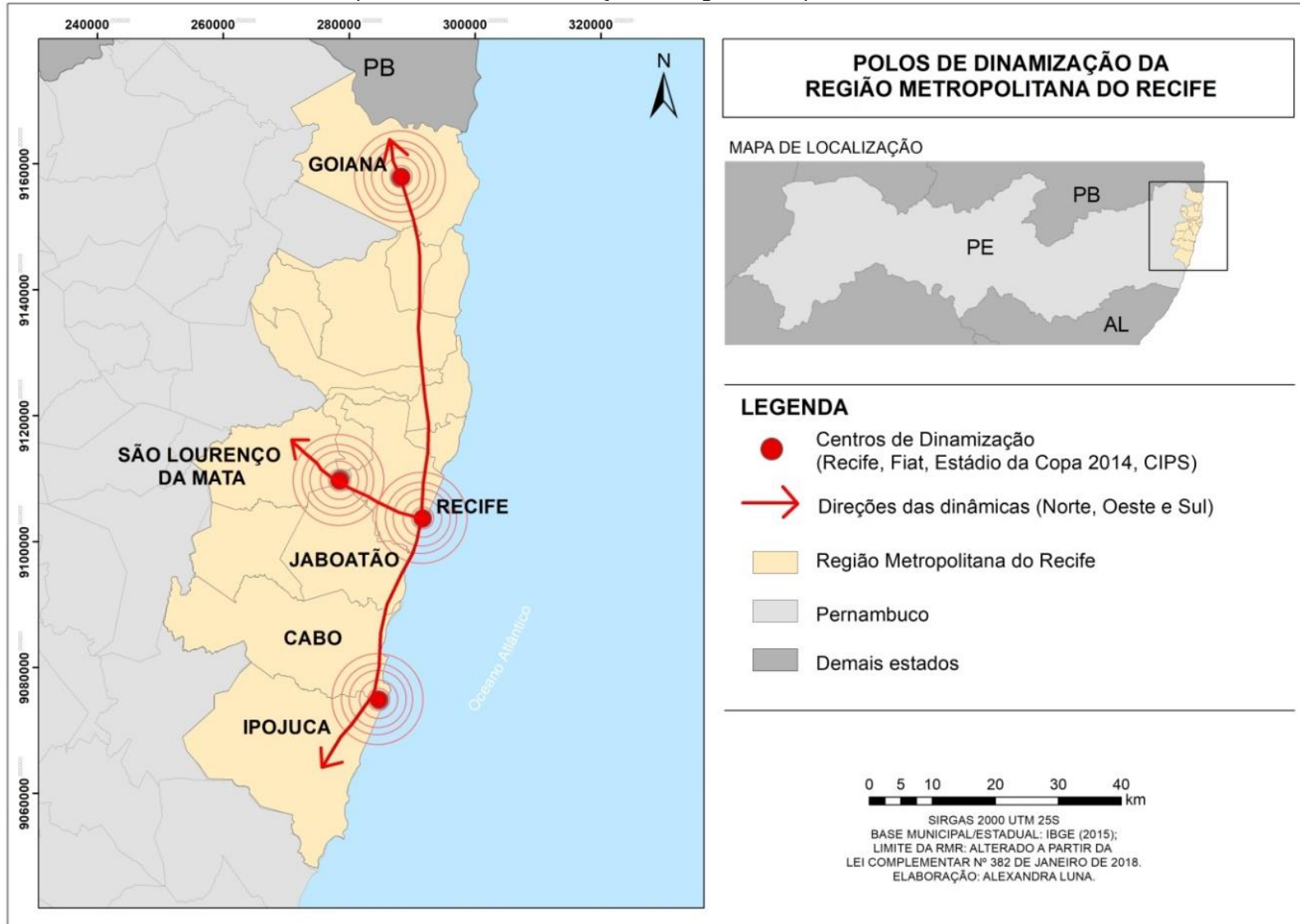
A partir da questão principal, emergem questionamentos secundários:

- Quais mecanismos/fatores contribuíram para a adoção de empreendimentos imobiliários seguindo o modelo AlphaVille?
- O que justifica a escolha por investimentos afastados do centro ainda hoje no Recife?

É com o intuito de elucidar essas indagações que fazemos algumas antecipações hipotéticas, considerando que é somente a partir dos anos 2000, com

as estratégias políticas do Governo Federal no Nordeste, especialmente em Pernambuco, com a construção de grandes empreendimentos industriais e imobiliários, que áreas distantes do centro do Recife foram dinamizadas (mapa 02), a exemplo do Complexo Industrial Portuário de Suape, ao Sul (Cabo de Santo Agostinho e Ipojuca), com a construção da Refinaria do Nordeste Abreu e Lima, do Estaleiro Atlântico Sul. Coube ao Governo Estadual a decisão de dinamizar outras áreas do entorno metropolitano. Na zona oeste, destacam-se a implantação da Arena Pernambuco e da Cidade da Copa, que se deu por meio de uma Parceria Público-Privada e a duplicação da BR 408, rodovia federal que se conecta aos municípios de São Lourenço da Mata, Paudalho e Carpina. Já na zona norte, a instalação do polo automotivo em torno da montadora da Fiat e dos polos farmacológico e vidreiro também expressam o maior dinamismo econômico.

Mapa 02: Polos de dinamização da Região Metropolitana do Recife.



Fonte: IBGE (2016), elaborado por Alexandra Luna, 2018.

Assim, os estudos realizados apontam para a hipótese inicial de que a dinâmica metropolitana passou a se expressar com vigor após a criação dessas novas estruturas industriais, as quais iniciaram uma nova fase, abrindo um novo momento do mercado imobiliário no processo de produção do espaço urbano na metrópole do Recife. Desse modo, considerando que no Recife a expansão e integração metropolitana datam de um período recente, a partir de obras de duplicação de rodovias e construção de complexos industriais, é somente aí que se amplia a conectividade entre os municípios vizinhos. Portanto, facilitado o acesso ao centro e com o aumento das trocas intermunicipais é que as dinâmicas econômicas na região se intensificaram.

Sugere-se, então, que é influenciado pela instalação e consolidação dessas estruturas e megaprojetos que o mercado imobiliário atentou para a construção de loteamentos exclusivos de elevado padrão na periferia da RMR para atender a uma suposta demanda desses novos empregados nos complexos industriais recém-construídos. Contudo, supõe-se que a produção desses produtos imobiliários não está necessariamente condicionada à demanda por moradia nessas localidades, mas sim à possibilidade de acumulação do capital a partir da valorização fundiária. Deste modo, a instalação produtiva imobiliária de loteamentos exclusivos teria ocorrido tardiamente em função de uma estratégia imobiliária de aguardar a valorização das áreas periféricas, até então, despreparadas material, social e economicamente, e de reduzido dinamismo e ligação com o polo do Recife.

Outro aspecto que deve ser levado em consideração é o fato do município do Recife, polo da região metropolitana, dispor de uma reduzida extensão territorial, o que influi para que, nas últimas décadas, a falta de grandes glebas desocupadas no centro explicasse esse movimento em direção às áreas periurbanas da cidade, instalando-se, assim, um processo de expansão de suas fronteiras em outros municípios metropolitanos seguindo os interesses do setor imobiliário empresarial em avançar e definir novas zonas de valorização imobiliária em áreas periféricas. Ademais, a desvalorização das áreas centrais e a criação dessa nova morfologia urbana de residência podem ser consideradas parte de uma estratégia de mercado que se desenha em função da necessidade de reinserir as famílias de média e alta renda nas transações imobiliárias.

Mais um elemento que apontamos para responder à indagação proposta reside na hipótese de que a modelagem de arranjos empresariais entre donos da

terra e outros empreendedores, bem como de investimentos públicos, foi demorada para que se configurassem, no Recife, empreendimentos exclusivistas horizontais na periferia oeste metropolitana. As glebas em que foram implantados esses empreendimentos encontravam-se, até pouco tempo, fora do mercado. São áreas de antigos latifúndios, outrora pertencentes à indústria açucareira, sítios periurbanos ou a proprietários cujas terras, caracterizadas pelos atrativos naturais e ambientais, mantiveram-se como reserva de valor. Trabalha-se, ainda, com a ideia de que o Grupo AlphaVille só implementou os complexos imobiliários no Recife quando a metropolização nesta cidade estava de fato concretizada e dotada de dinamismo com um certo grau de infraestrutura que viabilizasse a comunicação entre seus municípios, a exemplo da duplicação da BR 232 na região oeste, realizada somente na segunda metade da década de 90, e que se torna justamente a via de acesso para um dos empreendimentos do grupo AlphaVille. Considerando que tanto São Paulo quanto o Recife tiveram suas Regiões Metropolitanas criadas no mesmo ano (1973), a integração dos seus municípios não ocorreu concomitantemente. Assim, a nova mercadoria teria aguardado a implantação de infraestrutura de comércio e serviços, propriamente, o processo de efetiva metropolização do espaço urbano recifense, tendo como justificativa o atendimento dos futuros moradores de modo compatível com o seu padrão de consumo.

Por fim, sugere-se que a dimensão da troca se sobrepõe ao valor de uso. Desse modo, as motivações dos consumidores dos megaprojetos imobiliários modelo AlphaVille estariam associadas ao caráter de objeto implicado na valorização da terra urbana, criando as condições de uma realização especulativa e da elaboração de uma reserva de valor para valorização futura, demarcando, assim, os fundamentos de uma feição rentista do capital imobiliário na apropriação do solo urbano. Dessa forma, acredita-se que o terreno constitui um depositário de poupanças individuais, que também é tomado enquanto espécie de investimento privado e familiar. É possível pensarmos numa hipótese em que estes megaprojetos, quando foram idealizados, já contavam com esse tipo de investidor, sem a pretensão de transformar o loteamento em um condomínio efetivamente.

Diante dessa evidência, surge a hipótese central da pesquisa, a qual se funda na observação de que, no Recife, o segmento imobiliário representado nas operações que deram origem e ainda ocorrem no Alphaville Francisco Brennand aparece como uma alternativa mais ao capital especulativo da terra do que ao

capital produtivo da construção propriamente dito. Visto que a rentabilidade do negócio no empreendimento estudado pode ser garantida apenas no movimento de valorização no segmento fundiário em si mesmo, sugere-se que as motivações dos compradores dos lotes estariam associadas à expectativa de valorização da terra urbana, tratando-se parte de uma estratégia de obtenção de ganhos especulativos ou uma forma de reserva de valor tanto para os capitais excedentes de segmentos os mais diversos ou para o depósito de poupanças familiares de indivíduos de altas rendas. Essa característica demarca a feição rentista do capital imobiliário na apropriação do solo urbano. Nesse caso, a estratégia imobiliária aponta para a aquisição dos lotes a preços baixos num período anterior ao processo de valorização e a posterior venda, resgatando uma tradição de obtenção de renda no mercado imobiliário, mais especificamente no segmento fundiário.

A par dessas considerações, a pesquisa teve como escopo principal abordar a especificidade do mercado imobiliário, no caso do Alphaville Francisco Brennand, e encontrar as razões da prevalência do segmento fundiário em face dos segmentos produtivos nele, tomando por base as categorias: produção do espaço urbano, mercadoria, mercado imobiliário, loteamentos fechados e exclusivismo socioespacial. A estratégia de pesquisa adotada é a do estudo de caso, o qual remete ao estudo detalhado de um ou poucos objetos, a fim de apreender a totalidade de uma situação. Dessa forma, analisa-se aqui o Alphaville Francisco Brennand, embora sem desconsiderar outros produtos imobiliários que também sinalizam novas direções do crescimento metropolitano no Recife.

Com o intento de operacionalizar a realização da pesquisa, seguem alguns procedimentos e instrumentos metodológicos utilizados na construção do arcabouço teórico-metodológico e alcance dos objetivos: revisão bibliográfica, pesquisa de campo de natureza qualitativa com visitas à área objeto de estudo para observação in loco da paisagem e produção de um acervo fotográfico. Ademais, a fim de realizar um levantamento documental foram coletados materiais publicitários do empreendimento imobiliário, além do memorial descritivo do empreendimento. Recorreu-se também à aplicação de entrevistas junto a alguns agentes envolvidos, a exemplo das prefeituras dos municípios de Jaboatão dos Guararapes e do Recife, do escritório de arquitetura responsável pelo projeto do loteamento Alphaville Francisco Brennand, do corpo técnico da própria Associação Alphaville Francisco Brennand, da Diretoria Executiva de Controle Urbano do Recife

(Dircon), da consulta às anuências do empreendimento imobiliário junto à Agência Estadual de Planejamento e Pesquisas de Pernambuco (CONDEPE/FIDEM) e da investigação junto aos cartórios de registro de imóveis de Jaboatão dos Guararapes e Recife. Após a coleta dos dados e da transcrição do conteúdo das entrevistas, com o intuito de dar suporte empírico à investigação, procedeu-se à seleção e tabulação dos mesmos, dispondo-os em quadros, gráficos e tabelas, de modo a verificar as inter-relações entre eles.

O objetivo geral demandou uma revisão da literatura, a qual se fundamenta no levantamento e análise sistemática das produções nacionais e internacionais pertinentes à reflexão, que serviram de base para a discussão e redação do referencial teórico, incluindo-se livros, trabalhos acadêmicos e técnicos, artigos científicos e documentos públicos, disponibilizando as informações já existentes de modo a identificar os conceitos que serão mobilizados ao longo de todo o trabalho.

Na pesquisa bibliográfica, levou-se em consideração a abordagem de diferentes expoentes, tanto quanto suas opiniões para a construção de uma fundamentação para o presente estudo, referenciando-se, principalmente, nas obras de Henri Lefebvre (2000, 2001, 2013), Ana Fani Alessandri Carlos (2001, 2011, 2015), Adauto Gomes Barbosa (2014), César Ricardo Simoni Santos (2003, 2006, 2017), Jan Bitoun (2015), Karl Marx (1996), David Harvey (1999, 2004, 2005), Neil Smith (1979).

A etapa inicial de levantamento bibliográfico supracitada tornou-se viável a partir da disponibilidade de uma documentação abundante e adequada ao tema proposto, formando um importante arcabouço teórico para a fundamentação do trabalho, assim como a ampla infraestrutura para a pesquisa bibliográfica, contando com recursos materiais de tecnologia, acesso a sites de busca que fornecem em via digital artigos e trabalhos científicos relacionados com a temática proposta.

No que concerne ao método utilizado, nos aproximamos dos elementos básicos do pensamento dialético a partir da análise das contradições postas pelo modo de produção capitalista na sociedade, através de uma abordagem histórica e dialética, partindo da compreensão da produção do espaço urbano como condição, meio e produto da reprodução social (CARLOS, 2011), fundada na contradição da lógica da acumulação capitalista e apoiada, sobretudo, na propriedade privada e na cidade como mercadoria, a qual cria acessos diferenciados dos cidadãos aos

espaços metropolitanos. Consideramos que este é o percurso para respaldar a segregação como produto das desigualdades impregnadas no espaço urbano.

A tese aqui defendida, a qual é orientada por indicadores teóricos e empíricos, aponta para a utilização de um conjunto de estratégias imobiliárias no Alphaville Francisco Brennand que não se restringem à extração da renda da terra na determinação da rentabilidade do empreendimento, mas que também está acompanhada de uma orientação especulativa. Em decorrência disso, a propriedade fundiária e imobiliária converte-se em poupança, reserva de valor e objeto de investimentos frequentemente especulativos. Dessa forma, os aspectos que caracterizam o produto imobiliário se revertem numa fonte de ganhos privados decorrentes da valorização dos seus lotes. Construiu-se a seguinte trajetória: no primeiro capítulo, buscou-se trazer reflexões acerca do processo preponderante nas grandes metrópoles nacionais nos dias de hoje, o qual está moldado na realização da cidade como negócio com centralidade na propriedade privada da terra e na cidade como espaço capitalista, onde a vida cotidiana está subsumida à lógica da acumulação com ênfase na produção do espaço urbano na Região Metropolitana do Recife, elucidando as transformações da dinâmica urbana recifense. Nesse sentido, destaca-se o papel do mercado imobiliário, que tem se tornado um segmento importante de acumulação urbana, aqui se expressando, em parte, na sua feição rentista, e o papel dos empreendimentos imobiliários na condução do processo de periurbanização.

No segundo capítulo, realizou-se um breve levantamento a fim de resgatar os antecedentes históricos no que concerne à propriedade da área objeto de estudo, o Alphaville Francisco Brennand, além da caracterização do empreendimento. Em seguida, apresentam-se os agentes desenvolvedores responsáveis pela efetivação do produto imobiliário, o papel do marketing do Alphaville na construção do exclusivismo socioespacial e uma análise do consumo do Alphaville Francisco Brennand à luz do fetiche da mercadoria salientando o papel da marca.

No terceiro capítulo, intitulado “a produção e o consumo do Alphaville Francisco Brennand como estratégia imobiliária”, destacou-se a acumulação capitalista pautada na feição rentista do capital imobiliário. Nesse sentido, abordou-se a emergência de um segmento social que volta a fazer da terra urbana um investimento privado ligado a poupanças familiares, quando temos que o valor de

uso da terra adquirida, enquanto objeto de utilidade particular, é suplantado pelo valor de troca, visto que os consumidores estão interessados, ao menos aqueles que na cadência da propriedade da terra sucedem os grandes empresários do segmento fundiário, principalmente, no valor de troca da terra urbana, tendência que pode ser verificada e comprovada com o reduzido quantitativo de terrenos construídos no empreendimento já entregue aos proprietários produzindo a vacância imobiliária. Assim, destacou-se, ainda, que as dinâmicas que envolvem o Alphaville sinalizam para uma aproximação dos fenômenos relacionados com a noção do rent gap desenvolvida por Neil Smith (1979), que consiste basicamente na diferença existente entre a renda potencial de um imóvel frente à renda capitalizada atual. Essa noção será apresentada de forma mais detalhada na seção “a estratégia imobiliária no Alphaville Francisco Brennand sob a ótica do conceito do rent gap”.

Nesse sentido, o trabalho discute as implicações da reprodução ampliada de um mercado imobiliário em desenvolvimento e a criação de estratégias imobiliárias que viabilizem a acumulação do capital. Além disso, ilustra a formação de um arranjo empresarial e de investidores no processo de produção do espaço da cidade do Recife, mostrando esta realidade urbana tal como se apresenta hoje: vinculada à produção de raridades urbanas materializadas nos loteamentos fechados, os quais tem papel decisivo na organização socioespacial da metrópole que, cada vez mais, torna-se difusa e fragmentada.

Assim, acreditamos que o empreendimento do Grupo AlphaVille se constitui como relevante objeto de estudo, visto que, conduzido pela ótica da mercadoria, apresenta em sua dinâmica imobiliária as contradições socioespaciais da ação do capital sobre o espaço e, demarcado pela atuação do marketing, difunde o exclusivismo socioespacial como estratégia de valorização. Ademais, o lote AlphaVille não só adquire uma valorização baseada no mercado imobiliário, mas quando vistos pelo ângulo do fetiche, ganham uma valorização de venda embasada na construção da “grife” e da marca. Por sua vez, a essa mercadoria atribui-se um valor simbólico e a mesma deixa de ter a sua utilidade quando verifica-se que o valor de troca se sobrepõe ao valor de uso.

É nesse sentido que o papel do marketing torna-se essencial ao associar a imagem do loteamento a uma determinada classe, e cria uma atmosfera em torno do produto que tem demanda solvável, o que se configura como parte das estratégias implicadas na valorização, liquidez, atratividade e segurança para os investidores

que mantêm os negócios com a terra no Alphaville como uma atividade rentável e que ainda permite a realização dos capitais envolvidos no processo de criação do loteamento.

O tema é atual e emergente, é com esta premissa que nosso estudo empiricizado no Complexo AlphaVille Francisco Brennand pode contribuir para a reflexão e captação das formas de reprodução do poder econômico e político no Recife. Ademais, vistos enquanto espaços da segregação, este produto imobiliário viabiliza a análise dos processos de homogeneização, fragmentação e hierarquização (LEFEBVRE, 2000) do espaço, além de poder contribuir de forma significativa para a análise teórica e um maior conhecimento da produção capitalista do espaço urbano nas metrópoles contemporâneas, fundamental à área da Geografia Urbana.

2 A PRODUÇÃO DO ESPAÇO NA METRÓPOLE RECIFENSE E A REDEFINIÇÃO DO USO DO SOLO URBANO NA REALIZAÇÃO DA CIDADE COMO NEGÓCIO

Ao longo dos últimos anos, as transformações na dinâmica urbana e metropolitana, que têm fundamento na mercantilização das cidades, garantiram certo protagonismo dessas nos debates acadêmicos. Do mesmo modo, as pesquisas que envolvem a temática da produção e reprodução do espaço urbano vêm ganhando fôlego principalmente no campo de observação da geografia, com destaque para a forte atuação do segmento imobiliário enquanto vetor econômico, que absorve o capital excedente no desenvolvimento das cidades e emerge como possibilidade de superar as crises. Nesta condição, o segmento imobiliário se insere no circuito da acumulação capitalista e passa a orquestrar a produção do espaço urbano.

O presente capítulo tem como fio condutor a análise da dinâmica urbana recifense no que concerne aos processos de uso, produção e reprodução do espaço segundo a concepção da cidade-negócio, tendo por objetivo apresentar a produção do espaço urbano atual, que tem nos negócios e na propriedade imobiliária urbana sua face mais visível, a qual vem atribuindo novos conteúdos ao espaço metropolitano.

Um breve olhar sobre a produção espacial no Recife permite antever que estão em curso estratégias que agudizam o processo de produção da cidade como negócio, na acepção mais crua do termo, em que a própria cidade torna-se vendável, subordinando-a ao seu valor de troca e tornando-a atraente para o capital. É nesse sentido que o urbano, atualmente, emerge como o lugar propício para o desenvolvimento dos negócios, e, por conseguinte, manifesta as novas formas da acumulação contemporânea.

Dessa forma, vem se costurando um padrão de cidade a serviço da lógica da mercadoria, no qual se identifica a relevância do processo da produção do espaço para as estratégias de acumulação capitalista. Isto é, as cidades constituem-se como o lócus privilegiado para a efetivação dos negócios e para a circulação de mercadorias e, portanto, para as trocas sob o comando do capital financeiro. Assim,

na produção capitalista do espaço urbano a cidade se converte em mercadoria, instituindo um modelo no qual aquela é valorizada exclusivamente pelo seu valor de troca. Daí a atuação estratégica dos promotores imobiliários na execução de projetos de interesse para o capital, uma vez que a cidade não apenas reforça a acumulação capitalista, mas, antes de tudo, é meio de sua reprodução.

2.1 A produção do espaço urbano e a realização da cidade como negócio

Nas cidades contemporâneas, tornou-se predominante a produção e o consumo do espaço sob o imperativo do modelo capitalista. Por conseguinte, reproduz-se um modo de vida marcado pela racionalidade do capital. Os reflexos dessa produção capitalista do espaço urbano são percebidos na intensificação do mundo da mercadoria e na representação da cidade como negócio, na qual as necessidades de reprodução do sistema embasado no lucro vão ditar as diretrizes, orientações e finalidades do processo geral de reprodução. Na cidade-negócio, a premissa básica não é tão somente permitir a acumulação do capital no espaço urbano, porém a reprodução direta do capital através da produção do espaço urbano, sendo o capital um elemento desta produção. Seguindo essa lógica, tem-se, cada vez mais, a formação de um espaço fragmentado e marcado pela segregação.

Segundo Carlos (2015), a ideia do urbano como negócio remete ao sentido contemporâneo hegemônico presente nas cidades de reproduzir não mais as condições necessárias para a acumulação do capital no espaço urbano, mas reproduzir diretamente o capital por meio da produção do espaço urbano, ou seja, a reprodução do espaço se dá pela e para a lógica da acumulação, e é justamente nos espaços metropolitanos que esse fenômeno repercute de forma mais intensa, uma vez que a metrópole é o lócus de realização da vida, no qual as relações sociais, econômicas e espaciais acontecem. Por isso a autora afirma que:

Do ponto de vista da acumulação, a metrópole aparece como localização e suporte das relações sociais de produção (e de propriedade), mas em seu fundamento é condição e meio da concretização do ciclo de rotação do capital, recriando, constantemente, os lugares propícios de realização dos momentos de produção, distribuição, circulação, troca e consumo de mercadorias – tanto materiais quanto imateriais – como possibilidade sempre ampliada de realização do capital. (CARLOS, 2015, p.45).

Assim, a produção material do espaço é uma frente de negócios que deve ser analisada em suas particularidades e potências específicas. A produção, circulação e consumo no espaço, sendo o espaço preparado para isso, é uma. O consumo produtivo do espaço, que não está ausente da anterior e nem da próxima, é outra e a produção material, que envolve uma determinada forma de consumo produtivo do espaço é uma terceira frente. Isso põe a metrópole em posições elementares: enquanto possibilidade de produção de mercadorias e de realização do circuito do capital, e enquanto possibilidade para o desempenho do capital financeiro por meio do consumo produtivo do espaço. Por esse ângulo, entende-se que na produção da metrópole como negócio, o capital se efetiva através da estratégia que faz do espaço um momento do processo produtivo. Nesse momento a reprodução da metrópole é condição indispensável à reprodução do capital.

Portanto, dada a lógica espacial comandada pelo capitalismo, tem-se a organização das cidades de acordo com a força do capital, o que vem produzindo as cidades como negócio para a reprodução continuada do capital. Desse modo, o espaço urbano contemporâneo é uma expressão particular da racionalidade imperativa do capital. Sob este domínio, o das relações capitalistas, a produção social do espaço tornou-se a busca incessante das abstrações representadas pelo dinheiro e pela mercadoria (LEFEBVRE, 1991). Assim, o espaço urbano torna-se relevante no processo de realização da valorização e acumulação do capital.

Como aponta Harvey (2005), a reprodução da vida cotidiana se dá permeada pela lógica da mercadoria, a qual se configura como célula básica da sociedade capitalista, que se estende a todas as relações sociais. Dito de outra forma, a racionalidade da mercadoria impõe os seus parâmetros à ordem social, sendo dominante na realidade urbana inclusive nas relações sociais.

Esse modelo econômico exacerba a racionalidade capitalista na realização e produção do espaço urbano que transforma a cidade em negócio, na qual o espaço passa a ser reproduzido de acordo com as necessidades de acumulação e do lucro, tendo consequências diretas sobre as condições de realização da reprodução social. Nessa perspectiva, diante de suas incontornáveis tendências à crise, Lefebvre (1999) afirma que o capitalismo se depara com um novo processo relacionado à produção do espaço:

O capitalismo parece esgotar-se. Ele encontrou um novo alento na conquista do espaço, em termos triviais na especulação imobiliária, nas grandes obras (dentro e fora das cidades), na compra e venda do espaço. E isso à escala mundial. (...) A estratégia vai mais longe que a simples venda, pedaço por pedaço, do espaço. Ela não só faz o espaço entrar na produção da mais-valia, ela visa uma reorganização completa da produção subordinada aos centros de informação e decisão. (LEFEBVRE, 1999, p.142)

Desse modo, o espaço ganha novos atributos, além de “condição, meio e produto” (Carlos, 2011) da ação humana, torna-se ele mesmo a própria mercadoria, na medida em que pode ser fragmentado e comercializável, submetendo-se ao mercado. Uma vez parcelado, o espaço é comprado/vendido e trocado, ou seja, é apropriado privativamente, tornando-se um bem intercambiável, alienável ao consumo e uso do homem. Igualmente, Lefebvre (2004) enfatiza que o espaço enquanto lugar de reprodução e realização da sociedade torna-se, no capitalismo moderno, mercadoria, como exposto na citação abaixo:

O desenvolvimento do mundo da mercadoria alcança o continente dos objetos. Esse mundo não se limita mais aos conteúdos, aos objetos no espaço. Ultimamente o próprio espaço é comprado e vendido. Não se trata mais da terra, do solo, mas do espaço social como tal, produzido como tal, ou seja, com esse objetivo, com essa finalidade (como se diz). O espaço não é mais simplesmente o meio indiferente, a soma dos lugares onde a mais valia se forma, se realiza e se distribui. Ele se torna produto do trabalho social, isto é, objeto muito geral da produção, e, por conseguinte, da formação da mais valia. (LEFEBVRE, 2004, p.142)

No que tange à intercambialidade de frações do espaço, Botelho (2007) afirma que, na circulação capitalista, é a garantia contratual entre compradores e vendedores o meio pelo qual se assegura a obtenção da renda fundiária.

Assim, valida-se a tese da produção do espaço como mercadoria, que vem se realizando como momento central da produção do valor e da mais-valia e condição para a reprodução do capital. Em outras palavras, a produção atual do espaço é feita de modo a garantir e viabilizar a perpetuação dos ciclos do capital e sua acumulação continuada. Em suma, o espaço vem sendo produzido e reproduzido como mercadoria, cujo sentido hegemônico é o da viabilização da reprodução do valor e da extração da renda, atingindo, em muitos casos, as esferas financeiras de acumulação.

Frente a essa conjuntura, a metrópole do Recife vem experimentando novas estratégias de acumulação na ordem urbana, assinaladas, sobretudo, pelo sentido hegemônico do mundo da mercadoria. A primazia do capital caracteriza o momento atual da produção do seu espaço urbano sob a generalização da mercadoria e do valor de troca em detrimento do valor de uso. A potencialização da produção das cidades com foco no processo de acumulação resulta na construção de cidades com os espaços voltados, majoritariamente, aos negócios urbanos, destituindo cada vez mais as cidades de seu teor histórico e sua condição social de lugar do encontro e da sociabilidade. Essa trama de acontecimentos permite caracterizar o momento atual na produção das cidades como sendo o da produção do próprio espaço como mercadoria.

Esse fenômeno vem assumindo um caráter singular no loteamento Alphaville Francisco Brennand, localizado em área periurbana na zona oeste da região metropolitana do Recife. Nele, verificou-se que a acumulação capitalista se realiza através de investimentos do capital no setor imobiliário não edificado. Trata-se da realização dos lucros no âmbito das operações fundiárias, antes mesmo do momento da construção efetivamente, através dos ganhos auferidos pela atividade da especulação imobiliária. Ou seja, a realização do capital ocorre na valorização fundiária, e não precisa se concretizar na edificação para garantir a rentabilidade do negócio, o que garante particularidades na realização da lógica da cidade como negócio por meio do monopólio da propriedade da terra.

Constatado esse movimento, sugere-se aqui que a produção deste loteamento não atendeu, ao menos não exclusivamente, a demanda por moradia, mas sim um grupo de consumidores com interesses puramente especulativos em cima desse novo produto imobiliário, fazendo desse um terreno fecundo para investimento. Trata-se de um claro exemplo da nova dinâmica de reprodução do espaço metropolitano periférico no Recife, na qual se introduz crescentemente o urbano nos circuitos de valorização do capital, inicialmente com a mercantilização da terra, seguida por seu parcelamento, e, por fim, pela financeirização de ativos imobiliários.

É nesse contexto que as grandes metrópoles brasileiras vêm desenhando um modelo de cidade a serviço do capital. Recife não passa incólume por essa dinâmica, pelo contrário, cresce a lógica do solo urbano utilizado de forma a

assegurar a circulação do capital, conforme pode ser visto na seção seguinte através da análise da produção socioespacial na metrópole Recifense.

2.2 A produção socioespacial na Região Metropolitana do Recife

Ao avaliar a atual conjuntura socioeconômica do Recife e analisar alguns dados do Plano Plurianual de Pernambuco de 2012 a 2015, constata-se que houve uma atração numerosa de investimentos para o estado, não só na esfera privada, mas também pública, alcançando, assim, posição de destaque nacional. A economia de Pernambuco foi alavancada, entre outros fatores, pelos investimentos no Complexo Industrial e Portuário de Suape (CIPS). Segundo a CEPLAN (Consultoria Econômica e Planejamento), foi o estado nordestino que apresentou o maior crescimento do PIB em 2010: de janeiro a novembro, a taxa foi de 9,3%, pondo-se acima do percentual nacional que foi de 7,5%. (Vide Tabela 01).

Outro fator crucial que conduziu o estado para essa escalada de crescimento foi o “boom” imobiliário entre 2009 e 2010. A abertura de nichos de produção imobiliária para os potenciais novos moradores/consumidores da metrópole favoreceu a especulação imobiliária, o que fez disparar a valorização média nos cinco bairros mais caros do Recife na ordem de 47%. Segundo o Sinduscon-PE, o IVV (Índice de Velocidade de Vendas) registrado em 2010 foi de 16%, o dobro da média registrada nos 15 anos anteriores (8%).

Tabela 01 - Taxa de Crescimento do PIB trimestral, por setor em 2010.

Área Geográfica	4º trimestre de 2010/ 4º trimestre de 2009				PIB Acumulado
	Agropecuária	Indústria	Serviços	PIB	
Pernambuco	4,9	9,6	8,4	8,5	9,3
Ceará	-7,5	3,8	6,9	5,8	7,9
Brasil	6,5	10,1	5,4	5,0	7,5
Bahia	9,9	7,0	6,1	3,5	7,5

Fonte: IBGE – SEI – SEPLAG/IPECE – CONDEPE/FIDEM – Elaboração CEPLAN, 2010.

Nesse cenário de forte crescimento econômico, o Recife comporta, atualmente, processos de produção do espaço associados a projetos urbanos que criam e recriam espaços de inclusão/exclusão, os quais são produtores de uma vida cotidiana ligada à reprodução das relações capitalistas de produção (LEFEBVRE, 1991; 2006). Assim, o solo urbano vai se redefinindo com um único intuito de

geração de lucro, através da construção de formas espaciais representativas de novas espacialidades e temporalidades. Tais formas se materializam nos projetos de requalificação na região central da cidade, na abertura de grandes vias, nos empreendimentos imobiliários (loteamentos fechados), na reabilitação das áreas portuárias e tantas outras com ampla manifestação territorial e econômica. Assim, mediadas por investimentos públicos e privados criam novas formas de produção do espaço e contribuem para a valorização imobiliária e a reprodução dos contrastes sociais no espaço urbano.

Entre os circuitos espaciais criados na RMR (mapa 02), elencam-se as obras viárias, as chamadas obras de mobilidade urbana, a exemplo da Via Mangue, via expressa de pouco mais de 4 km de extensão que conecta o Centro à zona sul da cidade no bairro de Boa Viagem. A via está inserida em uma das áreas que mais se valoriza na cidade, possuindo as maiores altas de preço por metro quadrado. Construída sob a justificativa de desafogar o trânsito na área, a obra recebeu críticas por ter sido edificada sobre ambiente de mangue (Parque dos Manguezais). Atualmente, seu uso é destinado exclusivamente para automóveis particulares, além de gerar impactos ambientais negativos para o manguezal. Tal projeto ilustra o entrelaçamento de uma obra pública, no valor aproximado de R\$ 24 milhões, com interesses do capital imobiliário, haja vista que conecta, em suas extremidades, o Shopping RioMar ao condomínio-resort Le Parc, pertencente aos grupos JCPM e Cyrela Andrade Mendonça. Também é notória a proximidade da Via Mangue ao JCPM Trade Center, localizado no Pina e considerado o empresarial mais luxuoso do Recife, e ao Projeto Novo Recife.

Ademais, também relacionado à construção de importantes obras viárias, destacam-se as pontes e os viadutos, a exemplo da Ponte do Paiva, com 320 metros de extensão, que foi erguida para ligar Jaboatão dos Guararapes ao município do Cabo de Santo Agostinho, e proporcionar o acesso mais rápido para quem segue ao bairro planejado Reserva do Paiva e ainda a praias como Gaibu, Enseada dos Corais e Pedra de Xaréu. Ressalta-se, ainda, a profusão de novos lançamentos nas adjacências da bacia do rio Pina, como a já citada Via Mangue, o Shopping RioMar. Sobre esse, as controvérsias em torno do projeto se deram pelo fato de o shopping ocupar uma grande área de mangue, o Porto Novo, que propõe a renovação e requalificação urbana dos armazéns do porto do Recife.

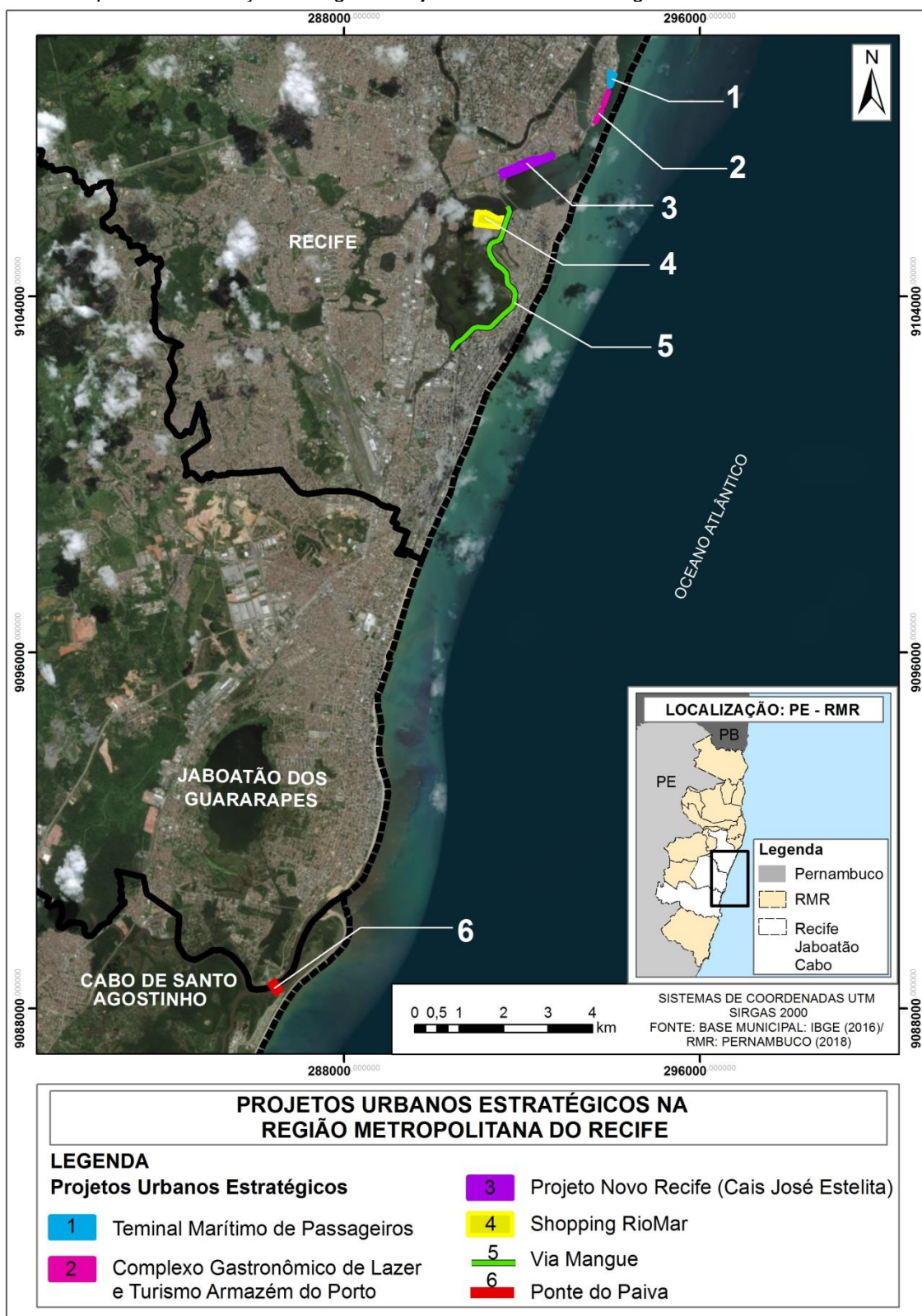
Atenção especial se dá ao Projeto Novo Recife, localizado no centro da cidade no Cais José Estelita, direcionado, em sua essência, às classes de média e alta renda, e se configura como exemplo de uma tendência de gentrificação das áreas centrais e da transformação de espaços públicos em espaços privados. Esse projeto, alinhado com as tendências já apresentadas, foi lançado em 2008 pelo Consórcio Novo Recife, formado pelas empresas Ara Empreendimentos, GL Empreendimentos, Moura Dubeux Engenharia e Queiroz Galvão quando adquiriu, mediante leilão público, ao desembolsar um montante equivalente a R\$ 55,4 milhões, um terreno de 10,1 hectares com antigos armazéns e galpões na área do Cais José Estelita, às margens da bacia do Pina e estrategicamente localizada entre dois polos de economia dinâmica da Cidade, o Bairro de Boa Viagem, na Zona Sul e o Recife Antigo. Diante destes atributos de interesse: a seletividade espacial, a paisagem de estuário, a proximidade ao centro histórico e a Zona Sul recifense, as grandes construtoras com o consentimento da gestão pública decidiram (re)ocupar esse território da cidade que se apresenta como um filão para mercado imobiliário.

Neste caso, o terreno pertencia ao espólio da Rede Ferroviária Federal (RFFSA), fundada em 1957, tendo permanecido enquanto empresa pública por quarenta anos, até ser privatizada legalmente em 2007. O seu lote foi dividido em cinco quadras, e previa, inicialmente, a construção de treze prédios com usos diversos: empresariais, residenciais, flats e hotéis, variando de doze a quarenta andares, juntamente com a construção de um píer, um parque linear de 90 mil m² com ciclovia, quadras poliesportivas, pista de Cooper e biblioteca pública, entre outras estruturas. Entretanto, em 2014 é solicitado um redesenho do projeto original de modo a alterar questões como, por exemplo, o gabarito máximo permitido para as torres, a retirada dos muros no entorno do empreendimento e a distância em relação aos edifícios históricos.

Desde a sua apresentação, o projeto é alvo de polêmica, e está no cerne de uma batalha que envolve a produção e a apropriação do espaço urbano do Recife, consubstanciada no embate dos grandes empreendedores urbanos em coalizão com o Estado contra grupos não hegemônicos como o Ocupe Estelita, que defende a manutenção da paisagem histórica e conservação do “patrimônio artístico cultural e arquitetônico”, visto que o seu entorno é cercado por monumentos tombados pelo IPHAN. Assim, pela extensão da área construída e da implantação de um paredão

verticalizado, a proposta confere grande ameaça ao bairro histórico, constituindo-se em um grande impacto para a região central do Recife, uma fachada que descaracterizará uma das paisagens postais mais tradicionais da cidade. Mesmo com a aprovação do projeto pela Câmara do Recife e a sanção do prefeito em maio de 2015, os questionamentos em torno da legalidade do empreendimento Novo Recife até hoje permanecem como um tema emblemático da produção do espaço urbano no Recife.

Mapa 03: Localização de alguns Projetos Urbanos Estratégicos na RMR.



Fonte: IBGE (2016), elaborado por Alexandra Luna, 2018.

Tais projetos se constituem como grandes negócios destinados a um grupo seleto de empreendedores, e tendem a proporcionar altos lucros para o mercado imobiliário. Assiste-se, assim, no caso da RMR, um importante processo de fragmentação espacial, com um baixíssimo nível de integração entre os novos circuitos espaciais criados e os núcleos urbanos pré-existentes. Para Maricato (2013), as cidades contemporâneas atuam no processo de acumulação do capitalismo globalizado a partir dos meganegócios, nos quais a produção do espaço urbano, as obras de infraestrutura e as edificações têm um papel essencial. Por conseguinte, abrem-se os caminhos para capitais imobiliários, de infraestrutura e serviços. Frente aos elementos supramencionados, evidencia-se que os diversos projetos realizados e em via de realização na metrópole recifense, aliados à ausência de integração e à escassa participação popular comprovam uma tendência de construção de um padrão de produção espacial excludente com projetos que possuem uma perspectiva de seletividade espacial que privilegia uma classe social em detrimento de outra.

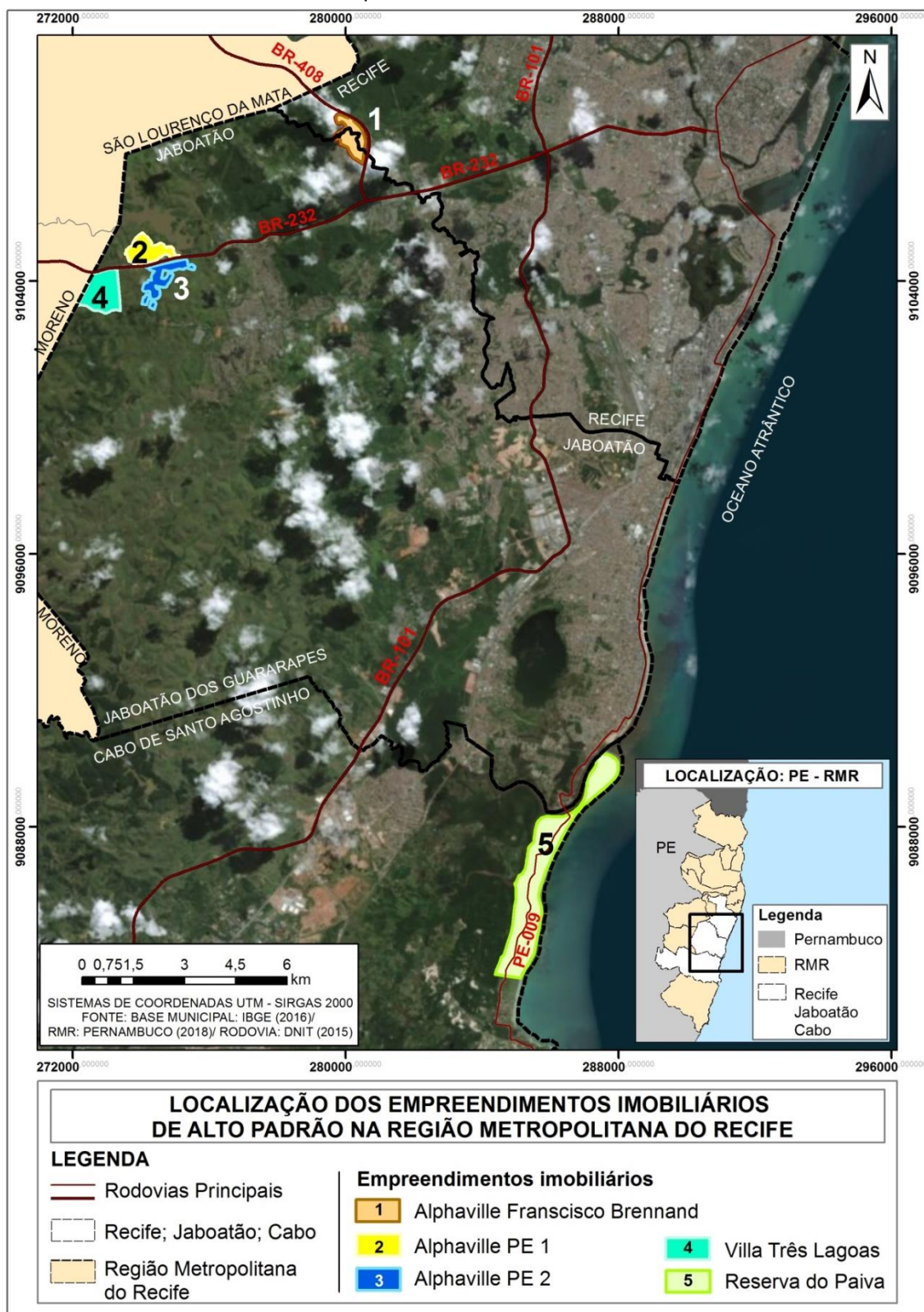
Por fim, menciona-se como circuitos da produção socioespacial na RMR a difusão de bairros planejados, condomínios e loteamentos fechados, a exemplo da Reserva do Paiva, dos produtos imobiliários da marca Alphaville, do Villa Três Lagoas Residence, entre outros, enquanto desdobramentos da cidade capitalista que viabilizam a acumulação, vinculados à alta mobilidade e à circulação do capital. Desse modo, os espaços periurbanos da RMR têm sido alvo de megaprojetos imobiliários, conforme ilustra a figura 01, a qual destaca alguns dos empreendimentos de alto padrão concebidos para os estratos de médio e alto poder aquisitivo e de caráter exclusivista.

Dentre os produtos imobiliários da Alphaville Urbanismo, destaca-se o Alphaville Francisco Brennand, objeto empírico desta pesquisa, o qual está localizado na periferia oeste da Região Metropolitana do Recife (RMR), às margens da BR 408, s/n, km 102,8, rodovia federal que liga Recife aos municípios da mata norte, de trânsito de alta velocidade. Parte do empreendimento está localizado no bairro da Várzea no Município de Recife, e parte no bairro do Curado, município de Jaboatão dos Guararapes, tendo como divisor natural entre os municípios o Rio Tejió.

Ademais, com uma área total de 1.775.812 m², a cidade Alpha Pernambuco, desenvolvida para ser, como o empreendimento se automeceu, “o primeiro núcleo urbano” da capital pernambucana conta com 44 lotes comerciais que vão de 600 a 8.280 m², que prevê uma implantação de 5,7 milhões de m², englobando os residenciais Alphaville Pernambuco 01 e 02. Em meio a 695.651 m² de áreas verdes, a cidade Alpha Pernambuco está localizada no km 17,5 da BR 232 no município de Jaboatão dos Guararapes.

Soma-se a esses o Villa Três Lagoas Residence, empreendimento horizontal implantado numa área de 995.400m² no município de Jaboatão dos Guararapes, situado à margem da BR 232 no km 19. E, por último, o Complexo da Reserva do Paiva, situado no município do Cabo de Santo Agostinho, no litoral sul metropolitano do Recife, numa área de 526 hectares, com 8,5 km de praia, 127 hectares de mata preservada e 4 km de rios. Segundo Barbosa (2014), trata-se de um Complexo Imobiliário, Residencial e de Serviços (CIRS), possui centro gastronômico, Empório Gourmet, open mall (Serão 40 lojas com um mix composto por bancos, restaurantes, varejo e serviços essenciais como lavanderias, delicatessen, gráficas e área bruta locável superior a três mil metros quadrados), hotel cinco estrelas Sheraton Reserva do Paiva, o complexo multiuso Novo Mundo Empresarial com 1.118 salas comerciais num total de 43 mil m² de área privativa, além do Colégio Santa Maria e dois parques públicos. No que concerne ao âmbito residencial, possui oito condomínios verticais e horizontais, dos quais cinco já foram entregues.

Mapa 04: Localização de alguns empreendimentos imobiliários de alto padrão nos espaços periurbanos da RMR.



Fonte: IBGE (2016), elaborado por Alexandra Luna, 2018.

O mapa exibe de forma bastante nítida, neste recorte territorial, o lançamento e a expansão dessas novas formas de produção de moradia, as quais se direcionam, estrategicamente, aos polos onde há ações de dinamização de investimentos do Governo do Estado Pernambuco: ao sul, em torno do Complexo Industrial e Portuário de Suape (CIPS); e a oeste, com a implantação da Arena Pernambuco utilizada na Copa do Mundo de 2014. Nesse sentido, ao atuar no produto imobiliário residencial, o setor imobiliário vem apostando em inovações nas formas de promoção de moradia, como os condomínios fechados e os bairros planejados, com vistas à continuidade e maximização dos lucros, introduz, cada vez mais, uma produção de espaços descontínuos, por isso mesmo, cada vez mais segregados do restante da cidade.

Dentre os produtos que estão sendo comercializados na RMR, destacam-se aqueles que trazem a inovação técnica e dispõem de aparato de infraestrutura de serviços e lazer (Quadro 01). Portanto, prevalece a tônica do exclusivismo, voltados à classe média e alta, de modo que tais empreendimentos operam na lógica da produção das novas raridades no contexto da metrópole recifense, estrategicamente alocados em áreas periféricas, visto que demandam grandes estoques de terra, fato que confirma uma das hipóteses aqui criadas de que a escolha por terrenos afastados das áreas centrais dá-se pela escassez e condições de oferta dos mesmos nas áreas centrais.

Conforme aponta Barbosa (2014), o fenômeno atual de periurbanização reafirma as ações das grandes construtoras e incorporadoras na cidade do Recife, em particular. Destaca-se que a verticalização, com a construção de edifícios residenciais e corporativos, continua a ser uma marca da produção imobiliária atual da cidade-núcleo da metrópole, principalmente em determinados bairros nobres como Boa Viagem e alguns da zona norte, que continuam a ser os mais procurados para fins residenciais da clientela de média e alta renda. Isso corrobora com a dupla tendência atual de, por um lado, a existência da periurbanização mediante esses novos projetos e, de outro, a persistência do acentuado processo de verticalização do Recife. Ante o exposto, entende-se que tais megaprojetos revelam, no presente, uma boa medida das intencionalidades e transformações futuras do espaço periurbano do Recife.

Quadro 01 – Novos Produtos Imobiliários lançados na RMR (Tipologia e Infraestrutura oferecida).

Tipologia	Nome/Construtora	Infraestrutura
Núcleo Urbano	Cidade Alpha Pernambuco Alphaville Urbanismo	<p>O Residencial Alphaville Pernambuco 2 tem 888.141 m² com 548 lotes de 400m² de área média, 330.173 m² de áreas verdes e 31.813 m² de área do clube que contém: Quadra poliesportiva, Quadra de tênis, Campo de futebol Society, Playground, Piscina adulto com raia, Deck molhado, Hidromassagem, Piscina Infantil, Solarium, Terraço de Jogos, Sala de Ginástica, Salão de Festas, Espaço Gourmet. Além de Estacionamento, Portaria com segurança 24 horas e Fechamento do perímetro com muros e gradis.</p> <p>O Residencial Alphaville Pernambuco 01 possui 887.671 m², 540 lotes com uma área média de 450m², 365.478 m² de áreas verdes e 24.040 m² do clube composto por: Espaço gourmet com churrasqueira, Estacionamento, Espaço Whisky e Sinuca, Bar de apoio, Salão de festas, Terraço, Triagem, Terraço de jogos, Campo de Futebol Society, Quadra poliesportiva, Vestiários, Fitness Center, Redário, Quadras de tênis, Playground, Mirante, Piscina adulto, Recreação, Solarium, Deck molhado, Piscina com raias, Piscina infantil, Hidromassagem. Dispõe ainda de cinco praças temáticas, portaria com segurança e monitoramento 24 horas e fechamento do perímetro com muros e gradis.</p>
Bairro Planejado	Alphaville Francisco Brennand Alphaville Urbanismo	<p>Área total: 611.351,07m² Área de lazer: 92.700 m²</p> <p>Estrutura: Piscina adulto, Piscina infantil, Quadra de tênis, Quadra poliesportiva (futsal, basquete, vôlei e handebol), Campo de futebol society, Salão de festas, Academia com esteiras, bicicletas e</p>

		máquinas, Vestiários, 8 Banheiros (femininos, masculinos e para portadores de deficiência física) e Trilha próximo a mata.
Condomínio Fechado	Villa Três Lagoas Residence A.C. Cruz	Com uma área total de 995.400m ² , das quais 297.603,31m ² de área das 288 Unidades, 94.964,69m ² de áreas comuns (Vias, Calçadas, praças, clube, Adm., áreas verdes) e 602.832m ² de área de preservação (Lâminas d'água, Áreas de Preservação Permanente – APP, Área de Reflorestamento de Mata Atlântica. Oferece: Clube, Terraço coberto, Salão de festas, Home cinema, 2 salões de jogos, Bar, Copa/cozinha/depósito, Spa com sala de ginástica, Saunas a vapor masculina e feminina, Chuveirão e WCs, Sala de estar, Espaço Gourmet, Playground, Piscina com deck, prainha e duas raias, Piscina infantil, Quadras de tênis, Quadras poliesportivas, Campo de futebol gramado, Trilhas e pista de cooper.
CIRS (Complexo Imobiliário Residencial e Serviços)	Reserva do Paiva Odebrecht Realizações Imobiliárias (OR)	<p>Possui 8 condomínios verticais e horizontais, dos quais 5 já foram entregues, entre esses destacam-se o: Morada da Península constituído por 66 casas que tem em sua infraestrutura: Club Concierge, Quadra de tênis coberta, Fitness Room, Pilates Room, SPA de Relaxamento, Sauna, Piscina Infantil, Piscina Semi-Olímpica e Lazer, Terraços, Solário e Mirante, Salão de Recepção, Discoteca, Bar e Lounge, Kid's Club, Salão de Jogos, Home Cinema, Teatro Arena, Quadra Poliesportiva, Futebol Society, Apoio Esportivo, Pista de Cooper, Ciclovía, Alameda da Praia, Administração, Vestiários, Pista para Carrinho de Golf, Beira-mar e Vista-mar.</p> <p>O condomínio de apartamentos Vila dos Corais que tem em sua infraestrutura: Quadra de tênis, Campo de futebol society, Piscinas com Decks Individuais, Playground, Ciclovía/ Pista de Cooper, Espaço Gourmet, Sauna, Vestiários, Apoios de Praia, Salão de Festas, Boate,</p>

		<p>Brinquedoteca, Salão de Jogos, Cinema, SPA e Academia de Ginástica.</p> <p>O Condomínio vertical Terraço Laguna com Quadra de tênis, Quadra poliesportiva, Apoio Esportivo, 3 Piscinas, Playground, Pista de Cooper, Espaço Gourmet, Salão de Festas, Cinema, Sauna, SPA e Academia de Ginástica.</p> <p>O Varanda do Parque numa área de 23.065,79 m², com 128 apartamentos, sendo 112 Panorâmicos e 16 Apartamentos Jardins. Todos os modelos com 4 suítes, sala para 3 ambientes, varanda gourmet e 3 vagas de estacionamento, Salão de Festas, Espaço Gourmet, SPA com sala de massagem, Academia, Playground, Cinema e Piscina adulto e infantil.</p> <p>O Varanda do Mar com quatro torres com 60 apartamentos, sendo oito apartamentos jardins, 48 panorâmicos e 4 coberturas. Infraestrutura de lazer, privacidade e segurança, salão de festas, brinquedoteca, SPA com sala de massagem, academia, playground, cinema e piscina.</p>
--	--	---

Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Esses novos produtos imobiliários, cuja marca tem sido o processo de periurbanização da mancha urbana metropolitana, representam hoje uma radiografia razoável de tal processo de expansão e da atual produção espacial nas franjas metropolitanas. Para além da simples moradia, a expansão econômica de Pernambuco tem propiciado os megaprojetos que pretendem erguer grandes condomínios na Grande Recife, os quais se configuram como terreno fecundo para investimento e especulação imobiliária. Com o fito de ilustrar tal processo, apresenta-se na seção seguinte o papel desses empreendimentos imobiliários na forma de megaprojetos para a condução do espraiamento da malha urbana, por conseguinte, da periurbanização.

De acordo com Corrêa (1995), em uma economia cada vez mais monopolista, os setores fundiário e imobiliário são férteis campos de atuação para as elites locais. Contudo, uma marca do capitalismo contemporâneo é a acentuação do segmento imobiliário e do rentismo como traço marcante. Igualmente, Pádua (2015) reconhece que, nesse processo de avanço do setor imobiliário, torna-se evidente a importância que o espaço e a produção do espaço ganham hoje no âmbito da valorização financeira.

É nesse contexto que se observa, em fragmentos da RMR, um modelo de cidade a serviço da especulação imobiliária, visto que cresce a lógica da terra utilizada de forma especulativa num processo concomitante de especulação e acumulação. Existe, dessa forma, um fluxo de capitais para o segmento imobiliário compondo um circuito imobiliário especulativo que assume uma feição rentista, o que nos revela novos conteúdos que surgem no permanente movimento de reprodução espacial e se concretiza sob novas estratégias relacionadas à acumulação capitalista urbana.

2.3 O papel dos empreendimentos imobiliários na condução do processo de periurbanização

As dinâmicas espaciais são marcadas por diferentes usos, formas de ocupação, produção e apropriação. Na produção espacial da metrópole recifense, verifica-se que a difusão de alguns empreendimentos imobiliários, a exemplo dos loteamentos fechados de alto padrão, tem se realizado enquanto vetor da expansão urbana, mediante a anexação de áreas rurais adjacentes ao perímetro urbano, nas áreas limite ou “bordas”, que divide a cena com nucleações irregulares já existentes. Desse modo, nos intervalos das áreas já consolidadas das cidades, cria-se uma faixa de transição que muitas vezes é dependente de núcleos urbanos centrais. Nesse sentido, as áreas que circundam as cidades têm sido submetidas a processos de transformação do uso do solo, devido, sobretudo, a uma certa conexão com um núcleo urbano próximo, aos processos especulativos e às políticas locais que privilegiam as atividades urbanas em detrimento das atividades rurais. À luz deste movimento, evidenciou-se, no caso do Alphaville Francisco Brennand, o processo de conversão da terra rural em solo urbano associado à prática do loteamento,

destacando a incorporação de terrenos, os quais anteriormente eram destinados ao uso rural, ao conjunto do espaço urbanizado adensado com vistas ao parcelamento e à formação de loteamento.

De forma geral, a constituição de uma espacialidade periurbana corresponde aos espaços de um rural já um pouco descaracterizado, devido a seu envolvimento com as relações capitalistas de produção e seus desdobramentos, assim como a forte influência do urbano sobre eles. (ABREU e GONÇALVES, 2012). Isto é, as novas áreas periurbanas caracterizam-se pela existência de uma faixa de transição que possui características próprias, as quais se diferenciam do urbano consolidado e do rural tradicional, sendo, portanto, cada vez mais complexo definir estes espaços e atribuir-lhes a condição de rural, não obstante, legalmente, muitas dessas terras sejam assim classificadas. Entretanto, se inserem no tecido urbano, especialmente quando se parte da análise de Lefebvre (1999) de que, no atual contexto de produção capitalista, o urbano se impõe sobre o rural, e não se deve falar mais em dicotomia rural-urbano, uma vez que coexistem, dialeticamente, ilhas de ruralidades no urbano e de urbanidades no rural.

Na RMR, alguns fatores podem ser considerados dentre os indutores e aceleradores da periurbanização: a fraca competitividade da economia canvieira na Zona da Mata frente à produção do Centro-Sul do país e o próprio contexto de crise desse setor, e a parceria evidenciada atualmente entre proprietários de terras e empresas do setor imobiliário por meio do lançamento de novos produtos imobiliários. Por conseguinte, terras rurais são convertidas em terras de expansão imobiliária, o que induz a afirmação de que a rentabilidade com negócios imobiliários tem superado atividades tradicionais, a exemplo do setor sucroalcooleiro. De acordo com Barbosa,

esse fato é sem dúvida uma das marcas do atual processo de metropolização do Recife. Fica claro que os proprietários fundiários são agentes essenciais dessa nova periferização. Como bem assegura Harvey (2005; 2011), esses agentes deixaram de representar um obstáculo à reprodução do capital na cidade. Ainda que o estatuto jurídico da propriedade privada resulte no direito destes agentes de exercerem monopólio sobre a terra, num contexto de valorização da terra em que aumenta a busca por localizações mais afastadas das áreas mais densamente urbanizadas, a transformação de terras agrícolas em urbanizadas se coloca como um excelente negócio do ponto de vista da acumulação capitalista. (BARBOSA, 2017, P.75)

Sendo assim, tem-se, nos proprietários fundiários, os primeiros agentes capitalistas a se favorecerem diante desse movimento de valorização do espaço, decorrente do crescimento do mercado imobiliário frente ao processo de periurbanização. São eles, os proprietários fundiários, quem “ditam” as novas direções no processo de expansão urbana, pois dispõem da terra, elemento balizador para a efetivação das estratégias imobiliárias, e influência nas esferas de decisão e regulação.

Para a efetivação do empreendimento Alphaville Francisco Brennand, foi realizado um acordo de parceria imobiliária entre a Pecuária São Francisco LTDA. (vendedora) e a Alphaville Urbanismo S.A. (promitente comprador) em 11 de novembro de 2002. Definiu-se que o loteamento seria implementado no imóvel de propriedade da vendedora Pecuária São Francisco. É também ancorado em um sistema de parceria que ocorre a implementação do Alphaville Pernambuco, megaempreendimento situado em antigas propriedades rurais, utilizadas para a atividade canavieira da Usina Bulhões, localizado no quilômetro 17,5 da BR232, rodovia que liga a capital Recife ao município de Caruaru, no agreste pernambucano. Próximo a três reservas ecológicas: Manassu, Mata de Mussaíba e Mata de Jangadinha, o terreno no qual está implantado o Alphaville Pernambuco apresenta três características fundamentais: possui um relevo que alterna colinas com declividades suaves; é circundado por um cinturão verde, que constitui Área de Preservação Permanente, composto por formações de vegetação remanescente de Mata Atlântica, e está à margem da represa Duas Unas.

O que se pode extrair de semelhante no processo de implementação dos empreendimentos Alphaville na Região Metropolitana do Recife é que ambos apresentam a mesma gênese: propriedades fundiárias nos arrabaldes da cidade que eram dotadas de um uso agrícola e que são heranças familiares, fato que está vinculado às raízes históricas do Brasil Colonial, reportando ao momento de formação da propriedade no território brasileiro, de modo que se percebe que a distribuição fundiária no Brasil permanece estabilizada em altos patamares de disparidade, apresentando uma estrutura altamente concentradora que tem sua origem num regime de sesmarias e de donatários que eram a base da organização latifundiária. Cada latifúndio era monopólio de um capitão-governador, responsável pela sua administração e envio de excedentes da produção à metrópole. Tal regime

contribuiu para formas de acumulação primitiva do capital, além de ser uma estratégia econômica que visava assegurar privilégios ao estamento português.

Nesse sentido, a estrutura administrativa de poder patrimonial do Estado português foi importada para o Brasil, tornando-se o modelo padrão que viria a ser utilizado desde o período colonial e estendendo-se até a República. Assim, considerando a perspectiva histórica de formação do Brasil, nota-se que o caráter patrimonialista, ainda hoje, é uma característica marcante e estruturante do Estado brasileiro, haja vista que articula historicamente a concentração fundiária a uma forma de dominação das instâncias burocráticas: é então uma esfera que permite, aos que nela estão inseridos, exercer poder sobre o patrimônio público e administrá-lo como privado, o que garante a perpetuação de um sistema de privilégios tradicionalmente erigido.

Assim, grupos privilegiados, por vezes, se apropriam de um espaço público e transformam-o em propriedade privada, gerindo-o de modo a atender necessidades particulares. Daí a facilidade que essa determinada classe, leia-se, aqui, os proprietários fundiários, encontram em realizar os negócios no âmbito do mercado imobiliário derivados do monopólio e privatização da propriedade. É válido pontuar ainda que atualmente, muitas vezes, com os títulos de propriedade já consolidados, a apropriação das esferas de decisão e regulação aparece como elemento de complementação nessa estratégia de capitalização que se realiza nas operações de venda parcelada da terra. Em virtude desses mecanismos, afirma-se que a formação brasileira é favorável à sedimentação do patrimonialismo, o qual, segundo Faoro (1977), seria uma herança ibérica, um elemento da cultura brasileira trazido pelos colonizadores e que contaminou profundamente as suas instituições, tornando-as arcaicas. Logo, infere-se que o patrimonialismo brasileiro se configura num elemento fermentador do processo de acumulação primitiva do capital.

Sob o prisma do patrimonialismo como regime capaz de permitir formas pretéritas de acumulação do capital com base na apropriação e concentração fundiária, destaca-se o protagonismo dos proprietários fundiários enquanto agentes estruturantes do espaço, visto que realizam uma retenção especulativa, isto é, aguardam a valorização de seus terrenos, retendo as terras à espera de um momento oportuno, no qual as condições de valorização serão maximizadas. Desta forma, tendem à especulação imobiliária. Entretanto, o papel proeminente dos

proprietários fundiários não ocorre de forma isolada. Uma vez que a produção das cidades capitalistas se pauta na lógica do capital em seus processos de reprodução e acumulação, é importante lembrar o papel do Estado enquanto poder público no processo de regulação e de legitimação dos interesses de proprietários fundiários, incorporadoras, construtoras que também são participantes na produção do espaço da cidade.

Diante dessa conjuntura de periurbanização, nota-se uma tendência à maior complexificação na morfologia espacial metropolitana do Recife, que segundo a abordagem de Barbosa (2017), remete à formação de grandes fragmentos urbanos em áreas agrícolas canavieiras, materializando um fenômeno de sociometabolização do capital fundiário no setor imobiliário, caracterizado por acordos com outras frações capitalistas, como a industrial, a comercial e a financeira, resultando, dentre outras coisas, em megaprojetos imobiliários.

Ademais, conforme aponta Leopoldo (2017), o processo de periurbanização também implica em uma mudança na captação da renda da terra quando se considera os empreendimentos do Alphaville. Segundo sua abordagem:

A partir e com o processo de metropolização do espaço, de fato, a metamorfose radical da terra agrária em terra urbana e metropolitana está em relação direta à metamorfose da renda fundiária à renda imobiliária, implicando um preço da terra em outro nível. É justamente por meio dessa dupla e dialética metamorfose que é possível a captura de ganhos extraordinários e a promoção do Alphaville como um imóvel *premium*, já que o processo de produção do loteamento fechado está articulada à apropriação e urbanização privada de grandes glebas, que antes eram fazendas ou sítios, isto é, eram unidades espaciais com usos agrários, nas bordas de cidades ou metrópoles, ao mesmo tempo em que se consolida a capitalização da renda imobiliária pelo processo de metropolização. (LEOPOLDO, 2017, p.9-10).

Assim, percebe-se que o Alphaville faz o papel que dá unidade à articulação entre as modernas formas de produção imobiliária e o antigo patrimonialismo. Destacam-se, ainda, as vantagens obtidas a partir do espraiamento da mancha urbana nesta zona de expansão, que vão desde a valorização ao aumento do preço do m² do solo, além de ganhos municipais como, por exemplo, o acréscimo de terrenos para a arrecadação do IPTU e a utilização de captura do excedente social por parte dos detentores das propriedades de terra, essas funcionando como uma fonte de ganhos privados, que se traduz na chamada renda da terra absoluta e

reverte a propriedade fundiária em objeto de investimento da qual se consegue extrair ganhos resultantes da valorização destes terrenos.

Esse mecanismo caracteriza a feição rentista na acumulação de capital por parte da elite proprietária das terras. Dessa perspectiva, a propriedade fundiária ganha uma potência importante para fins acumulativos, definindo-se enquanto dispositivos estratégicos para a promoção de ganhos, sendo, portanto, fator de rendimentos advindos da monopolização do solo.

Infere-se que, no momento presente da produção espacial urbana nas franjas metropolitanas do Recife, a sociometabolização do capital fundiário pelo setor imobiliário tem se revelado numa importante estratégia que se materializa no Alphaville como dispositivo criado sob o discurso de uma necessidade residencial, mas que efetivamente é pensado visando à extração de sobrelucros para permitir a acumulação do capital.

3 A CONSTRUÇÃO DE NOVAS ESPACIALIDADES NO ESPAÇO PERIURBANO DO RECIFE: O ALPHAVILLE FRANCISCO BRENNAND

3.1 Caracterização do empreendimento

3.1.1 Precedentes Históricos

A fim de apreender melhor o objeto desta pesquisa, faz-se aqui um percurso para evidenciar seus precedentes históricos. Para tal, embasou-se em material de registro de imóveis, licenças, anuências prévias, memorial descritivo adquiridos junto as prefeituras municipais do Recife e de Jaboatão dos Guararapes. É oportuno destacar também, ainda que de forma sucinta, os processos investigados de desmembramento e parcelamento do solo urbano fundamentais para a regularização e consolidação do loteamento.

Em 07 de julho do ano de 1995, Francisco de Paula Coimbra de Almeida Brennand¹ e Deborah Vasconcelos Brennand, casados, industriais, residentes no Estado de Pernambuco, constituíram uma sociedade por cotas de responsabilidade limitada sob a denominação de Pecuária São Francisco LTDA, com sede social no Engenho São Francisco², sem número, bairro da Várzea, na cidade do Recife. O Engenho São Francisco foi adquirido pelos sócios da Companhia Agrícola e Industrial São João, consoante escritura pública de compra e venda na data de 17 de dezembro de 1963.

A sociedade tinha por objetivos a atividade agrícola e pastoril, podendo participar como acionista ou sócia quotista de outras sociedades com finalidade social diversa. Foi investido um capital social de dois milhões de reais. Os sócios, então proprietários, possuidores e titulares do Engenho São Francisco, propriedade rural com uma área total de 429,9132 ha, composta por duas

¹ Francisco Brennand é artista plástico, criador de dois importantes espaços culturais da cidade do Recife: a Oficina Cerâmica Francisco Brennand e o Parque das Esculturas Francisco Brennand. Pertence à família Brennand, dona de uma das maiores fortunas do nordeste brasileiro. A acumulação de riquezas da família remonta ao século XIX e está ligada ao período canavieiro e à construção das primeiras usinas, em seguida a família expandiu os negócios para a fabricação de cerâmica, porcelana, cimento, vidro e assim consolidar um patrimônio avaliado em bilhões de reais.

² É no Engenho São Francisco que está localizada a histórica casa onde residiu o comandante André Vidal de Negreiros, um dos líderes da Insurreição Pernambucana, que ocorreu no contexto da resistência a invasão holandesa no nordeste brasileiro no século XVII.

glebas³ de terras, sendo uma denominada de gleba A, com um total de 139,71 ha, e outra, denominada de gleba B, com um total de 290,2032 ha, situadas a gleba A no município do Recife e a gleba B parte no município do Recife e parte no município de Jaboatão dos Guararapes, cadastrada como uma propriedade rural no INCRA sob o nº 231.061.000.272.9, conforme Certificado de Cadastro de Imóvel Rural – CCIR do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária, em vista da incorporação procedida pelos sócios do referido bem imóvel rural denominado Engenho São Francisco, transferiram a sociedade a denominação de Pecuária São Francisco LTDA. Diante disso, infere-se que área do objeto de estudo conferia uma feição eminentemente rural.

Em 07 de novembro de 2001, foi promovida a desapropriação pelo Departamento de Estradas de Rodagem do Estado de Pernambuco – DER/PE, por utilidade pública, de uma área de terra, encravada na propriedade rural da Pecuária São Francisco. Em consequência do desmembramento⁴ da faixa de terra desapropriada pelo DER a gleba A do antigo Engenho São Francisco foi reduzida.

Em 30 de agosto de 2006 ocorreu o desmembramento da gleba B do Engenho São Francisco. Deste, resultaram a gleba B2, B1 e B1B que mais tarde seriam destinadas, respectivamente, para a implantação do projeto de clube sócio esportivo, à implantação do projeto de parcelamento urbano no município do Recife e à implantação do projeto de parcelamento urbano no município de Jaboatão dos Guararapes do empreendimento que inicialmente foi denominado de Alphaville Recife.

Para a efetivação do empreendimento foi realizado um acordo de parceria imobiliária entre a Pecuária São Francisco LTDA. (vendedora) e a Alphaville Urbanismo S.A. (promitente comprador) em 11 de novembro de 2002. Definiu-se que o loteamento seria implementado no imóvel de propriedade da vendedora Pecuária São Francisco.

³ Terreno contínuo, com área igual ou superior a um hectare (10.000,00m²), ainda não parcelada.

⁴ De acordo com o parágrafo 2º do art 7º da Lei Nº 16.286/97 que dispõe sobre o parcelamento do solo e demais modificações da propriedade urbana no município do Recife, desmembramento é a subdivisão de área de terreno para constituição de outros ou então desvinculação de parte de um terreno para incorporação à propriedade contígua, respeitadas as vias oficiais, sem criação de novas vias e logradouros públicos ou sem prolongamento, modificação ou ampliação dos já existentes.

De acordo com memorial descritivo apresentado pelos responsáveis técnicos da “Moreira Lima Consultoria e Projetos”, o projeto inicialmente denominado Loteamento Alphaville Recife, corresponde a uma área total a ser parcelada de 61,135107 ha. Sendo a área objeto de intervenção a gleba B1 e B1B desmembrada da gleba B da fazenda São Francisco abrangendo os municípios do Recife e Jaboatão dos Guararapes. No município do Recife está inserida na Zona de Urbanização Restrita (ZUR)⁵ e em um pequeno trecho da Zona Especial de Preservação Ambiental (ZEPA – 2 Mata do Círculo Militar)⁶. No município de Jaboatão dos Guararapes está inserido na Z6.02⁷.

Superados os trâmites técnicos e burocráticos, necessários à aprovação do empreendimento que são: requerimento e consulta prévia da agência CONDEPE/FIDEM (Agência Estadual de Planejamento e Pesquisas de Pernambuco), assinado pelo proprietário da área ou pelo seu representante legal; cópia do título de propriedade; diretrizes municipais; licença prévia da CPRH (Agência Estadual de Meio Ambiente e Recursos Hídricos); anotação de responsabilidade técnica do CREA, do responsável pelo projeto e cópia da via do pagamento do serviço solicitado, e atendendo as diretrizes para elaboração do projeto de parcelamento-loteamento elaboradas pela Prefeitura do Recife que determinam:

- Não parcelar a parte do terreno inserido na ZEPA 2;
- Obedecer às restrições do Código Municipal do Meio Ambiente (CMMA);
- Atender as recomendações da Secretaria de Planejamento Urbano e Ambiental (SEPLAM) que exige a destinação de 5% da área do terreno localizado no Recife para implantação de equipamento comunitário, o qual deve prestar-se ao uso múltiplo. Ademais, as áreas verdes exigidas em lei,

⁵ Art. 12 - A Zona de Urbanização Restrita - ZUR - caracteriza-se pela carência ou ausência de infraestrutura básica e densidade de ocupação rarefeita, na qual será mantido um potencial construtivo de pouca intensidade de uso e ocupação do solo. (Lei nº 16.176/96 do município de Recife).

⁶ Art. 19 - As Zonas Especiais de Proteção Ambiental - ZEPA - são áreas de interesse ambiental e paisagístico necessárias à preservação das condições de amenização do ambiente e aquelas destinadas a atividades esportivas ou recreativas de uso público, bem como as áreas que apresentam características excepcionais de matas, mangues e açudes. A ZEPA 2 é constituída por áreas públicas ou privadas com características excepcionais de matas, mangues, açudes e cursos d'água. (Lei nº 16.176/96 do município de Recife).

⁷ Corresponde a uma zona especial que é definida pelo projeto do II Pólo Metropolitano fixada pela FIDEM (Fundação de Desenvolvimento da Região Metropolitana do Recife) (Lei Nº 165/80 do município de Jaboatão dos Guararapes, art. 7º).

mesmo que correspondam às faixas “non aedificandi” devem ser de acesso franco à população;

- Atender a Lei de Parcelamento nº 16286/97;
- Apresentar projeto de arruamento, conforme seção II – cap.II da Lei nº 16.286/97 submetido aos órgãos competentes.

Após o cumprimento das exigências supracitadas a Secretaria Municipal de Planejamento de Jaboaão dos Guararapes consolidou a aprovação do “Loteamento Alphaville Francisco Brennand” através do decreto de nº 206/2005 – GP, emitido em 01 de dezembro de 2005.

Assim, conforme diretrizes previamente deliberadas pela comissão especial de análise de projetos da SEPLAM, no termo de compromisso, firmado em 01 de Dezembro de 2005 e revisto em 23 de julho de 2008, entre o município de Jaboaão dos Guararapes e a Pecuária São Francisco LTDA, compromissária, assume o encargo (a título de compensação de obra pública) de:

- Construir um centro de convivência na comunidade do Curado IV;
- Revitalizar a praça do Curado IV;
- Reservar, a fim de cumprir os itens acima, o montante de cem mil reais;
- Concluir a implantação da infraestrutura do condomínio;
- Modificar o nome do “Loteamento Alphaville Recife” para Alphaville/Recife/Jaboaão dos Guararapes.

Desta feita, respeitadas as cláusulas contratuais e após o cumprimento das exigências supracitadas a Secretaria Municipal de Planejamento de Jaboaão dos Guararapes consolidou a aprovação do “Loteamento Alphaville Francisco Brennand”⁸ através do decreto de nº 206/2005 – GP, emitido em 01 de dezembro de 2005.

O convênio entre a Prefeitura de Jaboaão e o grupo Alphaville foi aprovado no final do ano de 2005. No início de 2006, o então Prefeito da Cidade do Recife, em reunião com os diretores do Alphaville aprovou o empreendimento alegando, entre

⁸ O nome comercial do Loteamento é uma homenagem ao artista plástico e ceramista Francisco de Paula Coimbra de Almeida Brennand. A Alphaville Urbanismo S.A. obteve a autorização expressa do artista homenageado, através de um instrumento particular de concessão de uso do nome datado de 13.02.2006, registrado em cartório de títulos e documentos, para utilização do seu patronímico, exclusivamente, na denominação do empreendimento imobiliário, da associação de moradores e da área de lazer, sendo vedada a sua utilização para outros fins.

outros fatores, que a obra representará uma arrecadação de mais de R\$ 1 milhão em Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU) para o Recife.

O lançamento do Alphaville Francisco Brennand ocorreu em 2006. Sendo a data prevista para a entrega das escrituras em: 7 de setembro de 2008, dia da Independência, evocando o desejo de se ver livre de preocupações e levar uma vida mais tranquila. No entanto, a expectativa foi frustrada, enumerando problemas que se estendem desde a execução inicial das obras à não expedição de documentos, a entrega só ocorreu no ano seguinte, em 2009.

Assim, sabe-se, de acordo com os registros históricos disponíveis acerca da ocupação inicial da área do empreendimento, que a mesma corresponde à antiga propriedade rural, que outrora estava voltada para o monocultivo canavieiro, onde o engenho exercia papel fundamental na conformação da base fundiária e na estrutura produtiva. À luz das transformações na produção e organização do espaço, é válido pontuar que quando as terras do loteamento pareciam estar 'esquecidas', embutiam a lógica da especulação imobiliária. Desse modo, a lentidão era parte do próprio jogo hegemônico dos proprietários fundiários, no qual subjazia a lógica puramente capitalista de reservar a área para o momento mais oportuno, com vistas ao emprego de infraestruturas e dinâmicas econômicas e socioespaciais.

Nesse sentido, a dinâmica que hoje se processa no Alphaville Francisco Brennand se dá com um de seus pés no que há de mais tradicional e arcaico da nossa sociedade, como os ares de fidalguia comumente atrelados a famílias importantes, de posses, poder e de prestígio social. Assim, a produção capitalista desse espaço em análise, por tudo isso, revela seu importante contato com o patrimonialismo e o caráter tradicional no papel e importância dos proprietários fundiários.

3.1.2 Localização

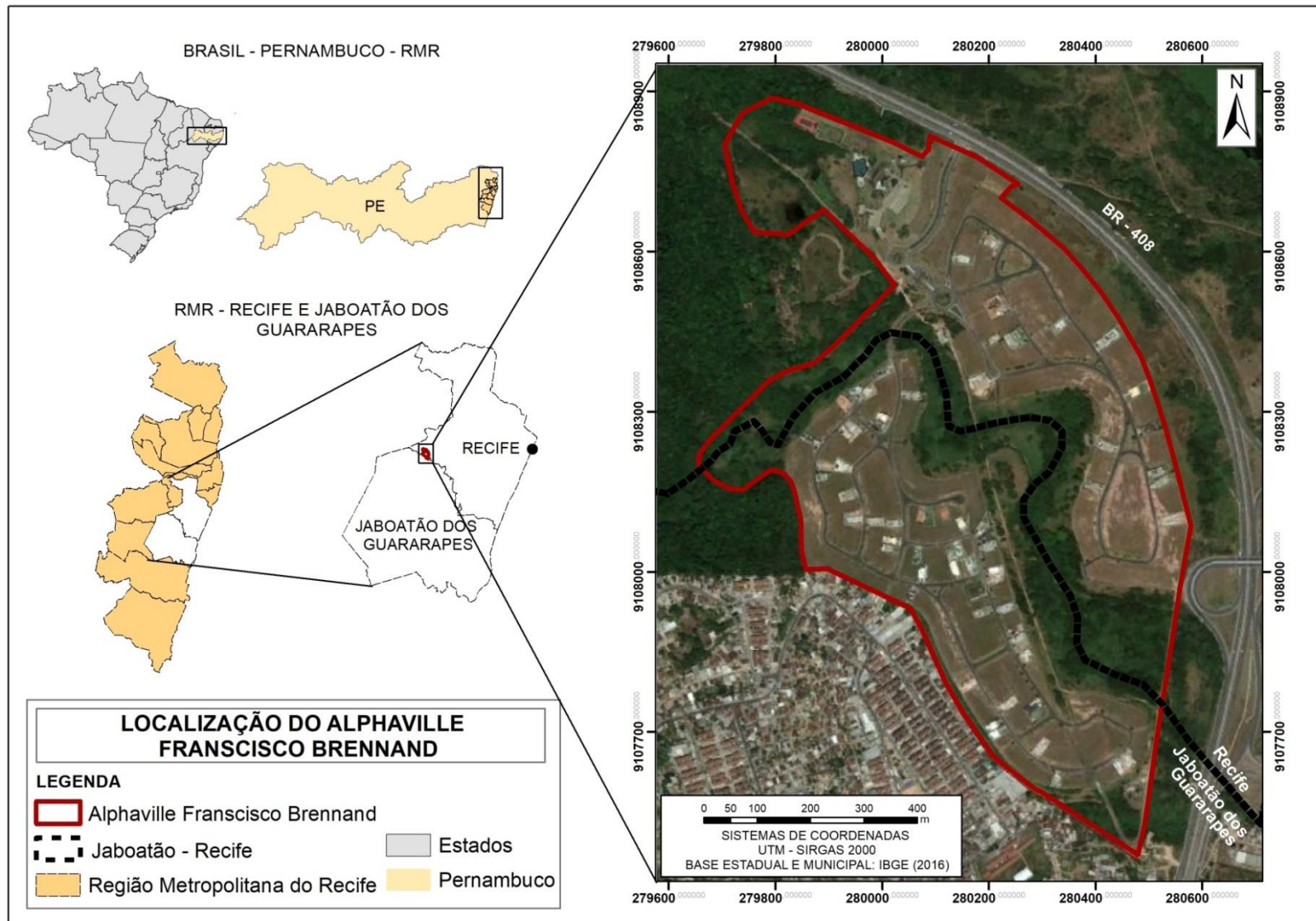
O Loteamento está localizado na periferia oeste da Região Metropolitana do Recife (RMR), às margens da BR 408, s/n, km 102,8, (Mapa 05) rodovia federal que liga Recife aos municípios da mata norte, de trânsito de alta velocidade. Parte do empreendimento está localizada no bairro da Várzea no Município de Recife, e parte no bairro do Curado, município de Jaboatão dos Guararapes, tendo como divisor natural entre os municípios o Rio Tejió. Limita-se ao norte com a área da Fazenda

São Francisco, formada por densa vegetação de preservação permanente, a leste com a BR 408 que dá acesso à área. Ao sul, limita-se com o conjunto residencial Curado IV e com as terras da gleba B da Fazenda São Francisco e gleba b2 desmembrada da mesma propriedade.

Está inserido em:

- Zona Especial de Proteção Ambiental – ZEPA (Recife)
- Zona de Urbanização Restrita – ZUR (Recife)
- Zona Especial – Z6-02 (Jaboatão dos Guararapes)
- Zona de Proteção de voo do Aeroporto Internacional dos Guararapes;
- Área de Proteção dos mananciais.

Mapa 05: Localização do Alphaville Francisco Brennand.



Fonte: IBGE (2016), elaborado por Alexandra Luna, 2018.

Segundo dados da agência CONDEPE/FIDEM, o município do Jaboatão dos Guararapes está situado no litoral do Estado de Pernambuco tem extensão territorial de 258, 566 km² (2010). Limita-se ao Norte com a o município de São Lourenço da Mata, ao Sul com o Cabo de Santo Agostinho, a Leste com o Oceano Atlântico e a Oeste com Moreno. Faz parte da Região Metropolitana do Recife (RMR) e dista 14 km da capital. Jaboatão localiza-se em uma posição estratégica, visto que está entre o Porto de Suape, importante polo de desenvolvimento do Estado, e o Recife. É cortado por grandes rodovias como as BR-101, BR-232, BR-408 e a PE-007.

O Curado bairro no qual está o Alphaville Francisco Brennand ocupa a Regional 03 do município de Jaboatão dos Guararapes que engloba diversas localidades: Curado I, Loteamento Goodyear, Encosta do Campo do Curado I, Rua da Mostarda, Loteamento Cristo Redentor, Loteamento Guararapes, Curado II, Loteamento São Francisco, Vila Esperança (Vila TIP), Curado III, Bela Vista, Santa Inês, Santo Antônio, Cova da Onça, Bola de Ouro, Curado IV, Rua 14, Avenida 08, Rua 19, Encosta da Rua Boa Esperança, Curado V, entre outras. Dentre estas localidades, o nosso objeto de estudo situa-se no Curado IV.

Conforme os resultados do Censo Demográfico de 2010, a Regional do Curado concentra 7,7% da população do município, com 49,9 mil habitantes e área de 10,78 km², sendo a segunda menor regional em relação a sua área, a densidade demográfica é de 4.626 hab/km². No que tange aos indicadores sociais se comparado as demais regionais, o Curado encontra-se em uma posição razoável tendo em vista a existência da infraestrutura de água e saneamento nos Conjuntos Habitacionais, este tipo de moradia predomina em todo o bairro do Curado (Foto 01). De acordo com o Plano Plurianual (2014-2017) Planejamento Participativo e Regionalizado do Curado, a presença do Alphaville no bairro, além do Condomínio Três Lagoas representa uma potencialidade para a região, pois oferta novas posições de emprego e serviços.

Foto 01: Conjuntos Habitacionais do Curado IV.



Foto: Google Earth, 2014.

Evidencia-se a partir dos dados e das imagens a contradição existente entre o Alphaville Francisco Brennand e a realidade habitacional nos seus arredores. Arrisca-se aqui a afirmação de que consiste num verdadeiro "apartheid" socioeconômico entre os moradores do Alphaville, que desfrutam de um ambiente onde os serviços de lazer, segurança, comodidade, infraestrutura funcionam, enquanto que no espaço extra muros ainda no bairro do Curado tais serviços são insuficientes e ineficazes, demonstrando esta assimetria.

Foto 02: Residências do Alphaville Francisco Brennand.



Fonte: Raquel Carapeba, 2018.

O percentual de rendimento domiciliar *per capita* também realça as desigualdades entre o Alphaville e as demais localidades do bairro do Curado, enquanto que neste 16,3 % dos domicílios tem rendimento domiciliar per capita de até $\frac{1}{4}$ de salário mínimo e renda média mensal de (R\$ 1.286) equivalente a cerca de 2,5 salários mínimos, valor que está abaixo do

observado para o Município com um todo de (R\$ 1.587), no Alphaville Francisco Brennand a renda *per capita* é superior dado se que pode inferir a partir do preço médio pago nos terrenos do loteamento, os quais hoje são vendidos por preços que variam de, aproximadamente, R\$155.000 à R\$ 240.000, a depender da área, localização e inclinação do terreno.

Diante do apresentado, observa-se uma realidade do bairro do Curado que não condiz com a realidade do Alphaville Francisco Brennand. De modo que, coexistem práticas discrepantes da população do entorno e dos consumidores do produto imobiliário (Foto 03), o que demonstra evidenciada a concepção urbanística com suas principais contradições socioespaciais. Por isso, a razão dialética conduz-nos a pensar e apreender a multiplicidade destas contradições.

Foto 03: Contradições socioespaciais do Alphaville Francisco Brennand e seu entorno.



Fonte: Raquel Carapeba, 2018.

Assim, devido ao caráter restritivo do uso e apropriação das áreas de uso coletivo deste tipo de empreendimento está bastante evidente o não desejo de integração do mesmo com os seus arrabaldes. Sobre esta realidade, nos termos de Barbosa (2014), fica claro que, não obstante a modernização se faça presente e crie novos espaços que carregam consigo vários signos de inovação, constata-se que o loteamento continua a ser regido numa clara intenção de evitar que haja articulação desse com o seu bairro contíguo.

Ante o exposto, a percepção de espaço que preside o plano urbanístico do Alphaville Francisco Brennand é, substancialmente, a de espaço abstrato, conforme a abordagem de Lefebvre (2007). O plano fez do espaço social lá existente tabula rasa, desconsiderando, por exemplo, o âmbito extra-muros, isso é, a esfera mais abrangente dos seus arredores. Assim, enquanto uma superfície isotrópica, a produção desse espaço ocorre por meio de um implante de próteses que, no plano do vivido, dialoga parcamente com o restante do espaço metropolitano.

3.1.3 O Plano de Parcelamento do imóvel

O Alphaville Francisco Brennand é constituído por 34 quadras, com um total de 404 lotes, sendo 389 de uso residencial e 15 de uso misto (Figura 01). A área média dos lotes é de 675,00 m². O uso predominante previsto para a área é o do tipo residencial, estando reservadas duas quadras para uso misto observados os índices urbanísticos da legislação dos municípios envolvidos.

Figura 01: Planta do Alphaville Francisco Brennand.



Fonte: Dircon, 2018.

A propriedade possui topografia ondulada, daí a necessidade dos serviços de terraplenagem, visando reduzir a inclinação de alguns trechos, bem como no tratamento das vias de circulação de veículos.

As áreas verdes projetadas (*non aedificandi*), buscaram predominantemente preservar as áreas do entorno do Rio Tejipió (APP), bem como a faixa de domínio da adutora de Tapacurá, tendo sido reservados ainda espaços para praças somando no total 223.890,30 m², representando 36,62% da propriedade, satisfazendo o percentual exigido pela Legislação Federal, Lei nº 6766 e Estadual 9990/87.

Além destas considera-se a faixa de atingimento da Adutora de Tapacurá que soma 35.802,93 m², correspondendo a 5,86% da propriedade. O arruamento tem como ponto de partida a BR 408, tendo sido projetada uma via de acesso em pista dupla com seção de 24,00m e as demais vias locais com seção de 14,00m, não possuindo inclinações superiores a 7%. O sistema viário soma 79.296,49 m² equivalentes a 12,97%.

A drenagem foi feita a céu aberto, aproveitando-se as características topográficas da gleba após o processo de terraplenagem, e quando necessário, através de galerias projetadas para alguns trechos do sistema viário, não havendo declividades inferiores a 0,50% ou superiores a 7,00%. Os drenos existentes foram integrados ao sistema viário e áreas verdes, permitindo um escoamento natural das águas pluviais.

Para o esgotamento sanitário implantou-se uma rede coletora e uma estação de tratamento que atende exclusivamente o empreendimento. A água para abastecimento humano é proveniente da rede de distribuição da Compesa (Companhia Pernambucana de Saneamento). A limpeza urbana é de responsabilidade das Prefeituras do Recife e de Jaboatão dos Guararapes.

Com o intuito de analisar detidamente as informações referentes ao desenho urbano desse empreendimento, o quadro 02, a seguir, apresenta o tamanho de cada uma das modalidades de uso do solo do Alphaville Francisco Brennand, tanto em relação aos dados percentuais referentes à área total, quanto às suas respectivas áreas em valores absolutos. Apresentando as seguintes características básicas:

Quadro 02 - Quadro resumo dos dados numéricos do empreendimento.

Macromodalidades de uso do solo	Subdivisões do uso do solo	Modalidades específicas do uso do solo e subtotais	Demonstrativo das áreas	
			Em relação à área total (%)	Área de cada modalidade (m ²)
Áreas Privadas		Residencial	42,51	259.869,15
		Misto	2,04	12.492,20
		Comercial	-	10.963,64
		Portaria	-	1.528,56
		Subtotal	44,55	272.361,35
Áreas Públicas	Áreas verdes	APP	36,62	223.890,30
	Sistema Viário	-	12,97	79.296,49
	Atingimento adutora	-	5,86	35.802,93
	-	Subtotal áreas públicas	55,45	338.989,72
	Recife	-	46,96	287.064,44
	Jaboatão dos Guararapes	-	53,04	324.286,63
Área do loteamento	Total	-	100	611.351,07

Fonte: Elaboração própria, 2018.

Em relação à área total do terreno, a mesma ocupa uma área de 611.351,07m², das quais, a maior parcela corresponde ao município de Jaboatão dos Guararapes com 324.286,63m² perfazendo 53,04% da propriedade, enquanto que o município do Recife representa 46,96% do empreendimento, isto é 287.064,44m².

No que concerne aos usos do solo das áreas do Alphaville Francisco Brennand, citados no quadro acima, o uso residencial constitui 42,51% do total da área privada, ou seja, a maior parte desta, visto que compreende 259.869,15m². Nesse sentido, percebe-se que uma menor parte é destinada à área comercial (10.963,64 m²) sobre a qual é importante frisar que não possui nenhum lote em funcionamento. Enquanto isso, os serviços de lazer ocupam uma área de 92.700,00 m².

Por sua vez, as áreas públicas correspondem a maior parte do loteamento, somando 338.989,72 m² de área, o que equivale à 55,45% da área total da propriedade. O exame desses dados permite verificar o percentual de cada macromodalidade de uso do solo e a formatação do espaço concebido para o produto imobiliário.

3.1.5 Evolução do Projeto

Com o intento de construir um trajeto que evidenciasse o desenvolvimento do projeto, foram capturadas imagens do Google Earth da área do empreendimento no intervalo de 2006 a 2017 a fim de constatar sua evolução.

A figura 02, mostra no ano do lançamento da obra (2006) o terreno ainda pouco modificado, mas se pode verificar a retirada de parte da vegetação de Mata Atlântica e alguns trechos já terraplanados. No intervalo de 2007 a 2010 observa-se um avanço significativo no que tange a retirada da cobertura vegetal, quando toda a área já está "limpa" para a construção. No resgate da imagem de 2010, ano em que os lotes já haviam sido entregues aos proprietários, visualiza-se toda a infraestrutura pronta desde o clube à pavimentação, até a presença de algumas, poucas, casas.

Figura 02: Imagens de satélite do empreendimento nos anos de 2006, 2007, 20010 e 2013.



Fonte: Google Earth, 2014.

Figura 03: Imagens de satélite do empreendimento nos anos de 2014, 2016, 09/2017 e 12/2017.



Fonte: Google Earth, 2017.

Analisando as imagens da figura 03 para os anos de 2014, 2016 e 2017, percebe-se um maior número de casas construídas, entretanto quando se compara com o total de lotes do empreendimento observa-se que grande parte permanece sem edificação, suscitando a hipótese de que: a dimensão da troca se sobrepõe ao valor de uso. Desse modo, as motivações dos consumidores do AlphaVille Francisco Brennand estariam associadas ao caráter de objeto de valorização da terra urbana, tratando-se de uma realização especulativa e reserva de valor para valorização futura, o que demarca a feição rentista do capital imobiliário na apropriação do solo urbano.

Frente ao exposto, diante da reduzida ocupação e consequente vacância imobiliária (vide Foto 04), sugere-se que neste empreendimento o terreno funciona como depositário de poupanças individuais atrelado à perspectiva de que funcione ainda como espécie de investimento privado e familiar.

Foto 04: Lotes sem edificações no Alphaville Francisco Brennand.



Fonte: Raquel Carapeba, 2016.

No tocante à produção do espaço do Alphaville Francisco Brennand, outro elemento que reforça a hipótese de que os lotes são meros depositários de poupanças individuais reside na sua incipiente ocupação ao longo do tempo. Ao avaliar a evolução no empreendimento do ano de 2009 até o ano de 2016 nota-se que o número de obras iniciadas foi reduzido. O ano do lançamento contou com apenas duas construções. Os anos que apresentaram maior número de obras foram 2010 e 2012 com onze obras, cada, conforme ilustra a tabela 02.

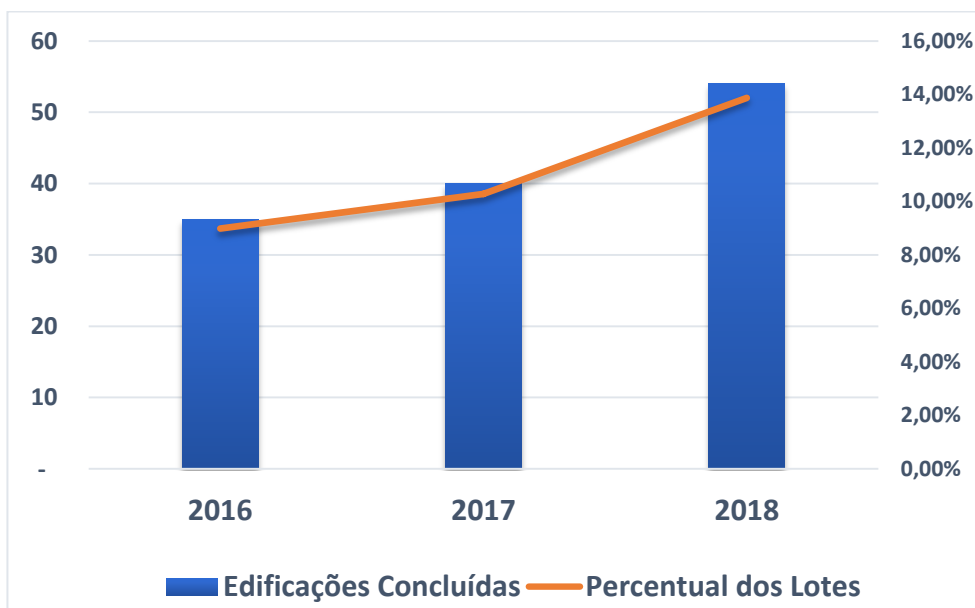
Tabela 02 - Evolução das obras no Alphaville Francisco Brennand entre 2009 e 2016.

Ano	Nº de obras iniciadas
2009	2
2010	11
2011	4
2012	11
2013	7
2014	1
2015	8
2016	6

Fonte: Elaboração própria com dados da Associação Alphaville Francisco Brennand, 2016.

Pôde-se avaliar durante os levantamentos de campo o comportamento relativo à ocupação do empreendimento a partir do número de casas edificadas (Gráfico 01), onde se constatou em setembro de 2016, trinta e cinco edificações concluídas, o que correspondia a quase 9% do total de lotes. Em fevereiro de 2017 realizou-se uma nova investigação em campo e os números obtidos foram de quarenta casas, ou seja, 10,28% do empreendimento. Em julho de 2018 havia cinquenta e quatro edificações concluídas dos trezentos e oitenta e nove lotes residenciais. Assim, após nove anos da entrega do empreendimento, as áreas edificadas correspondem a aproximadamente 14% do total de lotes, o que enfatiza a hipótese de que se está diante de um produto imobiliário que atrai, majoritariamente, um grupo de investidores e não de moradores.

Gráfico 01: Edificações Concluídas no Alphaville Francisco Brennand de 2016 a 2018.



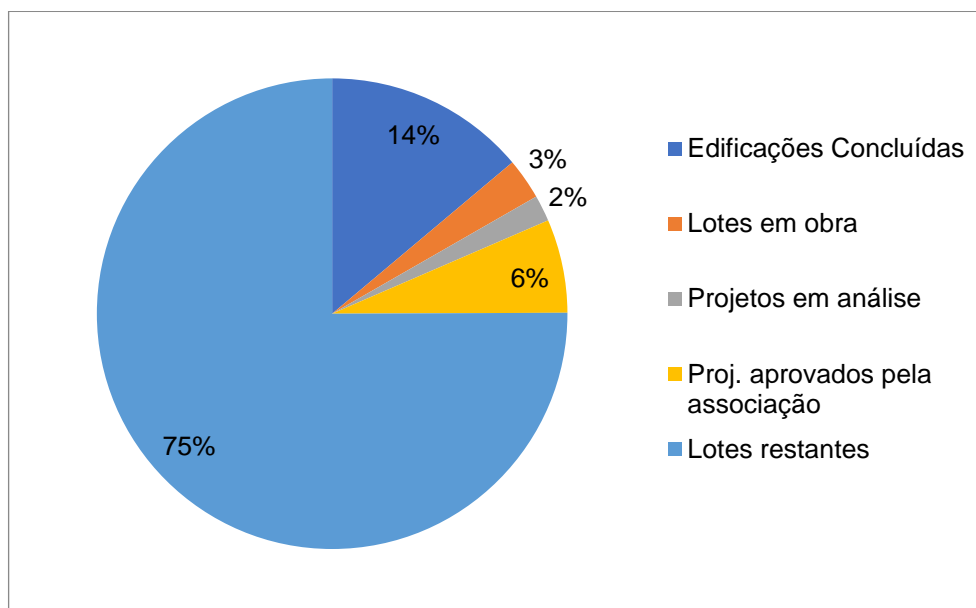
Fonte: Elaboração própria, 2018.

Em entrevista realizada em setembro de 2016, Raquel Firmino, arquiteta do Alphaville Francisco Brennand, afirmou que no ano de 2014 fez uma visita ao Alphaville Burle Marx em São Paulo, empreendimento lançado na mesma época do objeto desta pesquisa, e dos 513 lotes residenciais daquele, aproximadamente, 200 já tinham casas construídas e 100 estavam em obras, o que difere bastante da realidade da RMR que no ano de 2014 dos seus 389 lotes residenciais tinham somente 33 casas construídas e durante o referido ano registrou-se apenas uma obra em todo o loteamento.

Nesse sentido, infere-se que a vacância no Alphaville Francisco Brennand, ainda hoje⁹, permanece alta, quando se tem 292 lotes restantes não edificados, o que corresponde a grande e esmagadora fração de, aproximadamente, 75% do empreendimento. Ainda no que tange à distribuição e ocupação dos lotes (Gráfico 02), tem-se os seguintes números: 14% de edificações concluídas, o que totaliza cinquenta e quatro casas; onze lotes em obra, ou seja, 3% do total; sete projetos em análise que confere pouco menos de 2% do empreendimento e vinte e cinco projetos aprovados pela associação, o que representa 6% dos lotes.

⁹ Dados referentes a julho de 2018.

Gráfico 02: Distribuição e ocupação dos lotes por uso no Alphaville Francisco Brennand em 2018.



Fonte: Elaboração própria, 2018.

O desenvolvimento desse processo aponta como horizonte um momento de reprodução do espaço metropolitano caracterizado pela acumulação rentista que se dá pela capitalização do valor do solo nos lotes do Alphaville na sua realização como mercadoria meramente como valor de troca, uma vez que não há perspectiva dos consumidores de construir nesses locais, portanto, não há valor de uso. Este processo fortalece a hipótese de que se está diante de uma versão da cidade como negócio, da inserção do espaço no circuito da troca, da supremacia do valor de troca sobre o valor de uso e da transformação da terra em renda. A Predominância do valor de troca indica e autoriza a extensão do mundo da mercadoria e da lógica do capital.

Ao analisar a dinâmica relativa ao uso e ocupação dos lotes nos outros produtos imobiliários da empresa na RMR, tem-se os seguintes dados para o Alphaville Pernambuco 01, entregue em meados de setembro de 2014: das sete edificações concluídas, cinco estão ocupadas. Quando questionada sobre o perfil dos moradores, a arquiteta do empreendimento, Andreane Marques, informou que se trata de aposentados e empresários, e as duas casas restantes são utilizadas para segunda residência. Há dez lotes em obras, o que corresponde a 2% do empreendimento. O mesmo percentual é observado para os projetos em análise.

Enquanto que os projetos já aprovados pela associação somam 36, ou seja, 6%. Por sua vez, os distratos equivalem a 58 lotes, isto é, 11% do total do empreendimento. A arquiteta também informou que o grande número de distratos se deu, pois, no ato da compra, muitos consumidores adquiriram os lotes sem olhar os terrenos, os quais na sua maioria (75%) estão em áreas de acentivo/declive (Foto 05), a inclinação dos lotes foi utilizada como justificativa para a desistência das unidades. Assim como evidenciado no Alphaville Francisco Brennand, neste empreendimento também há uma vacância de mais 70% do total de seus lotes.

Foto 05: Áreas de acentivo/declive no Alphaville Pernambuco 01.

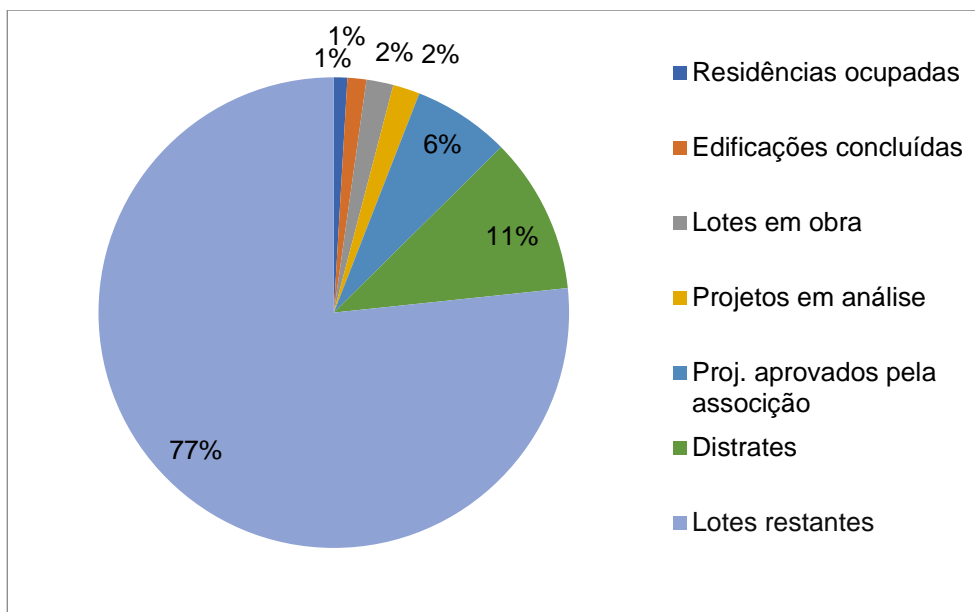


Fonte: Raquel Carapeba, 2018.

No Alphaville Pernambuco 02, os números corroboram a tendência observada (Gráfico 04), onde também há uma vacância de mais de 70%, ou seja, 424 lotes restantes do total de 548. Embora este produto seja o mais recente ele possui 10 residências ocupadas o que equivale a 2% do total: se comparado ao Alphaville Pernambuco 01 ele apresenta 1% a mais de ocupação. Para a arquiteta isso se deve, pois, no Alphaville Pernambuco 02, utilizou-se uma estratégia, na qual os

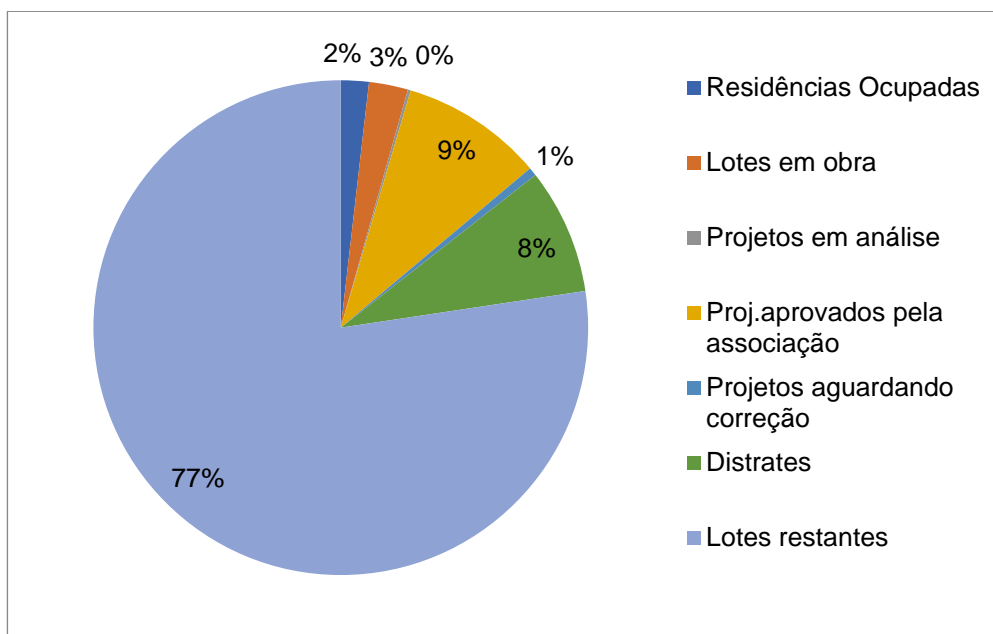
consumidores poderiam adquirir o lote e o projeto arquitetônico da residência no ato da compra. Há 14 lotes em obras, o que totaliza, aproximadamente, 3%. Os distratos correspondem a 8%, ou seja, 45 unidades e 51 projetos já foram aprovados pela associação, o que equivale a 9% do total.

Gráfico 03: Distribuição e ocupação dos lotes por uso no Alphaville Pernambuco 01 em 2018.



Fonte: Elaboração própria, 2018.

Gráfico 04: Distribuição e ocupação dos lotes por uso no Alphaville Pernambuco 02 em 2018.



Fonte: Elaboração própria, 2018.

Frente a esta investigação, o espaço torna-se mercadoria em função de interesses particulares que estão atrelados à busca de rentabilidade, já que os consumidores no momento da aquisição do solo urbano têm como objetivo o valor de troca que a operação vai realizar através da valorização do capital investido no ato da compra. É seguindo essa perspectiva que Alvarez (2015) destaca o papel estratégico da propriedade da terra no processo de capitalização e especulação, pois a apropriação privada da terra se converte numa forma de capital fictício que, por sua vez, é a forma hegemônica da reprodução capitalista atual, se colocando como elemento chave para situar a cidade como negócio.

3.2 Os agentes desenvolvedores: o Estado e o Grupo Alphaville

Segundo Corrêa (1995) o espaço urbano é fruto de ações que se acumularam no tempo e possui atores sociais que consomem e produzem este espaço. Tais Dentre tais agentes sociais estão: os proprietários fundiários, os promotores imobiliários, o Estado, os proprietários dos meios de produção e os grupos sociais excluídos. Todos, em suas múltiplas relações, são responsáveis pelo fazer e refazer a cidade levando-a a um constante processo de reorganização espacial. Uma configuração específica neste universo de relações levou em algumas cidades à deterioração de certas áreas, a relocação diferenciada da infraestrutura e a mudança do conteúdo social e econômico de determinadas áreas da cidade.

A noção do urbano como negócio está intimamente relacionada à ação do Estado, já que a valorização do espaço requer como condição imprescindível a atuação estatista para a garantia e a legitimação dos interesses do capital. Nesse sentido, as novas dinâmicas contemporâneas urbanas ancoradas na valorização fundiária e imobiliária para a reprodução do capital realçam o papel do Estado enquanto responsável por coordenar o processo de produção do urbano como negócio lucrativo que potencializa os mecanismos de reprodução e acumulação do capital e exacerba o valor de troca e a valorização do solo urbano em detrimento da criação de espaços da vida e que são frutos do uso e da experiência do cotidiano.

Nesse contexto, a produção das cidades ocorre, cada vez mais, por meio de projetos que tem o consentimento, a regulação e a orientação dadas pelo Estado, ou seja, o modo como o Estado direciona os investimentos públicos é essencial para gerir a produção do espaço urbano. O Estado não é uma instituição monolítica, mas

permeada por diversos interesses fragmentados, logo, age de forma a atender as exigências de criação de infraestrutura, de preparação de espaços para as futuras intervenções e conseqüente acumulação do capital. Dessa forma, sob a cobertura do Estado é que se tem o desenho da metrópole. A regulação do uso e apropriação do solo urbano por parte do Estado garante a criação de “ilhas de prosperidade” que vem reafirmar os modelos de cidades “modernas” como fórmulas para o sucesso, incidindo, assim, de forma primordial no processo de acumulação capitalista e no padrão de segregação sócio espacial típico de nossas metrópoles.

Corroborando essa ideia, Corrêa (1995) afirma que: “a atuação do Estado se faz, fundamentalmente e em última análise, visando criar condições de realização e reprodução da sociedade capitalista, isto é, condições que viabilizem o processo de acumulação e a reprodução das classes sociais e suas frações” (CORRÊA, 1995, p. 26). Isto é, o Estado vislumbra ampliar os usos produtivos e a efetivação da cidade como valor de troca para a reprodução ampliada do capital. O que demonstra o poder estatal de controle e dominação do espaço e sua força enquanto articulador dos interesses dos proprietários fundiários, dos construtores, e do capital financeiro possibilitando a concepção de novas cidades.

Em palestra realizada no seminário “Cidades Rebeldes” que ocorreu na cidade de São Paulo no mês de junho do ano de 2015, David Harvey argumentou que muitos dos projetos urbanos não são destinados aos cidadãos, mas aos investidores. Acentuando assim a racionalidade da cidade como negócio, que para ele é resultado, sobretudo, da administração pública, mas também da política, do judiciário, dos meios empresariais e da mídia. Seguindo essa lógica, o Estado é pressionado a preencher requisitos a fim de atender os interesses de investidores e garantir as condições de realização dos investimentos no espaço urbano. O que significa que transformações no espaço urbano, expansões, remoções e criação de infraestruturas estão vinculadas ao cumprimento de exigências em troca de crédito e visibilidade global. Dessa forma, Harvey constata que: “o capital constrói cidades para investir e não para que pessoas possam morar lá”. Portanto, cada vez mais, vive-se em cidades onde as regras de urbanização e de investimentos são gerenciadas pelo Estado, o qual tende a assegurar as imposições de asseclas de investidores externos que pouco se importam com a vida real e pulsante da cidade.

Assim, a reflexão sobre o momento atual por que passa a RMR, fincada na lógica da produção da cidade como negócio e seguindo a tendência congênita capitalista da mercantilização das cidades, evidencia a centralidade da propriedade privada da terra na produção do espaço urbano e nos revela novas estratégias de acumulação no constante movimento de reprodução espacial mediada pela atuação do Estado. Com o propósito de desenvolver a argumentação em questão iniciaremos uma explanação do debate acerca da acumulação no setor imobiliário no capítulo seguinte.

No tocante à Alphaville Urbanismo S.A, a empresa tem 45 anos de atuação no mercado imobiliário, está presente em 23 estados brasileiros, além do Distrito Federal, com empreendimentos horizontais, bairros planejados e núcleos urbanos com projetos distribuídos nas 5 regiões do país. A primeira experiência do Alphaville Residencial surgiu na década de 70 para atender às necessidades de executivos de empresas instaladas no Alphaville Centro Industrial em Barueri (SP). O local dispõe de escolas, shopping center, supermercados, edifícios comerciais e serviços em uma área de 3 milhões de metros quadrados. O portfólio é diversificado e traz também a marca Terras Alphaville, com lotes a partir de 300m² e ênfase no convívio e segurança.

3.3. O Marketing no Alphaville Francisco Brennand e a construção do exclusivismo socioespacial

O marketing constitui um componente fundamental do negócio imobiliário presente durante todo o processo, desde as pesquisas de mercado, na fase anterior à elaboração do projeto, até a entrega do produto final ao cliente. Ele tem papel crucial na identificação de demandas e define os conceitos dos produtos a serem lançados. Segundo Barbosa (2017) através do marketing, o sociometabolismo do capital se mostra com toda imponência em um ciclo, no qual as mercadorias são meticulosamente concebidas e divulgadas para despertar e, muitas vezes, realizar desejos; ao mesmo tempo, incitar sua transformação em novas necessidades. Como tantas outras mercadorias, os imóveis inserem-se nesse jogo de sedução, sob os mais diversos artifícios e apelos.

Nesse contexto, de criação de símbolos e signos, o marketing é imprescindível. Ainda de acordo com a abordagem de Barbosa (2017), o marketing

torna-se assim a própria ideologia desta sociedade, cada “objeto”, cada “bem”, se desdobra numa realidade e numa imagem, fazendo parte essencial do consumo. Consome-se tanto signos quanto objetos: signos da felicidade, da satisfação, do poder, da riqueza, da ciência, da técnica, os quais, no âmbito do setor imobiliário, se transmutam em sofisticação, diferenciação e exclusividade.

Por esse ângulo, a gerente de marketing da Alphaville Urbanismo, Gabriela Procópio, expõe: “nosso departamento começa a atuar antes mesmo do lançamento de um AlphaVille, analisando aspectos demográficos e socioeconômicos, a fim de aferir os hábitos, a cultura, e as necessidades do mercado-alvo”. Segundo ela, as estratégias de atuação variam de acordo com as peculiaridades de cada região, mas há sempre o pensamento de que o sucesso de vendas não é suficiente, e complementa:

Para conquistar o cliente, de fato, temos de trabalhar continuamente para valorizar o lote que lhe vendemos, afinal não se trata de um simples bem de consumo, e sim de uma parte de seu patrimônio. Isso se faz com uma linha de atuação de forte caráter institucional, explorando a força da marca AlphaVille e reafirmando os valores e as virtudes que a levaram à condição de liderança que ocupa. Atualmente, temos o filme ‘Especialistas’ sendo veiculado na TV segmentada, em canais identificados com o nosso perfil de público. Ali, o destaque é a qualidade de vida, a descontração, os momentos com a família proporcionados pelo estilo AlphaVille. Essa peça institucional, aliada a anúncios de produto – como os que temos por ocasião do lançamento de AlphaVille Pernambuco – cria um efeito de amplificação, colocando a marca em evidência, o que se reflete de maneira positiva no patrimônio de quem já investiu em outros empreendimentos da AlphaVille Urbanismo. (Revista Alphaville, 2010).

Seguindo essa lógica, percebe-se que a empresa se ancora no discurso de pioneirismo no mercado imobiliário para se fortalecer enquanto urbanizadora responsável por projetos que reúnem infraestrutura e urbanismo de qualidade superior. Assim, alegam que seus produtos são únicos, haja vista serem dotados de consciência ambiental, com polos planejados, autossuficientes e sustentáveis, compostos por infraestrutura completa e planejados para um padrão racional de ocupação que garante harmonia entre o espaço urbanizado e o meio ambiente. Além de qualidade de vida, assim como citado acima pela gerente de marketing, a empresa garante a valorização progressiva do empreendimento, dada a força que a incorporadora possui frente ao mercado nacional. Por seu turno, a empresa tem

como carro-chefe a marca Alphaville Urbanismo de produção de espaços de grande porte e alto padrão.

Deste modo, sob a égide da sociedade de consumo, os bens imobiliários adquirem ‘compensações afetivas’ (Santana, 2013), isto é, os imóveis são ofertados aos clientes não enquanto “imóveis”, simplesmente, mas como um conjunto de signos que remetem a status e estilo de vida que podem ser traduzidos como uma forma de inserção social. Assim, atingem o lado emocional dos clientes, uma vez que o ato da compra traduz-se como o próprio limiar da busca da felicidade e da autorrealização. Isso tudo constrói um comprometimento que incita muito mais para a subjetividade do que para a racionalidade do negócio. Nesse sentido, o marketing emerge, muito mais, com o propósito de criar necessidades e não de atendê-las, e vão além quando, algumas vezes, outras necessidades precisam ser inventadas para continuar esse movimento perverso e incontrolável do sociometabolismo do capital.

Destarte, a construção discursiva do marketing imobiliário do Alphaville Francisco Brennand que apregoa os atributos qualificativos superiores, no sentido de apresentar o empreendimento como um modelo de ocupação inédito que se funda nos seguintes pilares estruturantes: lazer, infraestrutura, conveniência, segurança, meio ambiente e autogestão, os quais nada mais representam do que a propaganda sobre o empreendimento como forma de tornar o “modelo” da “condominiarização” (LIMA, 2009) atraente para a classe média alta e alta, difundindo, cada vez mais, o mercado da segurança, em abundância, por meio dos promotores imobiliários.

Para ampliar exclusivismo do produto, exploram ainda o discurso do prazer que contato com a natureza proporciona, ao alegar que a região oferece um cenário diferenciado com um projeto paisagístico influenciado pela beleza da Zona da Mata pernambucana valorizado por árvores, gramados e lagos, cortado pelo Rio Tejipió, que inclui o plantio de espécies que se desenvolvem na Mata Atlântica da região. O projeto se aproveita, ainda, das matas do Engenho São Francisco, uma formação densa de Mata Atlântica vizinha ao empreendimento. A intenção é levar para os clientes do Alphaville o conceito de melhor qualidade de vida vendendo esse contato com a natureza a partir da valorização de áreas verdes. Pois, como pontua Barcellos e Mammarella (2007) por parte dos moradores, há uma busca por "lugares de

melhor qualidade ambiental", ainda para as autoras a escolha por esse tipo de produto não é realizada com o objetivo de segregar, mas sim, para viver bem, ter status, estar em harmonia com a natureza, como faz e vende o discurso de marketing ao idealizar um modelo imposto pelo mercado.

O mote do verde está claramente imbricado com o discurso do lazer. Nesse caso, a integração da vida social com a paisagem natural ou construída transparece, permeando os diversos aspectos da recreação. Nesse âmbito, a empresa destaca o Alphaville Clube com amplos gramados e áreas arborizadas, em interação total com a paisagem natural do entorno. De acordo com o empreendedor, "[...] as pessoas poderão se conectar com a essência da natureza. A premissa básica do projeto paisagístico é tratar a vegetação, não como mera decoração, mas como ser vivo, integrado àquele ambiente específico" (ALPHAVILLE, 2013, p. 4). A proposta de integração com a natureza nos espaços de lazer também se apresenta no ambiente construído e no aproveitamento da paisagem.

Outro elemento que aparece bastante no enunciado dos promotores imobiliários é a conveniência, os quais vendem a "conveniência", e a praticidade de se ter todos os serviços em um só lugar, que no Alphaville Francisco Brennand se concretiza na área multiuso, a qual oferece infraestrutura e espaços para a instalação de empresas. A área dispõe de 13 lotes para estabelecimentos que garantam o atendimento às demandas de consumo e prestação de serviços, estando esta separada dos lotes residenciais, pois, segundo a empresa, preza pela privacidade dos moradores. Entretanto, é válido pontuar que esta área não está em funcionamento, pois nenhum lote comercial foi construído. Soma-se a essa conveniência a proposta da incorporadora de vender uma nova forma de vida, na qual o acesso rápido e fácil ao centro da cidade também está garantido. Dessa forma, sem abrir mão da conveniência que se tem nas áreas mais centrais das grandes cidades, o produto é vendido como um exemplar, onde a centralidade a boa localização, o lazer, a comodidade, a segurança, e as paisagens verdes garantem o exclusivismo.

No que tange ao atributo da segurança, o medo da violência é uma das justificativas mais faladas pelos que escolhem os loteamentos fechados como modelo de vida urbana e também por aqueles que vendem o conceito de moradia intramuros. A imagem de uma cidade perigosa influencia as classes mais abastadas na construção de lugares exclusivos e seguros. O seguinte fragmento do marketing

do Alphaville Francisco Brennand, capturado no site da empresa, expressa integralmente esses sentimentos:

Em Alphaville, o ambiente de tranquilidade que permite às famílias circular despreocupadas dia e noite tem origem na combinação de fatores que se complementam, gerando um código de comportamento social. Planejamento inteligente, cultura de prevenção e o modelo participativo de gestão de Alphaville são pontos fundamentais na garantia de segurança para proprietários, trabalhadores e visitantes. (Disponível em: <<http://www.alphaville.com.br>> Acesso em 02 de Julho de 2014).

Dentre os aparatos tecnológicos para a garantia da segurança aos moradores, o empreendimento utiliza de:

- Controle de acesso informatizado: com software de última geração em gerenciamento de triagem e câmeras de alta resolução;
- Câmeras speed dome: equipamentos com alto poder de visualização a distância no perímetro do empreendimento;
- Célula de segurança blindada: onde são monitorados alarmes, câmeras e portarias, com estrutura para gerenciamento de crises.

A Alphaville apresenta ainda em cada projeto um plano diretor de segurança que integra o planejamento e cultura de prevenção para os empreendimentos, onde são analisados aspectos como a posição da portaria, a construção de muros, instalação de grades e os locais para alocação de aparelhamentos de segurança, sendo determinados por análises do terreno e peculiaridades do entorno. São estabelecidas ainda, normas de convívio, que envolvem orientações aos moradores sobre a necessidade de aderir a um comportamento preventivo.

Atkinson e Flint (2004) apud Barcellos e Mammarella (2007) revelam em pesquisa realizada acerca do avanço desse modelo de habitação no Reino Unido, que a opinião das autoridades locais, dos clientes e de outros agentes do ramo habitacional é de que a segurança e a exclusividade são os dois elementos mais influentes na demanda por empreendimentos cercados. Constatou-se o crescimento da busca pelos residenciais que dispõem de “total and absolute security”. Os autores complementam, ainda que as taxas de criminalidade fossem reduzidas nos arredores de uma comunidade fechada analisada, a percepção dos moradores era de que a vizinhança era ameaçadora. Por conseguinte, Atkinson e Flint afirmam que a necessidade de segurança pelos residentes nos condomínios fechados não ocorre

apenas como forma de proteção contra crimes violentos, mas também pelo desejo de esquivar-se das “incivilidades” diárias, possivelmente uma alusão à vida na cidade e aos encontros nas ruas com indivíduos de outros grupos sociais. "Para explicar a atração por esse tipo de residência, as pessoas entrevistadas, tanto dentro como fora dos condomínios fechados, manifestaram um sentimento de que a distinção e a exclusividade são tão ou mais importantes do que as preocupações com a segurança." (Barcellos e Mammarella, 2007, p.12).

Assim, diante das narrativas de aumento da criminalidade violenta nas grandes cidades, cresce o medo da violência nas pessoas que ao se depararem com a situação buscam alternativas para solucioná-las, dessa forma, a busca por segurança e proteção engendrou novos modelos de moradia e organização socioespacial. Em meio a essa proliferação do medo, o mercado imobiliário se aproveita para vender o produto como fonte de segurança, o que pode ser verificado no site do grupo, quando pontuam:

Confiança de desfrutar um ambiente tranquilo e seguro. Uma das razões primordiais na opção por viver em um condomínio fechado, a segurança nos empreendimentos vai além dos muros e portarias para controle de acesso. As Associações de Moradores definem os sistemas mais indicados para cada local e incentivam o comportamento seguro, orientando os moradores na escolha dos sistemas. (Disponível em: < <http://www.alphaville.com.br> Acesso em 02 de Julho de 2014).

Ainda no que diz respeito à garantia da segurança, no Alphaville Francisco Brennand é ofertado aos clientes a modalidade da autogestão que consiste num modelo de gestão participativa da administração do empreendimento pelos próprios proprietários através de uma associação Alphaville, a qual se responsabiliza pela contratação de pessoal, manutenção física, segurança e gestão do clube. Sendo a escolha dos diretores da associação realizada por meio de eleições que acontecem a cada dois anos. Ademais, cabe à associação Alphaville a fiscalização do cumprimento das normas construtivas e de convívio.

Diante dos elementos apresentados, infere-se, como salientou Caldeira (1997), que os condomínios fechados, os quais na maioria das vezes ocupam áreas amplas nas periferias das cidades, privatizados e isolados das redondezas, são caracterizados por: conjuntos residenciais de propriedades particulares com espaços e aparelhamentos de uso coletivo, destinados, em especial, para as classes média alta e alta; dando ênfase à privatização e restrição, concomitantemente,

desvalorizando o que é público e aberto na cidade; estão fisicamente isolados por muros, grades, espaços vazios e detalhes arquitetônicos; detêm ampla infraestrutura de serviços, portaria, clube, áreas verdes e sistemas de monitoramento, vigilância e segurança, conferem normas internas de inclusão e exclusão; e proporcionam flexibilidade no que concerne à localização, situando-se quase que em qualquer lugar, já que são autônomos e independentes em relação ao entorno.

Na produção desse protótipo de empreendimento, a propaganda e o marketing são fundamentais. Nestes aspectos o que mais se realça é a expectativa de concretização de um ideal de moradia e de convivência e vizinhança; a possibilidade de uma condição de vida exclusiva frente aos que estão no mundo exterior aos "enclaves fortificados". Todo o marketing que é criado em cima da presença de amenidades de lazer e serviços, do contato com a natureza e a proteção contra a criminalidade violenta, compõem, antes de mais nada, um modo de vida que vem sendo vendido, ainda que implique "numa mistificação da busca de um ideal perdido". (Barcellos e Mammarella, 2007).

Para Negri (2008), esta diferenciação residencial que ocorre nas grandes cidades brasileiras deve ser entendida como chances desiguais de se ascender socialmente. Pois, se criam acessos diferenciados à infraestrutura urbana, a serviços educacionais e, conseqüentemente, à manutenção do status e exclusividade, presentes nas cidades segregadas. Dessa forma, as contradições do espaço urbano tornam-se, mais e mais evidentes, alicerçadas na prevalência da especulação imobiliária sobre o direito à cidade, intensificando-se e justificando a construção destes modelos de moradia pelo aumento dos crimes e do medo da violência. Logo, o escapismo das elites aliado ao marketing e à propaganda dos promotores imobiliários viabilizam a segregação socioespacial, consolidando as diferenças e contradições das cidades.

O Alphaville Francisco Brennand configura-se como um exemplo da atuação do mercado imobiliário, que se apodera e estabelece "novas" simbologias na apropriação que faz do solo urbano, utilizando-se do discurso da violência urbana como fator imbricado no processo de expansão dessa opção de moradia. Assim sendo, o empreendimento estudado cria uma das evidências não só da segregação residencial, mas também da fragmentação social, já que podem ser encontradas "fraturas" (Souza, 2008) no tecido urbano materializadas pelos muros que

representam a descontinuidade do tecido. Tais "pedaços" do território estão, por sua vez, impedindo a circulação e uso por parte dos habitantes da cidade, desfazendo a sua unidade. Em síntese, evidencia-se que, na opção crescente da elite e de parcelas das camadas médias pela residência em espaços cada vez mais exclusivos e autossuficientes, notadamente no formato de "condomínios fechados", há um isolamento em relação ao resto da população e conseqüente segregação e fragmentação do tecido sociopolítico-espacial.

Nesse íterim, conforme exposto por Rodrigues (2005), a segurança, a conveniência, o lazer e a sustentabilidade são componentes ideológicos dos enunciados presente no marketing da empresa que simbolizam o estilo de vida exclusivo da comunidade Alphaville, em comparação ao que há na realidade além dos muros. Logo, a publicidade em cima do produto em consonância com a atuação dos promotores imobiliários tem como trunfo um acervo de atributos associados ao empreendimento que conferem ao mesmo a qualidade do exclusivismo socioespacial. Desse modo, busca-se consolidar uma imagem de um novo bairro modelo, com o intuito de incitar o comportamento desejado: a comercialização de lotes.

O exclusivismo socioespacial perpassa a ideia de um espaço concebido intencionalmente para ser um fragmento na metrópole, um espaço de reforço da segregação, da estratificação social e de convívio coletivo restrito. Daí o seu caráter excludente, de negação da cidade enquanto totalidade, tendo em vista que é produzido pelos agentes desenvolvedores com o propósito de homogeneização a partir da diferenciação e exclusão, negando toda a diversidade socioeconômica inerente aos espaços metropolitanos.

Nesse sentido que se destaca uma espécie de inclusividade excludente, ou seja, é a partir da homogeneização interna que esses espaços se diferenciam do restante da metrópole, apresentando certa descontinuidade geográfica que ultrapassa a paisagem. Isso quer dizer que alteram não apenas o que está visível, mas também o conteúdo econômico e social na periferia urbana, onde são produzidos, uma vez que contribuem e revigoram a cidade enquanto anticidade, a qual se funda na negação dos espaços públicos, da existência da pluralidade de indivíduos, classes sociais, valores, práticas e níveis socioeconômicos no urbano. Se o que promove a cidade e seu espaço são justamente a diversidade e a

possibilidade dos encontros e desencontros, a perspectiva da anticidade impõe o privado em detrimento do público, que termina por reafirmar a produção da cidade como negócio e redução do espaço à lógica da mercadoria.

Diante do frágil diálogo desses espaços no contexto das contradições socioespaciais das metrópoles questiona-se o ideal de vida pública difundido nesses empreendimentos que também são vendidos como uma espécie de “bairros planejados” dotados de virtualidades construídas a fim de torná-los cada vez mais espaços raros e únicos. Assim, a criação dos bairros planejados corresponde a um simulacro de ilhas de prosperidade que estão repletos de imagens e signos numa construção imagética pautada em representações ideais de qualidade e bem-estar social.

Percebe-se que esses “bairros planejados” são habilmente conduzidos e manipulados pelos agentes desenvolvedores de modo a assegurar sua proposta de unicidade, quando até mesmo o poder público faz concessões para conferir ares de legalidade em nome do exclusivismo socioespacial.

Sob a tônica da produção de raridades urbanas esses empreendimentos são constituídos de atributos que traduzem o seu exclusivismo socioespacial na sofisticação, nos aparatos de segurança, na intimidação no acesso e constrangimentos de pessoas consideradas estranhas, no contato com uma natureza supostamente conservada, nas áreas de lazer, na homogeneidade social interna, na contínua valorização do produto e nos valores da sustentabilidade. Tais itens estão entre os que mais contribuem para converter o Alphaville num espaço raro, ante as enormes carências de bons serviços e infraestruturas urbanos, na conjuntura da RMR.

Um exemplo do uso de atributos para a promoção do produto imobiliário é o marketing do Alphaville que utiliza o caráter exclusivista como virtualidade para sua divulgação (Figura 04). De acordo com o site da empresa, no Alphaville “cada detalhe foi pensado para proporcionar à sua família uma vida cheia de qualidade, segurança e muito contato com a natureza. Tudo isso sem deixar de lado a preservação da natureza, criando uma perfeita interação entre o espaço urbanizado e o meio ambiente.” Dessa forma, permeado pelo marketing, acentua-se a condição de raridade desses empreendimentos.

Figura 04: Propaganda do Alphaville Pernambuco 2.



Fonte: Disponível em: <<https://www.alphavilleurbanismo.com.br/>> Acesso em: 27 de maio de 2018.

A partir daí, entende-se que a raridade não é algo dado gratuitamente, como a presença das áreas verdes, mas caracteriza-se por ser:

Algo construído pela própria lógica do mercado, ou seja, o exclusivismo socioespacial, e, portanto, carrega consigo o lado perverso da busca de diferenciação pela homogeneização. Ser raro, neste caso, é ser o máximo possível exclusivo e manter o tom de exclusividade aos patamares mais elevados das faixas de rendimento no contexto da RMR. Em certo sentido, é reafirmar a trocabilidade do espaço enquanto mercadoria. (BARBOSA, 2014, p. 84-85)

Nesse marco, regido pela ótica da raridade vende-se um produto imobiliário servido de equipamentos-âncora e um pacote de serviços que confere a esses o tom exclusivista. Ainda segundo a abordagem de Barbosa (2014) as estratégias do capital vão muito além de produzir e vender os imóveis, mas, acima de tudo, propõem a criação de algo novo em contraposição ao velho, numa contínua lógica de morte da cidade.

Sob o prisma da lógica da mercadoria, quanto mais rara é uma coisa, mais cara ela se torna, raciocínio que também pode ser aplicado quando se pensa nos produtos imobiliários, posto que quanto mais caros forem os lotes no Alphaville, mais exclusivos se tornam, numa via de mão de dupla e reforço mútuo. Assim, a condição

de raridade e exclusivismo se coadunam pondo-se como instrumentos fomentadores da valorização destes empreendimentos.

O exclusivismo socioespacial propugnado no Alphaville também pode ser evidenciado quando se observa o perfil dos compradores/investidores dos lotes que corresponde a um grupo composto, majoritariamente, por médicos, engenheiros, advogados, empresários, servidores públicos. O que denota que o empreendimento foi concebido para os estratos de alta renda. Trabalhar com esses níveis de renda é sem dúvida manter a opção pelo exclusivismo socioespacial, e exacerbar o espaço como arena privilegiada daqueles que dele podem usufruir. Nesse sentido, afirma-se que o empreendimento em epígrafe é dotado de um caráter eminentemente exclusivista também em termos de clientela-alvo. Dessa forma, ao relacionar esses aspectos à identificação com um certo estrato social, isso também tem impacto sobre os negócios com a terra e conseqüentemente atrai os investidores, uma vez que dão indicativos de rentabilidade e segurança para o investimento nesse produto imobiliário.

Nisso tudo, reside a lógica do exclusivismo socioespacial que, em última instância, pouco contribui para a construção da cidade enquanto espaço de sociabilidade, mas que conduz para o seu descolamento produzindo um espaço urbano cada vez mais fragmentado. Desse modo, tomamos a tríade Lefebvriana (2000 [1980]) para analisar o espaço tal como ele se apresenta nas sociedades contemporâneas e como a produção imobiliária de condomínios exclusivos tendem ao aprofundamento da homogeneização, fragmentação e hierarquização do espaço.

Lefebvre (2000), afirma que homogeneização é a uniformidade constante de elementos no espaço, tal como aparece nos espaços de: estradas, metrô, aeroportos, cidades verticais de concreto, cidades horizontais de casas unifamiliares, criando uma repetição desses espaços. Nesse espaço homogeneizado também se efetivam as articulações entre os pontos fortes, as áreas centrais, e os pontos frágeis, as periferias, sendo assim o local de realização das relações capitalistas.

A fragmentação remete à repartição do espaço em espaços separados. “O espaço como o trabalho se torna parcelado: justaposição de parcelas fixadas a uma atividade parcial, no qual o conjunto, o processo do habitar escapa aos participantes” (LEFEBVRE, 2000, p.154). Dessa forma, com a fragmentação e os

espaços partidos o habitar não se realiza, por exemplo, no caso dos condomínios exclusivos, o que revela uma vida de privações nas grandes metrópoles. Assim, concordamos com Botelho (2007) ao asseverar que a fragmentação representa uma ferramenta de poder político, já que “separa para reinar”, acentuando a indiferença entre as pessoas reunidas em grupos de interesses divergentes, isolados por barreiras visíveis e invisíveis.

Já a hierarquização consiste na diferenciação entre os chamados pontos fortes, espaços de concentração do capital, da informação, do poder e os pontos frágeis, as periferias, dominadas. Assim, ocorre a segregação socioespacial no tecido urbano, o que para Lefebvre (1999) culminaria na formação de uma anticidade, a exemplo da dissolução da cidade enquanto espaço de encontro, cada vez mais se estabelecem relações de evitação com a cidade e sua vida pública, o que está intimamente ligado ao declínio da civilidade, esta que segundo Sennett (1989) citado por Souza (2010, p.208) seria "aquilo que protege as pessoas umas das outras e ainda assim permite que elas tirem proveito da companhia umas das outras", a partir desta definição entende-se o motivo do autor afirmar o definhamento da cidadania quando o exercício de gozar da companhia do outro é comprometido em função do encolhimento das relações sociais nas cidades segregadas.

Esta situação é agravada na proporção que os espaços nas sociedades capitalistas são pautados na mercadoria e na existência da propriedade privada da terra, condição para se valorizar o valor de troca em detrimento do valor de uso. Com isso, a cidade e a realidade urbana aproximam-se de sua desconstrução, visto que a cidade não é vivenciada em sua totalidade, mas sim em fragmentos.

Dessa forma, infere-se que o Alphaville figura como estratégia imobiliária, visto que conduz à criação de novas necessidades de compra e venda de imóveis, direcionando-se assim ao consumo das classes médias e altas. Por conseguinte, constitui-se como uma necessidade residencial produzida que vai permitir aos seus consumidores a extração de sobrelucros. Para tal operação, é válido frisar o papel da marca imobiliária Alphaville na garantia da alta rentabilidade nesse negócio, tema que será elucidado na seção subsequente.

3.4 O consumo do Alphaville Francisco Brennand à luz do fetiche da mercadoria: o papel da marca imobiliária

Na sociedade capitalista, em geral, a produção econômica está marcada pela produção de mercadorias, cujo princípio concorrencial está pautado na distinção dos produtos pelas imagens. Portanto, imersos em uma sociedade calcada na produção de mercadorias é fundamental o entendimento do fetichismo e o enfeitamento dado pela mercadoria como processo de dissimulação das relações sociais.

Nesse sentido, o fetiche emerge como fundamento necessário para o funcionamento das sociedades mercantil e capitalista. Ele é um produto destas sociedades, fruto do trabalho humano, mas é construído pela mente e pela prática social. Ao fetichizar, os objetos a sociedade submete-se à sua própria produção. Desse modo, a vida humana está submetida à ditadura de um fetiche, e suas maiores representações estão na forma da mercadoria, do dinheiro, e do capital. A mercadoria é ela própria a origem de um dos maiores fetichismos das sociedades contemporâneas.

O fenômeno do fetichismo pode ser percebido quando o homem atribui a um objeto poderes que não lhes são próprios e que devido à crença e à convicção de que tais poderes são reais, o objeto passa a ter o poder como se fosse da sua própria natureza. O fato de que os poderes, que, na verdade, são sociais, apareçam aos olhos humanos como poderes naturais dos próprios objetos é o que caracteriza o fetiche.

Assim, o fetichismo remete a um processo de dissimulação das relações sociais pelas coisas, tendo-se a mistificação da relação entre coisas e coisas, o que será, por Marx, chamado de reificação das relações sociais, isto é, a inversão da relação entre os sujeitos e as coisas. Neste processo de reificação/coisificação o homem deixa de se ver nas relações que ele trava com o semelhante. O homem, enquanto ser humano e sujeito social, passa a achar que uma coisa, como a mercadoria, é que parece ter vida. Dessa forma, por meio do fetiche, o homem atribui poderes mágicos aos objetos, e acredita que a mercadoria existe por si mesma, em relação a outras mercadorias. É nesta lógica que Marx vai falar da forma fantasmagórica de uma relação entre coisas, ou seja, as mercadorias na sociedade

capitalista aparecem como coisas que se relacionam umas com as outras por meio do mercado, mantendo relações entre si e com os indivíduos.

Essa dissimulação de relações entre pessoas com relações entre coisas configura-se na contradição fundamental da produção de mercadorias. Marx designa esse processo como, o fetichismo da mercadoria, onde os produtos do trabalho humano aparecem como uma realidade independente e incontrolável, estranha aqueles que o produziram. Segundo Marx, na sociedade capitalista, os objetos materiais são dotados de características que lhes são conferidas pelas relações sociais dominantes, mas aparecem como se lhes fossem naturais, é a isso que denomina o caráter misterioso da mercadoria.

o caráter misterioso da forma-mercadoria consiste, portanto, simplesmente no fato de que ela reflete aos homens os caracteres sociais do seu próprio trabalho como caracteres objetivos dos próprios produtos de trabalho, como propriedades sociais que são naturais a essas coisas e, por isso, reflete também a relação social dos produtores com o trabalho total como uma relação social entre os objetos, existente à margem dos produtores. (MARX, 1996, p.147).

Nesse ínterim, a mercadoria é misteriosa por encobrir as características sociais dos próprios trabalhos dos homens. Assim, o produto do trabalho surge como fetiche e a alteração desse produto em uma coisa misteriosa na forma de mercadoria é o que Marx vai designar de fetichismo da mercadoria. Desse modo, se essas formas são tidas como naturais, isto ocorre porque a sua essência social, não visível imediatamente, foi ocultada pelo fetiche, o qual é responsável por obscurecer as relações sociais de produção capitalista. Em sua aparência mistificadora, o fetiche funciona como uma espécie de máscara para as relações sociais peculiares ao capitalismo. De modo similar, a realidade do trabalho social fica oculta por trás dos valores da mercadoria. Em suma, o fetichismo da mercadoria se constitui num exemplo simples e universal do modo pelo qual as formas econômicas do capitalismo ocultam e obscurecem as relações sociais a elas subjacentes.

Seguindo essa perspectiva, o Alphaville Francisco Brennand foi tomado como objeto heurístico. Analisado sob o crivo do fetichismo, tem-se que esse foi construído artificialmente e impulsionado pelo marketing, de modo a justificar o seu consumo. Acredita-se na hipótese de que o uso da marca instiga o desejo pelo produto e, através dos meios de comunicação e dos símbolos e representações

associados a ela, conduz ao consumo. Pode-se argumentar que esses mecanismos estariam na base do modelo de negócio no Alphaville, edificado sobre o terreno das imagens e da marca, pautando o universo da produção e do consumo e, conseqüentemente, do capital. Dessa forma, a construção de imagens em torno da marca Alphaville é parte fundamental das estratégias da empresa, que se direcionam não apenas para os potenciais moradores, mas também para os investidores, haja vista que funcionam como estímulo para os negócios no âmbito imobiliário/fundiário.

Essas características respaldam a afirmação de que se está diante de uma sociedade das imagens, e num mundo onde as imagens tem um espaço cada vez maior, as marcas ocupam lugares privilegiados. Assim, a marca torna-se, portanto, protagonista dessa época. Seguindo essa abordagem, Fontenelle (2006) afirma que a marca configura-se em um modelo exemplar da própria constituição identitária: insistindo na continuidade e no padrão através do "nome", a marca se perpetua quando se expande e se abre para o deslocamento permanente de imagens e signos.

Por esse ângulo, entende-se que as imagens podem apelar para instintos e emoções básicas dos seres humanos, conduzindo ao consumo. Nesse sentido, evidencia-se no caso do Alphaville Francisco Brennand, a força da marca como parte de uma estratégia de atração de investidores quando se verifica que os lotes do empreendimento, muitos, ainda sem construção, estão sendo utilizados como fonte de investimento a partir da valorização na forma da capitalização. Assim, observam-se duas estratégias de realização da mercadoria, sendo a primeira, a terra e sua dimensão de investimento, que vai se realizar no campo do valor de troca e da valorização fundiária futura, e a segunda, a impregnação simbólica, a venda da imagem, e o marketing criados em torno da marca AlphaVille, uma das maiores e mais poderosas marcas nacionais no ramo da implantação imobiliária e desenvolvimento urbano, que trabalha na construção de bairros autossuficientes, com áreas residenciais, estruturas de lazer e conveniência integradas a ambientes caracterizados pela significativa presença de espaços verdes.

Presente em 23 estados, além do Distrito Federal, só na região Nordeste conta com mais de 20 empreendimentos. Apoiada em profundas estratégias comerciais e de marketing a marca assume posição de liderança frente ao mercado imobiliário nacional, conforme se verifica na figura 05 que ilustra as premiações conferidas à empresa.

Figura 05: Prêmios conferidos à Alphaville Urbanismo.

A FORÇA DA MARCA

URBANISMO (14 PRÊMIOS)

- 1 Prix d'Excellence 2005 (Fiabci)
- 1 Highly Commended Finalist Prix d'Excellence 2004 (Fiabci)
- 11 Master Imobiliário (Fiabci Brasil/Secovi-SP)
- 1 Master Imobiliário (Ademi-RJ)




Highly Commended Prix d'Excellence

Prêmio Master

COMUNICAÇÃO E MARKETING (24 PRÊMIOS)

- 4 Top de Marketing (ADVB)
- 4 Prêmios Veículo de Comunicação (Revista Propaganda)
- 1 Prêmio Colunistas (ABRACOM)
- 1 Premier Print Awards (Printing Industries of America)
- 2 Marketing Best (Editora Referência/Madia)
- 2 Superbrands (Superbrands Brasil)
- 2 Pop List (Jornal O Popular - Goiânia)
- 2 Top Nikkey (Jornal Paraná Shimbun - Londrina)
- 3 Grandes Sacadas de Marketing (CENAM)
- 2 Destaque de Marketing (ABMN)
- 1 Top Excelência Empresarial (ONEP Recife)






Top de Marketing

Marketing Best

Veículo de Comunicação

Premier Print Awards






Pop List

Top Nikkey

Grandes Sacadas de Marketing

Superbrands

GESTÃO DE RH (7 PRÊMIOS)

- 3 Prêmios Melhores Empresas para Você Trabalhar (Revista Exame)
- 3 Top de RH (ADVB)
- 1 Great Place to Work (Revista Época)






Prêmio d'Excellence

Melhores Empresas para Você Trabalhar

Great Place to Work

Top de RH

COMERCIALIZAÇÃO (4 PRÊMIOS)

- 3 Top de Vendas (ADVB)
- 1 Top Imobiliário (Jornal O Estado de São Paulo / Embrasp)




Top de Vendas

Top Imobiliário

ECOLOGIA (7 PRÊMIOS)

- 5 Top de Ecologia (ADVB)
- 2 Top Ambiental (ADVB)




Top Ambiental

Top de Ecologia

RESPONSABILIDADE SOCIAL (17 PRÊMIOS)

- 8 Top Social (ADVB)
- 1 Valor Social (Jornal Valor Econômico)
- 1 Prêmio CBIC (CBIC)
- 3 Prêmios ECO (AmCham)
- 4 Marketing Best Responsabilidade Social (Editora Referência e Madia)






Top Social

Valor Social

Marketing Best Responsabilidade

Prêmio CBIC

ENTIDADES ORGANIZADORAS DOS PRÊMIOS (SIGLAS):

ABMN - Associação Brasileira de Marketing e Negócios

ABRACOM - Assoc. Bras. das Agências de Comunicação

ADEMI - Assoc. das Empresas do Mercado Imobiliário

ADVB - Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil

CBIC - Câmara Brasileira da Indústria de Construção

CENAM - Centro Nacional de Modernização Empresarial

FIABCI - Federação Internacional das Profissões Imobiliárias

ONEP - Organização Nacional de Eventos e Pesquisas



ALPHAVILLE

URBANISMO S.A.

Um mundo melhor para você

38

Fonte: Revista Alphaville, 2010.

Nessa direção, o fato de receber vários prêmios não apenas no Brasil, mas também no exterior incluindo o Prix d'Excellence (o Oscar do mercado imobiliário mundial) conquistado pelo AlphaVille Flamboyant de Goiânia em 2005, são elementos bastante enaltecidos pelos promotores imobiliários e a despeito da obviedade, vale frisar que esses prêmios são uma peça importante do marketing desses produtos imobiliários, tendo as ações do marketing o intento de criar e fortalecer a marca. Desse modo, os empreendimentos imobiliários que carregam a marca Alphaville são habilmente trabalhados pelo marketing aumentar a rentabilidade dos negócios pelo viés da diferenciação e da exclusividade, típico apelo dos segmentos voltados para o mercado de alto padrão. Assim, tais premiações sinalizam, em boa medida, ótimas estratégias para reafirmar a posição de mainstream da produção de valor no setor imobiliário recifense representado pelo grupo Alphaville.

Daí porque a marca torna-se, portanto, um fetiche, pois é também reconhecida como grife e, desse modo, ter projetos imobiliários com sua assinatura significa atribuir ainda mais valor aos produtos, fortalecendo a marca. Segundo Santana (2013) há uma substituição na noção produto pela noção da marca. As marcas representam uma garantia da qualidade dos produtos, que funciona como assinatura de um nome que os distingue. Assim, chega-se ao ponto, no qual os produtos se transformam em marcas, e elas dissimulam a realidade. Nesse sentido, as grandes empresas produzem principalmente marcas, e não produtos, tão logo devido aos elevados níveis de importância que a marca assume justifica-se pagar caro por determinados produtos. Assim as marcas falam por si, uma vez que tendem a ser bem mais perenes se comparadas aos produtos. No caso dos lotes Alphaville Francisco Brennand, preço que se paga por metragem é bem mais alto do que na região do empreendimento. Contudo, nesse maior preço estaria incluso um valor total muito mais alto, não quantificável, pois envolveria elementos intangíveis como a “felicidade” e a “segurança” da família.

A força da marca Alphaville pôde ser evidenciada quando se comparou com a velocidade e o processo de vendas do Villa Três Lagoas Residence, produto imobiliário que segue a mesma tendência de exclusivismo, no formato de loteamento fechado horizontal. O empreendimento possui 288 unidades habitacionais além da área destinada para fins comerciais, que não possui nenhum lote em funcionamento,

dos 288 lotes, são 14 unidades edificadas e 8 delas ocupadas para primeira residência, 2 em construção e 11 projetos em análise. Em entrevista com o engenheiro civil Guilherme Figueira da AC Cruz incorporadora, empresa vinculada a esse produto imobiliário, quando questionado do processo de vendas, o mesmo afirmou que “Por se tratar de um novo conceito aqui na cidade, tivemos dificuldade na venda, o processo foi lento”. E informou que ainda há lotes a serem vendidos, entretanto não especificou quantos. Em posição diametralmente oposta, identifica-se uma celeridade no processo vendas se analisarmos a comercialização dos lotes da marca Alphaville nos produtos que possui na RMR. Em 2006, o AlphaVille Francisco Brennand, teve 95% de seus lotes comercializados em cinco dias, da mesma forma, a AlphaVille Urbanismo comercializou, em apenas 4 horas, todos os lotes de AlphaVille Caruaru, lançado no final de 2008. Tendência que também vai ser observada no Alphaville Pernambuco 1, recorde de velocidade de vendas, teve os 540 lotes residenciais, de área entre 436m² e 1.164m², totalmente comercializados em seis horas, em março de 2011. O preço inicial do metro quadrado foi de R\$380,00, o que dá um valor inicial do menor lote em R\$165.680,00.

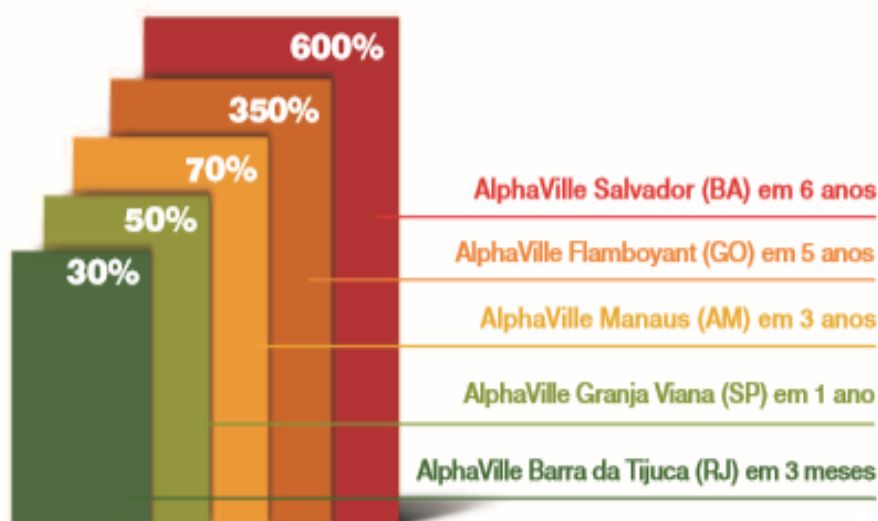
O mesmo movimento no que tange à rápida comercialização dos lotes em Alphaville, se estende a outros estados. Em 2005, por exemplo, 913 lotes, o que representa 100% do AlphaVille Natal, foram comercializados em 16 horas. Já em 2007, o Alphaville Jacuhy, no município de Serra, em Vitória (ES), teve 500 lotes comercializados em apenas quatro horas e atingiu a marca de 95% vendidos em dez dias. O Alphaville Ribeirão Preto também é um case de sucesso, onde os lotes da primeira fase foram totalmente vendidos no dia do lançamento. Essa tendência destaca o reconhecimento da marca, o que se traduz em sucesso de vendas. Dessa forma, o alto valor agregado de seus produtos permite que a AlphaVille consiga margens superiores às de seus concorrentes nos mercados de atuação imobiliários.

Destaca-se, assim, o protagonismo da marca enquanto ativo intangível de primordial importância, isso por que a marca é, sem dúvida, um elemento levado em consideração pelos compradores e que tem poder de influência no momento da aquisição dos produtos. Por intangível, Keller (2003) aduz que a imagem (ou o imaginário da marca) reporta às características extrínsecas do produto ou serviço, tais como: o perfil dos usuários, as situações de compra e uso, a personalidade da marca, seus valores, sua história e suas experiências. De tal maneira que, o escopo

do desempenho do produto e da imagem da marca é conferir um significado a esta através da criação de imbricações que, por sua vez, englobam percepções da qualidade da marca e as atitudes perante ela.

Tendo em vista o comportamento supramencionado pautado na diferenciação do consumo pela marca é que se sugere conforme argumentação de Kotler (2006) que, a imagem de marca de uma empresa no mercado pode ser utilizada como um instrumento precípuo para a administração estratégica de negócio como mecanismo de extrair importantes diferenciais em relação à concorrência. Isso é possível dado o histórico de implantação de empreendimentos e aos efeitos por esses produzidos no que concerne à organização do espaço e à obtenção de lucros pessoais contabilizados pelos seus compradores. Desse modo, a Alphaville torna-se um flagrante potencial de desenvolvimento e valorização. Segundo Mazzoni (2016), o retorno consistente sobre o investimento em Alphaville é uma das características que tornaram a marca uma espécie de benchmark do setor. Um exemplo é o Alphaville Flamboyant (Goiânia) que chegou a 350% de valorização em cinco anos (Figura 06). Trajetória que também vem sendo detectada no Alphaville Francisco Brennand, o que será detalhado no capítulo subsequente, a partir da análise das operações de transferência e venda pelas quais os lotes passaram: os números corroboram uma tendência de valorização do preço do metro quadrado.

Figura 06: Valorização do M² em alguns empreendimentos da Alphaville Urbanismo.



Fonte: Revista Alphaville, 2010.

Nesse sentido, o Alphaville aparece como estratégia imobiliária, uma vez que garante a extração de superlucros. A alta rentabilidade do empreendimento está relacionada à concepção, destacando aí o fetiche pela marca e a forma espacial materializada no loteamento fechado. Segundo Leopoldo (2017), o mercado imobiliário gera novas necessidades residenciais para ampliar a renda imobiliária, especialmente nas regiões metropolitanas. O Alphaville é justamente uma dessas necessidades residenciais criadas que permite a extração de sobrelucros a partir da concepção (marca imobiliária) e da forma de propriedade condominial (loteamento fechado). Dessa forma, se para o consumidor a marca é um fetiche, para o investidor, ele é parte efetiva de uma estratégia de venda e garantia de bons negócios. Ainda para o autor em tela:

A concepção urbanística Alphaville constitui-se, de um lado, por ser um negócio imobiliário com alta rentabilidade, na medida em que se amplia a vontade de indivíduos morarem entre seus muros e, de outro, por uma inclinação ao sucesso do produto imobiliário, que quase sempre atinge um nível recorde de vendas durante o lançamento. Os produtos imobiliários Alphaville se expandem para além de Barueri e colonizam outros espaços da Região Metropolitana de São Paulo como Santana do Parnaíba e Carapicuíba com dezenas de loteamentos fechados, bem como no plano nacional já se encontram em quase todos os estados federados brasileiros, exceto Alagoas, Amapá, Roraima e Santa Catarina. Como estratégia imobiliária, o Alphaville aparece como sinônimo de espaço exclusivo de segurança máxima e comodidade ampliada. Encerra-se em sua forma mais que um condomínio ou loteamento, trata-se de uma cidade, de uma centralidade que procura bastar-se a si mesma. (LEOPOLDO, 2017, p.110).

Nesse marco, regida pela ótica da mercadoria, a dinâmica imobiliária do Alphaville é reveladora de que a empresa passa a produzir não apenas o produto em si, mas também signos, através de conceitos, ideias, afetos, serviços, marcas. Daí Klein (2002) afirmar que as marcas não são produtos, mas conceitos, atitudes, valores e experiências. Assim, tal qual, Lazzarato; Negri (2001) asseverar que, as necessidades de consumir não são criadas pelo produto em si, mas por dispositivos específicos que tendem a identificar-se com o processo de constituição da comunicação social. A publicidade e a produção da 'capacidade de consumir, do impulso ao consumo, da necessidade de consumir', transformaram-se num 'processo de trabalho'. Isso é, ao lidar com imagens, conceitos, desejos, impulsos, sonhos e esperanças, o marketing lida diretamente com signos que carregam os afetos do consumo.

Ademais, é importante pontuar que os promotores imobiliários, ao se apropriarem de estratégias de marketing, contribuem, não somente para a criação de um fetiche em torno da marca AlphaVille, mas sua atuação também propicia a elevação dos preços desses negócios imobiliários. Os negócios imobiliários que buscam ganhos baseados na capitalização e no valor fictício da terra são relevantes objetos para se pensar a produção do espaço das cidades pela lógica fetichista, pois ao mesmo tempo em que estas atividades imobiliárias acumulam e concentram capital, contribuem para processos espoliativos, os quais estão presentes no cotidiano de grande parte da população, que vive destituída de necessidades básicas nas cidades.

Vive-se então um processo que consiste na colonização dos espaços através da ampliação do alcance simbólico da marca. Por esse ângulo, a grife Alphaville soube se valer dessas premissas e apresenta em sua proposta de desenvolvimento de bairros planejados a diversificação de funções em um só empreendimento, integrando moradia, lazer, educação, serviços, segurança e contato com a natureza como sinônimo de um morar privilegiado, logo, simulacros de vivência em coletividade que trazem grandes impactos no espaço urbano como a modificação da área periurbana e de suas atividades socioeconômicas que se tornam urbanas e com grande valorização da terra, a exemplo do rent gap, estratégia que será discutida no próximo capítulo. Portanto, o Alphaville é inegavelmente uma promessa de morar diferenciado revestido de predicados que são decorrentes da convivência do Estado, o que se configura como um processo que reforça as desigualdades espaciais, avança com o espraiamento da malha urbana para as áreas periurbanas, e segmenta as classes mais favorecidas em enclaves fortificados e “exclusivos”. Assim, o Alphaville, enquanto espaço instrumental no processo de produção da região metropolitana recifense, evidência do processo de metropolização, anuncia as novas contradições do século XXI.

4 A PRODUÇÃO E O CONSUMO DO ALPHAVILLE FRANCISCO BRENNAND COMO ESTRATÉGIA IMOBILIÁRIA

4.1 A acumulação capitalista no setor imobiliário metropolitano

Na atualidade, o segmento imobiliário metropolitano surge como uma alternativa em meio à crise capitalista e emerge como a nova potência lucrativa que absorve o capital excedente permitindo a acumulação. É devido à absorção do capital-dinheiro que Botelho (2007) afirma que o imobiliário é, num primeiro momento, um setor compensatório da economia que atrai os capitais excedentes. Este setor é capaz de potencializar as fontes de ganhos o que faz dele um ramo de grande interesse para os investidores. Em virtude disso que os investimentos no ramo imobiliário ganham notoriedade na condição de uma das mais novas soluções temporárias aos momentos de crises.

De acordo com Carlos (2015) a reprodução do espaço urbano da metrópole atual expõe um momento de transformação no destino das aplicações financeiras, em que o capital financeiro se realiza na produção de 'um novo espaço' sob a forma de 'produto imobiliário' que assinala uma passagem da aplicação do capital acumulado do setor produtivo industrial para o setor imobiliário. Entretanto, é importante salientar que os investimentos no setor imobiliário não são apenas resultado da fuga de crise no processo industrial, mas se realizam efetivamente como investimentos de capitais.

Harvey, em palestra no seminário "Cidades Rebeldes", expôs o caso estadunidense que teve repercussão mundial, no qual a partir da década de 90, frente à imprevisibilidade das bolsas de valores, o capital financeiro precisou encontrar uma nova alternativa para gerar capital. Após uma frustração com a bolha digital no início dos anos 2000, iniciou-se um movimento de incentivo ao investimento imobiliário entre 2002 e 2003. Com isso, o setor imobiliário vivenciou um novo boom e muitos indivíduos realizaram empréstimos para a aquisição de imóveis no momento em que essa atividade era promissora. A aposta financeira era adquirir o imóvel e, posteriormente, passados dois ou três anos, vendê-lo, tendo um ganho sobre a jogada inicial. Todavia, em 2007 e 2008, o preço dos imóveis começou a baixar pois, além da grande oferta, muitos endividados não conseguiam mais pagar suas hipotecas. Segundo Harvey, sete milhões de famílias perderam

suas casas nos Estados Unidos e deu-se início a uma crise de endividamento dos consumidores e investidores norte-americanos, provocando uma nova crise nas instituições financeiras. Dentro de dois anos os bancos se estabilizaram, salvos por estratégias do executivo e do congresso norte-americanos, mas as famílias continuaram endividadas.

Contudo, hoje, passados oito anos da crise imobiliária norte-americana, encontra-se em curso um processo de crescente submissão da terra urbana à ação do capital imobiliário na busca da maximização do lucro. Dessa forma, o mercado imobiliário ainda constitui um vetor econômico importante e se identifica como um lugar de interesse significativo para novos investimentos, figurando como uma grande aposta de realização do capital nas cidades contemporâneas. Nesse sentido, Santos (2015) reconhece na atividade imobiliária metropolitana um importante ramo para a realização dos lucros na contemporaneidade, o que alteraria a produção do urbano num ótimo negócio para os capitais advindos de outros setores da acumulação. Igualmente, Volochko (2015) reitera que as novas mediações financeiras colocam a possibilidade de um mercado de garantias que têm na propriedade imobiliária um ativo flexibilizado e que impõe a realização da moradia como puro negócio econômico.

Por esse mesmo ângulo, Lefebvre (1999) destaca que:

O capital imobiliza-se no imobiliário. A economia geral (dita nacional) logo sofre com isso. Contudo, o papel desse setor não deixa de crescer. Na medida em que o circuito principal, o da produção corrente dos bens 'imobiliários', arrefece seu impulso, os capitais serão investidos no segundo setor, o imobiliário. Pode até acontecer que a especulação fundiária se transforme na fonte principal, o lugar quase que exclusivo de 'formação do capital', isto é, de realização da mais-valia formada e realizada na especulação e pela construção imobiliária. (LEFEBVRE, 1999, p.146-7)

Assim, a aplicação de quantias significativas de capital no setor imobiliário passa a ser uma excelente aposta enquanto possibilidade de produção e apropriação da mais-valia através da especulação imobiliária, e, por conseguinte realça a capacidade de acumulação do capital a partir desses investimentos.

Por isso, está em curso um processo de expansão do setor imobiliário como alternativa para a acumulação de capital. Constituindo uma nova frente de investimentos que cria um núcleo com forte poder de atração de capital excedente

em função das estratégias do segmento imobiliário. Do plano de vista espacial, a reprodução do espaço da metrópole do Recife sinaliza o momento em que terrenos na periferia são incorporados pelo setor imobiliário urbano-metropolitano para atender, por meio da produção de loteamentos destinados a uma população de alta renda, as necessidades de investimento dos excedentes, a partir do parcelamento de antigas áreas onde se pagava imposto por área rural. Desse modo, o solo urbano constitui uma condição de valorização do capital. Surge aqui uma nova fonte de lucros extraordinários escorada no setor imobiliário que vai imprimir novas formas e conteúdos aos espaços metropolitanos periféricos agora incorporados ao mundo da mercadoria. Assim, generaliza-se a apropriação privada da terra intensificando a condição de raridade do espaço, o qual se torna escasso, principalmente nas áreas centrais de algumas metrópoles brasileiras.

Para Santos (2011):

Esse processo de uma dinâmica espreada foi fortalecido e aproveitado por grandes empreendimentos imobiliários que viram, aí, nesses espaços periféricos, a oportunidade de auferirem extravagantes lucros no mercado da habitação. Nesses casos, as classes médias e mesmo altas, foram, elas também, deslocadas das regiões centrais. A constatação desse fenômeno tornou a compreensão das periferias urbanas brasileiras muito mais complexa. (SANTOS, 2011, p.02)

Esse cenário ilumina alguns conteúdos do processo que hoje ocorre no Recife. Em meio a este comportamento surgem os novos espaços e os novos produtos imobiliários em áreas periféricas da metrópole. Esses empreendimentos não são concretizados na totalidade do tecido urbano metropolitano, pois seguem uma lógica de produção conduzida por estratégias de valorização que selecionam determinados lugares da metrópole para concentrar investimentos.

Na região metropolitana do Recife esse fenômeno vem ocorrendo com força no loteamento Alphaville Francisco Brennand localizado numa área periurbana da zona oeste da metrópole. Nele, observa-se que os compradores dos lotes na expectativa de obter lucro, ou seja, o quanto da riqueza total adquirida a partir de um determinado quantum de capital investido, retêm a terra para fins especulativos na busca de extrair um alto retorno do investimento inicial. Essa tática põe o solo urbano não apenas como reserva de valor, mas cada vez mais como investimento possível de gerar elevados rendimentos. Daí Miele (2015) explicar que, “hoje, é na

terra que parte do capital financeiro tem sido investido como possibilidade de, através da produção do espaço e por meio dos agentes do mercado imobiliário e do Estado, realizar o mais valor” (MIELE, 2015, p.89)

Nesse sentido, reforça-se a ideia já lançada de que no caso do Alphaville Francisco Brennand a aquisição de terrenos passa a ser feita com o intento de realizar um estoque de reserva ao se aplicar algum excedente social aprisionado na forma de poupanças pessoais, visando absorver ganhos futuros com a revenda dos lotes a um preço mais caro do que o se pagou inicialmente. Após um período de valorização dos mesmos, que não se sabe ao certo qual será, agrega-se mais valor aos investimentos. Dessa forma, a estratégia de imobilizar a riqueza social em valor fixado ao solo se apresenta como um negócio extremamente rentável, configurando novas formas de acumulação do capital que marcam o atual momento da metrópole Recifense segundo a lógica hegemônica da mercadoria. Isso nos faz deduzir que o referido Alphaville se concretiza como um espaço de negócios, o qual se sobrepõe ao espaço da moradia.

Esse comportamento ganha força, hoje, quando o processo de valorização está diretamente relacionado à produção do espaço. Assim, investimentos no segmento imobiliário apresentam-se, para pequenos investidores, como alternativa, possibilidade ou expectativa de grande rentabilidade, uma vez que estão na cadeia que permite a realização do negócio, por meio da conversão primitiva da propriedade sobre a terra como capital. Nesse sentido, elucida-se a força da propriedade privada do solo manifestada em sua feição rentista transmutada em processos especulativos e de capitalização. Assim, no espaço urbano a terra não é meramente meio de produção, mas uma mercadoria produzida e reproduzida historicamente, em um processo assentado na produção de valor e de lucros, mas que é capaz de gerar rendas advindas do domínio sobre certa porção do espaço pelos seus proprietários e da especulação que estes fazem com o solo urbano. Essa compreensão da terra como geradora de renda torna-a objeto final, a partir do qual, devido a sua finitude, o preço da terra seria definido a partir das disputas pelo seu uso e das vantagens da localização para a produção.

Assim, intensifica-se o processo de transformação da terra de um bem natural comum à terra como uma propriedade monopolizável e alienável, ou seja, a terra

como uma mercadoria, da qual pode ser obtida uma renda a partir da sua venda. Para Gomes e Gondim (2012), a noção da terra como mercadoria, vai minimizando ou anulando qualquer possibilidade de ideário da função social da propriedade, e permitindo a valorização do capital através de uma ação conluiada do Estado com o grande capital imobiliário. Por conseguinte, no capitalismo a terra, torna-se diretamente fator de capitalização e não, meramente, matéria-prima, parte do capital constante circulante ou fixo. Assim, passa a ser parte da produção do espaço urbano como instrumento de ação do capital imobiliário no interior de seu processo de reprodução ampliada.

Seguindo essa perspectiva, uma das proposições desta pesquisa aponta na direção de que o Alphaville Francisco Brennand foi desde o início da sua concepção idealizado como espaço destinado à concentração de investimentos e não a efetivação da moradia. Parece-nos que o que de fato importa para os compradores dos lotes é que o capital complete seu ciclo e retorne valorizado para as suas mãos no menor tempo possível, e esse ciclo se completa com a venda do terreno. Esta vem sendo uma hipótese importante. Analisá-la à luz da teoria do rent gap torna-se uma possibilidade para o desvendamento das estratégias imobiliárias nesse empreendimento.

4.2 A estratégia imobiliária no Alphaville Francisco Brennand sob a ótica da noção do rent gap

A produção espacial das cidades capitalistas manifesta-se, sobretudo, por um caráter econômico, assumindo a lógica produção – consumo – reprodução – acumulação, sendo assim é a acumulação de capital, ou a produção de mais-valia e geração de lucro que conduz os processos de desenvolvimento da cidade.

Por sua própria natureza, a acumulação de capital demanda a expansão dos meios de produção, o aumento da força de trabalho assalariada, o crescimento da atividade de circulação, com o intento de amplificar a produção de mercadorias e fortalecer o avanço do campo de controle da classe capitalista. Destarte, a acumulação propicia a reprodução das relações capitalistas, que se dão, inicialmente, nos processos de produção e circulação.

Assim, em um regime pautado na acumulação, a cidade converte-se num espaço organizado para o investimento de capital, no qual predominam estratégias para a captura de oportunidades de negócio de alta rentabilidade e retorno. De acordo com Harvey (2003), tal movimento do capital, intermediado pelo aprofundamento das ligações entre a propriedade urbana e o setor financeiro torna os espaços onde se constatarem níveis elevados de diferenciais de renda, em alvos prioritários para canalização de investimentos, sendo tomados de assalto pelo capital.

Diante dessa perspectiva, apresenta-se a produção de alguns empreendimentos de alto padrão na Região Metropolitana do Recife em áreas periurbanas enquanto fenômeno indutor ao regime de acumulação centrado na racionalidade capitalista e ancorado em processos especulativos. A construção desse raciocínio se fará à luz da noção do *rent gap*, desenvolvida por Neil Smith, e se embasará nos apontamentos realizados na tese do diferencial de renda para a efetivação dos lucros mediante um uso mais rentável do solo.

A expressão *rent gap* se traduzida *ipsis litteris* para a língua portuguesa significa diferencial de renda, ou seja, consiste na disparidade entre a renda que se extrai com o uso atual do solo e a renda potencial que se poderia obter com um uso máximo de uma determinada propriedade. Essa teoria pode ser aplicada para o caso em análise, pois sinaliza que há uma variação de potencial de renda, uma vez que a renda real capitalizada com o uso presente da terra é suplantado por um outro uso capaz de auferir lucros extraordinários.

É, portanto, esse movimento que se verifica em algumas áreas periurbanas na metrópole recifense, a exemplo dos empreendimentos de alto padrão seguindo o modelo Alphaville, que estão alocados em uma área não contígua à malha urbana já consolidada. Neles a conversão da terra rural em terra urbana, por si só, já implica a valorização e a extração de uma renda fundiária superior. Sendo assim, os proprietários fundiários que dispõem de terras que já são dotadas de determinadas vantagens, a exemplo da boa localização para a prática de atividades agrícolas, a relativa proximidade com a cidade e a facilidade na distribuição de seus produtos, já adquirem ganhos adicionais promovidos pela qualidade superior de suas terras. Ademais, a partir do momento em que tais propriedades tornam-se urbanas, há a valorização e o aumento do preço do m². Por meio do parcelamento e loteamento,

entra em operação um dispositivo de vantagem ainda maior, a qual é dada pelo diferencial de renda, ou seja, chega-se ao ponto em que a diferença entre a renda obtida na exploração anterior é mais baixa do que o obtido na renda potencial.

A incorporação de empreendimentos desta monta nos espaços periurbanos conduz a uma estratégia de realização do capital que viabiliza uma valorização futura desses espaços intermediários entre a mancha urbana e as áreas nas quais esses empreendimentos se materializam, na condição de espaços a serem explorados posteriormente com um *rent gap* superior, visto que a instalação de equipamentos urbanos e de serviços possibilita a terra ter seus valores aumentados. Por conseguinte, garante condições de acumulação e extração de uma renda fundiária superior. Transformam-se assim, num excelente campo de acumulação proporcionando ao capital seu próprio comportamento de reprodução nos locais onde seja alcançado o lucro máximo. Assim, em seu movimento cíclico o capital desloca-se em direção as áreas onde a margem de lucro é maximizada o que acarreta no desenvolvimento de espaços com elevadas taxas de lucro. Na escala metropolitana do Recife, percebe-se que alguns empreendimentos imobiliários, a exemplo do Alphaville Francisco Brennand e o Alphaville Pernambuco 1 e 2 são expressões desta lógica de movimento do capital sincronizadas com a acumulação. Ora, o capital move-se ininterruptamente de modo a extrair a totalidade das vantagens nos processos de produção espacial, fluindo para as áreas, nas quais as taxas de retorno serão mais altas. Configurado esse cenário, a direção dos fluxos de capital se inverte, e estes espaços periurbanos despontam como novas fronteiras potenciais para a acumulação.

Fato que vai ser reiterado pelo pretencioso marketing do grupo Alphaville na revista de lançamento de um dos seus empreendimentos no estado de Pernambuco, que afirma:

Nasce um Novo Núcleo Urbano. AlphaVille antecipa o futuro e redefine os rumos do mercado. O lançamento de AlphaVille Pernambuco é o acontecimento mais importante do mercado do estado em 2011. Muito mais que um novo empreendimento, sua implantação marca o início do surgimento de um verdadeiro bairro planejado de alto padrão. A exemplo do que já ocorreu em cidades como São Paulo e Brasília, a marca AlphaVille faz história, estabelece um núcleo urbano sustentável com imenso potencial de valorização e, o que é mais importante, cria um polo irradiador de expansão imobiliária e desenvolvimento socioeconômico que

consolida a Zona Oeste como a área de convergência da Grande Recife. AlphaVille Pernambuco terá papel essencial no processo de racionalização e requalificação da ocupação urbana na Grande Recife. “O futuro do mercado está na Zona Oeste, e é fundamental assegurar um processo de ocupação racional. Essa é a proposta de AlphaVille Pernambuco, um complexo urbanístico de alto padrão concebido para estabelecer um modelo de desenvolvimento sustentável”, afirma Fábio Valle, Diretor Comercial da AlphaVille Urbanismo. A empresa identificou o potencial da Zona Oeste no início da década, até que, em 2006, lançou AlphaVille Francisco Brennand. Agora, estamos diante de algo muito mais impactante, que transcende a dimensão de um produto imobiliário e lança as bases para um novo momento na história da capital. É o marco zero da nova área de convergência da Grande Recife. É o início de um processo de urbanização que terá imenso impacto no segmento imobiliário e na economia, tanto por sua magnitude no contexto urbano, como pelo momento extraordinário pelo qual passa Pernambuco. Nos próximos anos, assistiremos a uma notável transformação dessa região, com a chegada de novos empreendimentos, o crescimento na oferta de comércio e serviços e a geração de milhares de empregos. Toda a área de influência do AlphaVille vai se valorizar, e o retorno do investimento é praticamente incalculável, especialmente se falarmos de médio e longo prazos (Revista Alphaville, 2010).

Qual seria então esse potencial identificado na zona oeste do Recife? Um dos principais fatores de valorização é a localização estratégica e a proximidade com o centro urbano, seguido da implantação de equipamentos urbanos a exemplo do projeto de construção do Arco Metropolitano, uma alternativa que visa integrar trechos das rodovias BR-101, BR-408 e BR-232, estabelecendo um corredor que ligará o complexo de Suape, no litoral sul, à Ilha de Itamaracá, no litoral norte. Assim, a zona oeste do Recife tem se apresentado como um importante vetor de crescimento e expansão urbana, fato que vai ser aproveitado pelo marketing da Alphaville Urbanismo quando do lançamento dos seus empreendimentos no estado já apontar projeções positivas daquelas regiões diante do potencial de estimular novas áreas industriais e residenciais.

Nesse sentido, a propriedade de grandes estoques de terra funciona como dispositivo para operações imobiliárias num processo promissor de valorização do espaço. Assim, os solos periurbanos tornam-se alvos de estratégias que canalizam investimentos, possibilitando uma redefinição espacial que se manifesta num universo territorial mais abrangente. Para Harvey,

a acumulação do capital sempre foi uma ocorrência profundamente geográfica. Sem as possibilidades inerentes da expansão geográfica, da reorganização espacial e do desenvolvimento geográfico desigual,

o capitalismo, há muito tempo, teria deixado de funcionar. (HARVEY, 2005, p. 193).

Ou seja, trata-se da produção e reprodução do espaço para assegurar a acumulação capitalista por meio de estratégias do setor imobiliário que pavimentam caminhos para investimentos futuros de capital.

Outro elemento que indica a lucratividade nesses negócios remete à parceria que é realizada entre a empresa e o proprietário fundiário, o qual torna-se uma espécie de agente comercial ao responsabilizar-se por parte das vendas. A AlphaVille Urbanismo propõe aos proprietários de áreas com potencial para a implantação de seus empreendimentos um contrato de parceria que difere do processo tradicional de aquisição de terrenos: a empresa assume a responsabilidade pelo projeto, urbanização, divulgação, comercialização e pós-venda, cabendo ao proprietário fundiário apenas a cessão do terreno, em troca de uma participação sobre a comercialização dos lotes. Esse sistema proporciona maiores ganhos, pois, no lugar de simplesmente vender um terreno, o parceiro recebe uma porcentagem sobre a venda de um empreendimento urbanizado, dotado de alguns equipamentos urbanos como portaria, rede viária, clube, ou seja, um produto com maior valor agregado. De acordo com José Roberto de Sousa Beltrão, diretor da Duas Unas Empreendimentos Imobiliários, parceira no AlphaVille Pernambuco,

O modelo proposto por AlphaVille é vantajoso, a começar pela transparência. A empresa coloca as coisas de forma clara, o que, somado à sua expertise, reforça a segurança em fazer o negócio e as boas perspectivas em relação aos resultados (...) A decisão de firmar parceria com AlphaVille, para o desenvolvimento de um empreendimento imobiliário, foi motivada, sobretudo, por uma constatação: todos os AlphaVille trazem benefícios extraordinários à cidade e à população das regiões em que são implantados e constituem-se em agentes transformadores, com enorme contribuição ao desenvolvimento socioeconômico. Não é menos do que uma transformação o que desejamos para essa extensa área em que iniciamos a implantação do AlphaVille. Mais que um sonho, é compromisso aproveitar todo o potencial de um terreno tão favorecido por suas paisagens naturais, para criar um núcleo de desenvolvimento que favoreça toda essa região de Jaboatão dos Guararapes. O nome AlphaVille é sinônimo de expertise no planejamento e execução de grandes complexos urbanísticos, sua história é repleta de lançamentos que representaram a revitalização de muitas áreas e mesmo o despertar de municípios. É isso o que vislumbramos com o projeto de AlphaVille Pernambuco. (Revista Alphaville, 2010).

É notório então que existe na produção espacial metropolitana do Recife um novo foco de atuação dos grandes agentes imobiliários, os quais direcionam suas estratégias para áreas com grande estoque fundiário com potencial de valorização do seu entorno. Nesse contexto, destaca-se a participação majoritária das empresas imobiliárias e dos proprietários fundiários atuantes neste processo, sem dissociar da participação do Estado e também de outros grupos de investidores.

Fica evidente que diante da valorização espacial que poderá ocorrer via a instalação de novos produtos imobiliários, os novos usos do solo que poderão surgir em outro momento propiciarão a extração de um novo rent gap superior ao já retirado, haja vista a área se apresentará ainda mais valorizada. Assim sendo, terrenos disponíveis nas áreas periurbanas configuram-se como campo fértil para a obtenção de lucro a partir do diferencial de renda (*rent gap*) gerado no momento de transformação do solo rural em urbano e do seu parcelamento para o loteamento. Fato que se contradiz à lógica predominante de realização do capital no ambiente construído, vide a rentabilidade desse negócio para os proprietários fundiários que tem na terra não edificada e apenas na comercialização dos lotes um veículo de acumulação do capital.

Por mais-valia entende-se que é todo e qualquer rendimento do capital relativo à apropriação e à acumulação de trabalho excedente. Assim, a renda da terra que deriva do monopólio da propriedade privada é uma fração da mais-valia apropriada sob a forma de lucros excepcionais, acima do lucro médio e que foi gerada em outros segmentos econômicos, uma vez que, sendo decorrente meramente da propriedade do solo, não consiste em atividade produtora de valor. Logo, a apropriação desse excedente provém de outros setores da economia. Nesse caso, a terra extrai uma parte do excedente social, sendo, portanto, um desvio desse para as mãos dos proprietários fundiários que emerge na forma de renda fundiária.

Nesse contexto, a apropriação da renda da terra representa uma das facetas mais marcantes do capitalismo contemporâneo, haja vista a propriedade do solo possibilita ao proprietário privado a captação de rendimentos futuros decorrentes do excedente social, ou seja, a terra transformou-se em uma riqueza, um ativo, sendo, assim, parte de um lucro extraordinário que pode se dar tanto nas áreas rurais quanto urbanas, e no caso aqui destacado se apresenta nos espaços periurbanos. Em outros termos, apenas o fato de deter a propriedade privada da terra confere ao

seu proprietário “o direito a uma parcela do valor socialmente produzido. Dono de terra é rentista, porque a renda fundiária que lhe é devida liga-se ao fato de ser proprietário de uma dada porção do globo terrestre” (PAULANI, 2011, p.5-6).

O conceito de rent gap é aqui utilizada para explicar ainda que parcialmente o caráter vantajoso que se mostra em alguns empreendimentos do modelo Alphaville, de elevado padrão, nas bordas do espaço metropolitano do Recife. Dado que o retorno econômico é retirado da disparidade de renda produzida entre o uso atual da terra (uso agrícola) e a renda potencial (loteamento). Isso resulta na elevação do nível potencial de renda e no conseqüente surgimento de um rent gap, o que cria a oportunidade econômica para desenhar novos processos espaciais nas áreas periurbanas da RMR mediados pela procura de um investimento seguro e lucrativo em áreas metropolitanas. Diante de um solo urbano saturado e mais dispendioso, o capital encontra terreno nessas áreas periurbanas, empreendendo-se ações, as quais objetivam o ganho de lucros através da diferença entre a renda capitalizada real e a potencial.

O que essa tendência revela é que se no passado o capital era deslocado para o setor da produção industrial, e mais tarde para o setor imobiliário como garantia da acumulação do capital, hoje, pode-se arriscar, diante do processo de produção socioespacial verificado em algumas áreas da metrópole em análise, afirmar que o fundiário retorna como importante setor implicado na acumulação. O setor fundiário torna-se assim um importante escoadouro de capitais rentistas que são dirigidos estrategicamente ao segmento imobiliário como incubadores de novas mercadorias num regime de acumulação não mais capitaneado pela atividade industrial.

Reinaugura-se dessa forma circuitos nos quais os setores industrial e imobiliário foram suplantados pela acumulação no setor fundiário, o que significa dizer que o estoque de terras em áreas periurbanas representa novas oportunidades e novas formas de canalização de investimentos que permitem uma rápida e eficaz reprodução do capital, seja por meio da especulação, da apropriação da renda da terra e/ou do rent gap.

Tais evidências empíricas na RMR oferecem instrumentos que ajudam a sustentar a hipótese de que nos empreendimentos Alphaville os ganhos podem ser

auferidos ainda no fundiário, ou seja, somente a propriedade da terra a renda da terra, absoluta e diferencial, e o aproveitamento do seu *rent gap* conferem a rentabilidade do investimento que tem se transformado em novas fronteiras urbanas da lucratividade. A existência do *rent gap* é apenas uma explicação parcial da realização do capital nesses negócios. Existem ainda outros mecanismos que serão elencados no próximo tópico a fim de ilustrar que não só a incorporadora Alphaville e os proprietários fundiários captam vantagens com o empreendimento, mas também para os pequenos investidores.

4.3 A realização especulativa na apropriação do Alphaville Francisco Brennand

O quadro urbano que vem se conformando na RMR indica uma realidade na qual o solo urbano enquanto propriedade privada torna-se uma fonte de renda para quem o detém, com condições ideais de investimento e reprodução. Nesse contexto, o solo-mercadoria é alvo da especulação de investimentos que vislumbram sua própria valorização e a obtenção de lucros, o que configura uma forma não produtiva de extração da renda fundiária urbana. Diante desta realidade, nota-se que, ao longo dos anos, a mercantilização do solo urbano é uma tendência em crescimento no espaço metropolitano do Recife que ocorre concomitantemente a atividades especulativas. Sendo a especulação imobiliária consequência do modo como se realiza a acumulação do capital na produção imobiliária, não se pode dissociar a valorização da terra da valorização capitalista no meio urbano, isto quer dizer que: capital e propriedade amalgamam-se na produção das cidades.

Esta seção tem como objetivo trazer a discussão da realização no Alphaville Francisco Brennand partindo da incorporação e valorização da terra no loteamento que se fundamenta em estratégias para a extração da renda fundiária com base na especulação imobiliária. Dessa forma, a especulação imobiliária é a força motriz ou mecanismo mercadológico empreendido pelos proprietários de terra para ampliar a rentabilidade do negócio urbano.

A pesquisa revelou que no caso do Alphaville Francisco Brennand, a especulação imobiliária consiste numa alternativa para se extrair benefícios da mercadoria solo. Na condição de bem monopolizável, porque não reprodutível, torna-se um elemento gerador de renda. Verifica-se que enquanto para a população

em geral a propriedade da terra significa a realização da moradia, para os investidores do Alphaville Francisco Brennand, a propriedade da terra representa a possibilidade de ganhos extras ou de valorização do capital através da especulação imobiliária.

Assim, trabalha-se com a hipótese de que parte significativa do investimento e boa parcela da acumulação se realiza sem a mobilização do trabalho de produção do valor, sem a construção, portanto. Esse fundamento reverbera nas operações que se sucedem sobre a propriedade do solo. Verificou-se que, com muita frequência e como tendência geral, desde o primeiro ato de compra dos lotes tinha-se a finalidade, por parte dos compradores, de vendê-los em um momento posterior, na expectativa de que seu valor de mercado sofresse um aumento durante o lapso de tempo decorrido. O que gera outra hipótese: a de que os terrenos do Alphaville se configuram como mercado de reserva de terras. Para Gonçalves (2010), a terra é tida no imaginário social como um investimento seguro. Assim, todos acabam acreditando que o empreendimento tem futuro e a especulação se garante.

Os efeitos desse imaginário social repercutem no Alphaville Francisco Brennand e o que se tem é a criação de um verdadeiro “cemitério de lotes”, os quais servem como valioso estoque fundiário à espera de algum rendimento, representando uma forma de capital fictício, isto é, um ativo que está associado a uma renda futura, no qual seu valor depende da capitalização de recebimentos futuros. Esta realidade sedimenta na RMR novas alternativas de realização capitalista vinculadas à utilização da terra como ativo de reserva.

Segundo Harvey (1990):

A renda da terra, capitalizada como juros sobre algum capital imaginário, constitui o “valor” da terra. O que se compra e se vende não é a terra e sim o direito à renda que produz (...) o comprador adquire um direito sobre os ganhos futuros previstos, um direito sobre os frutos futuros do trabalho. Em poucas palavras, o direito à terra se converte em uma forma de capital fictício. (HARVEY, 1990, p.370).

Neste caso, um grupo minoritário detentor do monopólio da terra representado na figura de empresários e outros profissionais com rendimentos característicos de classe média e média alta tem como motivação primordial a aquisição da renda da terra através do mercado imobiliário. Portanto, eles estão empenhados substancialmente na ênfase sobre o valor de troca da terra a ser gerado e não no seu valor de uso.

Ademais, observa-se que o Alphaville Francisco Brennand é um espaço vantajoso, especialmente, para os grandes investidores, pessoas de alto poder aquisitivo, que objetivam lucros financeiros mediante a compra de vários lotes e esperam que os mesmos se valorizem para posteriormente revendê-los acima dos preços atuais de mercado. Por isso, Gomes e Gondim (2012) confirmam que o solo urbano tornou-se uma mercadoria de alto valor e quem o detém algumas vezes torna-se comerciante, vendendo no “atacado ou no varejo” a quem dê o maior preço e quem o compra, revende mais caro. Assim segue o atualmente aquecido mercado imobiliário urbano.

A especulação da propriedade fundiária, a capitalização do espaço, a manipulação e elevação do preço da terra urbana são práticas que demonstram o momento atual da produção do espaço no Alphaville Francisco Brennand. Dessa forma, ao observar a dinâmica das estratégias imobiliárias neste empreendimento, destacam-se dois intervalos distintos: um primeiro, que tem no diferencial de renda o fator responsável pelos elevados ganhos com operações fundiárias para a classe dos proprietários fundiários daqueles que fizeram a conversão da terra rural em urbana, os loteadores, e um segundo, fortemente caracterizado pelo elemento especulativo dos lotes como fonte de lucros, que favorece uma fração de investidores/compradores sequenciais. Nesse sentido, as estratégias utilizadas não se limitam ao rentismo, outras modalidades ganham força na realização do capital, entre elas, o diferencial de renda e, ainda, uma elevação dos preços dos lotes ligada à especulação, aplicadas como mecanismo de lucratividade.

Consoante a abordagem de Santos (2017),

o repertório das estratégias de captura do excedente social por meio de operações imobiliárias está muito longe de se esgotar no câmbio da natureza fiscal do terreno ou, de forma mais geral, no mecanismo de apropriação daquilo que uma vertente dos estudos urbanos tem chamado de diferencial de renda. O dispositivo do diferencial de

renda ganha mais destaque que outras formas de apropriação improdutiva do excedente social. (SANTOS, 2017, p.213-214).

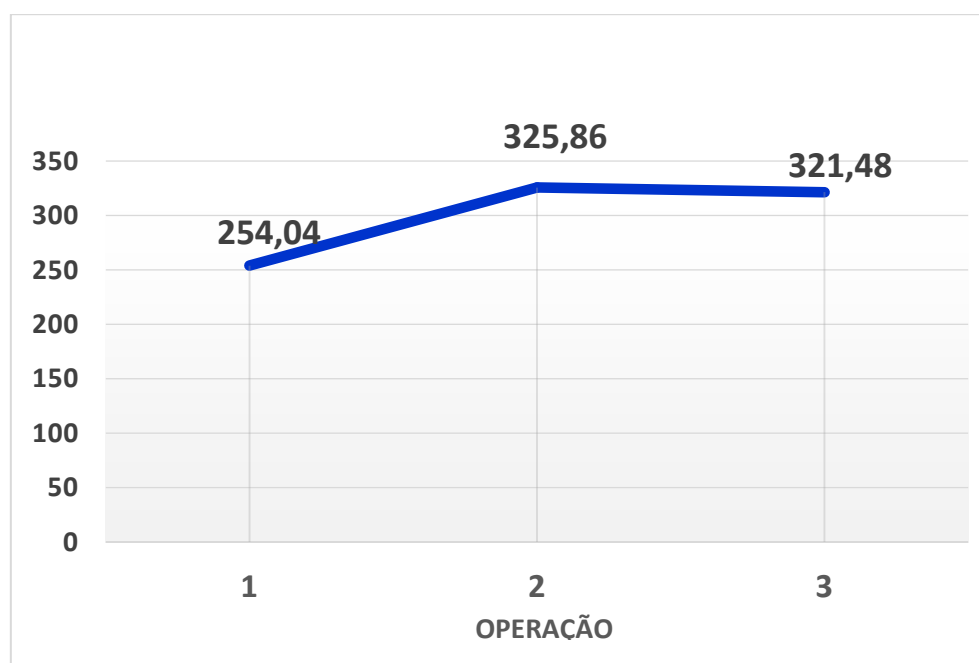
Nessa acepção, se nas áreas centrais já consolidadas, nas quais a oferta de terrenos e o diferencial de renda não contam sistematicamente como elementos responsáveis pelos vultosos ganhos com operações fundiárias, devido aos altos níveis de concentração da propriedade da terra e dos imóveis urbanos, as áreas periurbanas funcionam como catalisadoras desses investimentos no fundiário/imobiliário não só pela disponibilidade de terrenos, mas, sobretudo, pela possibilidade de se auferir ganhos na operação de conversão do solo rural em solo urbano e seu parcelamento e transformação em loteamentos. Assim, a expansão dos serviços e dos equipamentos espaciais, impactam positivamente no preço final dos terrenos periféricos da zona de espraiamento o que viabiliza a captação do excedente social a partir do diferencial de renda. Desse modo, infere-se que as estratégias no Alphaville que conferem a rentabilidade do empreendimento perpassam pelo rentismo somado ao diferencial de renda, pela realização do capital no setor fundiário e pela especulação.

A fim de ilustrar tal composição de ganhos, na qual a realização do investimento ocorre ainda no setor fundiário ancorada em artifícios especulativos, realizou-se uma coleta de dados junto aos cartórios de registro de imóveis de Jaboatão dos Guararapes que revelou que dos 249 lotes foram encontradas 113 matrículas, das quais 12 ainda permanecem em nome da Pecuária São Francisco, 59 foram transferidas uma única vez a apenas um proprietário, 37 foram transferidas duas vezes, passando por duas operações consequentemente dois proprietários, e 5 foram comercializadas três vezes, isso significa dizer que somente 45,38% dos lotes têm registro de imóvel, ou seja mais da metade dos lotes do Alphaville no município de Jaboatão dos Guararapes (54,62%) não possuem registro. Tais repasses e comercialização dos lotes sem edificação por mais de uma operação fortalece o nosso argumento de que no Recife o segmento imobiliário aparece como uma alternativa mais ligada à especulação da terra do que ao segmento produtivo imobiliário propriamente dito, visto que a rentabilidade do negócio pode ser garantida apenas no movimento de valorização no segmento fundiário em si mesmo.

Uma análise generalizada e superficial dos dados permite antever que há o predomínio de uma tendência de valorização de aumento do preço nos lotes do Alphaville Francisco Brennand, sobretudo, na primeira venda e que tende a

permanecer na segunda venda, onde essa tendência foi quase absoluta, tem-se que o resultado quando não foi neutro, foi positivo. Fato que não é verificado na terceira venda (Gráfico 05). Dessa forma, verificou-se que há a realização de um investimento na primeira venda, o investidor compra do proprietário original, do loteador, e consegue lucrar com essa operação na comercialização para um segundo comprador, tendência que vai se repetir numa segunda venda, quando o segundo comprador também consegue extrair ganhos da operação. Entretanto, esse movimento não vai ser verificado numa terceira venda, haja vista que há uma tendência de queda do preço do m².

Gráfico 05: Média do preço do M² dos lotes no Alphaville Francisco Brennand por operação.



Fonte: Elaboração própria, 2018.

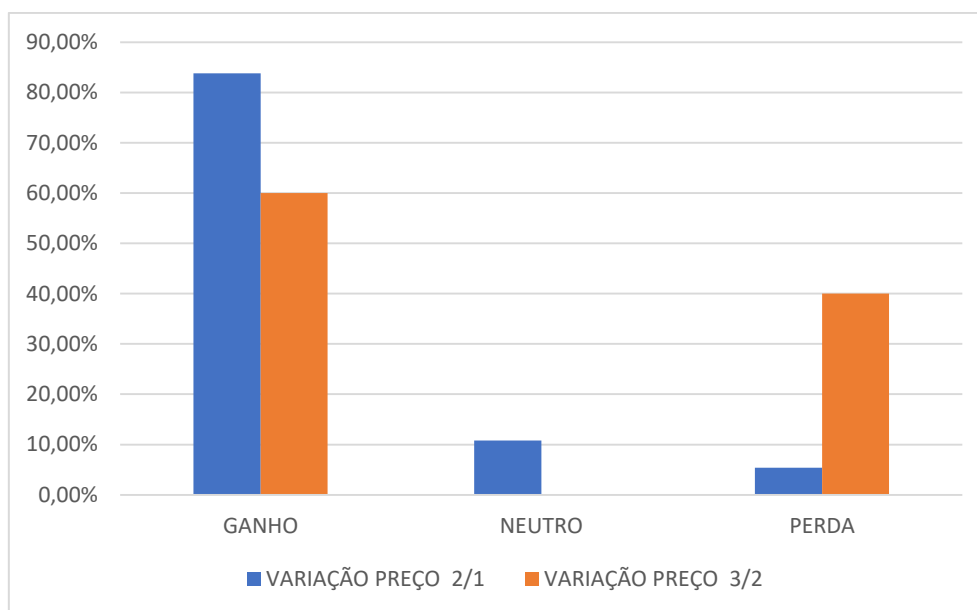
Uma investigação mais pormenorizada do comportamento dos lotes corrobora essa tendência, conforme aponta o gráfico acima, quando se considera a média do preço do metro quadrado por operação obtiveram-se os seguintes resultados: na primeira operação os lotes foram vendidos a um preço médio de R\$254,04, enquanto que durante a segunda venda houve uma elevação desse preço médio que atingiu R\$325,06, o que correspondeu a uma variação de 28,27%, cuja situação acarreta vantagens ao proprietário inicial/investidor, que se apropria nessa operação de um excedente de capital, visto que, adquire o terreno a um preço menor para posteriormente negociá-lo, após sua valorização, a um preço mais alto. Já na terceira operação, onde o preço médio foi de R\$321,48 detectou-se uma tendência,

ainda que suave, à desvalorização com a conseqüente queda do preço do metro quadrado nos lotes (-1,34%).

Esse movimento reforça a hipótese central da pesquisa, que aponta para a utilização de um conjunto de estratégias que não se restringem à renda da terra na determinação da rentabilidade do empreendimento, mas que também estão acompanhadas de uma orientação especulativa e da realização do capital que mal abandona o setor fundiário, isto é, a acumulação do capital não vai ser definida pela construção/edificação nos lotes, estas ainda podem figurar como promessa. Dado o grau de valorização dos lotes e aumento do preço do metro quadrado que, por si só, já confere ganhos aos investidores/compradores, o Alphaville Francisco Brennand se reverte numa fonte de ganhos privados. Em decorrência disso a propriedade fundiária converte-se em poupança, reserva de valor e objeto de investimentos frequentemente especulativo.

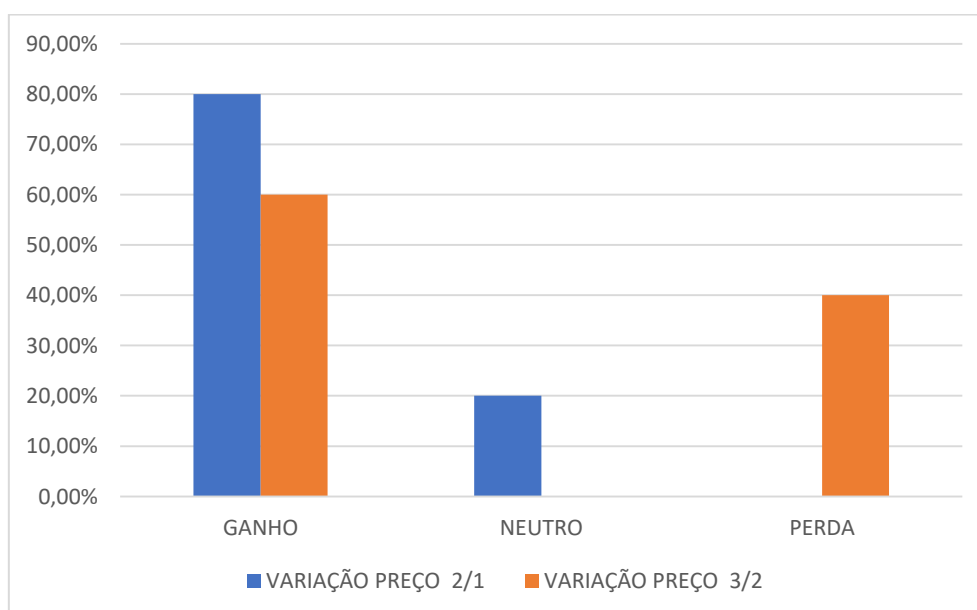
Os dados sugerem que a rentabilidade do negócio parece ser maior para aqueles lotes, nos quais foram realizadas duas operações, as quais ocorreram de forma geral entre os anos de 2012 e 2017. Ao comparar o total dos lotes que tiveram duas vendas apurou-se que 83,78% deles contaram com um aumento no preço do metro quadrado, o que demonstra que o investimento dá resultados sem a necessidade da edificação, isto é, dos trinta e sete lotes nos quais foram realizadas duas vendas, trinta e um deles ganharam com a segunda operação e dois perderam, uma vez que venderam a um preço inferior ao que adquiriram, o que representa apenas 5,41% dos lotes. Para 10,81%, ou seja, quatro lotes o saldo não foi nem positivo, nem negativo, foi neutro. Contudo, quando se analisam os resultados para os cinco lotes que foram comercializados três vezes percebe-se uma mudança nessa tendência, uma vez que na terceira venda, que ocorreu nos anos de 2011, 2016 e 2017, em três lotes obtiveram-se ganhos, o que equivale a 60%, e 40%, isto é, dois dos lotes tiveram perdas com a terceira operação, o que expressa, inicialmente, um movimento de realização do negócio superior nos lotes em que foram efetuados duas operações. Entretanto, é válido pontuar a limitação dessa análise. Sabendo que há uma variação no preço do terreno no tempo, e tendo em vista que, até o momento da pesquisa, não se relacionou diretamente as operações realizadas a essa variação do preço por época, julgamos que essa análise ilumina apenas algumas possibilidades.

Gráfico 06: Variação de ganhos e perdas no conjunto das vendas.



Fonte: Elaboração própria, 2018.

Gráfico 07: Variação de ganhos e perdas na terceira operação.

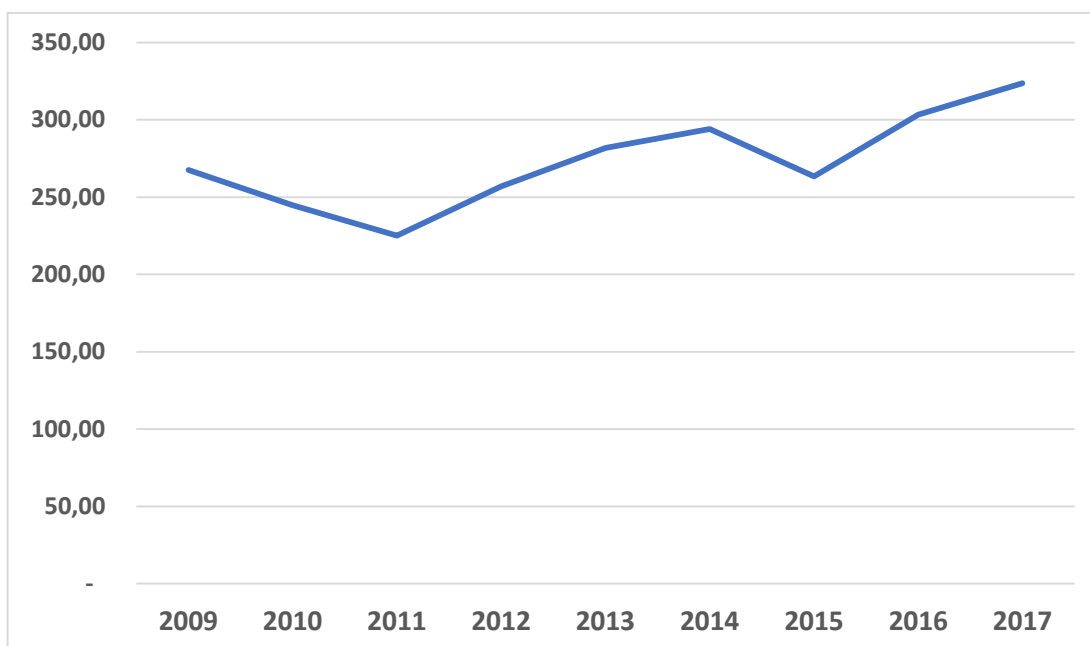


Fonte: Elaboração própria, 2018.

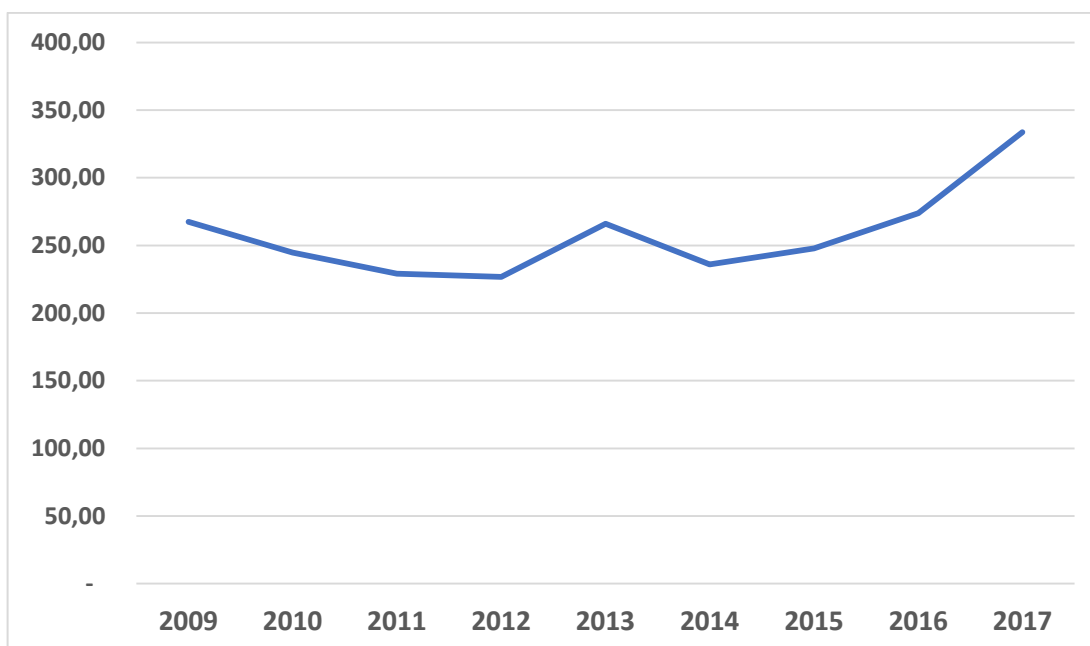
Ao examinar o comportamento no total dos lotes que tiveram terceira venda (Gráfico 07), dois dos cinco, mantiveram uma tendência de elevação do preço do metro quadrado da primeira para a segunda venda e da segunda para a terceira venda, ou seja, 40% deles alcançaram ganhos nas três operações. 80% deles lograram ganhos na primeira para a segunda venda, percentual que reduz quando

se averigua a segunda para a terceira venda quando 60% manteve o aumento no preço do metro quadrado. Neste caso, sugestiona-se que o pequeno número de lotes vendidos numa terceira operação pode ser interpretado como resultado de um momento de crise, no qual os investidores se veem na iminência de recuperar seu investimento e de convertê-lo na forma líquida a um custo que aceitam pagar, que é o da sutil desvalorização.

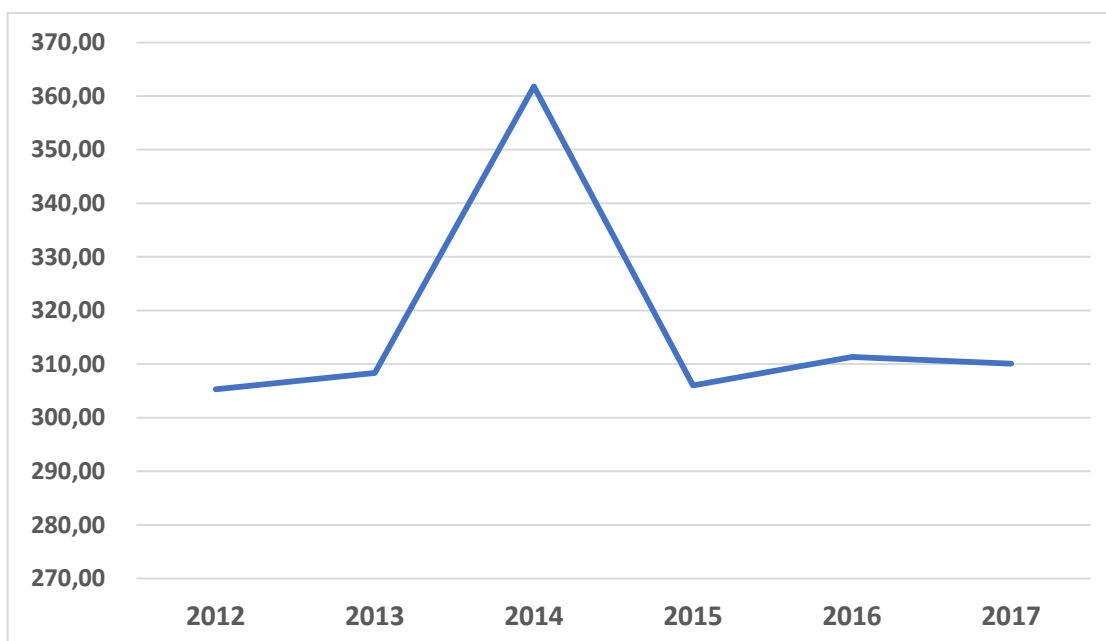
Na tentativa de compreender as possibilidades da continuidade dos ciclos de realização dos investimentos a partir de vendas sequenciais dos terrenos, adotou-se o método de observação por operação, o qual se justifica como forma de aproximação da análise, porque permite a captura da variação do preço do metro quadrado. Nesse sentido, quando se avalia a evolução do preço do metro quadrado por ano (Gráfico 08) identifica-se o seguinte comportamento: se em 2009 o preço médio do metro quadrado era de R\$267,43, em 2017, esse preço era de R\$323,67, o que sinalizou uma valorização de aproximadamente 21% em um período de oito anos. Se analisados isoladamente, por operação, esse percentual muda bastante, tem-se os seguintes números: para os lotes que foram vendidos apenas uma vez (Gráfico 09), a média do preço inicial em 2009 era de R\$267,43 e o preço médio registrado em 2017 foi de R\$333,72, o que reflete uma valorização de 24,78%. Já naqueles lotes, nos quais foram realizadas duas operações (Gráfico 10), o preço na segunda venda no ano de 2012 foi de R\$305,29 e em 2017 foi de R\$310,07 o que equivale a uma valorização irrisória de 1,56% em 5 anos, nesses identifica-se um pico no ano de 2014 quando o preço médio do metro quadrado atingiu o patamar de R\$361,78. Enquanto que o preço médio dos lotes que foram comercializados três vezes (Gráfico 11) alcançou uma valorização de 59,89% considerando o preço médio de venda em 2011, R\$209,10 e o preço médio em 2017, R\$334,33.

Gráfico 08: Média do preço do M² por ano no conjunto de vendas.

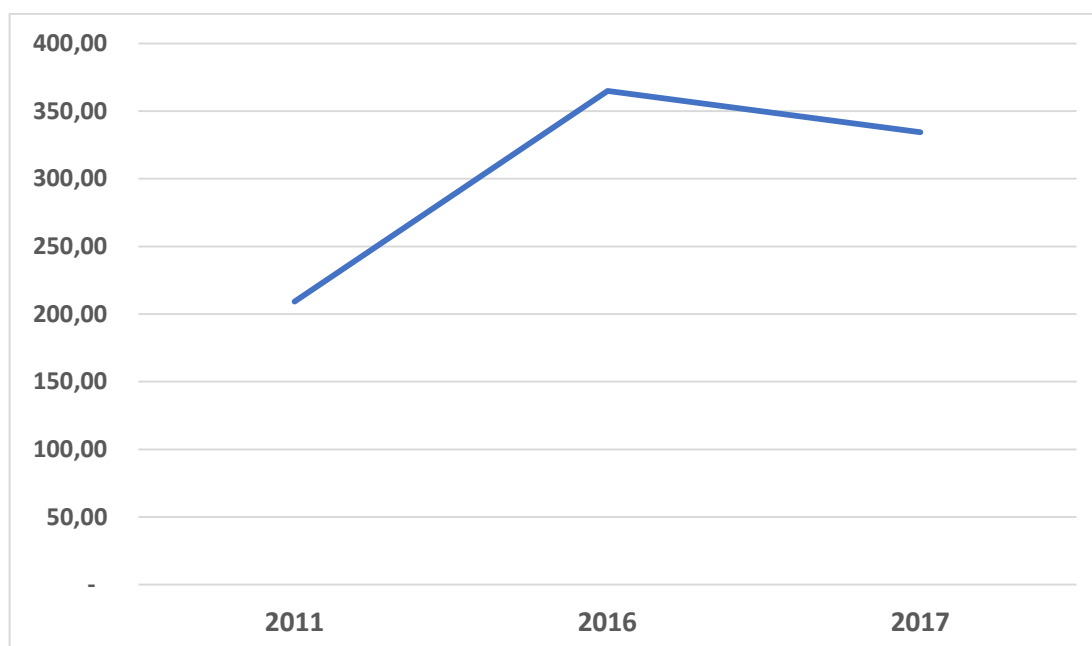
Fonte: Elaboração própria, 2018.

Gráfico 09: Média do preço do M² por ano na primeira operação.

Fonte: Elaboração própria, 2018.

Gráfico 10: Média do preço do M² por ano na segunda operação.

Fonte: Elaboração própria, 2018.

Gráfico 11: Média do preço do M² por ano na terceira operação.

Fonte: Elaboração própria, 2018.

Diante do exposto, sugere-se aqui que as motivações dos consumidores do Alphaville Francisco Brennand estariam associadas ao caráter de objeto de valorização da terra urbana, tratando-se de uma realização especulativa e reserva de valor para os capitais excedentes e poupanças individuais ou familiares, demarcando uma feição rentista do que não abandona a natureza do negócio na apropriação do solo urbano. Nesse caso, a estratégia imobiliária aponta para a aquisição dos lotes a preços baixos, num período anterior ao processo de valorização, e a posterior venda, resgatando uma tradição de obtenção de renda no mercado imobiliário, mais especificamente no segmento fundiário. Assim, se observa uma tendência de realização do capital que despreza a produção imobiliária, mesmo em ciclos posteriores, com a predominância do capital fundiário, uma vez que a terra assume o papel de ativo e gera riqueza improdutivamente. A natureza fundiária dos negócios, que caracteriza a operação principal do loteamento, se reafirma como tendência na continuidade dos negócios com a terra sem que a construção venha a ser colocada como etapa nos ganhos de investimento daí decorrentes. Esse movimento inercial recoloca o fundamento das práticas especulativas no plano fundiário, onde nasceu e tem permanecido desde o lançamento do empreendimento.

Embora tenha se observado que em alguns anos o investimento no mercado financeiro pudesse conferir maior rentabilidade ao negócio, isso não desconstrói a hipótese aqui sustentada, visto que no loteamento Alphaville Francisco Brennand a realização do capital ocorre de modo peculiar, dado o fato do solo, em sua condição primeira, sem atributos intrínsecos, uso ou edificação, a terra “nua” por assim dizer, assegurar ao seu proprietário a extração de lucros no momento de uma revenda. Provocando uma mais-valia incomum que não está atrelada ao produto imobiliário edificado, mas que deriva de processos de reprodução do capital, nesse caso, representado pelo monopólio da terra de quem a detém. Dessa forma, o capital imobilizado na terra reverte-se em ganhos, conseqüentemente aumenta-se a rentabilidade do capital investido.

Os novos negócios são a materialização da valorização fundiária como uma estratégia do ramo imobiliário para garantir novas formas de acumulação nas cidades contemporâneas. Essa valorização potencializa os negócios com a terra e esse solo, destituído de valor segundo a concepção marxista, passa a ter um preço elevado no mercado, nesse caso existe uma superelevação dos preços da terra que

torna viável a lucratividade do negócio. No caso recifense a possibilidade de se auferir rendimentos vem sendo percebida nas franjas da urbanização metropolitana nos investimentos realizados nos terrenos do loteamento Alphaville Francisco Brennand.

Consoante a abordagem de Santos (2013), os compradores se apropriam de uma parcela da renda fundiária através da promoção de um diferencial de renda que se dá no tempo. Assim, ao pagar um preço menor pela terra em comparação aquele que ela terá após um determinado tempo, o comprador incorpora a seus ganhos o potencial gerador de renda adquirido e não pago ao proprietário anterior. O que consiste numa maneira de acrescentar aos ganhos de capital uma porção que representa parte da renda da terra: o diferencial de renda. Ainda segundo Santos (2011), a compra de terrenos a preços mais baixos, em um momento anterior ao processo de valorização, e a posterior venda de imóveis, com os terrenos já valorizados, termina por somar ao imóvel/terreno o diferencial de renda conquistado. Essa feição rentista de cunho monopólico que define ou ao menos perpassa o ramo imobiliário originou uma composição técnica relativamente baixa como característica geral da maioria dos investimentos que migraram para a construção.

Ou seja, averigua-se no que tange aos ganhos relacionados ao segmento imobiliário na RMR atualmente, uma das formas emergentes está atrelada aos ganhos improdutivos que, por sua vez, estão vinculados à obtenção do diferencial de renda, como apresentado no parágrafo anterior. Nesse caso, toma-se como potencial promotor de geração de renda o fato de um terreno se diferenciar em relação a ele mesmo em outro período de tempo.

A partir dessa análise infere-se que a renda fundiária, toda ela está baseada propriedade do solo como forma da propriedade capitalista, como renda capitalizada, presidido por determinadas classes de indivíduos. É essa condição monopolizável da terra que atribui aos indivíduos que a detém o direito sobre a mesma como esferas exclusivas e privativas. Diante disto, no contexto da urbanização capitalista atual, as limitações espaciais para realização do capital e da sociedade fazem da terra e o solo urbano instrumentos indispensáveis para a concretização da reprodução continuada e a acumulação do capital.

4.4 Desconstruindo mitos a partir da análise de dados

Esta seção dedica-se à análise de dados obtidos por meio de entrevistas. Ao observar algumas tabelas (ver no anexo A) fornecidas pela Prefeitura do Município de Jaboatão dos Guararapes em trabalho de campo, nas quais consta a relação entre clientes e unidades do Alphaville Francisco Brennand,¹⁰ tem-se os seguintes dados que caminham no sentido de confirmar a hipótese apresentada. De 244 lotes registrados na tabela, 192 foram comprados por pernambucanos, 27 por paulistas, 13 por potiguares, 9 por baianos, 1 por amazonense, 1 por carioca e 1 por paraibano o que pode sugerir que o fato de pessoas originárias de outros Estados adquirirem terrenos neste empreendimento confere ao mesmo a condição de local de investimento, pois não teriam a pretensão de tornar o loteamento o local de primeira moradia, principalmente se consideramos a falta de edificações que possam acolher a residência de moradores. Ademais, o que chama a atenção é que a compra não foi efetivada somente por pessoas físicas, mas também por empresas, dentre estas a Internacional Commerce Recife Ltda que sozinha adquiriu cinco lotes. Esta é outra tendência que corrobora a hipótese central: tanto as empresas quanto as pessoas físicas ao adquirir mais de um lote reafirmam o interesse especulativo sobre a propriedade. Conforme pode ser verificado nas tabelas em anexo há casos de proprietários com dois, três ou até quatro lotes.

Sobre este comportamento, o arquiteto Murilo Maciel, sócio da Moreira Lima Consultoria e Projetos, empresa responsável pelo projeto do Alphaville Francisco Brennand, relatou, em entrevista, que uma mudança na gestão do Grupo Alphaville¹¹ pode ter sido um dos motivos para a ampliação da tendência de tornar o empreendimento um mero espaço para investimentos, uma vez que no momento anterior a venda da empresa para a Gafisa os seus antigos donos pensavam na

¹⁰ Sabendo que o Alphaville Francisco Brennand está na intercessão dos municípios de Recife e Jaboatão do Guararapes, esta descrição refere-se aos lotes que estão situados em Jaboatão dos Guararapes, entretanto acredita-se que a mesma se repetirá para o caso dos terrenos no Recife.

¹¹ O Grupo Alphaville até 2007 era uma sociedade entre o empresário brasileiro Renato Albuquerque e seu sócio, o advogado português Nuno Lopes Alves e a partir desse ano após um problema de *fundraising* a empresa foi vendida em etapas no espaço de cinco anos para a Gafisa S.A., uma das companhias líderes no mercado de incorporação e construção no Brasil com foco no mercado residencial. Em 2013, a Alphaville Urbanismo passou a pertencer ao grupo de investimentos Blackstone e Pátria, com uma participação de 70%; e ao Grupo Gafisa, dono dos 30% restantes.

ocupação do empreendimento e para a efetivação desta, não permitiam a venda de mais de um lote para um único proprietário. Entretanto, quando a empresa passa a ter novos gestores muda-se o foco e privilegia-se somente a comercialização dos lotes, daí verificarmos que um mesmo proprietário pode fazer a aquisição de, por exemplo, até quatro lotes como pode ser visto no Alphaville Francisco Brennand.

O arquiteto apontou ainda como possíveis obstáculos à ocupação do Alphaville Francisco Brennand o fato da empresa ter destinado uma parcela dos lotes para áreas comerciais, as quais assim como os lotes residenciais também foram vendidas, quando em períodos anteriores era de responsabilidade da empresa a construção da área comercial. É importante pontuar que em nenhum dos lotes comerciais há construção e conseqüentemente funcionamento. Assim, ele acredita que a falta de infraestrutura comercial dificulta a ocupação.

Além disso, para Raquel Firmino, arquiteta do Alphaville Francisco Brennand, alguns proprietários após ação judicial decidiram revender o terreno depois de problemas com a empresa, a qual não cumpriu com todos os acordos quanto à prestação de serviços e entrega de infraestrutura do empreendimento. Diante deste fato, reportagens foram publicadas (ver no anexo B), o que para a arquiteta contribuiu para manchar a imagem do loteamento. Ademais, a mesma acredita que por estar situado nas proximidades do bairro do Curado caracterizado por ocupação de populações de baixa renda e precariedade de infraestrutura urbana em Jaboatão dos Guararapes, os proprietários sentem-se inseguros com a vizinhança.

Entretanto, este argumento é muito falho e fácil de ser desconstruído, pois as pessoas no ato da compra já sabiam que teriam por vizinhança a população do bairro do Curado, e mais no momento em que realizaram visitas ao loteamento puderam visualizar o entorno do empreendimento, como pode ser visto na foto 06.

Foto 06: Vista do bairro do Curado a partir de lote do Alphaville Francisco Brennand



Foto: Raquel Carapeba, 2016.

A primeira vista, outro elemento que aparece no discurso corrente dos entrevistados para responder ao problema de pesquisa que diz respeito à baixa ocupação no Alphaville Francisco Brennand está relacionado a uma questão cultural. Os entrevistados acreditam que o Recifense que aqui está sendo analisado, isto é, aquele pertencente às classes média e média alta, não tem a cultura de residir em loteamentos e condomínios horizontais, dando preferência a um padrão construtivo tendencialmente voltado para a verticalização dos imóveis. Para a preservação desta tendência contribui o fato da Cidade ser detentora de uma das menores frações territoriais, dentre as capitais brasileiras. Assim, sugerirem que a predileção por apartamentos também pode estar atrelada ao fato do Recife possuir uma reduzida extensão territorial, logo a disponibilidade de terrenos para construções horizontais é menor.

Mais uma vez percebe-se o quanto a hipótese apresentada pelos entrevistados é defectiva, já que se tem aqui como objeto de estudo um empreendimento que está localizado na interseção dos municípios do Recife e Jaboatão dos Guararapes, logo a categoria utilizada para a sua análise é a de região metropolitana e não a de cidade como foi apresentado acima.

Os entrevistados consideraram também como elemento que tem induzido à baixa ocupação no Alphaville Francisco Brennand a mobilidade urbana que se apresenta, cada vez mais, como um dos grandes desafios a serem solucionados pelo poder público nas grandes metrópoles nacionais. No Recife não tem sido diferente. Diariamente o recifense lida com a obstrução do trânsito, engarrafamentos e tráfego lento. Superou-se a capacidade máxima de veículos nas vias e estas não suportam a atual demanda, logo o fluxo torna-se restrito causando grandes problemas de circulação. Assim, sugeriram que a problemática dos congestionamentos nas vias públicas da região metropolitana do Recife repercute como um possível obstáculo à plena ocupação do loteamento Alphaville Francisco Brennand. No entanto, presumimos que a questão da mobilidade urbana também é insuficiente para responder ao problema da pesquisa, pois assim como os consumidores tinham ciência da localização do loteamento eles sabiam que tratava-se de um local afastado do centro que demandaria tempo no seu deslocamento. Logo, toma força a perspectiva principal da cidade como negócio e da criação do empreendimento com o propósito de lugar de investimento. Nesse sentido, a congestão viária talvez se torne fator contribuinte para justificar a vacância no Alphaville Francisco Brennand, mas não o problema de pesquisa.

Assim, diante dos elementos apresentados, sugere-se que a hipótese central que melhor responde ao problema da pesquisa está vinculada a da produção da cidade como negócio. Inserido nessa lógica os lotes do Alphaville Francisco Brennand representam o exemplo máximo de como a propriedade privada no espaço urbano é revestida de um sentido relacionado a um bem que não é produzido ou reproduzível, mas que é passível de ser transformado em uma mercadoria extremamente rentável. Este solo urbano criado sob a luz da urbanização capitalista ganha um preço, entretanto é isento de valor por não ter sido fruto de um esforço produtivo por parte daqueles que tem o seu domínio. Condizendo com este raciocínio, Nicolau (2008) afirma que: “a propriedade da terra é fundamental para que alguns indivíduos exerçam o direito de monopólio sobre determinadas porções territoriais e delas extraiam benefícios, mesmo que estes não sejam por eles elaborados ou produzidos” (NICOLAU, 2008, p.84).

Em suma, conclui-se que é da natureza do capital a busca por novos mercados que sejam capazes de realizar de forma rentável os excedentes

previamente acumulados. Nessa lógica, o setor imobiliário é incorporado como canal privilegiado de aplicação dos capitais excedentes, assim os investimentos no ramo imobiliário revelam-se como importante atividade geradora de lucros que permeiam os negócios nas cidades contemporâneas. De modo que a apropriação privada do solo urbano permite ganhos atuais e futuros, derivados do monopólio da propriedade imobiliária, possibilitando sua capitalização e valorização no mercado. Isso decorre em função de estratégias de acumulação que capacitam a produção imobiliária para absorver os excedentes que não encontram lugar em outros setores da atividade econômica.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A intensificação do processo de metropolização, especialmente na década de 2000, levou à criação de novas zonas de valorização, sobretudo nas áreas periféricas da metrópole. Tal situação se deu a partir da forte atuação do Estado enquanto agente estruturante do desenvolvimento do mercado imobiliário urbano, que detém o poder de intervir diretamente na configuração e nos usos do espaço público urbano selecionando as áreas de investimento, o que fomentou a expansão e o crescimento para além do município do Recife. Portanto, é principalmente a partir dos anos 2000 que o Recife e seu entorno metropolitano vivenciam as condições de edificação de megaempreendimentos do Grupo AlphaVille, os quais reúnem vários usos e funções: comercial, residencial, de serviços especializados, marcando assim a produção espacial recifense em áreas periurbanas.

No século XXI, a metropolização remete ao movimento espacial em ascensão que transcende o processo de urbanização, capaz de dispersar a racionalidade da metrópole se colocando para além dela mesma. Nesse sentido, a metropolização se insere na lógica do negócio, já que visa, estrategicamente, à expansão do poder da metrópole para uma malha espacial bem mais ampla. Parafraseando Souza, a metropolização “não significa a concentração nas metrópoles e suas regiões metropolitanas, mas o novo momento da produção do espaço, que é ao mesmo tempo concentração e desconcentração, homogeneização e fragmentação, polarização e difusão” (2014, p.4178).

De acordo com Lencioni (2011), a metropolização enquanto um negócio potencializa a segregação e a fragmentação da trama metropolitana, daí afirmar que:

a forma que a metrópole assume, de maior escala territorial, ao expandir sua região, é central para a acumulação porque ela vem acompanhada da possibilidade de oferecer sobrevida às relações capitalistas, uma vez que a valorização imobiliária que acompanha o espraiamento territorial da metrópole se constitui numa das principais estratégias para a produção e concentração da riqueza social, uma vez que o predomínio da descontinuidade é estratégico para a reprodução do capital. A sua forma descontínua, por assim dizer, é a expressão, no limite último, da força desmedida do espaço-mercadoria, instrumentalizado pela valorização imobiliária do capital. (LENCIONI, 2011, p.55).

Segundo a autora, no espaço destas metrópoles espraiadas formam-se “verdadeiras ilhas urbanas” (LENCIONI, 2008, p.10). É o caso, por exemplo, dos

condomínios fechados que nutrem um processo dialético de inclusividade excludente, que privilegia a homogeneidade interna, dando origem a novas formas de segregação e fragmentação socioespacial. Ainda para Lencioni, estes projetos imobiliários, quando se apresentam ao lado de bairros pobres ou favelas, formam um mosaico com limites difíceis de precisar, “sendo a expressão máxima da indefinição das fronteiras e da desagregação da cidade compacta típica do início do século XX. Trata-se de uma metrópole difusa, de limites imprecisos” (2008, p.11).

Assim, vive-se sob o imperativo de uma economia metropolitano-financeira, a qual se sobrepõe à economia urbano-industrial. Esta transformação aponta para a metropolização, emergência de um novo estágio histórico da produção do espaço, que não é somente uma nova forma de urbanização, mas a “metamorfose do processo da urbanização” (LENCIONI, 2006).

Sob esta ótica, acreditamos que a metropolização no Recife impulsionou o deslocamento da indústria para além deste município, dando início a várias transformações como a da incorporação de terras e o espraiamento do segmento imobiliário e a conseqüente dispersão das áreas construídas para localidades mais afastadas. Dessa forma, criou-se uma nova recomposição do tecido urbano. É nesse quadro de referência que o Alphaville Francisco Brennand se insere, e aqui julgamos ser a metropolização um movimento importante para propiciar a disseminação dessas estratégias imobiliárias para as bordas da malha urbana.

Conforme Pereira e Rufino (2011), o mercado imobiliário, ao lançar grandes projetos imobiliários em áreas periféricas, muitas vezes, pelo fato de conseguir aí maior rentabilidade, já que os terrenos são mais baratos, propiciam, através do marketing imobiliário, a valorização de áreas anteriormente desvalorizadas “ao mesmo tempo atua de maneira contraditória na reversão, inclusive simbólica, do ideário de periferia” (p.80), transformando esses espaços em um novo fragmento urbano. Nesse sentido, as justificativas para a escolha por investimentos afastados do centro ainda hoje no Recife estariam associadas não só à maior rentabilidade como também ao fato do município do Recife, polo da região metropolitana, dispor de uma reduzida extensão territorial, o que influi para que, nas últimas décadas, a falta de grandes glebas desocupadas no centro explicasse esse movimento em direção às áreas periurbanas da cidade, instalando-se, assim, um processo de expansão de suas fronteiras em outros municípios metropolitanos seguindo os

interesses do setor imobiliário empresarial em avançar e definir novas zonas de valorização imobiliária em áreas periféricas.

Nesse contexto, destacou-se, ao longo do trabalho, o papel dos proprietários fundiários enquanto agentes fundamentais e os primeiros a se favorecerem diante desse movimento de valorização do espaço, decorrente do crescimento do mercado imobiliário frente ao processo de periurbanização. São eles, os proprietários fundiários, quem “ditam” as novas direções no processo de expansão urbana, pois dispõem da terra, elemento balizador para a efetivação das estratégias imobiliárias, e influência nas esferas de decisão e regulação. Dessa perspectiva, a propriedade fundiária ganha uma potência importante para os fins da acumulação, definindo-se enquanto dispositivos estratégicos para a promoção de ganhos; sendo, portanto, fator de rendimentos advindos da monopolização do solo. Esse mecanismo caracteriza a feição rentista na acumulação de capital por parte da elite proprietária das terras.

Assim, conclui-se que, no momento presente da produção espacial urbana nas franjas metropolitanas do Recife, a sociometabolização do capital fundiário pelo setor imobiliário tem se revelado uma importante estratégia que se materializa no Alphaville como dispositivo criado sob o discurso de uma necessidade residencial, mas que efetivamente é pensado visando à extração de excedentes para permitir a acumulação do capital.

Esta situação é agravada na proporção que os espaços nas sociedades capitalistas são pautados na lógica da mercadoria e na existência da propriedade privada da terra, condição para se valorizar o valor de troca em detrimento do valor de uso. Com isso, a cidade e a realidade urbana aproximam-se de sua desconstrução, visto que a cidade não é vivenciada em sua totalidade, mas sim em fragmentos.

Por esse ângulo, considerando que a mercadoria espaço é produzida socialmente e historicamente, ou melhor, a produção do espaço é imanente à reprodução da vida, pode-se inferir, a partir desta afirmação, que o espaço tem um papel crucial para o entendimento da dinâmica urbana contemporânea. Nessa perspectiva, Botelho (2007) afirma que o espaço, no decurso do modo de produção capitalista, foi inserido nos circuitos de valorização do capital pela mercantilização da

terra e por seu fracionamento, ou ainda, como vem acontecendo de modo recente, por sua progressiva introdução nos circuitos de circulação do capital financeiro.

Diante disto, a produção do espaço torna-se um elemento estratégico para a acumulação do capital, uma vez que, como aponta Carlos (2015):

Para o capital a materialidade do espaço é o suporte do valor de troca, a forma como a natureza, pela extensão do processo de urbanização, criou o espaço como produto imobiliário e como rede de infraestrutura, articulando o público e o privado numa morfologia diferenciada socialmente. Para a sociedade, ele é preponderantemente a possibilidade de, através dos usos, realizar a vida. (...) No capitalismo, o espaço produzido como mercadoria, totaliza e subsume as relações sociais, orienta a apropriação, pois institui a relação público/privado, o dentro e o fora, delimitando e organizando a vida, constituindo-a na articulação entre formas de apropriação diferenciadas e totalizadoras das histórias particulares/coletivas. (CARLOS, 2015, p.50)

Destarte, verifica-se que, de modo cada vez mais aprimorado, expande-se no ambiente urbano a perspectiva da produção do espaço inserida na lógica da mercadoria e da reprodução social guiada pela reprodução econômica, reforçando a noção da metrópole como negócio, na qual elementos econômicos e financeiros se sobrepõem à realização da vida cotidiana. Nesse contexto, no recorte empírico da pesquisa, foi constatado um caráter singular no loteamento Alphaville Francisco Brennand no que tange aos ganhos relacionados ao segmento imobiliário. Nele, verificou-se que a acumulação capitalista se realiza através de investimentos do capital no setor imobiliário não edificado. Trata-se da realização dos lucros no âmbito das operações fundiárias, antes mesmo do momento da construção efetivamente, através dos ganhos auferidos pela atividade da especulação imobiliária. Ou seja, a realização do capital ocorre na valorização fundiária e não precisa se concretizar na edificação para garantir a rentabilidade do negócio, o que garante particularidades na realização da lógica da cidade como negócio por meio do monopólio da propriedade da terra.

É nesse sentido que aqui sugerimos para o caso do Alphaville Francisco Brennand, quando se verifica a sua baixa ocupação, que a aquisição de terrenos passa a ser feita com o intento de realizar um estoque de reserva ao se aplicar algum excedente social aprisionado na forma de poupanças pessoais, visando absorver ganhos futuros com a revenda dos lotes a um preço mais caro do que o se pagou inicialmente. Após um período de valorização dos mesmos, que não se sabe

ao certo qual será, agrega-se mais valor aos investimentos. Desse modo, a estratégia de imobilizar a riqueza social em valor fixado ao solo se apresenta como um negócio extremamente rentável, configurando novas formas de acumulação do capital e de rendimentos do dinheiro aplicado que marcam o atual momento da metrópole Recifense segundo a lógica hegemônica da mercadoria. Isso nos faz deduzir que o referido Alphaville se concretiza como um espaço de negócios, o qual se sobrepõe ao espaço da moradia. Dessa forma, o Alphaville figura como estratégia imobiliária, visto que, ao apelar a um universo relacionado à criação de novas necessidades no âmbito do consumo e do imaginário da habitação para determinados segmentos das classes médias e altas, cria um ambiente de negócios aparentemente seguro porque atrelado a uma camada capaz de representar um estrato da demanda solvável por imóveis. Para tal operação, é válido frisar o papel da marca imobiliária Alphaville na garantia da alta rentabilidade nesse negócio.

Seguindo essa perspectiva, uma das proposições desta pesquisa apontou na direção de que o Alphaville Francisco Brennand foi, desde o início da sua concepção, idealizado como espaço destinado à canalização de investimentos e não à efetivação da moradia. Parece-nos que o que de fato importa para os compradores dos lotes é que o investimento complete seu ciclo e retorne valorizado para as suas mãos no menor tempo possível, e esse ciclo se completa com a venda do terreno, o que indica uma realidade na qual o solo urbano, enquanto propriedade privada, torna-se uma fonte de renda para quem o detém, com condições ideais de investimento e reprodução.

Portanto, a natureza do obstáculo que a expansão produtiva do segmento imobiliário encontrou nessa área para sua reprodução e realização está atrelada às condições de realização dos negócios na esfera fundiária, onde parte significativa do investimento e boa parcela da acumulação se realiza sem a mobilização do trabalho de produção do valor e sem a construção, portanto. Esse fundamento reverbera nas operações que se sucedem sobre a propriedade do solo. Verificou-se que, com muita frequência e como tendência geral, desde o primeiro ato de compra dos lotes tinha-se a finalidade, por parte dos compradores, de vendê-los em um momento posterior, na expectativa de que seu valor de mercado sofresse um aumento durante o lapso de tempo decorrido. Ademais, os ganhos improdutivos também estão vinculados à obtenção do diferencial de renda. Nesse caso, toma-se como potencial

promotor de geração de renda o fato de um terreno se diferenciar em relação a ele mesmo em outro período de tempo. Sugere-se aqui que a produção deste loteamento não atendeu, ao menos não exclusivamente, à demanda por moradia, mas sim um grupo de consumidores com interesses puramente especulativos em cima desse novo produto imobiliário, fazendo desse um terreno fecundo para investimento. Trata-se de um claro exemplo da nova dinâmica de reprodução do espaço metropolitano periférico no Recife, na qual se introduz crescentemente o urbano nos circuitos de valorização do capital, com a mercantilização da terra.

Nesse cenário, averigua-se que nas cidades contemporâneas tornou-se predominante a produção e o consumo do espaço sob o imperativo do modelo capitalista, e, por conseguinte, reproduz-se um modo de vida marcado pela racionalidade do capital. Os reflexos dessa produção capitalista do espaço urbano são percebidos na intensificação do mundo da mercadoria e na representação da cidade como negócio onde as necessidades de reprodução do sistema embasado no lucro vão ditar as diretrizes, orientações e finalidades do processo geral de reprodução. Na cidade-negócio a premissa básica não é tão somente permitir a acumulação do capital no espaço urbano, porém a reprodução direta do capital através da produção do espaço urbano, sendo o capital um elemento desta produção. Seguindo essa lógica tem-se, cada vez mais, a formação de um espaço fragmentado e marcado pela segregação.

De acordo com Carlos (2015):

Hoje, sob o capitalismo, a produção do espaço, obra da civilização, torna-se fonte de privação da vida pelo desenvolvimento sem limites do mundo da mercadoria, como forma de realização do processo de valorização – sentido último da acumulação (CARLOS, 2015, p.43).

Logo, a estruturação do espaço urbano das cidades brasileiras obedece ao movimento do capital. Isto posto, observa-se que estas cidades capitalistas têm, intrinsecamente, vários desdobramentos que dão visibilidade ao aspecto mercadológico de sua reprodução calcada na acumulação. Com isso, verifica-se que o Alphaville Francisco Brennand marca uma produção que é regida pela lógica da propriedade privada e com o propósito precípuo da acumulação, “haja vista as condições monopolistas da sua realização, em relação direta com o enorme aporte de capital envolvido e o exclusivismo socioespacial que ele contempla” (BARBOSA, 2014, p. 268). Este produto imobiliário está permeado das contradições de uma

produção do espaço que é excludente e exclusivista e se manifesta em seu grau máximo do esvaziamento quase total, explicitando os seus fundamentos lógicos.

Dessa forma, entende-se que a acumulação do capital se efetiva por meio da reprodução do espaço urbano, com cada vez maior independência em relação aos seus conteúdos. O modo de produção capitalista na sua reprodução cria suas próprias contradições, as quais se aprofundam nos espaços metropolitanos. Questiona-se, assim, o processo de valorização associado às estratégias dos empreendedores imobiliários que reproduzem um espaço direcionado aos interesses particulares do grande capital, e que, ao intervirem no urbano, transformam a prática socioespacial e os modos de apropriação do espaço da vida. No plano social, tem-se a realização da metrópole como privação da vida. Assim, na medida em que a racionalidade da mercadoria domina todas as relações sociais, reproduz-se a desigualdade, o empobrecimento e a deterioração da vida social. É nesse contexto que o Alphaville Francisco Brennand emerge e viabiliza a recria a paisagem urbana e sustentam a noção do urbano como negócio.

Nesse sentido, para Botelho (2007), na cidade como negócio para o capital, quem rege as regras do ordenamento da configuração socioespacial são as leis do mercado, o que implica em efeitos devastadores para grande parcela da população. Igualmente, Alvarez (2015) afirma que no capitalismo a cidade é cada vez mais produzida como mercadoria, um bem intercambiável, produzido sob a lógica da valorização e, nesse sentido, como negócio e segregação, ou seja, a cidade é produzida como negócio e segregação concomitantemente. Nela, a cidade como negócio, a segregação ganha sua dimensão mais profunda. Com isso, para a problemática em questão, propõe-se a seguinte reflexão: “o urbano como negócio nos desafia a construir uma nova utopia urbana, orientada pelo direito à cidade e pela apropriação social do espaço na busca pela superação das desigualdades socioespaciais produzidas historicamente em nosso país” (CARLOS, 2015 p.12).

Diante do exposto, depreende-se que a produção do espaço urbano e metropolitano está intrinsecamente relacionado com as estratégias e investimentos do mercado imobiliário e a reprodução do capital. Os efeitos desse condicionamento, cada vez mais forte, consistem na produção do espaço como uma raridade e na negação da cidade. Nesse ínterim, Santos (2013) pontua que:

A maximização da lógica e da lei do valor leva, ao extremo, a produção alienada da cidade e a substituição, em lugares centrais – densos de conteúdos do urbano -, do uso pela troca e da apropriação pela propriedade. Realizado enquanto valor de troca, como plataforma da valorização capitalista, o espaço urbano nega seus conteúdos sociais e aparece como o negativo do conceito e realidade históricos do espaço (SANTOS, 2013, p.35)

Assim, nas sociedades capitalistas contemporâneas, o espaço urbano transformado em mercadoria faz com que seu acesso seja determinado pelo mercado imobiliário. Logo, a proposta de Lefebvre que visava à transformação social e a apreensão do urbano enquanto lugar da reunião e simultaneidade está cada vez mais distante. A revolução urbana, pensada por Lefebvre (1999), aponta para a concretização de seus aspectos negativos, o que se justifica quando observamos, na atualidade, o urbano não como o espaço do convívio, das trocas entre os indivíduos e do encontro, mas do urbano enquanto um espaço marcado pela homogeneização, fragmentação, hierarquização e segregação.

Nesse sentido, entendemos que este trabalho, ao investigar a relação entre as novas dinâmicas imobiliárias de produção do espaço, onde se enfatiza a produção imobiliária residencial de loteamentos fechados e a periurbanização no Recife, ajuda a compreender a articulação de elementos que estão na base da especificidade da dinâmica de produção e reprodução do espaço urbano no Recife e contribui para a análise das transformações da metrópole, ao passo que também viabiliza o debate acerca da apropriação e produção do espaço enquanto local privilegiado da reprodução ampliada do capital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVAREZ, Isabel Pinto. **A produção e reprodução da cidade como negócio e segregação**. In: CARLOS, Ana Fani A; VOLOCHKO, Danilo; ALVAREZ, Isabel Pinto. *A cidade como negócio*. São Paulo: Contexto, 2015. p.65-79.

BARBOSA, Adauto Gomes. Transformações e Novas Conjecturas da produção do espaço metropolitano do Recife: periurbanização via megaprojetos imobiliários. **Revista Rural & Urbano**, Recife, v. 02, n. 01, p. 69-87, 2017.

BARBOSA, Adauto Gomes. **Exclusivismo socioespacial na Região Metropolitana do Recife**: produção do espaço e governança do Complexo Imobiliário, Residencial e de Serviços Reserva do Paiva. 2014. (Tese) Doutorado em Geografia. Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2014.

_____; COSTA, Ademir Araújo da. O solo urbano e a apropriação da natureza na cidade. **Sociedade & Natureza**, Uberlândia, ano 24, n. 3, p. 477-488, set./dez. 2012.

_____; GOMES, Edvânia Tôrres Aguiar. Reflexão sobre o papel do setor imobiliário na acumulação urbana. **Revista Sociedade & Natureza**, Uberlândia, 28 (3), p. 333-346, set./dez. 2016.

BARCELLOS, Tanya M. de; MAMMARELLA, Rosetta. **O Significado dos Condomínios Fechados no Processo de Segregação Espacial Nas Metrôpoles**. "XII Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional: Belém, 2007.

BOTELHO, Adriano. **O urbano em fragmentos**: a produção do espaço e da moradia pelas práticas do setor imobiliário. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2007.

CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. **Enclaves Fortificados: a nova segregação urbana**. *Novos Estudos CEBRAP*, 1997, pp. 155-176. Disponível em:<www.usp.br> Acesso em: 11 de Julho de 2014.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **A condição espacial**. São Paulo: Contexto, 2011.

_____. A tragédia urbana. In: CARLOS, Ana Fani A; VOLOCHKO, Danilo; ALVAREZ, Isabel Pinto. **A cidade como negócio**. São Paulo: Contexto, 2015. p.43-63.

_____. A reprodução do espaço urbano como momento da acumulação capitalista. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri (org.). **Crise urbana**. São Paulo: Contexto, p.25-35, 2015.

CORRÊA. Roberto Lobato. **O Espaço Urbano**. Rio de Janeiro: Ática, 1995.

FAORO, Raymundo. **Os donos do poder**: formação do patronato político brasileiro. 4ª ed. Porto Alegre: Globo, 1977.

FONTENELLE, Isleide, A. Resistência e assimilação na cultura das marcas: a resposta corporativa ao movimento "sem logo". São Paulo vol.6 n.15 p.105-127, 2006.

GOMES, Gilvando Nunes; GONDIM, Hélio de França. **A (re)produção capitalista do espaço urbano**: um olhar crítico sobre os loteamentos em Guarabira-PB. Observatório Geográfico da América Latina, 2012. Disponível em <<http://www.observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal14/Geografiasocioeconomica/Geografiaurbana/017.pdf>> Acesso em: 26 out. 2018

GONÇALVES, Juliano Costa. **A especulação imobiliária na formação de loteamentos urbanos**. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Anablume, 2005.

_____. **Condição pós-moderna**. 5ª ed. Tradução Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves.. São Paulo: Loyola, 1992.

_____. **Los limites del capitalismo y la teoría marxista**. Cidade do México: Fondo de Cultura Económica, 1990.

_____. **O novo imperialismo**. 4ª ed. Tradução Adail Sobral e Maria Stela Gonçalves. Loyola: São Paulo, 2010.

_____. **The Urbanization of Capital**. Oxford: Blackwell, 1985.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 12ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KLEIN, Naomi. **Sem logo**: a tirania das marcas em um planeta vendido. Rio de Janeiro: Editora Record, 2002.

LEFEBVRE, Henri. **A revolução urbana**. Belo Horizonte: UFMG, 1999.

_____. **A revolução urbana**. Belo Horizonte: UFMG, 2004.

_____. **O direito à cidade**. 5ªed. 2ª reimpr. Tradução Rubens Eduardo Frias. São Paulo: Centauro, 2001.

_____. **The Production of Space**. Tradução Nicholson-Smith Oxford: Basil Blackwell, 1991.

_____. **La Production de l'Espace. Paris**: Anthropos, 2000, 4.ª edição.

LENCIONI, Sandra. **Reconhecendo metrópoles**: território e sociedade. In: SILVA, C.; FREIRE, D.; OLIVEIRA, F. **Metrópole: governo, sociedade e território**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

LENCIONI, Sandra. **Da metrópole como estratégia desenvolvimentista à metrópole como sobrevida do capitalismo**. In: PEREIRA, Paulo César; HIDALGO, Rodrigo (orgs.). **Producción inmobiliaria y reestructuración metropolitana en América Latina**. Santiago: PUC-Chile, 2008.

LENCIONI, Sandra. **Referências analíticas para a discussão da metamorfose metropolitana**. In: LENCIONI, Sandra; VIDAL-KOPPMANN, Sonia; HIDALGO, Rodrigo; PEREIRA, Paulo (orgs.). **Transformações sócio-territoriais nas metrópoles de Buenos Aires, São Paulo e Santiago**. São Paulo: FAU/USP, 2011.

LEOPOLDO, Eudes. A financeirização da produção imobiliária do loteamento fechado: o caso do Alphaville. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE GEOGRAFIA URBANA. 2017, Salvador, **Anais...** Salvador, nov. 2017.

LIMA, Daniela Batista. **Do medo da Violência À “Condominizarização” das Cidades Brasileiras:** sobre as conseqüências sócio-espaciais da modificação da legislação federal de parcelamento do solo urbano. XIII Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional. Florianópolis, 2009.

MARICATO, E. In. **Cidades rebeldes:** Passe Livre e as Manifestações que tomaram as ruas do Brasil. São Paulo: Boitempo, Carta Maior, **2013**.

MARX, Karl. **A mercadoria.** In: _____. O Capital: Crítica da economia política. Vol 1. Livro primeiro; o processo de produção do capital. Tomo 1. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

_____. O Capital: crítica da economia política, livro I. Tradução Reginaldo SANT’ANNA. 27ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

_____. O Capital: crítica da economia política, livro primeiro: o processo de produção do capital, volume II; Tradução Reginaldo SANT’ANNA. 25ªed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira: 2011.

_____. O Capital: crítica da economia política, livro terceiro: o processo global de produção capitalista, volume V; Tradução Reginaldo SANT’ANNA. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira: 2008.

MENDES, Luís. Gentrificação e políticas de reabilitação urbana em Portugal: uma análise crítica à luz da tese rent gap de Neil Smith. **Cadernos Metrópole**, São Paulo, v. 16, n. 32, p. 487-511, nov. 2014.

MIELE, S vio Augusto. Estratégias de (re)produ o do espaço em São Paulo. In: CARLOS, Ana Fani A; VOLOCHKO, Danilo; ALVAREZ, Isabel Pinto. **A cidade como negócio.** São Paulo: Contexto, 2015. p.81-96.

NEGRI, S lvio Moises. **Segrega o Sócio-Espacial:** Alguns Conceitos e Análises. UFMT: Coletâneas do nosso Tempo Ano VII – v. 8, n   8, p. 129-153, 2008.

NICOLAU, Daniel Gustavo Batista. **A produ o capitalista do espaço:** os loteamentos, os condomínios fechados e o seu papel na forma o do bairro de Nova Parnamirim. Disserta o. (Mestrado em Geografia) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2008.

OLIVEIRA, Ariovaldo Umbelino. **Modo de Produ o Capitalista, Agricultura e Reforma Agrária.** São Paulo: FFLCH, 2007.

PADUA, Rafael Faleiros de. Produ o estratégica do espaço e os “novos produtos imobiliários”. In: CARLOS, Ana Fani A; VOLOCHKO, Danilo; ALVAREZ, Isabel Pinto. **A cidade como negócio.** São Paulo: Contexto, 2015. p.145-163.

PAULANI, Lêda Maria. Acumulação e rentismo: resgatando a teoria da renda de Marx para pensar o capitalismo contemporâneo. **Revista de Economia Política**, vol. 36, nº 3 (144), 2011.

RODRIGUES, Juciano Martins; RIBEIRO, Luiz Cesar de Queiroz. **Crescimento da frota de automóveis e motocicletas nas metrópoles brasileiras 2001/2011**. Rio de Janeiro: Observatório das Metrópoles Metrôpoles, 2011.

REVISTA ALPHAVILLE. **O futuro do mercado imobiliário**. Edição 46, junho de 2010.

SANFELICI, Daniel. As escalas de acumulação na produção das cidades. In: CARLOS, Ana Fani A; VOLOCHKO, Danilo; ALVAREZ, Isabel Pinto. **A cidade como negócio**. São Paulo: Contexto, 2015. p.121-143.

SANTANA, Gisela. **Marketing da “sustentabilidade” habitacional**: lançamentos imobiliários e ecologia urbana: em busca do equilíbrio. Rio de Janeiro: Mauad X: Inverde, 2013.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo**: globalização e meio técnico-científico informacional. 3ª ed. São Paulo: Hucitec, 1997.

SANTOS, César Ricardo Simoni. A Gentrificação como atualização das estratégias imobiliárias: os novos dispositivos da acumulação. In: XIV ENCONTRO NACIONAL DA ANPUR, 2011, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, maio 2011.

_____. **A nova centralidade da metrópole**: da urbanização expandida à acumulação especificamente urbana. Tese (Doutorado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

_____. Do lugar do negócio à cidade como negócio. In: CARLOS, Ana Fani A; VOLOCHKO, Danilo; ALVAREZ, Isabel Pinto. **A cidade como negócio**. São Paulo: Contexto, 2015. p.13-41.

_____. Um ajuste na balança: a propriedade do solo urbano e uma tendência emergente. In: SUERTEGARAY, Dirce Maria Antunes (Org.). **Geografia e Conjuntura brasileira**. Rio de Janeiro: Consequência editora, 2017. p.213-248.


SILVA, Ailson Barbosa da. As velhas e novas periferias: o caso de Aldeia (Camargibe-PE). **Revista eletrônica da associação dos geógrafos brasileiros**, Três Lagoas/MS, n. 22,-ano 12, p. 9-26, nov. 2015.

SMITH, Neil. Toward a theory of gentrification: a back to the city movement by capital, not by people. **Journal of the American Planning Association**, v. 45, p. 538-548, 1979.

SOUZA, Marcelo Lopes de. **Fobópole**: o medo generalizado e a militarização da questão urbana. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

VOLOCHKO, Danilo. A moradia como negócio e a valorização do espaço urbano metropolitano. In: CARLOS, Ana Fani A; VOLOCHKO, Danilo; ALVAREZ, Isabel Pinto. **A cidade como negócio**. São Paulo: Contexto, 2015. p.97-120.

ANEXO A - RELAÇÃO DE CLIENTES x UNIDADE - JABOATÃO DOS GUARARAPES



RELAÇÃO DE CLIENTES X UNIDADE - ALPHAVILLE FRANCISCO BRENNAND - LOCALIZADOS EM JABOATÃO DOS GUARARAPES

PROPRIETÁRIO	QUADRA	LOTE	M ²	USO	ENDEREÇO	BAIRRO	CIDADE	UF	CEP
MARCELO PUNTEL DE OLIVEIRA	AA1	01	569,41	RESIDENCIAL	RUA DOS ESCULTORES, 597, AP. 31	CITY BOAÇAÇA	SÃO PAULO	SP	5469010
MARCELO MAYER VARELA	AA1	02	450,89	RESIDENCIAL	R. DR. JOÃO SANTOS FILHO 250 AP 3402	CASA FORTE	RECIFE	PE	52060615
MARCELO PUNTEL DE OLIVEIRA	AA1	03	467,14	RESIDENCIAL	RUA DOS ESCULTORES, 597, AP. 31	CITY BOAÇAÇA	SÃO PAULO	SP	5469010
FABIO KUCHKARIAN	AA1	04	471,59	RESIDENCIAL	RUA OROBO, 646	ALTO DE PINHEIROS	SÃO PAULO	SP	05466-030
ELADIO ALVES DE MOURA FILHO	AA1	05	461,65	RESIDENCIAL	RUA IURU 90 APARTAMENTO 182	VILA ANDRADE	SAO PAULO	SP	5716120
Alban Antiguidades Ltda E/OU	AA1	06	456,73	RESIDENCIAL	Av Conforto 02 lj 12 Praça d Tupinambas	Comercio	Salvador	BA	40015-230
ROBERTO ALBAN MARTINEZ	AA1	07	456,72	RESIDENCIAL	AV SETE DE SETEMBRO 2252 APARTAMENTO 401	VITORIA	SALVADOR	BA	40080001
FERNANDO VALENTE SIMOES	AA1	08	456,71	RESIDENCIAL	RUA WALDEMAR FALCAO 1495 AP 1201	BROTAS	SALVADOR	BA	40295001
JOÃO CARLOS SEVERINO DE CASTRO	AA1	09	453,86	RESIDENCIAL	AV MARCOS P DE U. RODRIGUES 1081 AP82-A	TAMBORE	BARBURI	SP	6460040



JOÃO CARLOS SEVERINO DE CASTRO	AA1	10	497,42	RESIDENCIAL	AV MARCOS P DE U. RODRIGUES 1081 AP82-A	TAMBORE	BARUERI	SP	6460040
FREDERICO GUSTAVO DA LUZ RIBEIRO	AA1	11	464,29	RESIDENCIAL	RUA AMARAJI, 80, APTO 1502	CASA FORTE	RECIFE	PE	52060440
FABIO MANUEL BRINÇO	AA1	12	464,29	RESIDENCIAL	R MONS EUGENIO VEIGA 98 AP 504	ITAIGARA	SALVADOR	BA	41815120
JOSE GOMES FREIRE	AA1	13	464,29	RESIDENCIAL	RUA JOAO DIAS MARTINS, 157 AP 802	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51540000
ORION DE QUEIROZ CARREIRA FILHO	AA1	14	473,45	RESIDENCIAL	PÇ AMAZONAS 123 AP 504 ED PITUBA MAR CON	PITUBA	SALVADOR	BA	41830380
SIRLEY ALVES BONFIM	AA1	15	553,86	RESIDENCIAL	RUA SETUBAL 1245 APARTAMENTO 1802	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	52011220
ANA MARIA DE SOBRAL MARQUES	AA1	16	484,42	RESIDENCIAL	R SETUBAL, 596, ap 1402	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51030010
RODRIGO SOBRAL MARQUES	AA1	17	484,63	RESIDENCIAL	RUA SETUBAL 596 APARTAMENTO 1402	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51030010
MARTINHO DINO MEDEIROS JUNIOR	AA1	18	490,24	RESIDENCIAL	R. PROF JULIO OLIVEIRA, 143 AP 101.	CIDADE UNIVERSI	RECIFE	PE	50800050
SOLON GALVAO DE MELO FILHO	AA1	19	463,52	RESIDENCIAL	RUA LAURINDO COELHO 245 APARTAMENTO 401	CASA FORTE	RECIFE	PE	52060340
RENATO SALDANHA LINS BAHIA	AA1	20	463,43	RESIDENCIAL	AV. ZACARIAS MONTEIRO, 913	TIROL	NATAL	RN	59015290



Dígema Participações Ltda E/OU	AA1	21	463,43	RESIDENCIAL	Estrada de Rodagem Atibaia, 800	Pinheirinho	Atibaia	SP	12940-970
Dígema Participações Ltda E/OU	AA1	22	450,97	RESIDENCIAL	Estrada de Rodagem Atibaia, 800	Pinheirinho	Atibaia	SP	12940-970
TANIA LEMOS CRUZ DE GOIS	AA1	23	456,97	RESIDENCIAL	RUA SEBASTIAO ALVES 171 APARTAMENTO 701	TAMARINEIRA	RECIFE	PE	52060100
JOAO FELIX DE LIMA FILHO	AA1	24	488,05	RESIDENCIAL	R DOM ESTEVAO BRIOSO, 29 ap 1103	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021430
MARIA CRISTINA FERREIRA FELIX	AA1	25	588,03	RESIDENCIAL	AV DR JOSE RUFINO, 2626	BARRO	RECIFE	PE	50900660
FABIO BIANCHINI VALLE	BB1	01	476,63	RESIDENCIAL	ALAMEDA CORAL, 80		SANTANA DE PARNALIBA	SP	6540265
FRANCISCO GILBERTO GUSMÃO	BB1	02	456,52	RESIDENCIAL	RUA ALEXANDRE DE GUSMÃO 74 COND SP II	CONDOMINIO SÃO	COTIA	SP	6706080
ALEKSANDRO DA SILVA OLIVEIRA	BB1	03	453,04	RESIDENCIAL	R CEL CAMISAO,253	OSVALDO CRUZ	SÃO CAETANO DO SUL	SP	9571020
RAIMUNDO RODRIGUES DE FREITAS	BB1	04	609,78	RESIDENCIAL	RUA SARGENTO WOLFF 204	AFOGADOS	RECIFE	PE	50830400
JOSE ADILSON PITA DE AZEVEDO	BB1	05	604,84	RESIDENCIAL	RUA URIEL PAES BARRETO, 53, AP 501	MADALENA	RECIFE	PE	50710800
ANTONIA DE MARIA MENDONÇA OLIVEIRA	BB1	06	610,18	RESIDENCIAL	RUA JACOBINA 45 APARTAMENTO 1402	GRAÇAS	RECIFE	PE	52011180



ANGELA MAYSÁ BARBOSA DE ARAUJO	BB1	07	520, 22	RESIDENCIAL	RUA DOUTOR FERNANDO ALLAIN 159 AP 603	ESPINHEIRO	RECIFE	PE	52021140
JOSÉ PARANHOS RIBEIRO DOS SANTOS	BB1	08	520, 19	RESIDENCIAL	AL. OLVIDADO 66 - ALPHA CONDE II		BARUERI	SP	6473070
DIOGENES MOYA RODRIGUES	BB1	09	469, 23	RESIDENCIAL	Rua Vitor Costa 822 ap 31	BOSQUE DA SAUDE	SÃO PAULO	SP	4150060
DIOGENES MOYA RODRIGUES	BB1	10	468, 56	RESIDENCIAL	Rua Vitor Costa 822 ap 31	BOSQUE DA SAUDE	SÃO PAULO	SP	4150060
FABIANO D AGOSTINHO	BB1	11	468, 72	RESIDENCIAL	Alameda dos Guaramomils 662 ap 22	PLANALTO PAULISTA	SÃO PAULO	SP	4076011
ALEXANDRE PIERI	BB1	12	469, 23	RESIDENCIAL	AVENIDA DOUTOR JULIO SOARES DE ARRUDA 52	PARQUE SAO QUIR	CAMPINAS	SP	13088300
TEREZINHA DANTAS CATAO	BB1	13	469, 10	RESIDENCIAL	RUA COM RENATO R COUTINHO, S/N AP 1301	ALTIPLANO	JOÃO PESSOA	PB	58046060
LIA CRISTINA PERES PANCAIA	BB1	14	496, 49	RESIDENCIAL	AL SEVILHA 158	ALPHAVILLE CONDE I	BARUERI	SP	6473082
CLOVIS ROBERTO RAMOS	BB1	15	546, 16	RESIDENCIAL	AV BERNARDO VIEIRA DE MELO 4535 AP 2202	PIEDADE	JABOATÃO DOS GUARARAPES	PE	54420620
FLAVIO BARBOSA DA SILVA	BB1	16	490, 05	RESIDENCIAL	RUA MJ. ARMANDO DE SOUZA NETO 303 AP 302	SETUBAL	RECIFE	PE	51130040
THOME GUSTAVO CALMON SANTOS	BB1	17	489, 58	RESIDENCIAL	RUA CEL. A RODRIGUES COELHO 508 AP 1502	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021130



MARTINHO DINO MEDEIROS JUNIOR	BB1	18	489,14	RESIDENCIAL	R. PROF JULIO OLIVEIRA, 143 AP 101	CIDADE UNIVERSI	RECIFE	PE	50800050
HELDER CAVALCANTI PEREIRA DE SA MARTINS	BB1	19	509,86	RESIDENCIAL	R. PROF. EVALDO ALTINO, 335	CORDEIRO	RECIFE	PE	50721180
CARLOS EDUARDO SILVA DE MELO	BB1	20	455,32	RESIDENCIAL	AVENIDA BEIRA RIO 55 AP 501	MADALENA	RECIFE	PE	50710100
ANTONIO VIEIRA DE BARROS NETO	BB1	21	455,24	RESIDENCIAL	AVENIDA CAXANGA 2965	CORDEIRO	RECIFE	PE	50721000
ANDREA PEDROSA HARAND	BB1	22	487,59	RESIDENCIAL	RUA D MIGUEL DE LIMA VALVERDE 88 AP 1001	ESPINHEIRO	RECIFE	PE	52020120
GERALDO ANTONIO DUARTE RIBEIRO	BB1	23	634,16	RESIDENCIAL	RUA MANOEL DE CARVALHO 262 AP 502	AFLITOS	RECIFE	PE	52050370
CRISTINA HARROP FONSECA DUARTE RIBEIRO	BB1	24	634,16	RESIDENCIAL	R PE BERNARDINO PESSOA, 663	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51020210
CLAUDIA FERREIRA DA COSTA	BB1	25	633,89	RESIDENCIAL	AV BOA VIAGEM 3804 AP 2701	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021000
FABIANA GOMES CABRAL DE SOUZA	BB1	26	451,40	RESIDENCIAL	PRAÇA DO DERBY 63 AP 101	DERBY	RECIFE	PE	52010140
DANIELE VASCONCELOS DE MEDEIROS ROCHA	BB1	27	451,40	RESIDENCIAL	Avenida Rui Barbosa 1122 ap 501	LAGOA NOVA	NATAL	RN	59056300
SUZANA PAULA PASCHOAL ANDRADE HERNANDEZ	BB1	28	517,48	RESIDENCIAL	RUA ALVES GUIMARAES 718 AP. 93	PINHEIROS	SÃO PAULO	SP	5410001



VALMOR RODRIGUES DORIA	CCI	01	624,76	RESIDENCIAL	AV BERNARDO VIEIRA DE MELO 4309 AP 1501	PIEDADE	JABOATAO DOS GUARARAPES	PE	54420010
VALMOR RODRIGUES DORIA	CCI	02	474,47	RESIDENCIAL	AV BERNARDO VIEIRA DE MELO 4309 AP 1501	PIEDADE	JABOATAO DOS GUARARAPES	PE	54420010
FERNANDO BRUNO DE ALBUQUERQUE	CCI	03	454,53	RESIDENCIAL	AL CAUAXI, 293	ALPHAVILLE INDUSTRIAL	BARUERI	SP	6454020
FERNANDO BRUNO DE ALBUQUERQUE	CCI	04	465,16	RESIDENCIAL	AL CAUAXI, 293	ALPHAVILLE INDUSTRIAL	BARUERI	SP	6454020
ROSELI RUDNICK UETA	CCI	05	491,80	RESIDENCIAL	RUA ALCIDES DA MOTA ZLOCOWICK 422	CANDEIAS	JABOATAO DOS GUARARAPES	PE	54450200
CONSTRUTORA REGO BARROS	CCI	06	555,61	RESIDENCIAL	Av João de Barros n 1350, sala 103	Epínhelro	RECIFE	PE	52021- 180
OLIMPIO VICENTE DA SILVA FILHO	CCI	07	594,60	RESIDENCIAL	R WARDONIO ALBUQUERQUE NASCIMENTO 140	VARZEA	RECIFE	PE	50741380
ARTHUR BRUNNO VILELA SILVA	CCI	08	638,76	RESIDENCIAL	AVENIDA HELIO FALCAO 323 AP 1302	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021070
JOSE GILBERTO CARNEIRO DOS SANTOS	CCI	09	702,83	RESIDENCIAL	R SETUBAL, 860 ap 401	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51030010
LUCILIO AVILA PESSOA JUNIOR	CCI	10	721,51	RESIDENCIAL	RUA JOAO DE LIMA 88	IPATINGA	RECIFE	PE	50670290
ELI ALVES DE OLIVEIRA	CCI	11	673,23	RESIDENCIAL	RUA GENERAL ABRU E LIMA 239 AP 1001	TAMARINEIRA	RECIFE	PE	52041040



EDMILSON BARBOSA DE ARAÚJO	CC1	12	603,67	RESIDENCIAL	AV HELIO FALCAO, 560 APTO 801	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021070
Queiroz Oliveira Com e Ind Ltda	CC1	13	562,00	RESIDENCIAL	Av Bernardo Vieira, 3100	Tirol	Natal	RN	59054-590
DANIELE VASCONCELOS DE MEDEIROS ROCHA	CC1	14	562,33	RESIDENCIAL	Avenida Rui Barbosa 1122 ap 501	LAGOA NOVA	NATAL	RN	59056300
ROBERTO RINALDO OLIVEIRA SANTOS FILHO	DD1	01	914,15	RESIDENCIAL	Rua Frei Leandro 70 apartamento 1601	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51011600
International Commerce Recife Ltda E/OU	DD1	02	742,16	RESIDENCIAL	Avenida Doutor Jose Rufino 13	Jiquia	Recife	PE	50771-600
PEDRO LUIS LEÃO DE ALMEIDA JUNIOR	DD1	03	653,49	RESIDENCIAL	RUA CLOVIS BEVILACQUA, 163, AP 102	MADALENA	RECIFE	PE	50710330
RITA MARIA CERQUEIRA DE AZEVEDO	DD1	04	468,17	RESIDENCIAL	AVORLANDO GOMES,S/N ASALLT2 CD VER PIATA	PIATA	SALVADOR	BA	41650010
PAULO ROBERTO DA CRUZ AZEVEDO	DD1	05	461,32	RESIDENCIAL	R. ENGENHEIRO ADEMAR FONTES,332/AP-404		SALVADOR	BA	41810710
ROBERTO DA SILVA ATHAYDE	DD1	06	461,32	RESIDENCIAL	CJ VEREDA DO SOL 110 CASA	PATAMARES	SALVADOR	BA	41680200
PEDRO HENRIQUE MARQUES DO ARAGAO	DD1	07	454,33	RESIDENCIAL	R. JOSÉ A TOURINHO DANTAS, 2340, CS 92	STELLA MARIS	SALVADOR	BA	41600090
LUIZ ALBERTO RIBEIRO RODRIGUES	DD1	08	480,39	RESIDENCIAL	AV. JORQUIM RIBEIRO, 740, MODULO A, CS 14	CAXANGÁ	RECIFE	PE	50980000



PAULO ANTONIO CORREA DE SOUZA FILHO	DD1	09	612,13	RESIDENCIAL	AV RUI BARBOSA, 845 ap 302	GRACAS	RECIFE	PE	52011040
PAULO CESAR DA SILVA DANTAS E/OU	DD1	10	719,72	RESIDENCIAL	RUA BRUNO MAIA 217 APARTAMENTO 1501	GRAÇAS	RECIFE	PE	52011110
FELIPE PARREIRAS HORTA QUEIROZ	DD1	11	742,30	RESIDENCIAL	AV BOA VIAGEM, 6166 / APTO 1801	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51011000
DOUGLAS DELAMAR ALVES	L1	01	522,76	RESIDENCIAL	RUA PROF AUGUSTO LINS SILVA, 824 AP 502	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51130130
PEDRO HENRIQUE MACIEL CAVALCANTI	L1	02	532,98	RESIDENCIAL	RUA ERNESTO DE PAULA SANTOS 1355 AP 1083	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021330
JORGE RICARDO DE LYRA REIS	L1	03	533,20	RESIDENCIAL	AV BERNARDO VIEIRA DE MELO 3883 AP 201	PIEDADE	JABOATÃO DOS GUARARAPES	PE	54420010
CICERO LANGE ARAUJO	L1	04	533,15	RESIDENCIAL	Rua General Abreu e Lima 239 ap 701	ROSARINHO	RECIFE	PE	52041040
FABIO BELO DE MORAIS	L1	05	533,12	RESIDENCIAL	R SIDERAL, 195	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51030630
FERNANDO JOSE SANTOS DE SOUZA	L1	06	533,09	RESIDENCIAL	AV BERNARDO VIEIRA DE MELO 2522 AP 501	PIEDADE	JABOATÃO DOS GUARARAPES	PE	54410010
ADRIANO DE AMORIM BARBOSA	L1	07	533,07	RESIDENCIAL	R GERVASIO FIORAVANTE, 87 ap 901	GRACAS	RECIFE	PE	52011030
JORGE RICARDO DE LYRA REIS	L1	08	533,06	RESIDENCIAL	AV BERNARDO VIEIRA DE MELO 3883 AP 201	PIEDADE	JABOATÃO DOS GUARARAPES	PE	54420010



International Commerce Recife Ltda E/OU	L1	09	537,59	RESIDENCIAL	Avenida Doutor Jose Rufino 13	Jiquia	Recife	PE	50771- 600
International Commerce Recife Ltda E/OU	L1	10	548,63	RESIDENCIAL	Avenida Doutor Jose Rufino 13	Jiquia	Recife	PE	50771- 600
IZABEL GONÇALO DA SILVA	L1	11	536,69	RESIDENCIAL	R PE CARAPUCEIRO,475 ap 204 A	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51020280
LUIZ GUILHERME DUBEUX PONTES	M1	01	637,83	RESIDENCIAL	RUA DE APIFUCOS 317 APARTAMENTO 501	APIFUCOS	RECIFE	PE	52071000
LUIZ GUILHERME DUBEUX PONTES	M1	02	566,85	RESIDENCIAL	RUA DE APIFUCOS 317 APARTAMENTO 501	APIFUCOS	RECIFE	PE	52071000
LUIZ GUILHERME DUBEUX PONTES	M1	03	575,56	RESIDENCIAL	RUA DE APIFUCOS 317 APARTAMENTO 501	APIFUCOS	RECIFE	PE	52071000
International Commerce Recife Ltda E/OU	M1	04	729,80	RESIDENCIAL	Avenida Doutor Jose Rufino 13	Jiquia	Recife	PE	50771- 600
MARCELA OLIVEIRA CÂNCIO FIGUEIREDO	M1	05	874,06	RESIDENCIAL	RUA JOAO RAMOS 285 APARTAMENTO 1701	GRAÇAS	RECIFE	PE	52011080
JOSE JANGUIE BEZERRA DINIZ	M1	06	1.000,36	RESIDENCIAL	AVENIDA BOA VIAGEM 4660 APARTAMENTO 1901	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021000
International Commerce Recife Ltda E/OU	M1	07	861,35	RESIDENCIAL	Avenida Doutor Jose Rufino 13	Jiquia	Recife	PE	50771- 600
IZABEL GONÇALO DA SILVA	M1	08	546,90	RESIDENCIAL	R PE CARAPUCEIRO, 475 ap 204 A	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51020280



RICARDO CESAR DE AGUIAR	M1	09	504,36	RESIDENCIAL	RUA TENENTE JOAO CICERO 712 AP 3002	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	5102019C
RICARDO CESAR DE AGUIAR	M1	10	1.102,29	RESIDENCIAL	RUA TENENTE JOAO CICERO 712 AP 3002	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	5102019C
DORIVAL DA SILVA ALMEIDA FILHO	M1	11	753,08	RESIDENCIAL	R DR VICENTE MEIRA 180 APARTAMENTO 1204	GRAÇAS	RECIFE	PE	5202013C
EUGENIO PEREIRA LIMA FILHO	M1	12	860,01	RESIDENCIAL	AV VISCONDE DE JEQUITINHONHA 2544 AP 802	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	5102119C
FRANCISCO GERMANO BATISTA DA SILVA	N1	01	625,13	RESIDENCIAL	R.BARÃO DO TRIUNFO 142, AP 244,	BROOKLIN NOVO	SAO PAULO	SP	460200C
RONALDO JORGE FRANÇA DA SILVA	N1	02	496,77	RESIDENCIAL	RUA OLINDA MARIA DA SILVA 85	CORDEIRO	RECIFE	PE	50721190
ANISIO DE OLIVEIRA MARTINS	N1	03	485,41	RESIDENCIAL	ALAMEDA MONACO 60	ALPHAVILLE RESI	BARUERI	SP	6474310
ANISIO DE OLIVEIRA MARTINS	N1	04	473,23	RESIDENCIAL	ALAMEDA MONACO 60	ALPHAVILLE RESI	BARUERI	SP	6474310
MARCUS VINICIUS HOLANDA TEIXEIRA	N1	05	460,57	RESIDENCIAL	R CONDE DE IRAJA, 330 ap 1104	TORRE	RECIFE	PE	50710310
RENATO DONIZETTI TEIXEIRA	N1	06	504,48	RESIDENCIAL	AV PROF JOAQUIM RIBEIRO, 740 MOD A CS 14	VARZEA	RECIFE	PE	50980000
Jals Empreendimentos e Participações Ltd E/OU	N1	07	621,28	RESIDENCIAL	Rua Irmã Maria David 155 ap 2501	Casa Forte	Recife	PE	52061-070



MARCELO BRUNO UCHOA MULLER DE CAMPOS	N1	08	457,92	RESIDENCIAL	R. SETUBAL, 812 APT 101	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51030010
JOSE DE BARROS PEREIRA NETO	N1	09	454,94	RESIDENCIAL	RUA NAVEGANTES 169 APARTAMENTO 503	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021010
CYNTIA FERNANDA COELHO DOS SANTOS	N1	10	462,66	RESIDENCIAL	AVENIDA BEIRA MAR 2088 APARTAMENTO 202	PIEDADE	JABOATAO DOS GUARARAPES	PE	54410000
JOSE CLAUDIO MARQUES GOMES	N1	11	457,39	RESIDENCIAL	RUA SANTA ELIAS 433 APARTAMENTO 1101	ESPINHEIRO	RECIFE	PE	52020090
MUCIO LUIZ FERREIRA CINTRA	N1	12	467,85	RESIDENCIAL	RUA FELIX DE BRITO E MELO 658 AP 1402	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51020260
MANOEL COELHO MORAES	N1	13	562,06	RESIDENCIAL	RUA PADRE CARAPUCEIRO 317 AP 31	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51020280
DAGOBERTO FELIX D ALMEIDA GUEDES	N1	15	780,76	RESIDENCIAL	R Dr Ulisses Lins de Albuquerque 132		JABOATAO DOS GUARARAPES	PE	54310002
WALDYR LEOPOLDINO CAVALCANTI JUNIOR	N1	16	477,23	RESIDENCIAL	RUA DOM JOSE LOPES 626 APARTAMENTO 1002	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021370
RODRIGO CALHEIROS DORIA	N1	17	468,27	RESIDENCIAL	AV BERNARDO V DE MELO, 4309 ap 1501	PIEDADE	JABOATAO DOS GUARARAPES	PE	54420010
VALNOR CALHEIROS DORIA	N1	18	465,87	RESIDENCIAL	AV BERNARDO VIEIRA DE MELO 4309 AP 1501	PIEDADE	JABOATAO DOS GUARARAPES	PE	54420010
VALNOR CALHEIROS DORIA	N1	19	487,34	RESIDENCIAL	AV BERNARDO VIEIRA DE MELO 4309 AP 1501	PIEDADE	JABOATAO DOS GUARARAPES	PE	54420010



RICARDO COSTA CAVALCANTI	N1	20	474,32	RESIDENCIAL	R PROF ANUNCIADA DA ROCHA MELO 97 AP 602	MADALENA	RECIFE	PE	50710390
TARCISIO RIBEIRO DE ALBUQUERQUE FILHO	N1	21	604,40	RESIDENCIAL	AV ENG DOMINGOS FERREIRA 4060 SL 503	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51020040
ANA ERIKA WANDERLEY BELO FREITAS	01	01	635,43	RESIDENCIAL	RUA CARLOS PEREIRA FALCAO 826 AP 2301	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021350
BENTO HERCULANO DUARTE NETO	01	02	506,47	RESIDENCIAL	AV JUVENAL LAMARTINE, 18 AP 1401	TIROL	NATAL	RN	59022020
PEDRO GUSTAVO MACIEL CAVALCANTI	01	03	515,67	RESIDENCIAL	RUA ERNESTO DE PAULA SANTOS 1355 AP 1003	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021330
RICARDO ANDRE FARIAS CAETANO	01	04	528,94	RESIDENCIAL	R JOSE DE ALENCAR, 755	BOA VISTA	RECIFE	PE	50070030
MARIA ANTONIETA LYNCH DE MORAES	01	05	532,52	RESIDENCIAL	AVENIDA LUIZ ANTONIO ARAUJO 770 CASA 01	DOIS IRMAOS	RECIFE	PE	52171130
DULCIRLEIDE MACEDO DE ARAUJO	01	06	526,10	RESIDENCIAL	RUA AMAURI DE MEDEIROS 110 AP 1003	DERBY	RECIFE	PE	52010120
DAGOBERTO FELIX D ALMEIDA GUEDES	01	07	531,65	RESIDENCIAL	R Dr Ulisses Lins de Albuquerque 132		JACOBATAO DOS GUARARAPES	PE	54310002
JOSE CARLOS PAPARELLI	01	08	544,40	RESIDENCIAL	AV. RUI BARBOSA 264 APARTAMENTO 404	GRAÇAS	RECIFE	PE	52011004
JACQUES DE PAULA ZARZAR	01	09	594,52	RESIDENCIAL	RUA QUARENTA E OITO 895 AP 1404	ENCRUZILHADA	RECIFE	PE	52050390



Oasis Alimentos Ltda E/OU	P1	01	1.170,93	RESIDENCIAL	RJose Alberto Brazao Ferreira 103 gal U	Paratibe	Paulista	PE	53409-830
RUTE HELENA GUEIROS VITALINO	P1	02	927,19	RESIDENCIAL	AV CONS ROSA E SILVA 707 APARTAMENTO3101	AFLITOS	RECIFE	PE	52020220
PAULO JOSE GARCIA	P1	03	589,45	RESIDENCIAL	AV BERNARDO VIEIRA DE MELO 520 AP 1201	PIEDADE	JABOATAO DOS GUARARAPES	PE	54400000
Oasis Alimentos Ltda E/OU	P1	04	526,75	RESIDENCIAL	RJose Alberto Brazao Ferreira 103 gal U	Paratibe	Paulista	PE	53409-830
Oasis Alimentos Ltda E/OU	P1	05	578,58	RESIDENCIAL	RJose Alberto Brazao Ferreira 103 gal U	Paratibe	Paulista	PE	53409-830
LUIZ PASCOAL DOS ANJOS	P1	06	627,74	RESIDENCIAL	RUA DEPUTADO CUNHA RABELO 110 AP 303	CIDADE UNIVERSI	RECIFE	PE	50740400
IVAN COSTA DE MELO	P1	07	1.044,41	RESIDENCIAL	Rua Imperial, 1006	SAC JOSE	RECIFE	PE	50090110
Ricardo Henrique Viana Rocha -Me E/OU	Q1	01	844,87	RESIDENCIAL	Rua da Esperanca s/n°	Porto de Galinhas	Ipojuca	PE	55590-000
JULIANA GONÇALVES C DE ALBUQUERQUE	Q1	02	626,78	RESIDENCIAL	R NETO DE MENDONÇA 165 APARTAMENTO 1504	TAMARINEIRA	RECIFE	PE	52050100
PEDRO ANTONIO CAVALCANTI CORREA DE SOUZA	Q1	03	532,29	RESIDENCIAL	R AFONSO PENNA,207	SANTO AMARO	RECIFE	PE	50050130
HILDA ARUJO VIEIRA DA CUNHA	Q1	04	533,21	RESIDENCIAL	AVENIDA BOA VIAGEM 1590 APARTAMENTO 402	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51111000



VIRGILIO AUGUSTO DE SA PEREIRA	Q1	05	534,06	RESIDENCIAL	RUA GENERAL AGUIAR 135	CASA FORTE	RECIFE	PE	52060300
CLOVIS ROBERTO RAMOS	Q1	06	522,94	RESIDENCIAL	AV BERNARDO VIEIRA DE MELO 4535 AP 2202	PIEDADE	JABOATAO DOS GUARARAPES	PE	54420620
MANOEL VICENTE DA SILVA NETO	R1	01	809,73	RESIDENCIAL	AV GETULIO VARGAS 1200 APARTAMENTO 103	SANTA CRUZ	CARPINA	PE	55815110
NAIRA LUNA CANDIDO IKEDA	R1	02	874,66	RESIDENCIAL	AV MINISTRO MARCOS FREIRE 2258 AP 1401	CASA CALADA	OLINDA	PE	53130410
Levinbuk Viagens e Turismo Ltda - ME. E/OU	R1	03	675,39	RESIDENCIAL	Al Boidro s/n Caika Postal 65	Agua Claras	Fernando de Noronha	PE	53990- 000
LUIZ VIEIRA E SILVA FILHO	R1	04	604,20	RESIDENCIAL	R DES CELIO DE CASTRO MONTENE 32 AP 1002	MONTEIRO	RECIFE	PE	52070008
REGINA BEZERRA MOTA	R1	05	604,93	RESIDENCIAL	AVENIDA GETULIO VARGAS 746 AP 1301	PETRÓPOLIS	NATAL	RN	59013360
DARIO TAVARES DE ARAUJO	R1	06	658,87	RESIDENCIAL	AVENIDA GENERAL MANUEL RABELO 373	ENGENHO VELHO	JABOATAO DOS GUARARAPES	PE	54160000
ANTONIO CARVALHO DE BARROS LIRA	S1	01	1.544,35	RESIDENCIAL	AVENIDA CONS ROSA E SILVA 707 AP 3102	AFLITOS	RECIFE	PE	52020220
JOAO BOSCO AZEVEDO CALDAS	S1	02	768,57	RESIDENCIAL	RUA PITUBA, 17	IPUTINGA	RECIFE	PE	50670280
CARLOS TADEU BARRETTO DE SOUZA LIMA	S1	03	607,51	RESIDENCIAL	RUA CAIUBI, 324 APT. 133	PERDIZES	SÃO PAULO	SP	5010000



JOSEH ANTONIO DE OLIVEIRA TAVORA E/OU	S1	04	608,75	RESIDENCIAL	R URIEL PAES BARRETO 53 APARTAMENTO 901	MADALENA	RECIFE	PE	50710500
MARIA EDUARDA VELOSO CHAVES FERREIRA	S1	05	609,76	RESIDENCIAL	RUA IRMA LUCIA 112 AP 301	CASA FORTE	RECIFE	PE	52070030
COFE Empreendimentos Ltda E/OU Dayse AEPLI	S1	06	712,01	RESIDENCIAL	Av. Boa Viagem, nº 1.628 apto 801	Boa Viagem	Recife	PE	51111-000
IGOR BARROS DOS SANTOS	T1	01	611,15	RESIDENCIAL	AV DEZESETE DE AGOSTO,2483 ap 1202	CASA FORTE	RECIFE	PE	52061540
MISAEEL XAVIER ARANTES	T1	02	508,87	RESIDENCIAL	RUA AMAZONAS 154 APARTAMENTO 201	PINA	RECIFE	PE	51011020
GENILDO GOMES PEREIRA	T1	03	508,87	RESIDENCIAL	R GUEDES PEREIRA, 105 APTO 1002	PARNAMIRIM	RECIFE	PE	52060150
RENATO PIRES DE LUCCA	T1	04	508,87	RESIDENCIAL	RUA CONDE DE IRAJÁ 330 AP 401	TORRE	RECIFE	PE	50710310
RENATO PIRES DE LUCCA	T1	05	508,87	RESIDENCIAL	RUA DOUTOR MANOEL A. B. DE ARAUJO 500	PONTA NEGRA	NATAL	RN	59090430
GILBERTO VALTER DE MORAIS MOURA	T1	06	508,87	RESIDENCIAL	RUA DOUTOR MANOEL A. B. DE ARAUJO 500	PONTA NEGRA	NATAL	RN	59090430
BRUNA DUTRA COSTA	T1	07	508,87	RESIDENCIAL	R CONSELHEIRO PORTELA 109 APARTAMEN1501	ESPINHEIRO	RECIFE	PE	52020030
	T1	08	508,87	RESIDENCIAL	RUA CONSELHEIRO PORTELA 275 AP 1701	ESPINHEIRO	RECIFE	PE	52020030



ROSEANE ALVES DE ANDRADE	T1	09	704,74	RESIDENCIAL	R FRANCISCO DA CUNHA, 142 ap 1402	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51020041
MARIA DAS DORES NOGUEIRA CRUZ	U1	01	569,92	RESIDENCIAL	RUA MUNIZ TAVARES 81 APARTAMENTO 101	JAQUEIRA	RECIFE	PE	52050170
MONICA VIANA CORDEIRO DO NASCIMENTO	U1	02	593,20	RESIDENCIAL	RUA FELIX DE BRITO E MELO 425 AP 204	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51020260
ALEXANDRE J VIVEIROS FONTOURA DE ANDRADE	U1	03	591,02	RESIDENCIAL	RUA XAVIER MARQUES 209 APARTAMENTO 201	GRAÇAS	RECIFE	PE	52050230
HELDER SOUSA MELO	U1	04	593,53	RESIDENCIAL	RUA FLORIANO PEIXOTO 482	CENTRO	TIMBAUBA	PE	55870000
MARCOS AURELIO TAVARES LOEFS	U1	05	593,95	RESIDENCIAL	R COR ANIZIO RODRIGUES COELHO 527 AP 701	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021130
ADAURY OLIVEIRA GOMES JUNIOR	U1	06	586,95	RESIDENCIAL	RUA JOAQUIM MARQUES DE JESUS 86 AP 601	PIEDADE	JABOATÃO DOS GUARARAPES	PE	54420240
FRANCISCO PIRES BRAGA FILHO	U1	07	600,95	RESIDENCIAL	RUA SETUBAL 1245 AP 1102	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51130010
MARIA ELIZABETE BARROS DOS SANTOS	U1	08	555,67	RESIDENCIAL	RUA AMAZONAS 154 AP 201	PINA	RECIFE	PE	51011020
ADAURY OLIVEIRA GOMES JUNIOR	U1	09	555,68	RESIDENCIAL	RUA JOAQUIM MARQUES DE JESUS 86 AP 601	PIEDADE	JABOATÃO DOS GUARARAPES	PE	54420240
GILSON DE BARROS CIDRIM	U1	10	530,51	RESIDENCIAL	RUA FELICIANO GOMES 342	DERBY	RECIFE	PE	52010240



Proritmo Assessoria e Consul Médica Ltda E/OU	U1	11	530,51	RESIDENCIAL	Rua TEOFILO DE FREITAS 110 APT 501	DERBI	Recife	PE	52010-190
ISABELLA VELOSO CHAVES FERREIRA MALTA	U1	12	530,51	RESIDENCIAL	RUA ABELARDO 90 AP 304	GRAÇAS	RECIFE	PE	52050310
CARLOS AFONSO MENDES	U1	13	530,51	RESIDENCIAL	RUA PROFESSOR JOSE BRANDAO 269 AP 1301	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51020180
MARIA FERNANDA VELOSO CHAVES FERREIRA	U1	14	532,19	RESIDENCIAL	RUA IRMA LUCIA 112 AP 301	CASA FORTE	RECIFE	PE	52070030
JHONY WILLIAM DE ALMEIDA BRITO	U1	15	532,45	RESIDENCIAL	RUA RAIMUNDO CHAVES 1652 CASA 15	LAGOA NOVA	NATAL	RN	59064390
MARCOS SALVATORI	U1	16	530,99	RESIDENCIAL	RUA FRANCISCO DA CUNHA 1910 AP 1302	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51020041
JOAO RODRIGUES DE BRITO	U1	17	556,06	RESIDENCIAL	R RAIMUNDO CHAVES-COND WEST PARK B 1652C	LAGOA NOVA	NATAL	RN	59000000
ELBE TENORIO MACIEL	V1	01	528,02	RESIDENCIAL	AV MINISTRO MARCOS FREIRE 3863 AP 601	CASA CATADA	OLINDA	PE	53130540
ULISSES JOSE MENDES SOUTO PINTO	V1	02	451,91	RESIDENCIAL	RUA BELMONTE 149 AP 101	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51030490
BRUNA DUTRA COSTA	V1	03	451,90	RESIDENCIAL	RUA CONSELHEIRO FORTELA 275 AP 1701	ESPINHEIRO	RECIFE	PE	52020030
ANTONIO HENRIQUE JALFIM NETO	V1	04	451,90	RESIDENCIAL	RUA DEP PEDRO PIRES FERREIRA 325 AP 1103	GRAÇAS	RECIFE	PE	52050480



GERALDO COSTA DE AMORIM JUNIOR	V1	05	452,40	RESIDENCIAL	AVENIDA BOA VIAGEM 6500 AP 201-A	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51130000
HERMAMO JOSE DE LIMA BARBOSA	V1	06	452,39	RESIDENCIAL	AVENIDA BOA VIAGEM 5740 APTO 1402	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51030000
FENELON MOREIRA DA SILVA SANTOS	V1	07	452,39	RESIDENCIAL	RUA ALFREDO FERNANDES 200	CASA FORTE	RECIFE	PE	52060320
PAULO CHUNG	V1	08	452,39	RESIDENCIAL	RUA BALTAZAR PASSOS 260 APARTAMENTO 2001	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51130290
SOLON GALVAO DE MELO FILHO	V1	09	452,39	RESIDENCIAL	RUA LAURINDO COELHO 245 APARTAMENTO 401	CASA FORTE	RECIFE	PE	52060340
JOSE RODRIGUES LAUREANO FILHO	V1	10	510,00	RESIDENCIAL	AV VIS JEQUITINHONHA, 1144 51 906	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51030020
CAMILA WIEDEMANN VEIGA	W1	01	625,37	RESIDENCIAL	RUA LEON HELMER 54 AP 603	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51030370
CAMILA WIEDEMANN VEIGA	W1	02	551,97	RESIDENCIAL	RUA LEON HELMER 54 AP 603	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51030370
CAMILA WIEDEMANN VEIGA	W1	03	549,06	RESIDENCIAL	RUA LEON HELMER 54 AP 603	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51030370
PATRICIA MAYER VARELA	W1	04	548,90	RESIDENCIAL	RUA SEBASTIAO ALVES 201 AP 1202	PARNAMIRIM	RECIFE	PE	52060100
PATRICIA MAYER VARELA	W1	05	549,45	RESIDENCIAL	RUA SEBASTIAO ALVES 201 AP 1202	PARNAMIRIM	RECIFE	PE	52060100



LISIANE DOBBERTIN	W1	06	549,83	RESIDENCIAL	RUA BARAO DE AMARAGI 692	PIEDADE	JABOATAO DOS GUARARAPES	PE	54400180
EDUARDO FERREIRA DE CARVALHO	W1	07	550,43	RESIDENCIAL	RUA ESTRELA 105 AP 1701	CASA AMARELA	RECIFE	PE	52060160
UBIRAJARA BEZERRA DOS SANTOS	W1	08	562,25	RESIDENCIAL	RUA SETUBAL 1245 AP 902	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51030010
EDVALDO MARTINIANO DE LUNA	W1	09	633,48	RESIDENCIAL	ESTRADA DAS UBAIAS 419 APARTAMENTO 1401	CASA FORTE	RECIFE	PE	52061080
FABIA DE OLIVEIRA LUNA	W1	10	515,38	RESIDENCIAL	RUA ARNAUD DE HOLANDA, 54B AP 201	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021170
ANTONIO JOSE DE ANDRADE	W1	11	554,50	RESIDENCIAL	AVENIDA BOA VIAGEM 5450 AP 1301	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021000
ANTONIO JOSE DE ANDRADE	W1	12	554,91	RESIDENCIAL	AVENIDA BOA VIAGEM 5450 AP 1301	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021000
CARLOS AFONSO MENDES	W1	13	588,90	RESIDENCIAL	RUA PROFESSOR JOSE BRANDAO 269 AP 1301	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51020180
SILVANA DE ALBUQUERQUE QUEIROZ	W1	14	597,77	RESIDENCIAL	RUA SETUBAL 1030/1401	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51030010
Arizona Fomento Mercantil Ltda E/OU	W1	15	648,35	RESIDENCIAL	Av Fernando Simoes Barbosa 874 sala 601	Boa Viagem	Recife	PE	51021-060
LEILA CASTELO BRANCO MATUTINO CARVALHO	W1	16	873,27	RESIDENCIAL	AV VIS JEQUITINHONHA, 850 ap 402	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021190



PATRICIA LANE LOPES DE OLIVEIRA	X1	01	544,41	RESIDENCIAL	RUA DO ESPINHEIRO, 360, AP 1002	ESPINHEIRO	RECIFE	PE	50010360
PEDRO HENRIQUE MACIEL CAVALCANTI	X1	02	474,74	RESIDENCIAL	RUA ERNESTO DE PAULA SANTOS 1355 AP 1083	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021330
ADOLFO MESQUITA NETO	X1	03	477,32	RESIDENCIAL	AVENIDA PRUDENTE DE MORAIS 1624	TIROL	NATAL	RN	59020400
FERNANDO BRITO DE ALBUQUERQUE MARANHÃO	X1	04	477,32	RESIDENCIAL	RUA IRMA LUCIA 112 AP 1601	CASA AMARELA	RECIFE	PE	52070030
DINILDA DINIZ DE CARVALHO FERRAZ	X1	05	477,32	RESIDENCIAL	EST DE ALDEIA km14 cs 86 cond Casa grd	ALDEIA	CAMARAGIBE	PE	54783010
NILCE MARIA ABREU WANDERLEY	X1	06	477,32	RESIDENCIAL	AV. FERNANDO SIMOES BARBOSA, 1080 AP 401	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021060
MARCOS ZAMORA KATTAH	X1	07	477,32	RESIDENCIAL	RUA DONA MAGINA PONTUAL 147	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021510
CELIANA RODRIGUES RIBEIRO	X1	08	474,36	RESIDENCIAL	AV BERNARDO V DE MELO, 4309 ap 1402	CANDEIAS	JABOATÃO DOS GUARARAPES	PE	54450020
KELMA VIRGINIA BERNARDES ORY	X1	09	474,04	RESIDENCIAL	RUA FRANÇA PEREIRA 115 AP 1903	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51111150
EGIVALDO JORDAO DE VASCONCELOS	X1	10	473,79	RESIDENCIAL	RUA MANOEL DE CARVALHO 287 AP 402	AFELITOS	RECIFE	PE	52050370
OSMAR BASSO	X1	11	473,92	RESIDENCIAL	RUA DALIA, 74 AP 1902	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021904



RENATO MONTEIRO VICTOR	X1	12	474,02	RESIDENCIAL	RUA GENERAL ABREU DE LIMA 239 AP 401	TAMARINHEIRA	RECIFE	PE	52041040
JEANNE KARLIA OLIVEIRA BARBOSA	X1	13	530,42	RESIDENCIAL	RUA HELIO FALCÃO 355 AP 1302	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021070
JOAO ALBERTO TENORIO SALVIANO	Y1	01	475,77	RESIDENCIAL	AV. RECIFE 5700	ESTANCIA	RECIFE	PE	50781000
ADRIANA ALVES DA SILVA OLIVEIRA	Y1	02	473,80	RESIDENCIAL	RUA SETUBAL 1245 AP 602	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51130010
LEONARDO LEAL ALMEIDA	Y1	03	471,62	RESIDENCIAL	RUA AMARAJI 80 APARTAMENTO 1401	CASA FORTE	RECIFE	PE	52060440
PAULO CESAR SAMPALO DE TOLEDO	Y1	04	471,62	RESIDENCIAL	ALAMEDA POLÔNIA, 118	ALPHAVILLE RESIDENCIAL UM	BARUERI	SP	6474110
PAULO CESAR SILVEIRA DE TOLEDO	Y1	05	473,80	RESIDENCIAL	ALAMEDA DAS ARTEMÍSTAS, 75	RESIDENCIAL CINCO (ALPHAVILLE)	SANTANA DE PARNAIBA	SP	6539225
PABLO GUSTAVO ALBUQUERQUE BRAZ E SILVA	Y1	06	473,76	RESIDENCIAL	R. ALZIRA HIPÓLITO DOS SANTOS, 164, CS16	GRANJA DOS CAVALEIROS	MACAÉ	RJ	27933190
OLAVO PACHECO DE ALMEIDA SAMPALO NETO	Y1	07	471,31	RESIDENCIAL	AVENIDA VITOR CIVITA 235 CASA 113	TAMBORÉ 4	SANTANA DE PARNAIBA	SP	6544072
SILVIA EMILIA LAURIA GONÇALVES	Y1	08	480,49	RESIDENCIAL	RUA PARATIBA 1451 AP 1302	ADRIANOPOLIS	MANAUS	AM	69057021
JOSÉ HENRIQUE COELHO DIAS DA SILVA	Y1	09	546,29	RESIDENCIAL	R FRANCISCO DA CUNHA, 142 apl701	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51020050



BENTO HERCULANO DUARTE NETO	Y1	10	452,95	RESIDENCIAL	AV JUVENAL LAMARTINE, 18 AP 1401	TIROL	NATAL	RN	59022020
JOSE FERNANDO DE MORAES AFONSO	Y1	11	451,45	RESIDENCIAL	AV CONSELHEIRO AGUIAR 1950 AP 101	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51111011
ULISSES ALBUQUERQUE MONTARROIS	Y1	12	457,65	RESIDENCIAL	RUA PADRE LEANDRO CAMELO 67 AP 1501	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51130250
MANOEL CORREIA DE OLIVEIRA ANDRADE NETO	Y1	13	459,15	RESIDENCIAL	RUA DE APEUCOS 117 AP 401	APEUCOS	RECIFE	PE	52071000
ROSALY MORAES MARQUES LINS	Y1	14	459,64	RESIDENCIAL	AVENIDA BOA VIAGEM 4160 AP 902	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021000
FERNANDO ANTONIO ANDRADE DE OLIVEIRA	Y1	15	459,15	RESIDENCIAL	R MARQUES DE VALENÇA 213 APARTAMENTO 202	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021500
RENATO SALDANHA LINS BAHIA	Y1	16	457,65	RESIDENCIAL	AV. ZACARIAS MONTEIRO, 913	TIROL	NATAL	RN	59015290
OLINDO RIBEIRO FILHO	Y1	17	569,54	RESIDENCIAL	RUA DO FUTURO, 1200 AP 2502	JAQUEIRA	RECIFE	PE	52050020
Cozumel - Administração de Bens Ltda. E/OU	Z1	01	885,90	RESIDENCIAL	Rua Marquês de Valença, 666	Boa Viagem	Recife	PE	51021-500
VIRGINIA MALTA CANAVARRO	Z1	02	806,02	RESIDENCIAL	AV. BOA VIAGEM, 4364 AP 1204	RECIFE ANTIGO	RECIFE	PE	51021000
FERNANDO FURTADO NETO	Z1	05	688,21	RESIDENCIAL	AV. VISCONDE DE JEQUITINHONHA, 850 AP402	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51030021



PLINIO ROGERIO BEZERRA E SÁ	Z1	06	571,06	RESIDENCIAL	R POETA ZEZITO NEVES 38 APARTAMENTO 1102	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51020200
ADAURY OLIVEIRA GOMES JUNIOR	Z1	07	716,88	RESIDENCIAL	RUA JOAQUIM MARQUES DE JESUS 86 AP 601	PIEDADE	JABOATÃO DOS GUARARAPES	PE	54420240
ROMULO DE ALBUQUERQUE MIRANDA	Z1	08	677,84	RESIDENCIAL	RUA SANTANA, 102 AP 1501	CASA FORTE	RECIFE	PE	52060460
MARTHA ROSSITER DE LEMOS VASCONCELOS	Z1	09	754,85	RESIDENCIAL	RUA DOS NAVEGANTES 293 APT 1601	BOA VIAGEM	RECIFE	PE	51021010