

# SHOPPINGS-CENTERS DE CAMPINAS: ANÁLISE PERCEPTIVA DAS RELAÇÕES DE PAISAGEM URBANA COM SEU ENTORNO

aluna: Juliana Reis Lima Dias  
Faculdade de Engenharia Civil, Arquitetura e Urbanismo

orientador: Prof Dr Evandro Ziggiatti Monteiro

PIBIC (programa institucional de bolsas de iniciação científica)  
CNPQ (conselho nacional de desenvolvimento científico e tecnológico)

Palavras-Chave: 1- Shopping-Centers | 2- relações | 3- entorno

## INTRODUÇÃO

Desde a década de 80, com a implantação do primeiro shopping-center na cidade de Campinas, o Iguatemi, grandes têm sido as transformações na paisagem da cidade. A implantação desses complexos comerciais imersos em áreas de estacionamento e servidos por um número crescente de vias de trânsito rápido resulta no que muitos autores chamam de paisagem genérica (KOOLHAS, 2007; MONGIN, 2009).

Essas novas áreas, as quais vão se agregando aos limites do tecido urbano, são moldadas e dimensionadas para o transporte individual (automóvel), o objetivo da pesquisa foi o de investigar como se davam as relações entre o desenho e a paisagem a partir dos outros modais de mobilidade. Supunha-se que os usuários desses espaços nem sempre seriam usuários motorizados, e que o desenho dos shoppings-centers nem sempre estaria adequado aos usuários de ônibus, bicicletas, ou mesmo aos pedestres.



Figura 01: imagem baseado no livro "Cities for People" - Jan Gehl.

## METODOLOGIA

As primeiras pesquisas foram feitas a partir do estudo viário dessas regiões, entendendo suas complexidades (baseado nos dados IBGE), ligações com a cidade (seja pelo próprio desenho urbano ou pelas linhas de ônibus) e a partir de visitas do reconhecimento das áreas, sendo estudadas por meio de fotos, desenhos e infográficos. Para a realização da pesquisa, foi elaborado um questionário, com 5 perguntas, que foi aplicado em três grupos, um representante de cada shopping, de 25 pessoas que foram abordadas no entorno dos locais estudados em diferentes períodos do dia. O questionário abordava percepção dos entrevistados em relação a estrutura urbana. Após a compilação de dados foi possível desenvolver a terceira e crucial parte do trabalho. Trata-se do estabelecimento das conclusões acerca da dinâmica da relação dos usuários do shopping-center e os meios de transporte. Na quarta parte do trabalho foram tomados os apontamentos que permitiram sugerir alternativas projetuais para cada um dos três shoppings analisados.

## CONCLUSÕES

O desenho urbano da cidade de Campinas foi proposto de maneira a se privilegiar o uso de carros e, nos locais estudados, isso se mostra evidenciado. Entretanto, grande parte dos moradores da cidade não consegue se locomover com esse tipo de transporte, afinal, ele foi pensado para aqueles com maior renda. Em contrapartida, aqueles que são mais pobres são deixados ainda mais marginalizados da sociedade, fazendo com que a segregação aumente cada vez mais. Em nenhum momento fala-se na "proibição" de pessoas com menor condição financeira de frequentar esses lugares, mas, nota-se o seu esquecimento perante a malha urbana da cidade, que não apresenta calçadas decentes, linhas de ônibus em número necessário, estacionamentos para bicicletas, entre outros.

As principais necessidades levantadas foram: a ligação da malha urbana dos shoppings por meio de calçadas; o aumento das linhas de ônibus municipais; a colocação de maior número de faixas de pedestres; a criação de entradas específicas para os transeuntes.

## REFERÊNCIAS

JACOBS, J. Morte e vida de grandes cidades. Tradução: Carlos S. Mendes Rosa. São Paulo: Martins Fontes, 2000.  
KOOLHAAS, R. Nova York Delirante: Um manifesto retroativo para Manhattan. São Paulo: Coleção Face Norte, 2007.  
MONGIN, O. A Condição Urbana – A Cidade na era da globalização. São Paulo: Estação Liberdade, 2009.  
SOLÀ-MORALES, I. Presente y futuros - la arquitectura en las ciudades. Barcelona: 1996 (p.10-23).  
VENTURI, R.; BROWN, D.; IZENOUR, S. Aprendendo com Las Vegas. Tradução: Pedro Maia Soares. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES

### SHOPPING IGUATEMI



Figura 02: infográfico que mostra o entorno do shopping.

Na área mostrada em amarelo, nota-se que não existe calçada ao longo do perímetro do shopping Iguatemi. No local onde poderia ser implantado um passeio urbano, existem coqueiros, um pequeno barranco e um piso somente de grama.

A área mostrada em vermelho mostra a Av. Iguatemi, principal eixo de acesso ao shopping. Não há a possibilidade de atravessá-la, impedindo o fluxo de pedestres.

A área mostrada em azul exibe a grande diferença topográfica das pistas da Avenida Mackenzie, que poderiam vir a ser solucionadas com uma praça e com elementos elevados que propiciem o encontro das pessoas.

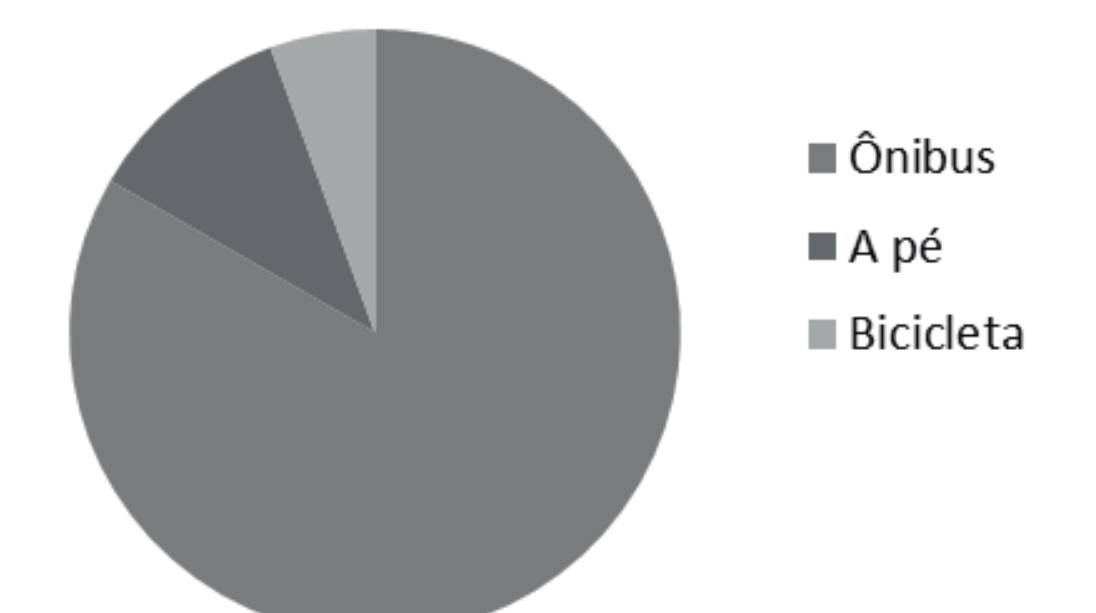


Figura 03: gráfico da relação de usuários e os modais estudados.

### GALLERIA SHOPPING

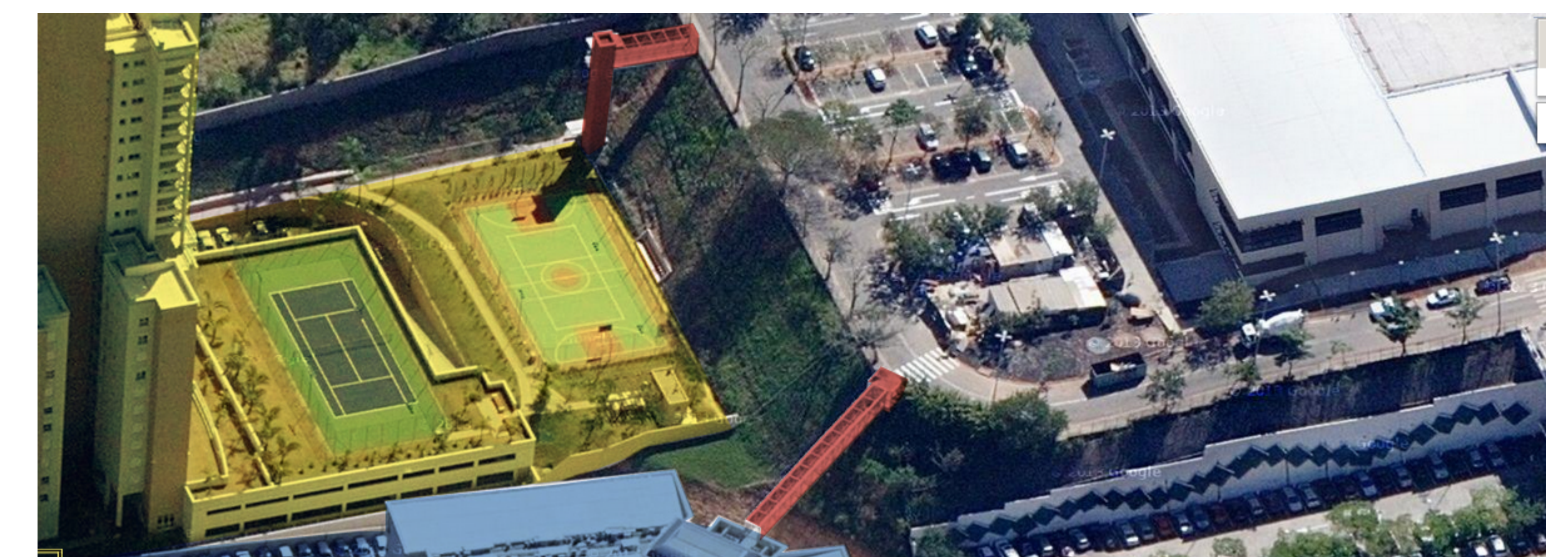


Figura 04: infográfico mostra uma parte do quarteirão do Galleria Shopping, de modo que, nota-se a interação entre os diferentes complexos, sendo eles privado-privado.

A área mostrada em amarelo é uma área residencial.

A área mostrada em azul é uma área comercial.

A área representada em vermelho mostra a ligação entre os dois elementos, seja residencial ou comercial, com o Galleria Shopping.

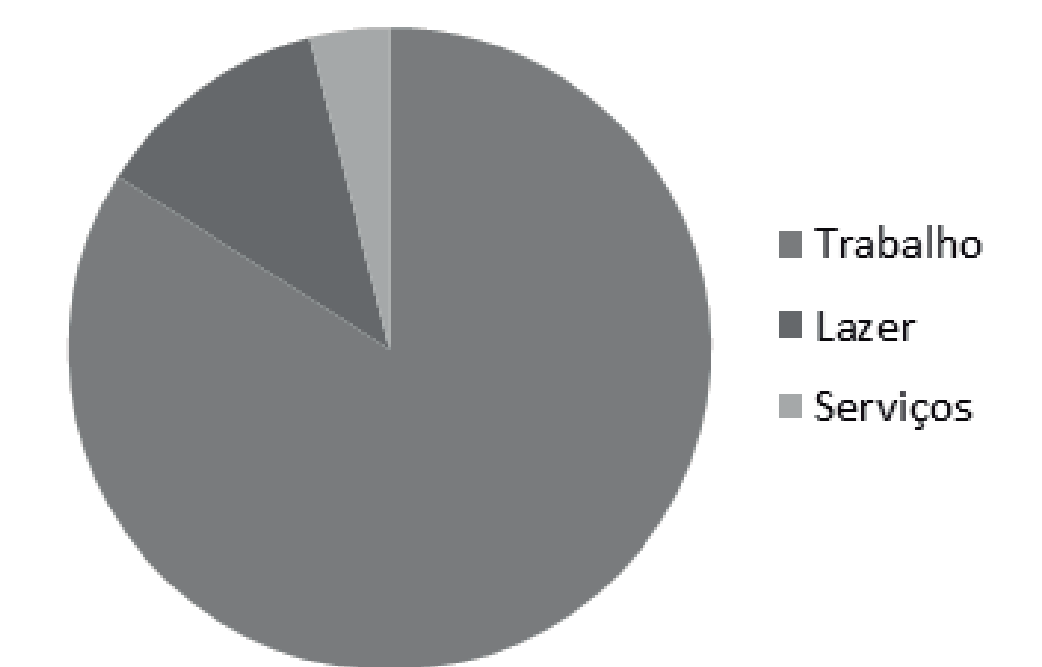


Figura 05: gráfico mostra as principais motivações para os usuários irem ao shopping.

### PARQUE DOM PEDRO SHOPPING



Figura 06: Imagem que representa o entorno do Parque Dom Pedro Shopping, nota-se também a ligação do shopping com a rodovia.

O shopping apresenta grande área residencial no seu entorno

O entorno do shopping apresenta poucas áreas de serviço e comércio.

#### DIFICULDADES APRESENTADAS

Falta de Linhas de Ônibus	03
Escassez de calçadas	00
Segurança entrada/saída	23
Local para guardar bicicletas	01
Difícil acesso a outras áreas	10
Escassez de faixas de pedestres	15
TOTAL	52

Figura 07: Tabela que mostra as dificuldades levantadas pelos entrevistados no projeto. No caso do Parque Dom Pedro Shopping, a maior dificuldade está no quesito de segurança.