

INFLUÊNCIA DO MOBILIÁRIO URBANO NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE COMÉRCIO DE RUA

AURIELE FOGAÇA CUTI¹; DENISE ESTIVALETE CUNHA²; NIRCE SAFFER MEDVEDOVSKI³; LÍGIA MARIA ÁVILA CHIARELLI⁴

¹ Universidade Federal de Pelotas – aurielefc@gmail.com

² Universidade Federal de Pelotas – de_estivalete@hotmail.com

³ Universidade Federal de Pelotas – nirce.sul@gmail.com

⁴ Universidade Federal de Pelotas - biloca.ufpel@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O que diferencia o comércio de rua dos estabelecimentos locados em centros comerciais ou shoppings centers é a característica de possuir seu acesso principal voltado para a via. Assim, os estabelecimentos varejistas, de centro ou de bairro, apresentam permeabilidade visual na interface rua e loja.

O mobiliário urbano, segundo John (2015), deveria estar o mais próximo possível das expectativas e necessidades dos seus usuários de forma a cumprirem sua função, incentivarem o uso dos espaços e qualificarem a paisagem urbana. Para isso é preciso que esses objetos complementem o passeio público e criem um ambiente agradável para os indivíduos, agregando valor aos estabelecimentos comerciais e não desqualificando-os.

A Associação Brasileira de Normas Técnicas define mobiliário urbano como “todos os objetos, elementos e pequenas construções integrantes da paisagem urbana, de natureza utilitária ou não, implantados mediante autorização do poder público em espaços públicos e privados” (ABNT, 1986, p.1).

No entanto, alguns tipos de mobiliário urbano além de terem suas funções para as quais são destinados, podem dependendo das dimensões, intervir no percurso das pessoas. Segundo John e Reis (2010), é relevante considerar a relação do mobiliário urbano com as edificações e outros elementos do entorno pois devem ser localizados de forma que não se comportem como um obstáculo aos percursos mas que estimulem a vivência da cidade por todos os usuários.

O objetivo deste trabalho é relacionar a presença do mobiliário urbano em ruas comerciais com o comportamento do consumidor visando identificar se há influência positiva na decisão da escolha do lugar por parte do pedestre. A contribuição deste estudo é fornecer subsídios no que se refere à relação do pedestre com o mobiliário urbano em ruas de caráter comercial, sendo parte de um estudo maior de dissertação de mestrado que considera diversas variáveis no comércio de rua, como o mobiliário urbano, a infraestrutura urbana, a poluição visual, a localização, entre outros. Esse estudo parte da hipótese de que o mobiliário urbano interfere na decisão da escolha do lugar por parte do pedestre.

O problema dessa pesquisa é identificar se o mobiliário urbano observado em uma cidade de médio porte no Estado do Rio Grande do Sul influencia ou não a decisão da escolha do lugar por parte do pedestre, afastando ou não potenciais clientes.

Para isso optou-se por trabalhar com o município de Santa Maria, pois a cidade apresenta a particularidade de ser um centro comercial na região central do estado. No entanto, é visível a desqualificação das ruas comerciais do município através da poluição visual provocada por anúncios comerciais, falta de cuidado com a estética urbana e também o próprio mobiliário urbano. Nota-se que tanto a fiação das redes aéreas, quanto o posteamento e os contêineres de lixo

influenciam negativamente no aspecto das vias comerciais. Identificaram-se, a partir disso, ruas comerciais com maior número de estabelecimentos no município, a Rua do Acampamento e a Rua Doutor Bozano, ambas no centro de Santa Maria e com ligação próxima ao Calçadão Salvador Isaia, principal peatonal da cidade e com caráter fortemente comercial.

2. METODOLOGIA

A falta de planejamento prévio da disposição de mobiliário urbano nas ruas comerciais acaba afetando o livre percurso dos pedestres, configurando-se como uma barreira física e visual e podendo refletir na decisão da escolha do lugar. Deve-se considerar a necessidade real da presença do mobiliário urbano nas vias, sendo que o ideal é que seja funcional para o público sem prejudicar os lojistas. Para ratificar essa hipótese, os procedimentos metodológicos utilizados foram: pesquisa bibliográfica, levantamento físico, levantamento fotográfico, observações técnicas, visitas exploratórias e mapas comportamentais.

Primeiramente vale ressaltar que todos os procedimentos metodológicos foram aplicados em dias úteis. Além disso, estes procedimentos metodológicos fundamentaram as análises da influência do mobiliário urbano no comportamento dos consumidores.

Foram realizados levantamentos físicos na Rua do Acampamento e na Rua Doutor Bozano, no dia 25 de maio de 2016, quarta-feira. Neste levantamento foram consideradas as variáveis: pavimentação, mobiliário urbano, infraestrutura, obstruções móveis e também a identificação dos estabelecimentos comerciais presentes nas vias. Foi realizado também um levantamento fotográfico que mostra a presença do mobiliário urbano nas vias e na frente das lojas.

A partir do levantamento físico, foram realizadas observações técnicas em visitas exploratórias para elaboração de mapas comportamentais. Foram obtidas também fotografias que ratificassem as indicações dos mapas comportamentais. Esses procedimentos foram aplicados no dia 6 de junho de 2016, segunda-feira, e dia 8 de junho de 2016, quarta-feira, respectivamente na Rua do Acampamento e Rua Doutor Bozano, em dois horários distintos - o intervalo das 11:30 às 12:30 e o intervalo das 17:00 às 18:00 horas. A escolha dos horários ocorreu baseada na observação das autoras, moradoras da cidade, em relação ao maior fluxo de pessoas nas vias de estudo.

Os mapas comportamentais registraram as atividades dos pedestres nas vias em análise e sua relação com o mobiliário urbano. Conforme Elali e Pinheiro (2013), os mapas comportamentais são mais utilizados para áreas livres e permitem a identificação da ocupação dos diversos setores de uma área mais ampla, com detalhamento do uso e das mudanças a que o pedestre está sujeito em função do gênero, dos turnos e da quantidade de pessoas.

Vale ressaltar que, conforme Voordt e Wegen (2013), a observação é uma boa maneira de verificar a realidade dos dados obtidos, porém, deve-se considerar a desvantagem de não se ver a motivação implícita do comportamento observado e nem os sentimentos envolvidos na ação.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foi possível observar através do mapa comportamental, que algumas lojas são prejudicadas pela escala do mobiliário. Na Rua do Acampamento, percebe-se que o mobiliário presente na frente da galeria comercial na esquina com a Rua Astrogildo do Azevedo, é um exemplo da influência negativa. Neste caso

contêineres e placas que fazem com que os pedestres desviem destes obstáculos e façam um novo percurso, não passando na frente da loja. Neste exemplo, os estabelecimentos que pertencem à galeria são prejudicados. Na Rua Doutor Bozano os pedestres também procuram atravessar a rua evitando os elementos do mobiliário.

Na Rua do Acampamento, há uma concentração de elementos como árvore, telefone público e postes da rede aérea de eletricidade que prejudicam a visualização da vitrine de duas lojas de calçados, além de estreitarem o espaço útil para circulação, conforme ilustra a figura 1.

Figura 1 – Concentração de elementos do mobiliário. Fonte: Autoras, 2016.



Um fator que também pode influenciar na decisão da escolha do lugar por parte do consumidor é a presença de mau-cheiro proveniente do uso inadequado dos contêineres. Essa característica foi percebida no local durante a realização das observações técnicas pelas autoras.

Já na Rua Doutor Bozano, pode-se observar um exemplo positivo da relação mobiliário urbano e estabelecimentos comerciais. Em uma loja da rua, pode-se perceber a preocupação do estabelecimento em fornecer condições de conforto adequadas não só na parte interna como também na externa, como podemos ver na figura 2, equipando com bancos e vegetação no recuo viário não só para clientes, mas também para pedestres em geral. Desse modo, o estabelecimento busca atrair potenciais clientes que utilizam desse espaço e desfrutam de uma vista privilegiada da vitrine.

Figura 2 – Espaço externo de estar para clientes. Fonte: Autoras, 2016.



Outro exemplo da relação de mobiliário urbano e estabelecimento comercial ocorre na Rua Doutor Bozano. Vale ressaltar que há um aspecto positivo na presença de vegetação e de banco na frente da loja. No entanto, este mobiliário que atua de maneira positiva para quem usufrui desse espaço é desqualificado pela presença de um poste da rede elétrica, conforme a figura 3.

Figura 3 – Conflito mobiliário urbano e posteamento. Fonte: Autoras, 2016.



4. CONCLUSÕES

Este estudo permitiu compreendermos que os elementos do mobiliário urbano podem se configurar como barreiras físicas, visuais ou até mesmo psicológicas para os pedestres.

O objetivo deste trabalho foi relacionar a presença do mobiliário urbano em ruas comerciais com o comportamento do consumidor e concluiu-se que há interferência negativa do mobiliário mal posicionado, influenciando a escolha do lugar por parte do pedestre.

Observa-se que o mobiliário urbano pode influenciar tanto positiva quanto negativamente os estabelecimentos comerciais. Assim, se o mobiliário urbano for percebido como um componente da qualidade visual da paisagem urbana, ele atua como parte de um espaço agradável aos seus usuários, como percebemos no exemplo citado na Rua Doutor Bozano. No entanto, se o mobiliário for visto apenas como um elemento urbano, e não como um fator que agrega valor ao estabelecimento, ele acabará desqualificando o espaço e influenciando de maneira negativa tanto a loja quanto a escolha do lugar por parte do pedestre.

A contribuição deste estudo é fornecer subsídios no que se refere à relação do pedestre com o mobiliário urbano em ruas de caráter comercial. Este trabalho é parte de um estudo maior de dissertação de mestrado que considera diversas variáveis no comércio de rua, como o mobiliário urbano, a infraestrutura urbana, a poluição visual, a localização, entre outros.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABNT - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 9283**. Mobiliário Urbano. Rio de Janeiro: ABNT, 1986.

ELALI, G. A.; PINHEIRO, J. Q. **Analisando a experiência do habitar**: algumas estratégias metodológicas. In: VILLA, S. B.; ORNSTEIN, S. W. (orgs.) *Qualidade Ambiental na Habitação: avaliação pós-ocupação*. São Paulo: Oficina de textos, 2013.

JOHN, N. Avaliação estética do mobiliário urbano inserido na paisagem. In: 1º Congresso Internacional dos Espaços Públicos, 2015, Porto Alegre. **Anais**. Porto Alegre: EDiPUCRS, 2015.

JOHN, N.; REIS, A. T. Percepção Estética e Uso do Mobiliário Urbano. **Revista Gestão e Tecnologia de Projetos**. Vol. 5, nº 2, p. 180-206, nov. 2010.

VOORDT, T. J. M. van der; WEGEN, H. B. R. van. **Arquitetura sob o olhar do usuário**: programa de necessidades, projeto e avaliação de edificações. Tradução de Maria Beatriz de Medina. São Paulo: Oficina de Textos, 2013.