



A relação da vegetação com o comércio de bairro – um estudo da Avenida Noruega em Uberlândia/MG

The relationship of vegetation with neighborhood commerce – a study of Noruega Avenue in Uberlandia/MG

Matheus Maramaldo Andrade Silva* e Glauco de Paula Coccozza**

*Mestrando do Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design da Universidade Federal de Uberlândia (PPGAU/FAUeD - UFU). Arquiteto e Urbanista pela FAU-UnB (2014). Interessado na área paisagística, especialmente quanto a vegetação, além da projeção arquitetônica e pesquisa (botânica e arquitetônica). Trabalha atualmente em projetos arquitetônicos e paisagísticos na Prefeitura do Campus/UnB.

**Professor Adjunto da FAUeD-UFU e membro do PPGAU/FAUeD-UFU. Doutor em Arquitetura e Urbanismo pela FAUUSP (2007). Mestre em Engenharia Urbana pela UFSCar (2002), especialista em Arquitetura Paisagística pela FUPAM/IFLA (2005), Arquiteto e Urbanista pela FAU-Mackenzie (1996). Pesquisador de morfologia urbana, projeto do espaço urbano, arquitetura da paisagem, sistemas de espaços livres, com foco em cidades médias.

Resumo

Os comerciantes de bairro calculam com precisão os preços, os slogans e os fluxos necessários para um bom rendimento, adaptando-se às necessidades de seu entorno restrito, contudo, parece que não dão o mesmo apreço ao espaço que se apresenta externamente a suas fachadas, onde comumente descartam os valores de uma qualificada paisagem. Um dos elementos que mais sofrem com essa relação é a vegetação, com que o fluxo de caixa pouco ou nada dialoga. Notada esta desconexão, buscou-se traduzir neste artigo quais são as ligações estabelecidas entre o verde e a rua comercial local, com o objetivo principal de entender as relações dos usuários desse espaço com a vegetação, por meio de uma leitura paisagística analítica e pesquisa de campo. O recorte escolhido para tal avaliação foi a Avenida Noruega, no Bairro Tibery de Uberlândia.

Palavras-chave: Uberlândia; Rua comercial; Usuário; Qualidade Urbana; Vegetação.

Abstract

The neighborhood traders accurately calculate prices, slogans and the flows needed for a good performance, adapting to the needs of their restricted environment, but it seems that is not given the same consideration to the space that appears beyond their facades, which commonly discards the values of a qualified landscape. One of the elements that more suffer with this relationship is the vegetation, that the cash flow little or no dialogues. Noted this disconnection, it was searched to translate in this article what are the links between the green and the local shopping street, with the principal objective to understand the relations of users of this space with the vegetation through an analytical landscape reading and outside research. The fraction chosen for this evaluation was Noruega Avenue, in Tibery neighborhood of Uberlandia, Brazil.

Keywords: Uberlandia; Shopping street; User; Urban quality; Flora.

Introdução



Figura 1. Exemplo de rua comercial, onde prevalecem lojas, restaurantes e escritórios, Buenos Aires, Argentina. Fonte: Matheus Maramaldo.

O comércio é uma atividade que se iniciou a partir do momento que as comunidades passaram a trocar produtos que colhiam, achavam e faziam por outros escassos em seu meio com tribos diferentes. Isso surge após a configuração do sedentarismo humano (VARGAS, 2001; SILVA, 2012; CLEPS, 2004). Com o tempo, essa atividade, por vezes criminalizada e banalizada pelos mais religiosos ou abastados, evoluiu em sua prática, aperfeiçoando a arte da troca pela arte da venda e especulação (VARGAS, 2012). Hoje quase não entendemos a possibilidade de um mundo sem compras e vendas, por mais que existam pensamentos ideológicos desfavoráveis a estes exercícios.

Esse comércio, dado seu avanço intelectual e tecnológico, abriu espaço para atividades variadas, dado que quase tudo pode ser vendido – roupas, máquinas, alimentos, imóveis, ações, etc, bastando sua invenção pelo homem (CLEPS, 2004).

Suas atividades, majoritariamente lucrativas, acabaram, então, por também negociar espaços físicos nas cidades (embora cresça sua virtualização hoje) para serem executadas, e, novamente, o que se vê é uma gama diversa de tipologias: são shoppings centers, hipermercados, bazares, feiras, caminhões, lojinhas, salas de escritórios e até mesmo toalhas estendidas no chão.

Uma outra forma de ver essa materialidade espacial é enxergar não somente o lote ou a edificação como unidade, mas entender sua totalidade contextual, tratando de observar as atividades dentro de uma lógica mais ampla e conectada com o urbano, caso das múltiplas configurações que são as calçadas, ruas, avenidas e praças (Figura 1). Estes espaços têm uma linguagem própria, uma linearidade, com dependências e interdependências entre os elementos constituintes, adaptando-se à realidade de fluxos, políticas e necessidades a eles impostas, trabalhando com



Figura 2. Avenida Atlântica, símbolo brasileiro e mundial e ligada ao comércio turístico, Rio de Janeiro/RJ (Fonte: https://c2.staticflickr.com/4/3073/2356179035_6a0f3df02c_z.jpg?zz=1)

entornos imediatos, da cidade, regionais, nacionais e até internacionais (JACOBS, 2010; VARGAS, 2001, CLEPS, 2004). A Avenida Atlântica no Rio de Janeiro (Figura 2), por exemplo, tem uma escala mundial, por estar em uma metrópole conectada a grande parte do globo, ter praias e vistas deslumbrantes e uma propaganda turística forte, enquanto outras são ruas comerciais de bairro, com um raio bem restrito de atuação.

Acerca destes comércios mais locais, apesar de parecerem estar em um patamar mais baixo na cadeia, são na verdade a grande massa que constitui o comércio urbano. O comércio local é, normalmente, a primeira associação cognitiva de quem mora por ali perto para as atividades cotidianas e, em alguns casos, até especializadas. Os usuários, moradores e trabalhadores, têm necessidades básicas rotineiras, como comprar um pão, fazer uma cópia de uma conta, almoçar ou comprar uma lembrança, atividades que eles não precisam sair de perto de casa para realizar. É comum, então, que nos bairros exista este tipo comercial de menor escala para atender a estes habitantes, apresentando-se comumente em ruas e avenidas.

As ruas comerciais locais, logo, se formam preferencialmente no entorno das maiores concentrações de fluxos desses centros, onde passam as linhas de ônibus, há escolas, instituições e hospitais por perto e/ou é suficiente a densidade populacional em volta. Normalmente, contam com

o máximo de estacionamento possível, caixas viárias maiores que as da vizinhança residencial, aproveitamento de lote no limite ou superior, e variações de porte e uso, a depender da especulação imobiliária e das regras de ocupação de solo. Conforme sua localização, apresentará especializações diferenciadas: bairros mais pobres podem não apresentar tanta diversidade de usos, a especialização da população que ali mora pode aglomerar mais lojas de um tipo de serviço ou dada instituição pode provocar um nicho que a atenda.

Outra característica importante a ser comentada, e que não se restringe ao comércio de bairro, é a qualidade do comerciante de atrair sua freguesia. É comum que estas ruas tenham seu campo visual recortado para os transeuntes, com propagandas, marquises, vitrines e outros elementos que os façam entrar nas lojas. Essa característica da paisagem é um dos principais motivos pelos quais a calçada, mobiliários e infraestruturas urbanas, sejam preteridos nesse tipo de espaço, e eis a questão principal que queremos abordar (VARGAS, 2001; SILVA, 2012; SILVEIRA, GARREFA, 2014; RACY, 2009).

A paisagem que prepondera nessas ruas pode ter apropriações e sentimentos agradáveis para quem usa esses locais, pelo fato da rotina, do calor humano entre velhos parceiros de trocas, contudo, muito da qualidade espacial é perdida pelo marketing proveniente do comércio (RACY, 2009). A rua torna-se ambiente de passagem,



Figura 3. Visando proteção, o espaço muitas vezes é hostil ao pedestre, como no caso da lateral desta lanchonete, Brasília/DF. Fonte: Matheus Maramaldo.

com o carro no centro e o pedestre nos passeios (JACOBS, 2010). Não há convite de permanência externa, o que se vê é propaganda em cima de propaganda, produtos e mais produtos, e o incentivo constante a sair do lado externo e entrar (SILVEIRA, 2015). Para isso, é comum dar mais visibilidade – a palavra de ordem do comércio – às lojas, o que cria ambiências pouco focadas na globalidade do espaço e bastante egoístas em torno de cada pedaço de vidro (Figura 3).

O elemento que é mais afetado com tudo isso é a vegetação. O verde urbano torna-se um artigo dispensável para os proprietários dos estabelecimentos dessas ruas. A arborização e o ajardinamento, processos tão visados pelos técnicos e tão discursados pela sociedade, na prática, não são demandados da mesma forma. As ruas comerciais possuem, normalmente, poucas árvores, pouco jardins, algo que pode ser confirmado, no Brasil, por diversas pesquisas campais (MELAZO, 2008; VIGNOLA JR, 2005; ANDRADE, 2004).

A mesma vegetação poderia qualificar essas paisagens tão poluídas de letreiros e concreto, com qualificados projetos ou até mesmo intervenções populares, dando um sentido maior de pertencimento, beleza e conforto ambiental. O verde, nos espaços livres que são os passeios e as vias, pode tornar o caminhar menos preciso, mais leve e agradável, por diminuir as temperaturas no verão, proteger dos ventos, sombrear da luz forte do meio-dia, ocultar psicologicamente os ruídos

das buzinas¹, trazer o canto dos pássaros para o dia-a-dia, como criar visuais menos antrópicas, mais naturais e com cores pouco comuns nas cidades (MASCARÓ, MASCARÓ, 2015; ABBUD, 2006). São todos fatos que deslocam parte do olhar das vitrines, mas que aumentam o prazer de se estar naquele espaço (Figura 4).



Figura 4. Outras vezes há um planejamento que beneficia o usuário, como esta praça de estar agradável, projetada e densamente arborizada, Goiânia/GO. Fonte: Matheus Maramaldo.

Sabendo-se de tantas benesses, cabe-se perguntar por que tamanha recusa por parte dos comerciantes em realizar plantios. Os usuários, não proprietários, desses ambientes certamente se sentem desconfortáveis com essas ausências, visto o quanto o verde potencializa e qualifica a cidade. Deve-se então investigar, por meio deste artigo, algumas das razões pelas quais há existências e inexistências de elementos vegetais nas ruas comerciais e quais são as relações da vegetação com esse espaço, a qualidade espacial de uma tipologia como esta, através de uma leitura paisagística analítica e pesquisa campal. Para tan-

1 O som continua com seus volumes, agudos e graves iguais, mas a presença de vegetação, ocultando visualmente as fontes de ruído, trabalha sinesteticamente com nossa audição, camuflando-o (MASCARÓ, MASCARÓ, 2015)

to, este estudo será feito em uma típica rua comercial de bairro em uma cidade suficientemente setorizada, populosa, e representante de boa parcela de outros possíveis estudos de caso. Foi escolhida, então, a Av. Noruega, no Bairro Tibery, na cidade de Uberlândia, Minas Gerais Brasil.

Metodologia

As práticas de investigação usadas neste exercício uniram diversos campos de conhecimento, tendo em vista a preocupação de entender da forma mais ampla possível os porquês que levam ao uso ou não de elementos vegetais, como a contribuição do existente no cotidiano urbano e as qualidades de habitabilidade do espaço.

Assim, procurou-se primeiro caracterizar a cidade e a zona de inserção escolhida (macro = bairro, micro = rua), como primeira revisão bibliográfica, com o intuito de entender parte das particularidades da região e subsidiar a análise futura, com características históricas, climáticas, urbanísticas e sociais (SEPLAN, 2013; NATALIO, 2014; WIKEPEDIA, 2015).

O passo seguinte foi traçar um roteiro de abordagem frente ao problema, para um olhar mais atento, descrevendo a paisagem com o olhar do pesquisador (BERQUE, 1994, SANDEVILLE JUNIOR, 2004a; SANDEVILLE JUNIOR, 2004b; MALLAMUT, 2011; OSEKI, PELLEGRINO, s/d), pontuando os elementos físicos, a vegetação existente

(The Plant List, 2015; LORENZI et al 2001; LORENZI, SOUZA, 2012; GONÇALVES, LORENZI, 2011) e os fluxos das pessoas (THIBAUD, 2013), a rotina. Qual é a apropriação deste espaço?

Segue-se realizando entrevistas com os usuários do espaço e com comerciantes, sem fins estatísticos, buscando maiores esclarecimentos quanto as relações com o verde (UNESCO – MAB, 1992; CROSARA, 2013) e a partir daí tem-se um resultado com diversas teias de análise, que passam por uma leitura do diálogo que se estabelece entre os transeuntes e o comércio, os transeuntes e a vegetação e o comércio e a vegetação a partir do material colhido e observado, pensando como é a qualidade deste espaço.

Essa pesquisa campal foi feita entre 1 de outubro e 5 de dezembro de 2015, sendo colhidas as entrevistas nos dias 1, 2 e 3 de dezembro.

Resultados

Características Gerais:

A cidade de Uberlândia (Figura 5) foi emancipada de Uberaba no final do século XIX, por volta de 1888. Com o tempo, devido a questões políticas, como seu posicionamento estratégico em relação à logística Centro-Sul, a cidade cresceu bastante, tornando-se uma centralidade na sua região e detendo importantes confluências viárias (Estrada de Ferro Mogiana, BR-050, BR-365,

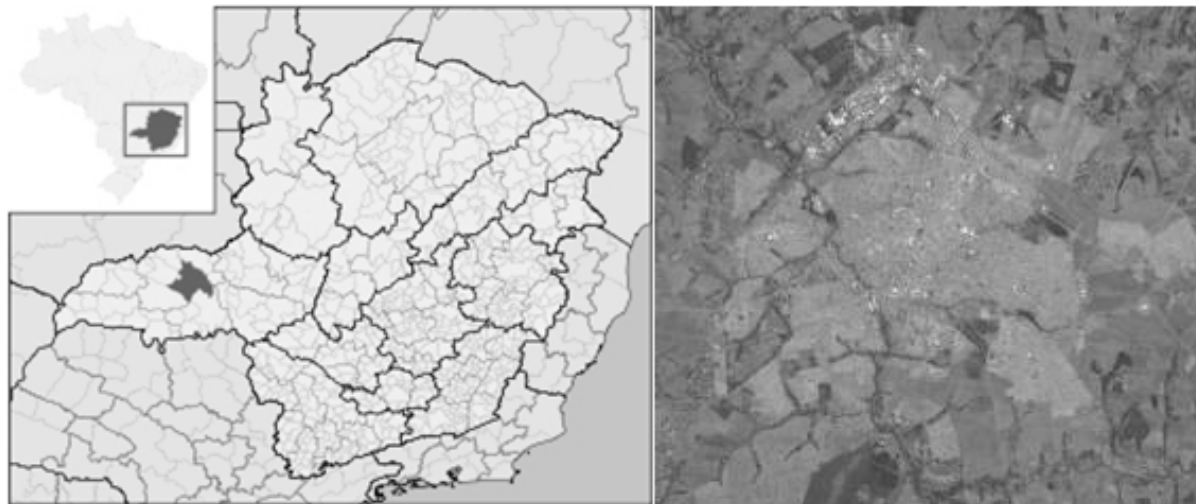


Figura 5. Mapas de localização de Uberlândia/MG. Fonte: <http://www.biolab.eletrica.ufu.br/>; GOOGLE MAPS, 2015.

Figura 6. Mapa do Bairro Tibery, Uberlândia/MG esc.:1.20000. Fonte: GOOGLE MAPS, 2015.

etc) (SILVA, 2012). Embora próspera, somente a partir da metade do século XX foi que Uberlândia adensou-se de fato e começou a expandir suas fronteiras urbanas. Uma dessas investidas além do centro foi o bairro do Tibery, planejado e inaugurado nos anos 1950's. Pouco comum ainda naquele período, os bairros além do que hoje chamamos Centro e Fundinho em Uberlândia começavam a ser criados, seja pela necessidade encontrada pela prefeitura de urbanizar mais áreas para abrigar a população e a economia crescente, seja, como foi o caso do Tibery, pelo intuito de proprietários de fazendas da região de criar áreas urbanas em suas terras (NATALIO, 2015). Esse esforço se deu pelo filho do proprietário das terras, Décio Tibery, que a partir do desejo de criação de uma área de moradias, planejou a malha viária, as quadras, as praças e os nomes das vias (Figuras 6 e 7).



Figura 7. Perspectiva do Bairro Tibery. Fonte: <https://fbcdn-sphotos-g-a.akamaihd.net/>. data de acesso?

Qualidades de clima, flora e relevo são próprias da região: a maior parte do bairro está a mais de 880m de altura em relação ao nível do mar, e, a exceção das bordas do bairro, o Tibery é bastante plano; o bioma característico é o do Cerrado, apesar da quase inexistência de vegetação nati-

va; está inscrito na zona climática IV – tropical de altitude, com variação marcante entre períodos secos e chuvosos, porém com variações dentro destes intervalos entre estações quentes e frias, com o outono apresentando temperaturas mais baixas e a primavera as mais altas (em média), de verão bastante chuvoso e de inverno sem precipitações; não possui rios e córregos no centro, mas em parte de suas bordas (fundos de vale), caso da Av. Rondon Pacheco (SEPLAN, 2013).

Contudo, questões morfológicas, socioeconômicas e equipamentos urbanos são características mais particulares do bairro: muitas das quadras são retangulares e curtas (<100x60) (Figura 6); há pouca verticalização, com edificações em sua maioria térreas ou até 3 pavimentos (Figura 7); suas ruas são generosas (>10m) e o bairro é cortado por uma malha regular de vias locais e avenidas maiores (Figura 6); há presença de um sistema planejado de espaços livres, com quantidade de praças acima da média em relação a outros bairros² (Figura 6) (SEPLAN, 2006).

O Tibery conta com 18.631 habitantes, 6.788 domicílios, com distribuição parelha de homens e mulheres e acentuado número de crianças e jovens (1 à 35 anos), comparando com as outras faixas etárias; é um bairro de classe média, com mais de 80% dos chefes familiares com rendimentos acima de 1 salário mínimo e mais de 50% acima de 2 salários mínimos (dados coletado entre 2007 e 2010) (SEPLAN, 2013).

É um local que conta com equipamentos importantes para a cidade, como o Parque do Sabiá, Teatro Municipal, Fórum, dois estádios de futebol, diversos centros de assistência social, escolas, posto de saúde e o maior shopping do estado, motivos pelos quais o bairro é uma centralidade importante; é considerado um subcentro no qual há 3 zonas – ZR1 (Residencial, sem indústrias, edificações verticais, institucionais e comerciais), ZR2 (Residencial, sem indústrias e comércio de grande porte) e ZM (Misto, sem indústrias e comércio de grande porte), com comércio de grande porte autorizado nas bordas, que concentraram edificações maiores (SEPLAN, 2006).

Características locais – Paisagem e parâmetros urbanísticos:

Dados estes fatos, passa-se para a observação mais focada do exercício. Conforme visto na descrição anterior, o bairro conta com um sistema viário característico e certa liberdade para a existência de residências e comércio. Este último, apesar de estar pulverizado por todo o bairro, aglomera-se em maior quantidade nas principais ruas, reforçando a máxima de que o comércio segue o fluxo (VARGAS, 2001). Um destes espaços de caráter mais comercial é a Avenida Noruega, escolhida para estudo de caso.

Situada mais ao sul, a Avenida Noruega do Bairro Tibery de Uberlândia tem uma dinâmica mais complexa que outras avenidas comerciais do

2 A exceção do Centro e Fundinho, poucos são os bairros que contam com mais de 2 duas praças. O Tibery possui 5 bem estruturadas além das sobressalentes do parcelamento do bairro.



Figura 8. Perspectiva da Avenida Noruega em sua zona predominantemente residencial, Uberlândia/MG. Fonte: Matheus Maramaldo.



Figura 9. Perspectiva da Avenida Noruega em sua zona predominantemente comercial, Uberlândia/MG. Fonte: Matheus Maramaldo.

bairro, pois dialoga fortemente com o shopping, que está a 3 quadras de distância, e lida com a questão de ser um dos principais acessos deste subcentro, com ligação para diversos setores e rotas dos ônibus urbanos.

Esta avenida (Figuras 8 a 13), como no restante do bairro, possui edificações que se submetem as regras de gabarito, tendo pouquíssimas com mais de 1 pavimento, porém, os lotes encontrados estão completamente ocupados, acima do permitido, com raros respiros não-construídos. A paisagem, assim, é marcada por edificações geminadas faceando a calçada (somente 2 exceções), grande número de marquises, baixa quantidade de vegetação e forte poluição visual, que não é amenizada pela grande caixa viária (10-12m mais passeios) - isso acontece devido às fachadas comerciais repletas de propagandas, à invasão das calçadas por produtos e comerciantes não fixos e ao posteamto com grande densidade de fiação nas duas bordas. Há dois tipos de espacialidades nesta avenida, com 65% de sua extensão ocupada por muitas lojas e os outros 35% dividindo com mais residências e um grande espaço institucional.

Outros detalhes importantes de serem pontuados são: a inexistência de mobiliários importantes, como bancos e lixeiras, mesmo próximos ao ponto de ônibus; a qualidade das calçadas, que, embora apareçam depredadas em alguns locais,

estão em boas condições, com declividade leve e largura acima da média (>2 metros) em grande parte da via, tornando o passeio pouco desgastante; a grande concentração de fachadas ativas, por ser um espaço que privilegia o uso comercial, embora sejam raras as lojas que funcionem depois das 18hs; a conectividade, sendo uma via de quadras curtas; e a ausência de marcos visuais na avenida, que colabora para que elementos externos sejam entendidos como focos panorâmicos, caso do shopping próximo, com suas três torres que se destaca frente à malha urbana térrea.



Figura 10. Mapa da Avenida Noruega, esc.:1.5000. Fonte: GOOGLE MAPS, 2015.



Figura 11. Mapa de ocupação, esc.:1.5000. Fonte: Matheus Maramaldo, adaptado de SEPLAN, 2013.



Figura 12. Mapa de usos, esc.:1.5000. Fonte: Matheus Maramaldo, adaptado de SEPLAN, 2013.

■ Comercial ■ Residencial ■ Misto ■ Institucional
■ Estacionamentos ■ Áreas Verdes



Figura 13. Mapa de gabaritos, esc.:1.5000. Fonte: Matheus Maramaldo, adaptado de SEPLAN, 2013.

■ >3 pavimentos ■ 2-3 pavimentos ■ Térreo

Características locais – Vegetação:

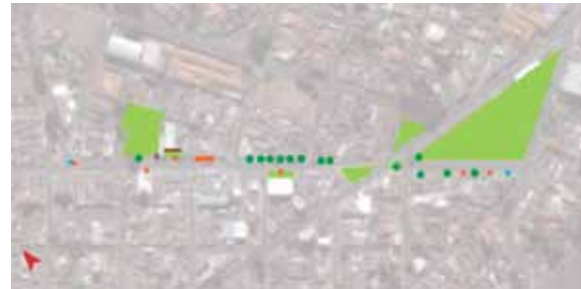


Figura 14. Mapa de vegetação, esc.:1.5000. Fonte: Matheus Maramaldo, adaptado de SEPLAN, 2013.

■ Árvores ■ Arbustos ■ Palmeiras ■ Trepadeiras
■ Forrações/Herbáceas ■ Gramados

A avenida é composta basicamente por elementos arbóreos e arbustivos já desenvolvidos. Tal vegetação é majoritariamente pouco expressiva quanto suas flores, desenho de estipe/tronco, folhas e frutos (Figura 15). Não se apresentou como espaço de vegetação alimentar, e apesar da porcentagem de árvores e arbustos adultos, a quantidade não é suficiente para o tamanho da via, estando concentradas em três pontos da avenida (Figura 14).



Figura 15. Exemplo da vegetação existente, um oitzeiro. Fonte: Matheus Maramaldo.

Características locais – Fluxos:

Diferentemente da maioria dos estudos deste tipo, em que o fluxo é pesquisado com um foco maior sobre o pedestre (PETRAGLIA, 2015; THIBAUD, 2013), foi pensado também em reconhecer o itinerário dos carros e de outros veículos, pois suas presenças são também marcantes neste espaço (Figuras 17 e 18). A paisagem é marcada por estes elementos e os mesmos tem sua contribuição nas permanências e deslocamentos.

Os automóveis normalmente foram vistos ou em deslocamento ágil, por se tratar de uma importante avenida de conexão do bairro, ou estacionados próximos ao comércio principal (supermercado) (Figuras 16, 17 e 18). É interessante perceber que metade dos carros e motos estavam parados embaixo de espaços sombreados (onde havia árvores ou onde a projeção de sombra das edificações estava contribuindo) e a outra metade estava concentrada próxima ao supermercado; os ônibus faziam suas paradas em cada borda da rua uma vez a cada 30 minutos; a edificação institucional surpreendeu por não atrair em nenhum dos horários da pesquisa grande quantidade de automóveis próximos estacionados, como onde há mais residências, diminuí-se drasticamente o tráfego; há, como esperado, um forte fluxo de caminhões próximos ao supermercado; o estacionamento particular não se apresenta como forte chamariz de veículos, assim como os dois



Figura 16. Perspectiva da Avenida Noruega com alguns dos usos e apropriações dos usuários, como sentar na calçada ou fazer compras no supermercado. Fonte: Matheus Maramaldo.

gramados; é expressiva a quantidade de carros que passam pela avenida, entre 200 e 500 automóveis (entre 8:00h da manhã e 6:00h da tarde); as bicicletas também estão presentes, percorrendo velozmente a via, sem entrar nas calçadas e pouco parando no comércio.

Já os fluxos de transeuntes são mais pulverizados. Adotando as técnicas de observação de Thibaud (2013), procurou-se acompanhar os pedestres, anotando o máximo de impressões possíveis, com o intuito de a posteriori estabelecer algumas relações com a vegetação. Apesar do empenho, preferiu-se neste artigo suprimir parte dos enredos vistos, buscando uma leitura mais geral. O que se observou foi:

1. A praça próxima à instituição é um polo atrativo periódico. Quase escassa de equipamentos, conta somente com o ponto de ônibus e densa arborização. Nos períodos de entrada e saída escolar há um grande fluxo de crianças e pais pelo local, contudo, as permanências se dão por poucos passageiros e por idosos que ficam conversando sentados nos meios-fios. O fluxo da escola adjacente à avenida é periódico, com suas crianças e pais percorrendo as calçadas ligeiramente. Poucos são os que param no comércio, pois procuram chegar à casa o mais breve possível;

2. Muitos transeuntes são trabalhadores das lojas. Vem a pé ou saem dos ônibus (maioria), caminhando apressados pelas calçadas, com o

foco direcionado para o estabelecimento onde trabalham, detidos somente pelo tráfico de carros. Outros querem mesmo acessar os serviços, caminham apressados ou em ritmo mais acelerado para entrar na academia, comprar no supermercado ou na farmácia. É raro alguém se deter a observar o céu ou qualquer outro elemento que não esteja dentro das lojas. Além disso, por ser o grande polo de atração, o supermercado provoca as pessoas a terem compras em sacolas em suas mãos. Outro motivo para a maior parte dos pedestres andarem mais apressadamente é o fato de estarem carregando peso (Figura 16);

3. Por se tratar de uma cidade com vários aspectos interioranos e por ser uma avenida bastante ligada ao bairro, é comum ver os comerciantes se deterem muitos minutos com clientes e amigos fora de seus estabelecimentos. Sentados em cadeiras ou em pé, se reúnem e acenam para muitos dos transeuntes embaixo das sombras de suas marquises (raramente embaixo de árvores) (Figura 16). Próximo ao ponto de ônibus da avenida há um chaveiro e um ponto de moto-táxi onde há muitas cadeiras e sempre têm pessoas sentadas esperando pelos ônibus ou os donos dos comércios citados conversando com os amigos que aparecem (Figura 16), caso semelhante ao salão masculino de cabeleireiros e à banca de jogo de sorte do outro lado da rua. Os moradores saem de seus portões com calma, sem expressar aquela preocupação visível em outras áreas urbanas ditas mais perigosas. Abrem a casa e



Figura 17. Mapa de permanências, esc.:1.5000. Fonte: Matheus Maramaldo, adaptado de SEPLAN, 2013)
 ● Maior Permanência • Menor Permanência



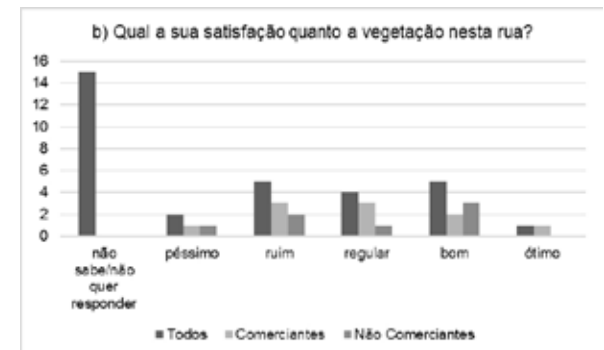
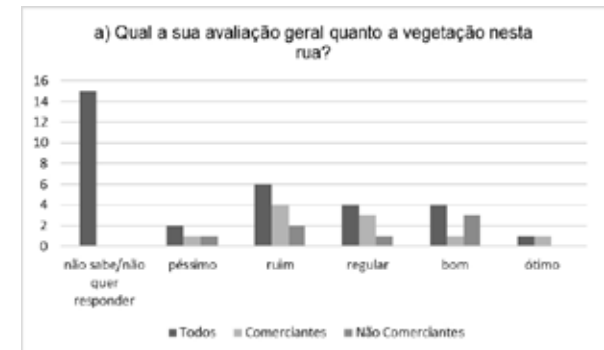
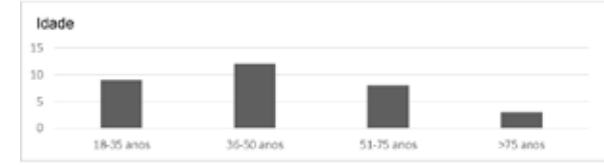
Figura 18. Mapa de fluxos, esc.:1.5000. Fonte: Matheus Maramaldo, adaptado de SEPLAN, 2013.
 ► Maior fluxo ▶ Menor fluxo

ficam conversando em pé ou sentados em muretas embaixo das árvores. É comum ficarem horas trocando ideias.

O que fica claro é que a Avenida Noruega é diferente de centros comerciais mais amplos da cidade, como a Av. Afonso Pena ou a Av. João Naves. Além do rigor do fluxo inter e intrabairro elevado e de pedestres focados em suas atividades, há espaço para certo acolhimento, em que os lojistas contribuem com a dinâmica social abrindo suas portas e calçadas para um público recorrente, diminuído parte do que se percebe no dia-a-dia geral de trancafiamento e afastamento das pessoas do cotidiano extra lar.

Características locais - Entrevistas:

As entrevistas foram feitas para endossar o entendimento da pesquisa, dando parâmetros também externos da visualização do pesquisador. Embora com fins menos estatísticos, pois o intuito era de compreensão e interpretação maior das falas dos entrevistados do que propriamente os números, os resultados foram expressivos nos perfis de pensamento (UNESCO – MAB, 1992; CROSARA, 2013):





e) Quais os benefícios?

Ar melhor, proteção, alegria, passarinhos, cheiro bom, beleza, sombra.



g) Quais os malefícios?

Interferência nos postes, estética, sujeira, encobrimento, crescimento perigoso (raízes e galhos).



i) Qual(is) a(s) razão(ões) para não ter vegetação em frente ao comércio?

Postes, aluguel, visualização, crescimento, encobrimento, sujeira, podas.

Foram 32 entrevistas³, sendo que em 15 os entrevistados não souberam ou não quiseram responder. Os motivos principais para isso foram não morar perto ou não andar pela rua. Outro fator importante a ser notado é que o termo vegetação estava estritamente ligado com arborização para os entrevistados, ninguém comentou sobre os gramados, as herbáceas e as forrações. Também se percebeu a nítida diferença entre comerciantes e não comerciantes. O que se vê é a população, de alguma forma, desejando mais vegetação na rua, contudo, sem saber bem qual tipo de arborização ou como evitar certos conflitos com o caminhar e fiações. Os problemas vistos estão intimamen-

3 Os gráficos foram todos produzidos por Matheus Maramaldo.

te imbricados ao comércio e os pontos positivos direcionados aos pontos ambientais e estéticos.

Análise: Comércio, Rua, Pessoas e Vegetação

Após as observações e entrevistas, confirmou-se alguns dos preceitos do espaço terciário (VARGAS, 2001) e as relações que se estabelecem entre a vegetação e a avenida. O comerciante ou prestador de serviço deste recorte criou soluções diversas para atrair seus clientes e ainda diminuir seus custos com o espaço público em frente. Essas soluções nem sempre foram as que seriam as mais aprazíveis para os transeuntes e sacrificaram a quantidade e a qualidade de vegetação da via. As fachadas, por exemplo, apresentaram poucos locatários e donos que dispensaram suas visualizações livres, expondo quase sempre a totalidade de seus slogans. A maior parte dos pontos onde havia vegetação conflitando com a vista dos empreendimentos ou era em frente a residências ou em frente de serviços menos dependentes de suas propagandas físicas, como estacionamentos, chaveiro e moto-táxi. Outra estratégia observada foi o avanço com marquises e toldos sobre as calçadas. Além de aproximar do tráfego os letreiros, esta tática permitiu a substituição “menos onerosa” de árvores para sombreamento por lajes e lonas, protegendo do sol os consumidores.

A vegetação, pelo que foi visto e pelas coletas orais de informações, sugeriu um público pres-

tador de serviços com dificuldades em quase todos os casos em fomentá-la. Por serem locatários, não dispunham de verde em frente aos estabelecimentos, ou por conta dos postes e fiações diziam que era impossível plantar qualquer coisa ali. As inúmeras desculpas esconderam uma real falta de vontade de tornar os passeios e as visuais mais interessantes, com o verde e seus custos com podas, irrigação e adubação algo oneroso demais para os mesmos. Os não comerciantes já revelaram outra informação, a de o verde ser importante e qualificador do ambiente, necessário e devendo existir em maior quantidade na rua. Por que somente estas poucas árvores?

Contudo, existem alguns usos da vegetação com o intuito de qualificar os espaços de entorno por parte dos comerciantes (Figura 19). Próximo a um moto-táxi e chaveiro, que também está próximo de um ponto de ônibus, plantou-se arbustos altos que fazem sombra para a área. Quem espera pelo transporte público ou quer conversar com os donos das lojas senta ou aguarda em um ambiente protegido do sol – uma evidente intervenção proposital, esperando um espaço mais agradável em frente ao comércio, e uma gentileza para com os transeuntes que esperam os ônibus. Esta prática, no entanto, prejudicou a circulação na calçada e bloqueou parcialmente a visão de quem ali passa. Outra tática usada propositalmente para qualificação do espaço – alegando “sustentabilidade” e “permeabilidade”, por exemplo – foi o uso de pavimentos inter-



Figura 19. Exemplo de projeto externo a edificação com certo grau de ajardinamento na Avenida. Bonito, contudo, sem qualidades ambientais para os usuários. Fonte: Matheus Maramaldo.

travados perfurados com grama (Figura 19). Os espaços que continham esta prática eram bem cuidados, acompanhados de jardineiras dotadas de pequenos arbustos, porém sem nenhuma árvore novamente, tendo o sol acompanhando e uma preocupação notável de não intervenção nas propagandas e fachadas. O público externo mais uma vez é levado a andar desprotegido do sol em um ambiente de passagem.

Embora louvável algum tipo de elemento vegetal implantando, além das situações acima relacionadas, quando realmente se presenciou árvores, notou-se uma completa negligência com os berços e com a escolha de espécies. Embaixo de fiações elétricas baixas e próximas ao concreto dos passeios, árvores de grande porte ou com raízes tabulares destroem até 10 m² de pavimento, 5 metros em linha reta, e dialogam perigosamente com os cabos logo acima. Até mesmo árvores aconselhadas para a vegetação urbana, caso do Oitizeiro (*Licania tomentosa* (Benth.) Fritsch.), com covas minúsculas, danificam o pavimento em busca de ar, água e nutrientes, ou são podadas com fins estéticos e de proteção contra as linhas de transmissão elétrica. É um uso da vegetação sem cuidado, escolhendo pelo rápido crescimento ou plantando sem critério, por se ter ganho de presente, por exemplo (Figura 20).

Essas situações revelaram o previsível: passeios de difícil locomoção, falta de uma linguagem estético-funcional da vegetação na rua e árvores dila-

ceradas e amorfas, traduzindo uma paisagem de complexa afeição. É importante notar estes empirismos. A população é quem planta na avenida, não a prefeitura. Raramente a companhia elétrica poda alguma árvore, e são os moradores e comerciantes que qualificam então o espaço. Sendo assim, gostos pessoais, nem sempre preocupados com o público em geral, se traduzem nas calçadas: comigo-ninguém-pode (*Dieffenbachia amoena* Bull) e sanseverias (*Sansevieria trifasciata* Prain) aparecem em dois momentos, e, da forma como foram plantadas, indicam preocupação com proteção, principalmente psicológica; outros plantam diminutas mudas na calçada, na verdade palmeiras de caule múltiplo grandes, que em breve comprometerão totalmente a circulação.



Figura 20. Exemplo de plantio inapropriado na calçada da Avenida. O conflito é aéreo com a rede elétrica, como no piso, com a destruição do pavimento pelas raízes. Fonte: Matheus Maramaldo.

A paisagem assim é configurada pelo construído, pelo maciço antrópico. O verde é talhado quando

existe e pouco se relaciona com quem ali passa – alguma sombra onde existe ou sendo alvo de reclamação. A avenida é organizada pelo uso rotineiro e cético, sem se deter aos detalhes, pois o verde existente pouco agrega valor de forma geral neste espaço, e o que há somente reitera o desprendimento com este assunto. Mesmo com um típico uso interiorano de cadeiras na calçada, a permanência é quase exclusiva dos próprios comerciantes, sendo exceção a parada dos pés apressados do público em geral.

Conclusão

Depois de feito um retrato do bairro e do recorte, a Avenida Noruega, viu-se como há diversidade de elementos que modificam a relação da vegetação com as pessoas. Ao se deparar com essa avenida importante para o bairro, por conta de sua integração, localização e fluxos – que a fizeram um centro comercial do mesmo - notou-se que a vegetação é um tema raro e polêmico pela configuração estabelecida. Seja pelo trabalho feito de observação, seja pelas entrevistas, o uso comercial parece ter incompatibilizado maiores intervenções no espaço, com uma qualificação não regrada pelo verde, mesmo com os transeuntes declarando que a via estaria em melhores condições se houvesse mais árvores.

Essa situação se explicou por motivos mercadológicos, pelas sérias dificuldades da população em entender a vegetação como elemento de

múltiplas funções, mais do que simples árvores, pelo desconhecimento do que se está plantando e pelo descaso com o macro, o espaço público que não é só a calçada em frente. Foram pontuadas calçadas com árvores incompatíveis ou com soluções de berços precárias, acabando com o concreto e expondo riscos as fiações elétricas; sombra quase exclusiva de marquises e poucos espaços onde as soluções formais ultrapassaram o simples plantio. A paisagem é mesmo pautada por construção e vitrines. A relação da vegetação neste tipo de espaço, assim, pode ser dita como precária, onde há pouca afetividade e a estética tende a ser duvidosa, não sendo promovidas a contemplação e o deleite, tornando um ambiente de passagem e foco.

É crítica a situação, com previsão de piora com mais cortes das árvores existentes, sendo necessário um posicionamento da prefeitura e dos técnicos da área, não com os cuidados de manutenção e plantio em si, mas com atualizadas normas para a intervenção no espaço, uma efetiva fiscalização e esclarecimento aos cidadãos. A partir daí, da comunidade devem surgir as soluções, sendo imprescindível entender a necessidade de expansão do verde no espaço público e se ter planejamento – mais informações, auxílio de profissionais, pensamento comunitário. Sem estas mudanças de paradigmas, possivelmente o relacionamento da vegetação com a avenida, o comércio e as pessoas continuará problemático.

Referências bibliográficas

ABBUD, Benedito. **Criando paisagens: guia de trabalho em arquitetura paisagística**, 1ªed. São Paulo: Editora Senac, 2006.

ANDRADE, R.. A construção da paisagem urbana no Brasil: processos e práticas da arborização. In: TERRA, C. G. (org.). **Arborização: ensaios historiográficos**. Rio de Janeiro: EBA/UFRJ, 2004, p.73-129.

BERQUE, A. (org.). **Cinq propositions pour une théorie du paysage**, 1ªed. Ceyzérieu: Editions Champ Vallon, 1994.

CLEPS, G. D. G.. O comércio e a cidade: novas territorialidades urbanas. **Revista Sociedade & Natureza**, Uberlândia, V.16, nº30, p.117-132, 2004.

CROSARA, R.. A percepção da população do bairro jardim Umuarama sobre a importância de sua arborização. **Revista Geosaberes**, Fortaleza, V.4, nº7, p. 16-32, 2013.

GONÇALVES, E. G., LORENZI, H.. **Morfologia Vegetal**, 2ª ed. Nova Odessa: Instituto Plantarum, 2011.

JACOBS, J.. **Morte e Vida das Grandes Cidades Americanas**, 2ªed. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2010.

LORENZI, H. et al. **Plantas Ornamentais no Brasil - arbustivas, herbáceas e trepadeiras**,

3ª. ed. Nova Odessa: Instituto Plantarum, 2001.

LORENZI, H.; SOUZA, V. C.. **Botânica Sistemática**, 3ª ed. Nova Odessa: Instituto Plantarum, 2012.

MALAMUT, M.. **Paisagismo: projetando espaços livres**, 1ªed. Lauro de Freitas: Editora Livro.com, 2011.

MASCARÓ, J. L., MASCARÓ, L. E. A. R.. **Vegetação Urbana**, 3ªed. Porto Alegre: Editora +4, 2010.

MELAZO, G. C.. **Mapeamento da cobertura arbóreo-arbustiva em quatro bairros da cidade de Uberlândia/MG**. Dissertação (Mestrado em Engenharia Civil) – Faculdade de Engenharia Civil-UFU, Uberlândia, 2008.

NATALIO, F.. **Tibery: A fazenda que virou o bairro do sabiá em Uberlândia**. Correio de Uberlândia, Cad. Cidade e Região. Construção, Uberlândia, 31 ago. 2014. Disponível em: <<http://www.correioUberlandia.com.br/cidade-e-regiao/tibery-fazenda-que-virou-o-bairro-sabia-em-uberlandia/>>. Acesso em: 23 de novembro de 2015.

OSEKI, J. H.; PELLEGRINO, P. R. M.. **Paisagem, Sociedade e Ambiente**. São Carlos, UESC, s/d. p. 486-523.

PETRAGLIA, L. M. C.. **O Sentido da Caminhada: uma análise sobre os aspectos físicos e sensoriais das calçadas do centro de Uberlândia**. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – FAUeD-UFU, Uberlândia, 2015.

RACY, L. G.. O espaço do comércio na cidade: Fundamentos teóricos para a compreensão dos projetos de lojas. In: II Encontro Nacional de Estudos da Imagem, mai. 2009, Londrina. **Anais do II Encontro Nacional de Estudos da Imagem**, 2009, p. 978-997.

SANDEVILLE JUNIOR, E.. Paisagens e Métodos. Algumas contribuições para elaboração de roteiros de estudo da paisagem intra-urbana. **Revista Paisagem e Ambiente**, São Paulo, nº2, 2004a. n.p.

SANDEVILLE JUNIOR, E.. Um roteiro para estudo da paisagem intra-urbana. *Revista Paisagem e Ambiente*, São Paulo, nº2, 2004b. n.p.

SILVA, R. R.. **Centros comerciais e shoppings centers: transformações no espaço urbano de Uberlândia (MG)**. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Faculdade de Geografia-UFU, Uberlândia, 2012.

SILVEIRA, L. J.; GARREFA, F.. A influência das atividades do setor terciário na produção do espaço urbano de Uberaba a partir do século XXI. In: 2º Colóquio de Pesquisa em Arquitetura e Urbanismo e Design Brasil/Portugal UFU e UL, dez. 2013, Uberlândia. **Anais do 2º Colóquio de Pesquisa em Arquitetura e Urbanismo e Design Brasil/Portugal UFU e UL**, 2014, p. 105-113.

SILVEIRA, Leonardo José. **O Centro da Cidade e o Comércio**: Um estudo da importância das atividades terciárias na configuração espacial urbana

de Uberaba. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – FAUeD-UFU, Uberlândia, 2015.

Secretaria Municipal de Planejamento Urbano - Prefeitura de Uberlândia (SEPLAN) [Internet]. **Lei Complementar 432 – Plano Diretor de Uberlândia**. 2006. Disponível em: <<http://www.uberlandia.mg.gov.br/2014/secretaria-pagina/56/518/secretaria.html>>. Acesso em: 23 de novembro de 2015.

_____. [Internet]. **Banco de Dados Integrados**. 2013. Disponível em: <<http://www.uberlandia.mg.gov.br/2014/>>. Acesso em: 23 de novembro de 2015.

The Plant List [Internet]. Disponível em: <www.theplantlist.org>. Acesso em: 23 de novembro.

THIBAUD, J.. Ambiências de passagem – figuras, condutas, medidas. In: DUARTE, C. R.; VILLANOVA; R. de (org.). **Novos Olhares sobre o Lugar. Ferramentas e metodologias, da arquitetura à antropologia**. Rio de Janeiro: Contracapa, FAPERJ, 2013, p.101-127.

UNESCO – MAB. **Pesquisa exploratória da relação com a vegetação em São Miguel Paulista**, 1ªed. São Paulo: Secretaria Municipal de Planejamento, FAU-USP, 1992.

VARGAS, H. C. **Espaço Terciário**: o Lugar a arquitetura e a Imagem do comércio, 1ªed. São Paulo: SENAC, 2001.

VARGAS, H. C. Comércio e cidade: uma relação de origem. In: SESC São Paulo. **Memórias do Comércio Paulista**: Guia de Acervo, 1ªed. São Paulo: Museu da Pessoa, 2012.

VIGNOLA JÚNIOR., R.. **A arborização de vias públicas e a paisagem urbana**: caso da cidade de São Paulo. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – FAU-USP, São Paulo, 2005. ■

WIKEPEDIA [Internet]. **Tibery**. Wikipédia, publicado em 2 de setembro de 2015. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Tibery>>. Acesso em: 23 de novembro de 2015.