



Cuadernos de Geografía - Revista
Colombiana de Geografía

ISSN: 0121-215X

miduquef@unal.edu.co

Universidad Nacional de Colombia
Colombia

Carvalho Bandeira, Ângelica; Kneib, Erika Cristine
Polos geradores de viagens e seus impactos na paisagem urbana: um estudo sobre o
impacto de um ShoppingCenter em Goiânia - GO (Brasil)
Cuadernos de Geografía - Revista Colombiana de Geografía, vol. 26, núm. 1, enero-junio,
2017, pp. 187-200
Universidad Nacional de Colombia
Bogotá, Colombia

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281849515013>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica
Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Polos geradores de viagens e seus impactos na paisagem urbana: um estudo sobre o impacto de um *Shopping Center* em Goiânia - GO (Brasil)

Ângelica Carvalho Bandeira*

Erika Cristine Kneib**

Universidade Federal de Goiás, Goiás - Brasil

Resumo

Considerando que os Polos Geradores de Viagens (PGVs) são empreendimentos ou atividades com porte e escala capazes de produzir grande fluxo de viagens e gerar significativos impactos nas cidades brasileiras contemporâneas, este artigo visa desenvolver um procedimento de análise da paisagem urbana imediata impactada por tais empreendimentos ou atividades. Para tanto, são extraídos, de um referencial teórico relacionado, atributos que compõem a paisagem urbana e que, logo, possibilitam avaliar o seu estado, direcionar soluções mitigadoras aos aspectos negativos, auxiliar na projeção de cenários desejáveis e, ainda, ser um instrumento de apoio ao Estudo de Impacto de Vizinhança (EIV). Para verificar a aplicabilidade do procedimento, este foi empregado no shopping center Passeio das Águas, em Goiânia (GO, Brasil).

Palavras-chave: estudo de impacto de vizinhança, paisagem urbana, polos geradores de viagens, shopping center.



DOI: [dx.doi.org/10.15446/rcdg.v26n1.49738](https://doi.org/10.15446/rcdg.v26n1.49738)

RECIBIDO: 15 DE MARÇO DE 2015. ACEPTADO: 30 DE SETEMBRO DE 2015.

Artigo de investigación sobre polos generadores de viajes y sus impactos en el paisaje urbano, presentando un estudio sobre el impacto de un centro comercial en Brasil.

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO: Bandeira, Ângelica Carvalho, y Erika Cristine Kneib. 2017. "Polos geradores de viagens e seus impactos na paisagem urbana: um estudo sobre o impacto de um *Shopping Center* em Goiânia - GO (Brasil)." *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía* 26 (1): 187-200. doi: 10.15446/rcdg.v26n1.49738.

* Endereço postal: Faculdade de Artes Visuais, Avenida Esperança, s/n, Câmpus Samambaia, CEP: 74690-900.
Correio eletrônico: angelica.arqufg@gmail.com

** Correio eletrônico: erikakneib@ufg.br

Polos generadores de viajes y sus impactos en el paisaje urbano: un estudio sobre el impacto de un centro comercial en Goiânia (GO, Brasil)

Resumen

Al tener en cuenta que los Polos Generadores de Viajes (PGVs) son equipamientos o actividades con una capacidad para producir gran flujo de viajes y generar significativos impactos en las ciudades brasileñas contemporáneas, el artículo tiene como fin desarrollar un procedimiento de análisis del paisaje urbano inmediato impactado por tales emprendimientos o actividades. Para ello, se extraen, de un referencial teórico relacionado, los atributos que componen el paisaje urbano y que, luego, posibilitan evaluar su estado, direccionar soluciones mitigadoras a los aspectos negativos auxiliar en la proyección de escenarios deseables y, aun, ser un instrumento de apoyo al Estudio de Impacto de Vecindad (EIV). Para verificar la aplicabilidad del procedimiento, este se ha empleado en el Centro Comercial Passeio das Águas, en Goiânia (GO, Brasil).

Palabras clave: estudio de impacto de vecindad, paisaje urbano, polos generadores de viajes, centro comercial.

Travel Generator Poles and their Impacts on Urban Landscape: A Study on the Impact of one Shopping Center in Goiânia (GO, Brazil)

Abstract

Travel Generator Poles (TGP) are facilities and activities with size and scale capable of producing large travel flow and generating significant impact on contemporary Brazilian cities. This article aims to develop a procedure to address the urban landscape immediately impacted by such ventures or activities. For this purpose, using a reference theoretical framework, an analysis was done of the attributes that make up the urban landscape which permits the evaluation of its status and the identification of solutions to mitigate negative aspects and which assists in the projection of desirable scenarios as well as serving as a support tool for the Neighborhood Impact Study (NIS). To verify the applicability of the procedure, it was applied to the Paseo de las Aguas Shopping Center in Goiânia (GO, Brazil).

Keywords: neighborhood impact study, urban landscape, poles travel generators, shopping center.

Introdução

A paisagem urbana atual das cidades brasileiras reflete um processo de urbanização que tem comprometido o espaço público, a mobilidade urbana e a qualidade de vida das pessoas, entre outros fatores, com relação especificamente aos impactos de Polos Geradores de Viagens — doravante PGVs.

Como empreendimentos ou atividades com porte e escala capazes de gerar grande atratividade e contingente de viagens, os PGVs impulsionam muitos benefícios socioeconômicos, culturais e acesso a diversos produtos e bens em uma determinada área urbana.

No entanto, também podem estar associados a diversos impactos negativos, dentre os quais se destaca a rápida saturação do sistema viário, congestionamentos, poluição, acidentes de trânsito, e consequentemente, impactos negativos na paisagem urbana. Esta passa a ser relacionada à imagem e sentimentos de violência, opressão, hostilidade, inacessibilidade, entre outros.

A partir desse contexto, ao estabelecer uma relação entre paisagem urbana e Polos Geradores de Viagens e ainda ao buscar dar continuidade cientificamente ao estudo realizado por Carvalho Bandeira e Ramos (2013), este artigo tem como objetivo desenvolver o procedimento das autoras para a avaliação da paisagem urbana, no entorno imediato, onde se encontram Os Polos Geradores de Viagens.

Como estudo de caso para verificar a aplicabilidade do procedimento, dentre os vários tipos de PGVs, foi escolhido o *Shopping Center*, como empreendimento atualmente muito difundido nas cidades brasileiras. De forma específica, escolheu-se o Shopping Passeio das Águas em Goiânia (GO), Brasil, pois, além de ser um recente empreendimento regional que vem atraindo muitas pessoas e transformando o cotidiano dos moradores e as áreas do entorno, e por isso apresentando a possibilidade de se tornar uma centralidade, é também alvo de ferrenhas críticas por ter sido construído muito próximo a uma área de preservação ambiental e ainda apresenta poucas pesquisas relacionadas.

Assim, o procedimento de análise pode, posteriormente, direcionar soluções para os impactos negativos, auxiliar na projeção de cenários desejáveis, esclarecer à população, aos agentes públicos e privados sobre as potencialidades e os problemas gerados por um PGV na paisagem urbana.

Pode ser citado ainda, que o procedimento deste trabalho pode se desenvolver posteriormente como um instrumento de apoio ao Estudo de Impacto de

Vizinhança — doravante EIV. Pois se trata de uma análise regulamentada por lei municipal, no âmbito do planejamento e gestão urbana, sobre a qual empreendimentos e atividades (incluindo PGVs), privados ou públicos em áreas urbanas, devem realizar obrigatoriamente para obter licenças ou autorizações de construção, ampliação ou funcionamento.

Esse instrumento aponta os efeitos positivos e negativos dos empreendimentos e atividades sobre a qualidade de vida da população residente nas suas proximidades, a partir dos fatores: adensamento populacional, equipamentos urbanos e comunitários, uso e ocupação do solo, valorização imobiliária, geração de tráfego e demanda por transporte público, ventilação e iluminação, paisagem urbana e patrimônio natural e cultural (Câmara dos Deputados 2001).

No entanto, no EIV a análise da paisagem urbana é limitada a um contexto genérico referente às paisagens naturais e artificiais (como os morros, os vales, drenagens e belezas naturais), e a aspectos quantitativos, com foco no sistema viário e de transportes. Por isso, no presente trabalho, com base no trabalho de Carvalho Bandeira e Ramos (2013), consideram-se aspectos qualitativos abrindo-se uma nova perspectiva para a elaboração do EIV e para o de paisagem urbana.

Referencial teórico

Paisagem urbana

A paisagem urbana apresenta diferentes concepções de acordo com um contexto, abordagem e um campo de conhecimento. Apesar disso, pode se constatar um fundamento semelhante a essas atribuições: na paisagem urbana encontram-se marcas deixadas nas relações entre as pessoas e os espaços, pois como elemento trans-temporal, reúne as heranças das sociedades, de seus cidadãos, valores e capacidades de diferentes contextos e épocas (Santos 1997).

A partir desse contexto a análise da paisagem urbana contemporânea é essencial, o que implica em reconhecer, segundo Carvalho Bandeira e Ramos (2013), em uma abordagem etnográfica (e qualitativa), elementos ou atributos que compõem a paisagem urbana, enfocando especificamente as necessidades, imagens, percepções, apropriações, sentimentos e relações estabelecidas entre as pessoas, entre elas e o meio em que habitam.

As autoras consideram a paisagem urbana como um conjunto de elementos estacionários e móveis que influenciam na forma, organização e estrutura da cidade,

além de corresponder às relações estabelecidas em um determinado ambiente, sejam elas entre pessoas, entre o espaço construído e os espaços vazios circundantes, ou entre o espaço e as pessoas que se apropriam dele (Carvalho Bandeira e Ramos 2013).

E ainda identificam, a partir de um referencial bibliográfico, de abrangência nacional e internacional, indicadores ou variáveis para a análise da paisagem urbana. Em suas dimensões simbólicas, físicas, visuais, cognitivas, sociais, econômicas, políticas, culturais e constitutivas, enfocando, especificamente, as necessidades, imagens, percepções, apropriações, sentimentos e relações estabelecidas entre as pessoas, entre elas e o meio em que habitam.

Polos Geradores de Viagens

Dentre as diversas conceituações existentes sobre os PGVs, adota-se aqui a referida por Rede Ibero-Americana de Estudo em Polos Geradores de Viagens (2008), que os define como equipamentos potenciais geradores de impactos nos sistemas viários e de transportes (congestionamentos, acidentes e naturais repercussões no ambiente), como também no desenvolvimento socioeconômico e na qualidade de vida da população.

A denominação de PGVs tem origem no conceito de polos geradores de tráfego ou polos geradores de trânsito, no qual se considerava apenas o tráfego dos transportes motorizados individuais (ou seja, carros e motos) gerados pelo empreendimento e/ou atividade. Em contraposição, o termo PGVs é utilizado quando são consideradas as viagens em geral, por diferentes modos de deslocamentos gerados pelo empreendimento e/ou atividade, a pé, de bicicleta, por transporte público e incluindo os transportes motorizados individuais (Kneib 2004).

Podem-se considerar ainda, neste trabalho, como PGVs os citados por CET (1983): os micro-polos, com impactos isolados pequenos, mas que quando agrupados podem gerar impactos significativos, a exemplo de farmácias, escolas, restaurantes e bares; e os grandes polos (ou macropolos), as construções de grande porte que, mesmo isoladamente, podem causar impactos significativos, como hospitais, *shopping centers*, hotéis, estabelecimentos de ensino, institucionais e residenciais, hotéis, terminais de transporte (Porto, Aeroporto, Rodoviária e Estação Metro-ferroviária), hipermercados, torres de escritórios e comerciais, megaeventos esportivos, centros e subcentros urbanos.

Normalmente esse tipo de equipamento e/ou atividade promove uma ocupação e transformação na paisagem urbana de forma rápida, violenta, que permanece em constante construção e que altera as condições de vida da população preexistente, podendo ser influenciada a mudar ao não conseguir sobreviver à supervalorização do lugar onde se encontra os PGVs.

Principalmente, por desencadear uma série de modificações no seu entorno para receber e incluir atividades complementares às existentes, principalmente, de comércio e serviços — denominada por Kneib (2004) como Zona de transição. Isto é, semelhantes formas de ocupação e uso do solo se desenvolvem ao redor do Polo, como, por exemplo, estacionamento e obras de infraestrutura, que vão, ao longo do tempo, sendo implantadas e modificadas para facilitar a fluidez das viagens, tornando a estrutura urbana saturada, congestionada e inacessível, e conseqüentemente, degradando a paisagem urbana.

Sobre os PGVs, cabe ainda destacar que a maior parte das metodologias de análise de impacto de tais polos tem como base aspectos quantitativos, com foco no sistema viário e de transportes, a partir dos quais se fundamenta a elaboração dos EIV. Todavia, neste trabalho, cabe destacar que, com base no conceito de paisagem urbana, descrito anteriormente, é de suma importância que os aspectos qualitativos sejam considerados.

Atributos ou elementos para a análise da Paisagem Urbana

Nesta parte referencial, pretende-se expor sinteticamente os atributos ou elementos para a análise da paisagem urbana identificados por Carvalho Bandeira e Ramos (2013) de um referencial teórico, que oferece as mais variadas abordagens para ler a paisagem urbana, avaliar o seu estado e auxiliar na identificação de potencialidades e problemas causados por um PGV.

Segundo Carvalho Bandeira e Ramos (2013), a primeira premissa para se identificar os elementos ou atributos para análise da paisagem urbana consiste na sua percepção e compreensão pelas referências visuais dos indivíduos, incluindo ou não aspectos simbólicos. Por isso, relacionados à imagem, incluem-se os elementos: “legibilidade”, “imageabilidade” e “identidade”, extraídos de Lynch (1999).

Como segundo princípio, consideram que a partir da percepção da paisagem, os indivíduos apropriam-se dos espaços que se tornam, por sua vez, marcas e referenciais da e para sua vivência. Incluindo os aspectos relacionados a essa questão: “vitalidade” (Jacobs 2009),

“apropriação” (Cullen 1983; Del Rio 1990) e “adaptabilidade” (Sommer 1973).

Afirma também como terceira premissa, que a qualidade ambiental dos espaços que compõem uma paisagem, além de sua forma e estrutura inerentes, conferem determinadas sensações e sentimentos aos seus usuários, sejam elas positivas, sejam negativas, como, por exemplo, de segurança, de conforto e o seu oposto. Por isso, extraem os atributos de “urbanidade” (Aguiar 2012), “territorialidade” (Hall 1977), “familiaridade” (Tuan 1974, 1983) e “visão serial” (Alvarenga 2005; Cullen 1983; Lynch 1999).

Como quarto princípio, Carvalho Bandeira e Ramos (2013) consideram a relação do observador-usuário-habitante ao espaço-tempo-fluxo, por isso, destacam os aspectos de “duração” (Fischer 1994), “constância” (Sommer 1973), “temporalidade” e “ritmo” (Alvarenga 2005).

E como última premissa, consideradas neste trabalho também, referem-se à apresentação e análise de dados pertinentes ao estudo de caso, quanto aos aspectos de “ocupação do lugar” (econômicos, especulativos, de localização, entorno, de uso e ocupação do solo, aspectos naturais e de infraestrutura) e de “contexto” (aspectos históricos, políticos, sociais e culturais).

No entanto, como o procedimento de análise envolve os PGVs e sob a abordagem do EIV, acrescentam-se aqui os atributos “construtivos”: relativo aos aspectos espaciais e materiais do empreendimento ou atividade, ou seja, estacionamentos, fachadas e elementos tridimensionais, volumetria e o gabarito, a harmonia com o entorno, passeios e muros; os efeitos causados quanto às áreas verdes, à poluição (visual, atmosférica, sonora e da água), ao tratamento e eliminação de lixo e esgotos, e quanto à alteração do micro clima.

Além disso, consideram-se as variáveis de “segurança, conforto, acesso” e “controle”, extraídos de Lynch (1999), pois, segundo o autor, possibilitam a avaliação da boa forma urbana, relacionados não só ao espaço urbano, mas, também a um empreendimento ou atividade.

O “controle”, seja ele físico, seja psicológico, pode vir a provocar em seus usuários reações e sentimentos diferenciados, sendo relacionado às questões de direito de propriedade, ao direito de circulação, presença ou exclusão. O “controle” espacial é realizado pela demarcação de limites com meios físicos, ou seja, com cercas, muros e sinais.

Quanto ao elemento ou atributo de “segurança” refere-se à qualidade de vida de sua população, na proteção quanto a riscos de doenças e endemias, acidentes e intempérie ou de forma a manter, guardar, proteger bens, patrimônios e a integridade física ou pessoal.

O “acesso” é entendido como a capacidade de alcançar todo recurso que possa levar ao desenvolvimento individual e comunitário de um aglomerado populacional (Lynch 1999), englobando os fluxos e movimentos, de mercadorias, informações, de pessoas, de transportes, imagens, sons, símbolos etc.

Quanto ao “conforto” refere-se aos estímulos sensoriais provocados pelo ambiente (Lynch 1999), isto é, às condições luminosas, térmicas, ambientais, acústicas e também às relações ergonômicas e de acessibilidade que favorecem o uso e o fluxo adequado dos espaços pelo corpo humano (Pereira 2002). Pode ser levado em conta, então, à presença ou não de mobiliários e equipamentos, limpeza, iluminação, sombras, abrigos contra intempéries, entre outros.

Procedimento de análise

Para o desenvolvimento do procedimento de análise da paisagem urbana de um PGV foi necessário o seguinte processo:

1. Adotar conceitos de paisagem urbana e de PGV, além de investigar as questões relativas;
2. Extrair do estudo de Carvalho Bandeira e Ramos (2013) os atributos ou elementos que compõem a paisagem urbana, e acrescentar aqueles aplicáveis neste trabalho;
3. Agrupar os atributos ou elementos segundo grupos ou temáticas similares para auxiliar e facilitar na interpretação dos resultados, apresentados na figura 1;
4. A utilização dos instrumentos complementares com o uso de fotos aéreas ou mapas —que possibilitam identificar e analisar a localização, o entorno e outros aspectos— e o uso de imagens (fotografias), que captam os momentos de vivência no lugar de estudo, identificando não apenas os elementos fixos na paisagem, mas também os seus fluxos e apropriações.

É ainda importante ressaltar que o procedimento leva em consideração a análise qualitativa, sendo que as variáveis compõem uma análise mais subjetiva, a partir de observações cognitivas imparciais das autoras, em uma abordagem etnográfica. E a análise objetiva abrange o levantamento de dados presentes nas temáticas contextual e ocupacional, tais como: custos (economia/especulação); relações de vizinhança (localização e entorno); infraestrutura, composta por diversos fatores, como sistema viário e de transporte; aspectos políticos, sociais, históricos e culturais.

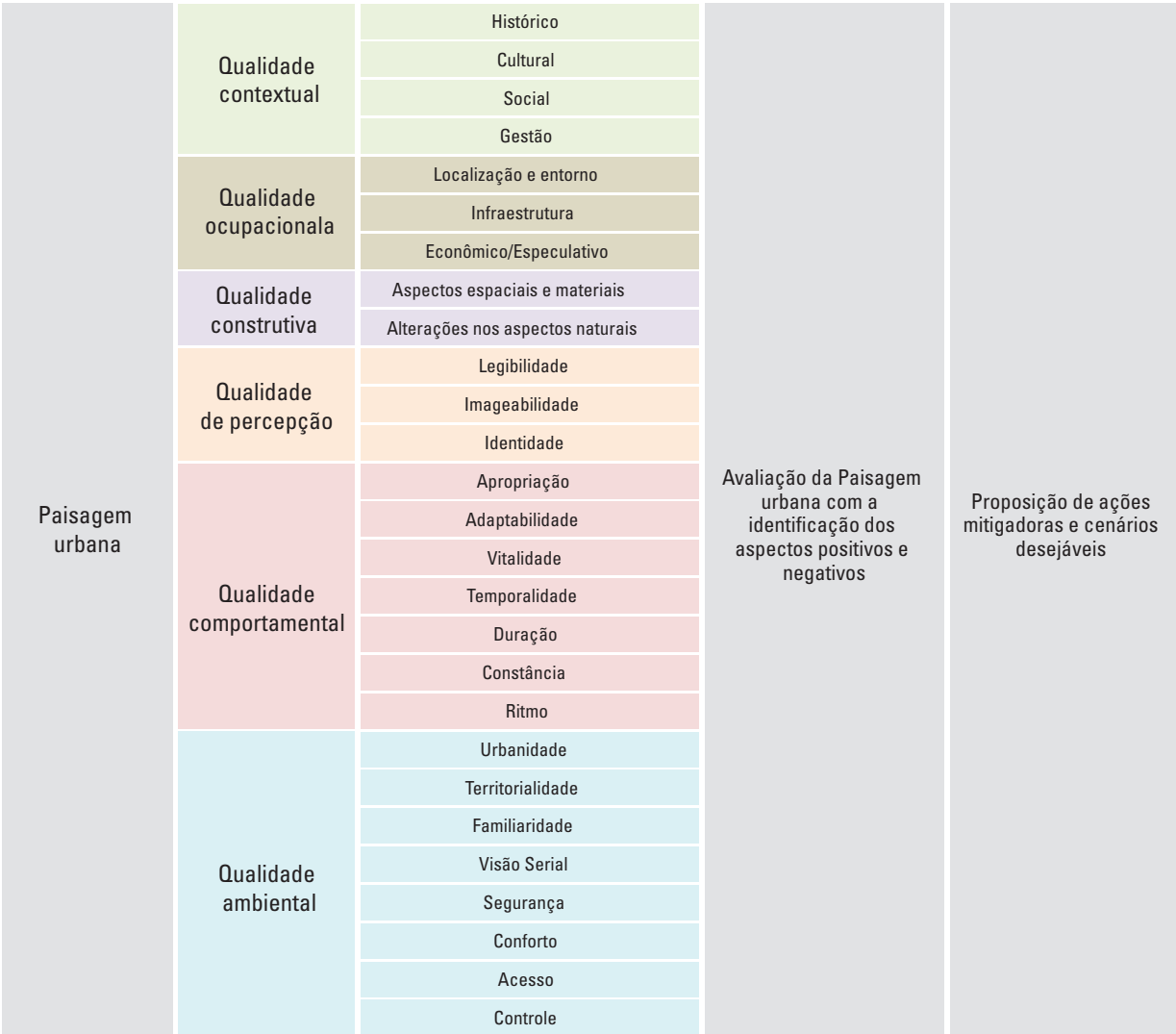


Figura 1. Elementos ou Atributos da Paisagem Urbana.
Fonte: modificado de Carvalho Bandeira e Ramos 2013, 26.

Estudo de caso

Qualidade ocupacional

A partir do procedimento de análise construído pretende-se analisar a paisagem urbana do Shopping em estudo, em Goiânia (GO), Brasil. O empreendimento está localizado na região norte da cidade, na confluência das Avenidas Perimetral Norte e Goiás Norte, como mostra a figura 2. E tem funcionamento de segunda a domingo, sendo as lojas das 10 h às 22 h e alimentação das 10 h às 22 h 30, de segunda a sábado, e nos domingos, as lojas funcionam das 14 h às 20 h, alimentação e Lazer das 11 h às 21 h (Sonae Sierra Brasil 2013).

O *Shopping*, considerado o maior centro comercial de Goiânia, tem provocado grande concorrência, especulação e impacto. Primeiramente, pois concorre com os demais centros comerciais existentes na cidade, por exemplo, como o Portal Shopping e Flamboyant *Shopping Center*. Segundo, pois os terrenos na região multiplicaram de valor, mesmo antes das construções começarem. E terceiro, pelo fato de estar situado às margens do Córrego Caveirinha, como mostra a figura 3, e próximo ao encontro desse curso d’água com outro, o Rio Meia Ponte. Que não foram resguardados pelo poder público, ao prover todas as licenças para a construção do *Shopping* (IESA 2014).

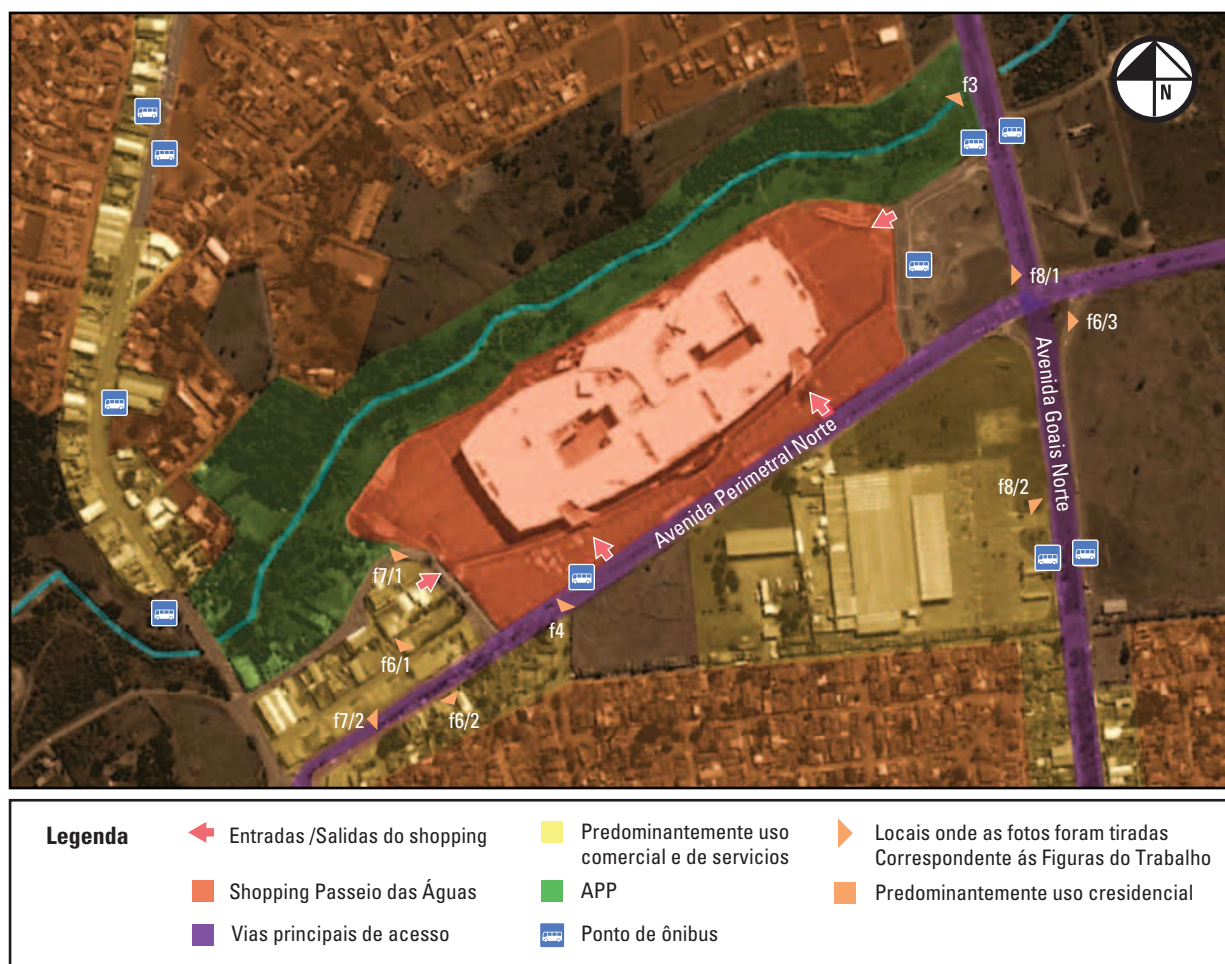


Figura 2. Localização e entorno do Shopping.
Dados: modificado de Google™ Earth Mapping Service Digital 2015.

A região que mais sofrerá influência direta do Shopping se localiza dentro do triângulo imaginário composto pelos bairros Urias Magalhães, Balneário Meia Ponte e Goiânia 2 (Dias 2012). Sendo que, o *Shopping* apresenta uma posição estratégica na cidade, objetivando atrair não só a população de Goiânia, mas facilitar o acesso de municípios vizinhos — como Trindade, Goianira, Senador Canedo e Aparecida de Goiânia — em um total de 1,6 milhões de habitantes sob sua área de influência e provendo 6.000 empregos diretos (Sonae Sierra Brasil 2013).

Relativo à legislação, cabe ressaltar que a região possui cerca de 13% de sua área total formada por Áreas de Preservação Permanente — doravante APPS (ITCO 2008). Por isso até então, as leis proibiam o adensamento e a implantação de diversos empreendimentos que pudessem impactar essas condições ambientais. No entanto, com a revisão do Plano Diretor de Goiânia, o grau de

incomodidade na área —que mede a quantidade de ruído e poluição permitidos— passou de mínimo (GI-1) para o máximo (GI -5). Isto é, tal mudança permite a construção de indústrias e empreendimentos de grande impacto em ruas próximas às APPS e o avanço sobre os vazios urbanos da região (Amaral et al. 2013).



Figura 3. Córrego Caveirinha.
Fotografia das autoras, novembro 2014.

Essa alteração legal permitiu a construção de empreendimentos como o Shopping em análise, a implantação de diversos condomínios fechados, e atualmente a construção de uma Instituição de Saúde Pública (Hugo 2) e de um Centro Municipal de Educação Infantil (CEMEI) (IESA 2014). Por tudo isso, há grande probabilidade dessa região se tornar uma nova centralidade de Goiânia, ou seja, o setor que até então era considerado periférico, rural e pobre, pode ganhar em pouco tempo o status de bairro nobre atraindo grande contingente de pessoas, fluxos e outras atividades (corroborando com o abordado no referencial teórico, sobre a Zona de transição).

Qualidade contextual

A metrópole de Goiânia, apesar de ser uma cidade jovem da década de 30, vivencia a rapidez das transformações urbanas presente nas grandes cidades brasileiras e mundiais, o que faz com que sua paisagem seja constantemente renovada. Fato que produz relações vazias e cria estranhamento porque obriga as pessoas a se adaptarem constantemente às mudanças impostas pela produção espacial (Araújo e Almeida 2007). Por isso, pode ser considerado que Goiânia convive com dois tempos: um que retrata a paisagem contemporânea e outro que revela os elementos tradicionais da sua população residente de origem rural (Chaveiro apud Araújo e Almeida 2007).

Até 1947, Goiânia obedecia às determinações de seu plano original e sob atribuição do Estado restringia-se aos Setores Campinas e Central. A partir da década dos anos cinquenta, como o parcelamento do solo passou à iniciativa privada, para os novos loteamentos eram exigidas apenas a locação e a abertura das vias, impulsionando a construção de diversos bairros na cidade (Vaz de Oliveira e Peixoto 2009).

Surgiram, então, alguns dos bairros sem infraestrutura mínima, como os bairros Urias Magalhães, na região Norte, impactados pelo *Shopping Center* em questão. Na década de 80, a elite deslocou-se para as regiões sul, sudoeste e oeste da cidade, de forma que os bairros a norte e noroeste foram ocupados pela população mais pobre, por invasões ou até mesmo por iniciativa do Estado (Vaz de Oliveira e Peixoto 2009).

Assim, durante muitos anos a região norte ficou estagnada e teve um desenvolvimento lento: tinha baixa ocupação populacional; poucos loteamentos que não exerciam atração para morar, investir ou trabalhar;

os serviços e infraestrutura eram precários; e havia pouco comércio.

Essa situação só começou a mudar a partir da década dos anos noventa, pois a cidade ficou, em suma, submetida à ação dos investimentos imobiliários, o que pode ser constatado pela proliferação dos condomínios horizontais fechados. E por meio de ações da administração municipal, nos anos dois mil, quando houve instalação de serviços e infraestrutura básicos como asfalto, esgoto, iluminação e novas áreas de lazer (SEPLAM 2012), em muitos dos bairros da região Norte onde está localizado o *Shopping Center* em estudo.

Essas alterações provocaram um deslocamento inverso em relação ao da década anterior. A camada de alta renda deslocou-se, predominantemente, para as áreas periféricas, o que também promoveu o aumento de áreas segregadas nessas regiões (Vaz de Oliveira e Peixoto 2009). Contexto muito evidente na região norte, com a presença, lado a lado, de condomínios verticais e horizontais fechados destinados a classes sociais distintas, de áreas rurais (como chácaras) e vilas de baixa e média renda.

Qualidade construtiva

O *Shopping Center* em análise segue modelos existentes do tipo construtivo, foi implantado na proximidade de eixos viários, prevendo seu alcance em escala regional e distante dos centros urbanos consolidados, ou seja, em uma área relativamente rural e atravessada por autopistas; e diz respeito à sociedade atual, da artificialidade e do consumo, de forma que esses fatores já são apresentados às pessoas nas próprias fachadas, por meio de cores, de formas artificiais da natureza (cana-de-açúcar e borboleta), e de grandes pórticos. Assim, relativo aos aspectos materiais e espaciais do empreendimento tem-se que:

- A principal entrada de pedestres, voltada para a Avenida Perimetral Norte (figura 4), é marcada por duas marquises com 12 metros de altura cada;
- Um pórtico com 130 metros de comprimento por 12 metros de altura abriga o logotipo do *Shopping*;
- As fachadas cegas do edifício são compostas por painéis pré-moldados de concreto com grafia exclusiva inspirada na cana-de-açúcar;
- O *Shopping* está localizado em um terreno com 280 mil m², o edifício apresenta área construída de 180 mil m², a área bruta locável de 78,1 mil m² e

4000 vagas de estacionamento dispostas no térreo ao redor do edifício (Cabral 2014);

- Sua volumetria delinea-se com o terreno e acentua um aspecto horizontal, reduzindo o seu impacto pelo tamanho;
- Além disso, por possuir apenas dois pisos, o edifício harmoniza-se com o gabarito do entorno;
- O fechamento do terreno é feito por cercas, que permite a visualização do edifício e do estacionamento.

Quanto às alterações nos aspectos naturais, segundo os representantes, o *shopping* foi projetado com soluções que visam economia de água e energia, por meio do uso de iluminação natural, do reúso de água e de um sistema de gerenciamento de energia. Possuem as certificações da ISO 1400, de gestão eficaz de aspectos ambientais e da OHSAS, de boas práticas de saúde ocupacional e segurança do trabalho (Cabral 2014).

Apesar disso, é evidente e apontado por muitos pesquisadores (IESA 2014), e ainda neste trabalho, que o empreendimento está causando a degradação da área de preservação próxima, alterando seu microclima e causando poluição. Dentro do empreendimento, na divisa com a área de preservação (figura 5), o esgoto não tem tratamento adequado o que causa odor fétido e que acaba escorrendo do estacionamento para a área. O entorno é constantemente congestionado por veículos e os espaços públicos encontram-se sem tratamento ou manutenção, e tomados por lixo.

O que comprova o abordado no referencial: a dinâmica da área é alterada com a implantação de um Polo Gerador de Viagens, haverá a formação de uma zona de transição, e conseqüentemente mais deslocamentos, barulhos, mais lixo, novos empreendimentos serão construídos sem as mesmas soluções sustentáveis etc., e assim a área de preservação será afetada.



Figura 4. Fachada do Shopping vista pela Avenida Perimetral Norte. Fotografia das autoras, novembro 2014.



Figura 5. O Shopping e a Área de Preservação Permanente. Fotografia das autoras, novembro 2014.

Qualidade de percepção

Quanto aos aspectos de percepção, pode-se analisar que a “imageabilidade” se confere a partir da imagem marcante que o *Shopping* pode provocar no imaginário do indivíduo, pela sua vastidão física, pelas fachadas chamativas, além do contraste e destaque com o seu entorno, figura 6, mas isso não quer dizer que seja, no todo, positivo como abordado a seguir.

A “legibilidade” apresenta-se pela uniformidade e homogeneidade no volume e gabarito do edifício, condicionando certa continuidade espacial e horizontalidade. Pela clareza dos elementos (formas, cores, desenhos etc.), pela facilidade de se reconhecer e identificar o edifício, sua organização, seu estacionamento e acessos marcados com pórticos.



Figura 6. Entorno.
Fotografias das autoras, novembro 2014.

Mas existem fatores de “ilegibilidade” ou aspectos negativos: pelo contraste entre o edifício e a falta de qualidade do espaço público circunvizinho; pela presença de áreas de estacionamento como praças secas com áreas verdes aleatórias, que se constituem como poluição visual; pelo empreendimento buscar ser chamativo e implantar materiais diferenciados em relação ao entorno construído e natural pré-existent, estabelecendo assim, uma relação hierárquica visual desigual.

Pode-se contatar ainda, que a variação na proposta formal e ornamental das fachadas do empreendimento se desenvolve como uma tentativa de camuflagem, ou seja, uma tentativa de se criar harmonia com a paisagem natural existente, de se criar “identidade” e ainda como um artifício para atrair consumidores.

No entanto, o *shopping* faz uso da camuflagem, não só em suas fachadas, mas da situação de insegurança, insalubridade e pobreza do seu entorno, região que até a última década não tinha serviços e infraestrutura mínima para atender a população. A insegurança refere-se ao permanecer e caminhar no espaço público; a camuflagem que desvia a atenção, principalmente, com relação à situação de segregação e desigualdade social; a insalubridade ambiental, devido ao impacto a APP, que é permanente e gradativo.

A *identidade* é considerada pela sua presença única e principalmente pela visibilidade da forma, podendo ser considerado como um ponto de referência e de orientação nos deslocamentos. No entanto, relacionado ao sentido, espírito ou significação do lugar, o *Shopping* não possui a carga simbólica, histórica, cultural ou política para ser considerado um espaço de identidade.

Isso também se confere pelo caráter intrínseco de homogeneidade desse tipo de Polo Gerador de Viagens, mantendo características semelhantes a outros *Shoppings Centers* e permitindo que sejam, rapidamente, identificados em qualquer lugar.

Qualidade comportamental

Quanto à “apropriação” e à “vitalidade”, o *Shopping Center* em questão tem a capacidade de influenciar o comportamento das pessoas, ao incentivar o uso do espaço privado em detrimento do espaço público. Pois seu interior reproduz uma forma idealizada do espaço público, com climatização ideal (sistema de ar condicionado e iluminação artificial), com organização, higiene e segurança.

Enquanto que no entorno, percebe-se a ausência de áreas públicas destinadas ao lazer ou a manutenção destas, apesar da presença de áreas verdes nos canteiros das Avenidas Perimetral Norte e Goiás Norte. Faltam ainda, elementos que possibilitem a permanência das pessoas no espaço público, como mobiliários, espaços limpos, atrações etc., e também a passagem segura de pessoas (infraestrutura para pedestre e ciclista).

E predomínio de lotes vagos e edifícios com fachadas muradas, o que induz a insegurança ou medo e, consequentemente, impossibilita a presença de pessoas no espaço público. Além disso, ressalta-se ainda, que apesar da grande quantidade de áreas permeáveis, principalmente, de preservação ambiental, não há manutenção, cuidados ou proteção a estas.

Assim, pode-se concluir que os espaços públicos destinados à convivência, de estar e percursos, quando presentes, são mal cuidados e inseguros em contraposição ao espaço privado, tornando os elementos ou atributos de “vitalidade” e “apropriação” negativos. No entanto, pelo lado positivo, percebe-se que existe, mesmo que mínima, a “apropriação” dos espaços pelos vendedores ambulantes.

A ausência de “vitalidade” é ainda mais evidente nos finais de semana e no período noturno, quando o espaço público encontra-se inseguro e com pouca iluminação, principalmente, pela presença de galpões abandonados, áreas de chácara e vazias, muitas vezes, utilizadas como depósito de lixo (figura 7). Nesses períodos, a presença de pessoas acontece de forma temporária, muito rápida e de baixa quantidade.

Suas condições de “adaptabilidade” e de “temporalidade” ocorrem não pela apropriação de pessoas, mas pelo desenvolvimento da área. Assim, se a perspectiva estiver centrada no desenvolvimento do espaço público (e não no indivíduo), a adaptabilidade e temporalidade ocorrem, não sendo necessariamente positivas, pois o entorno é modificado para atender a atração das pessoas, fluxos, atividades, propiciando diversos problemas quando não há planejamento, como apresentado no referencial anterior.

Quanto aos aspectos de “duração”, “constância” e “ritmo” notam-se a rapidez do movimento dos usuários, quando não estão em veículos; a permanência curta no espaço público com o mínimo de interação social; e a frequência relacionada, principalmente, com os horários do transporte público e de funcionamento das atividades (comércios e serviços), principalmente, nas Avenidas Perimetral Norte e Goiás Norte.



Figura 7. Período vespertino e noturno.
Fotografia das autoras, novembro 2014.

Qualidade ambiental

Quanto ao aspecto de “visão serial”, os sentimentos e sensações transmitidos pelo entorno *Shopping* mostraram-se negativas, principalmente, caracterizadas pela “insegurança” e “desconforto”, identificados não apenas por meio do comportamento individual e coletivo, mas, principalmente, pela ausência de apropriação e usos do espaço pelas pedestres e ciclistas, em sua maioria.

De forma que, a condição de “urbanidade” revela um ambiente inóspito e hostil ao indivíduo e em decorrência de um conjunto de fatores, que vão desde a ausência de espaços adequados de deslocamento, encontro ou lazer, a pouca iluminação e “segurança”.

Apesar dessas constatações existem sentimentos de “territorialidade” e “familiaridade” por parte dos vendedores ambulantes (figura 8) e dos moradores mais antigos da região. Eles reconhecem o valor ambiental das áreas de preservação ambiental e do espaço público, sentem-se proprietários do lugar e reconhecem o lugar como parte de sua vivência.



Figura 8. Vendedores ambulantes que se apropriam do espaço público. Fotografia das autoras, novembro 2014.

O “controle” ao *Shopping* se dá pela limitação física com cerca e delimitando os locais de acesso/saída, e apesar de gerar visibilidade e permeabilidade, evoca um sentimento de exclusão dada à precariedade de seu entorno com classe social de média a baixa classe.

O espaço pode ser considerado de bom “acesso” para os modos motorizados individuais e coletivos (há pontos de parada e linhas de ônibus, mesmo que futuramente não sustente a demanda), mas não para os pedestres e ciclistas. Quanto ao aspecto de *conforto*, há condições precárias de conforto no entorno, pois:

- há baixa quantidade de arborização contínua nas calçadas, quando essas se fazem presentes são mal distribuídas, sem manutenção e não adequadas ao sombreamento ou ao deslocamento nas calçadas;
- há grande irregularidade das calçadas e meio fio, ausência de padrões de revestimento e dimensões inadequadas, há obstáculos e desníveis dificultando os deslocamentos para pedestres e não há condições de acessibilidade (rampas, piso tátil, sinalização etc.);
- há muita poluição sonora e atmosférica pelo constante deslocamento dos transportes motorizados individuais e com isso altos índices de acidentes de trânsito;
- o entorno não é acessível ao ciclista, apesar de haver uma tentativa de implantação de ciclovia (figura 9), apenas houve a pintura do piso em um trecho próximo à entrada/saída do *Shopping*;
- a poluição visual confere-se pela falta de padronização dos espaços para propaganda e sinalização;
- ausência ou baixa quantidade de equipamentos e suportes urbanos, como bancos, lixeiras, fiação aérea, os únicos abrigos/mobiliários são os pontos de ônibus e a iluminação é insuficiente.



Figura 9. Entorno com ciclovia e com áreas muradas ou vazias. Fotografia das autoras, novembro 2014.

Considerações finais

Com a análise da paisagem urbana do *Shopping* em questão, em Goiânia (GO), Brasil, pode se concluir que a sua paisagem urbana é, predominantemente, negativa com potencialidades. E assim, se, por um lado, a

construção desse *Shopping* apresenta alguns aspectos positivos como valorização imobiliária, empregabilidade, visibilidade etc.. Por outro, devem ser solucionados os aspectos que tornam a sua paisagem negativa. Destacam-se, para tanto, os principais problemas a serem direcionadas ações mitigadoras:

- a proximidade do *Shopping* com a Área de Preservação Permanente (APP);
- seus aspectos materiais e espaciais reduzidos às áreas de estacionamento e a superficiais ornamentos na fachada, carregando visualmente a paisagem;
- a ausência de áreas verdes e de lazer no espaço público do entorno;
- precária infraestrutura e manutenção no espaço externo ao empreendimento, que permita a apropriação e deslocamento de modos de transporte não motorizados;
- entorno sem visibilidade e permeabilidade, com condições precárias de segurança, conforto e acessibilidade;
- o aumento do fluxo de transportes motorizados individuais, associado à poluição atmosférica e sonora;
- o aumento da população provisória e a expulsão dos moradores locais.

O procedimento de análise contribui assim, com os elementos ou atributos utilizados, para avaliar o estado da paisagem urbana impactada pela implantação e desenvolvimento de um Polo Gerador de Viagens do tipo *Shopping Center*. Permitiu também, identificar os pontos negativos para a proposição de medidas possíveis que melhorem a paisagem urbana, destinada a trabalhos futuros.

Por fim, a partir da análise trazida pelo presente trabalho levantam-se os questionamentos: quais medidas mitigadoras poderiam ter sido sugeridas, no âmbito do EIV, com relação à paisagem do local? Quais elementos do projeto arquitetônico do *shopping* poderiam ter sido modificados para trazer melhorias à paisagem? E, por fim, se houvesse tais análises detalhadas, acrescidas ao EIV, esse empreendimento teria sido aprovado para ser construído no local?

Referências

- Alvarenga, Michel Dezan Hosken. 2005. "Cognição e experiência no ambiente de trabalho. Abordagem da Observação Incorporada na Avaliação Pós-ocupação: estudo de caso na CBF Indústria de Gusa S.A., em Viana/ES." Dissertação
- Mestrado em Arquitetura, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.
- Amaral, Camilo Vladimir, Pedro Célio Alves Borges, Emiliano Lobo de Godoy, Celene Cuna Monteiro Antunes, e Maurício Martínez Sales. 2013. "Parecer Técnico sobre as Mudanças no Plano Diretor de Goiânia." Universidade Federal de Goiás, Goiânia. Acessado outubro de 2014. <http://www.caugo.org.br/wp-content/uploads/2013/08/Parecer-ufg.pdf>.
- Araújo, Márcia, e Maria Geralda de Almeida. 2007. "A Paisagem do núcleo pioneiro de Goiânia: uma interface entre patrimônio e a metrópole contemporânea." *R. RA E GA* 14:205-215.
- Câmara dos Deputados. 2001. "Lei n.º 10257 de 10 de julho: Guia para implementação pelos municípios e cidadãos." Brasília: Coordenação de Publicações.
- Cabral, Marina. 2014. "Shopping Passeio das Águas." *AECweb: Galeria da Arquitetura*. Acessado outubro de 2014. http://www.galeriadaarquitetura.com.br/projeto/orbi-pro-arquitetos_/shopping-passeio-das-aguas/660.
- Carvalho Bandeira, Ângelica, e Maressa Ramos Sousa. 2013. "Novas urbanidades a importância do pensar, compreender e intervir na paisagem urbana." Em *Projeto e Cidade: Ensaios Acadêmicos*, editado por Erika Cristine Kneib, 13-39. Goiânia: Fundação de Apoio à Pesquisa (FUNAPE).
- CET (Companhia de Engenharia de Tráfego). 1983. "Polos Geradores de Tráfego." *Boletim Técnico* 32. São Paulo: Prefeitura de São Paulo.
- Cullen, Gordon. 1983. *Paisagem urbana*. São Paulo: Martins Fontes.
- Dias, Elder. 2012. "Shopping gigante afeta paisagem e rotina de região." *Jornal Opção*, 15 a 21 de julho. Acessado em outubro de 2014. <http://www.jornalopcao.com.br/posts/reportagens/shopping-gigante-afeta-paisagem-e-rotina-de-regiao>.
- Del Rio, Vicente. 1990. *Introdução ao desenho urbano no processo de planejamento*. São Paulo: Pini.
- Fischer, Gustave N. 1994. *Psicologia Social do Ambiente*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Hall, Edward. T. 1977. *A Dimensão Oculta*. Rio de Janeiro: F. Alves.
- IESA (Instituto de Estudos Socioambientais). 2014. "Impactos negativos da desafetação de Áreas Públicas no Município de Goiânia-Go." Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Geografia, Centro Integrado de Gestão e Pesquisa em Ordenamento Territorial. Acessado em outubro de 2014. <http://necropolegoiania.com.br/development/wpcontent/uploads/2014/04/Relat%C3%B3rio-UFG-IESA-Desafeta%C3%A7%C3%A3o.pdf>.
- ITCO (Instituto de Desenvolvimento Tecnológico do Centro Oeste). 2008. "Zoneamento Ecológico-Econômico do Município de Goiânia." Goiânia: Prefeitura Municipal de Goiânia.

- Jacobs, Jane. 2009. *Morte e vida de grandes cidades*. Tradução por Carlos S. Mendes Rosa. Coleção "a", 1^{ed}. São Paulo: Martins Fontes.
- Kneib, Erika Cristine. 2004. "Caracterização de empreendimentos geradores de viagens: contribuição conceitual à análise de seus impactos no uso, ocupação e valorização do solo urbano." Dissertação de mestrado em Transportes, Universidade de Brasília, Brasília.
- Lynch, Kevin. 1999. *A Boa Forma da Cidade*. Lisboa: Edições 70.
- Vaz de Oliveira, Adriana Mara, e Elane Ribeiro Peixoto. 2009. "Estudos de Bairros: entre a Arquitetura e a História." *Revista Mosaico* 2 (1): 59-67. <http://habitus.ucg.br/index.php/mosaico/article/download/783/600>
- Pereira, Denise de Alcântara. 2002. "Projeto, desempenho urbano e construção do lugar: avaliação da qualidade ambiental do Parque Guinle, Rio de Janeiro." Dissertação de mestrado em Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.
- Rede Ibero-Americana de Estudo em Polos Geradores de Viagens. 2008. "Caracterização de Polos Geradores de Viagens." Acessado em outubro de 2014. <http://redpgv.coppe.ufrj.br/index.php/pt-BR/cadernos/modulo-i/caracterizacao-dos-pgvs>.
- Santos, Milton. 1997. *Espaço e método*. 4^{ed}. São Paulo: Nobel, Coleção Espaços.
- SEPLAM (Secretaria Municipal de Planejamento e Urbanismo). 2012. "Anuário estatístico de Goiânia 2012: História de Goiânia." Acessado em outubro de 2014. www.goiania.go.gov.br/shtml/seplam/anuario2012/_html/historico.html.
- Sommer, Robert. 1973. *Espaço Pessoal: As Bases Comportamentais de Projetos e Planejamentos*. São Paulo: Pedagógica Universitária da USP.
- Sonae Sierra Brasil. 2013. "Sonae Sierra Brasil inicia nova fase nas obras do passeio das águas shopping." Acessado em outubro de 2014. <http://www.sonaesierra.com.br/pt/sala-de-imprensa/sonae-sierra-brasil-inicia-nova-fase-nas-obras-do-passeio-das-aguas-shopping/>.
- Tuan, Yi-Fu. 1974. *Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente*. São Paulo: Difel.
- Tuan, Yi-Fu. 1983. *Espaço e lugar: a perspectiva da experiência*. São Paulo: Difel.

Ângelica Carvalho Bandeira

Mestranda do Programa de Pós-graduação Projeto e Cidade, Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Artes Visuais, Arquitetura e Urbanismo. É detentora de bolsa de pesquisa de mestrado concedida pela Fapeg e desenvolve o projeto de pesquisa que abrange centralidades, espaço público, pedestres e práticas cotidianas da cidade contemporânea na escala micro. Possui graduação em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal de Goiás (2013). Tem experiência na área de projetos arquitetônicos e de interiores.

Erika Cristine Kneib

Arquiteta Urbanista, Mestre e Doutora em Transportes. Desenvolveu pesquisa de pós doutorado no tema mobilidade urbana, no Instituto Superior Técnico de Lisboa (IST). Atua como professora e pesquisadora na Universidade Federal de Goiás, no curso de Arquitetura e Urbanismo e no Programa de Pós Graduação Projeto e Cidade. Exerceu atividades em prefeitura municipal, no Governo do Distrito Federal e no Ministério das Cidades. Participou de projetos na Universidade de Brasília, Agência Nacional de Transportes Terrestres e Ministério dos Transportes.