

## **As novas galerias comerciais e a dinâmica urbana da área central de Juiz de Fora**

*The new arcades and urban dynamics in the downtown area of Juiz de Fora (Brazil)*

*Los nuevos pasajes comerciales y la dinámica urbana en la zona central de Juiz de Fora (Brasil)*

DIAS, Fabrício; Mestrando em Ambiente Construído; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).

[fabriciodiasdesign@gmail.com](mailto:fabriciodiasdesign@gmail.com)

JARDIM, Artur da S.; Graduando em Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).

[artur.jardim@arquitetura.ufjf.br](mailto:artur.jardim@arquitetura.ufjf.br)

LADEIRA, Dimitri T. H. R.; Graduando em Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).

[dimihenriques@hotmail.com](mailto:dimihenriques@hotmail.com)

ABDALLA, José G. F.; Doutor em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).

[gustavo.francis@ufjf.edu.br](mailto:gustavo.francis@ufjf.edu.br)

BRAIDA, Frederico; Doutor em Design; Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).

[frederico.braida@ufjf.edu.br](mailto:frederico.braida@ufjf.edu.br)

### **Resumo**

As galerias comerciais são uma tipologia arquitetônica característica da modernidade, tipicamente parisiense, configurando-se como um importante centro de trocas de mercadorias. Porém, em menos de um século, essa tipologia declinou na Europa, mas ressurgiu nas Américas no século XX; em algumas cidades, ainda são edificadas até os dias de hoje. Logo, o objetivo deste artigo é evidenciar alguns motivos pelos quais as galerias continuam a ser construídas em Juiz de Fora (Brasil), relacionando-as com a estrutura morfo-tipológica da área central da cidade, contribuindo para vitalidade urbana.

**Palavras-chave:** Galerias comerciais. Centro urbano. Juiz de Fora (Brasil).

## ***The new arcades and urban dynamics in the downtown area of Juiz de Fora (Brazil)***

### **Abstract**

*The arcades are a characteristic architectural typology from modernity, typically Parisian, characterizing itself as an important center of trade in goods. However, in less than one hundred years it has declined in Europe, re-emerging in Latin America in the twentieth century; in some cities they are still built nowadays. Therefore, the purpose of this article is to highlight some reasons why the arcades continue to be built in Juiz de Fora (Brazil), relating them to the morpho-typological structure of the central area of the city, contributing to the urban vitality.*

**Keywords:** Arcades. Downtown. Juiz de Fora (Brazil).

## ***Las nuevas pasajes comerciales y la dinámica urbana del área central de Juiz de Fora (Brasil)***

### **Resumen**

*Las pasajes comerciales son una tipología arquitectónica característica de la modernidad, típicamente Parisiense, configurándose como un importante centro de intercambio de mercancía. Sin embargo, en menos de un siglo, esa tipología declinó en Europa, pero resurgió en las Américas durante el siglo XX, en algunas ciudades, aún son edificadas hasta los días de hoy. El objetivo de este artículo es evidenciar algunos motivos por los cuales los corredores comerciales continúan a ser construídos en Juiz de Fora (Brasil), relacionándolos con la estructura morfotipológica del área central de la ciudad, contribuyendo para la obtención de la vitalidad urbana.*

**Palabras claves:** Pasajes comerciales, Centro urbano, Juiz de Fora (Brasil).

### **Introdução**

Na cidade moderna, com advento da construção em ferro e vidro, surgiu uma tipologia arquitetônica particular derivada desta tecnologia: as galerias comerciais, fruto da revolução industrial. Elas são uma resposta às demandas por novos espaços de sociabilidade na cidade dos *flâneurs* e pelos usos da vida noturna, conforme muito bem relatado por Walter Benjamin, na emblemática obra “*Das passagen-werk*”, e por Johann Friedrich Geist, em “*Arcades: the history of building type*”.

Tipicamente parisienses e datadas do século XIX, as galerias logo se tornaram um importante lugar de troca de mercadorias ou simbólicas. Contudo, o período que foi desde o seu aparecimento até o seu declínio no continente europeu, que se deu a partir dos anos de 1880, durou menos de cem anos. Se, por um lado, no início do século XX, as galerias haviam se descaracterizado na Europa, entrando em decadência, por outro, nesse mesmo momento, elas começaram a se inserir nas Américas. Ainda nos dias de hoje, mesmo após o surgimento e expansão dos shopping centers, há cidades nas quais ainda são edificadas novas galerias

comerciais. Este é o caso de Juiz de Fora. Diante de tal constatação, coloca-se a seguinte indagação: quais os motivos pelos quais tal tipologia ainda é construída?

Metodologicamente, este artigo baseia-se em uma pesquisa bibliográfica, cuja finalidade foi levantar os relatos sobre as galerias, especialmente na cidade de Juiz de Fora, e as imagens veiculadas, tanto nos livros quanto nos jornais, além de folders publicitários, de divulgação imobiliária. Empiricamente, também foram analisadas duas galerias construídas nos anos 2000, a partir de seus projetos arquitetônicos e de visitas a campo, a fim de se observar as formas de apropriação dos espaços e os usos nelas presentes.

Assim, este artigo se propõe a abordar o tema das galerias comerciais, tendo por objeto as novas galerias e a dinâmica urbana do centro de Juiz de Fora. Juiz de Fora é uma cidade de médio porte, localizada no sudeste brasileiro, cujo centro é marcado pela presença de mais de cinquenta galerias comerciais, construídas a partir de 1920. No entanto, ainda nos dias de hoje, novas galerias comerciais continuam a ser edificadas.

Portanto, o principal objetivo deste artigo é evidenciar alguns dos motivos pelos quais a rede de galerias comerciais continua em expansão em Juiz de Fora, relacionando-a com a estrutura morfo-tipológica da área central da cidade. Pode-se, ainda, mencionar que buscamos compreender o papel das novas galerias no contexto urbano, da ampliação da rede de galerias e suas conexões, bem como analisar o projeto arquitetônico destes edifícios, com o intuito de verificar quais aspectos atuais se destacam frente à demanda contemporânea e o entendimento arquitetônico e urbanístico dos modelos de galerias construídos atualmente.

## 1 Galerias: conceitos e transformações

As galerias são “*passagens* que servem para ligar uma rua à outra através de um edifício, geralmente ladeada por lojas comerciais”<sup>1</sup>. Braidá (2011, p.17) emprega o termo *passagem* em seu trabalho, definindo-o como “local por onde caminham os pedestres”. A princípio, as galerias serviram para percorrer “espaços interiores abertos”, com o propósito de criar uma nova área de venda para o público, portanto com a ausência de veículos automotores, foi possível a ampla visão das vitrines dos dois lados pelos transeuntes, através de uma estreita passagem, “deste modo, surgiram circuitos de pedestres no núcleo das áreas de lojas” (HERTZBERGER, 2015, p.74).

Frequentemente, nos edifícios de galerias comerciais, seu conjunto é composto por lojas no andar térreo com um andar elevado com janelas, de tal forma que se define como “*regra*” o ritmo das fachadas da vitrine (VARGAS, 2011, p.179-181). Assim, conceitualmente, as galerias podem caracterizar-se pelas seguintes características arquitetônicas e urbanísticas:

- (1) um espaço arquitetônico e urbanístico cujo comprimento é maior que a largura, (2) uma espécie de corredor extenso, geralmente ornado, formado por uma sequência de janelas e/ou de portas e/ou de vitrines, podendo ser sustentado por colunas, coberto com teto de envidraçado ou não, podendo ter o formato abobadado, (3) espaço de uso variado, de acesso público, principalmente destinado a passeios e/ou as compras (...), (5) um elemento arquitetônico de relevância urbanística devido às suas propriedades,

---

<sup>1</sup> Disponível em: <<http://dicio.com.br>>. Acesso em: 10 set. 2015.

características físicas e funções (...), (7) passagem que une uma rua a outra (BRAIDA, 2011, p.59).

“A sociedade europeia valorizou o espaço público como garantia de igualdade legal e de oportunidades, de oferta de serviços, de cobertura e de bem-estar”, em contra partida, em 1807, através de uma lei, após a Revolução Francesa, se instaurou o “direito à propriedade”, “a fim de que a garantia da propriedade privada não trouxesse consigo abusos por parte de quem acumula riqueza e concentra a propriedade do solo e dos bens imobiliários” (MONTANER, 2014, p.28-29).

As galerias de lojas foram inventadas e floresceram em Paris (HERTZBERGER, 2015, p.75). Cenário ideal no contexto socioeconômico e político que a Paris do final do século XVIII enfrentava, juntamente à nova tecnologia de ferro e vidro, surgiu um “empreendimento imobiliário comercial” ligado à malha urbana que moldou um padrão arquitetônico revolucionário (VARGAS, 2001, p.167). Inicialmente, através de ruas internas destinadas ao comércio, “iluminadas de cima graças ao telhado de vidro”, transmitindo a percepção de estar “do lado de ‘dentro’ e de ‘fora’ ao mesmo tempo” (HERTZBERGER, 2015, p.76, destaques no original). Desta forma, “as passagens cobertas traduziam uma mudança de mentalidade<sup>2</sup>” e conduziam as mais diversas parcelas da sociedade a contemplar esse modelo nascido da ação do capital imobiliário (VARGAS, 2001, p.178).

De acordo com Vargas (2001, p.189-190), as arcadas<sup>3</sup> surgiram em Paris, porém foram os ingleses que contribuíram para a propagação do modelo francês, através da construção da Royal Opera Arcade (1816-1818) e da Burlington Arcade (1818-1819). Também a Bélgica enalteceu as passagens de galerias como prestígio e símbolo nacional à independência do país, através das Galeries Royales e Saint-Hubert (1846-1847). Foi através da monumental Galerie Vittorio Emanuele (1865-1867), “que todos identificam como coração da cidade” (HERTZBERGER, 2015, p.75-76), que Milão se afirmou “como capital moral da Itália e símbolo do seu progressivo ressurgimento” (VARGAS, 2001, p.195). Bem como Berlim, que em 1870, “afirma-se como capital, através da construção dos grandes centros comerciais, como a Kaisergalerie (1871-1873)” (VARGAS, 2001, p.197).

As galerias comerciais prosperaram e amadureceram na Europa fora de Paris, se consolidando como símbolos de monumentalidade e poder, enquanto as francesas se apresentavam em decadência<sup>4</sup> (VARGAS, 2001, p.195). As tipologias evoluíram em diferentes partes do mundo, não só em proporção, mas também em sua dinâmica comercial, assim como aponta Vargas (2001, p.199), ao analisar a

---

<sup>2</sup> “O pedestre entra num mundo à parte (...) e pode se deixar *flâner*. Deslizar de uma loja à outra, parar para um café ou ler um jornal nos vários espaços literários para isso destinados” (VARGAS, 2001, p.178). De acordo com Vargas (2001, p.176, destaques no original), as galerias “marcaram o começo de um fenômeno até então desconhecido: a *vida noturna*”.

<sup>3</sup> De acordo com Vargas (2001, p.177), “o pesquisador estará numa posição ambígua” em relação à nomenclatura, p.arcadas, galerias, passagens, etc. Assim, Braida (2011, p.60) esclarece que os sinônimos estão relacionados com os diferentes idiomas estrangeiros. Arcade: termo usado em países de língua inglesa (GEIST, 1983, p.3).

<sup>4</sup> Braida (2011, p.67) e Vargas (2001, p.182) apresentam o desenho esquemático do processo evolutivo espacial das arcadas analisados por Geist (1983, p.64-101), através da sua cobertura, forma e tamanho, bem como o período histórico das galerias.

Cleveland Arcade, Ohio (1888-1890) rumo aos *grands magasins*<sup>5</sup> e “anunciando o formato dos novos *shopping centers*”, bem como o Grand Magasin Universal, Moscou (1888-1893), “complexo monumental” que passa a criar uma “cidade dentro da cidade” (VARGAS, 2001, p.201).

Dentro deste cenário, Vargas (2001, p.199) aponta a decadência das arcadas, como “o princípio do fim”.

A Galerie des Champs-Élysées Lido, em 1926, completam a *degeneração do conceito de arcada* como o desaparecimento da luz natural e a redução da altura pela instalação de forros falsos e iluminados com néon, bem como pela individualização das lojas que perdem a coerência formal e o seu ordenamento (VARGAS, 2001, p.202, grifos nossos).

Portanto, de acordo com Braidá (2011, p.67-68), de modo geral, e “num plano abstrato”, a galeria, “enquanto modelo arquitetônico europeu, experimentou um período de decadência no início do século XX”; não por acaso, esse declínio acontece em paralelo aos conceitos urbanísticos apresentados como disciplina no final do século XIX, não havendo mais espaços para essa tipologia *labiríntica* na “cidade modernizada”. Contudo, em um panorama em que a Europa perde volume na construção das arcadas, a América recebe a Cleveland Arcade, que apresenta uma cobertura envidraçada no *hall* central e três pavimentos vencidos por protuberantes escadas de ferro (VARGAS, 2001, p.197-198).

Nas Américas, os modelos de edifícios de lojas destinados ao comércio se apresentam de formas bem distintas. Assim, de acordo com Aguerre e Landoni (1990, p.101), ao que diz respeito às construções das galerias nas Américas, “se caracterizou sempre pela vontade de manter um caráter internacional e moderno”. Porém, hoje não mais são construídas com esse propósito (BRAIDA, 2011, p.72). Como afirma Vargas (2001, p.208), o ato de comprar, bem como o tamanho das lojas no século XIX, aumentaram numericamente e proporcionalmente de tamanho, porém entre o final deste século e boa parte do século XX, não apresentaram “nenhuma evolução significativa”.

Desta forma, nesse período em questão, nos Estados Unidos, se destaca a *grande loja (store)*, lojas que proporcionaram uma maior variedade de produtos, precursoras das futuras *grands magasins* (VARGAS, 2001, p.210). De acordo com Vargas (2001, p.223), “podiam ser consideradas as catedrais do consumo”, lojas nas quais, não havia razões para a clientela que ao entrar, desejasse sair, devido aos diversos atrativos.

No Brasil, houve grande influência do modelo europeu de comércio, porém o crescimento do setor terciário brasileiro, em geral, só se compararia<sup>6</sup> a este modelo no início do século XX e, posteriormente pelo modelo americano (VARGAS, 2001, p.270). O surgimento das galerias no país foi tardio e distante do conceito vivenciado pelas cidades de origem desta tipologia, porém *símbolos da modernidade*, e “embora chamadas de galerias, elas, no que se refere ao formato, tipo de

<sup>5</sup> “Os *grands magasins* foram revolucionários pelos seus métodos de venda e pela organização de uma certa estratégia de atrativos que seduziam o consumidor. Nesses atrativos estava incluída, também, a sedução pela qualidade arquitetônica” (VARGAS, 2001, p.224).

<sup>6</sup> Vargas (2001, p.270) ressalta quatro momentos que conduzem a comparação do modelo brasileiro, p.(1) “o papel pioneiro da loja de departamentos Mappin Stores”; (2) “o surgimento das galerias comerciais”; (3) “os centros de compras planejados nas cidades novas tendo como representante exemplar Brasília”; (4) “o fenômeno shopping center, nem periférico nem central”.

empreendimento e razão de ser, diferem significativamente das galerias europeias do século XIX” (VARGAS, 2001, p.278, grifos nossos).

Vargas (2001, p.279) destaca que as galerias nos anos 1950 e, especialmente em São Paulo, “eram polos da cultura elitista”. A autora ainda ressalta que estes edifícios abrigavam lojas e restaurantes de alto luxo, bem como encontro de intelectuais, artistas e boêmios, que nesse caso, com o propósito de afirma a cidade como metrópole através da cultura urbana e do pensamento moderno do século XX (VARGAS, 2001, p.278-279). Porém, essas galerias mudaram de acordo com o tempo; algumas destas passagens que experimentaram o sucesso de um comércio luxuoso, hoje apresentam um público de baixo nível, ou se dividiram em galerias especializadas à determinado comércio (VARGAS, 2001, p.283-284).

Em Juiz de Fora, o primeiro exemplar desta tipologia, a Galeria Pio X (1923-1925), foi inaugurada na década de 1920 e é uma das pioneiras em âmbito nacional, tornando-se importante modelo, que futuramente se replicaria para as demais conexões que surgiriam na área central (CARVALHO, 2006, p.39-41; JUNQUEIRA, 2006, p.66). “Em Minas não havia nada semelhante e, no Rio, existia somente a Galeria Cruzeiro” (CARVALHO, 2006, p.39-40). As galerias, desde então, não param de crescer na cidade e se tornaram característica marcante e notória quantitativamente no centro urbano da cidade. Segundo Carvalho (2006, p.39-40), “talvez a construção da Galeria Pio X seja simbólico, ilustrativo, do panorama sócio econômico do período”.

As galerias comerciais de Juiz de Fora, comparadas às galerias parisienses, em termo de escala, são pouco significativas (CARVALHO, 2006, p.36). Portanto, “isoladamente essas galerias não são expressivas”, mas em conjunto competem em nível com as ruas e avenidas de veículos, além de comportarem diversos usos e serviços, “tal tipo de ocupação representa um novo parcelamento do solo e traçado urbano, além de crescimento do espaço ‘público’ dentro das edificações” (JUNQUEIRA, 2006, p.86). O que, de acordo com Carvalho (2006, p.37), representa como principal característica desta tipologia: “a transgressão da quadra”.

As galerias comerciais perduram no mundo todo, em diferentes escalas e composições, *dependentes das condições locais onde estão inseridas*. (HERTZBERGER, 2015, p.75, grifo nosso). Desta forma, as características desta tipologia atualmente se distanciam do modelo parisiense difundido na Europa, atrelado aos novos usos e demandas mercadológicas atuais. Assim como afirma Vargas (2001, p.206), “no que se refere ao conceito arquitetônico, podemos considerar as passagens cobertas sempre contemporâneas”.

## **2 Juiz de Fora e a dinâmica urbana das galerias comerciais**

Juiz de Fora é uma cidade de médio porte, localizada no sudeste brasileiro, com uma população estimada em 550.710 habitantes (2014), de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Fundada em 1850, teve como ponto estratégico a parada dos viajantes pela antiga estrada União Indústria (hoje uma parte do seu trecho: Avenida Getúlio Vargas), que ligava a capital de Minas Gerais ao Rio de Janeiro no ciclo do ouro e posteriormente para o escoamento da produção cafeeira e industrial, ligados à malha ferroviária no final do século XIX. (ABDALLA, 1996, p.01; BRAIDA, 2011, p.81-82; CARVALHO, 2006, p.23; FONSECA, 2012, p.50; JUNQUEIRA, 2006, p.7).

A cidade é marcada por seu núcleo comercial central, através de uma rede de calçadas e galerias que se situam no triângulo<sup>7</sup> central da cidade (Figura 01), desenho urbano formado pelas avenidas, Barão do Rio Branco, Avenida Getúlio Vargas e Avenida Presidente Itamar Franco<sup>8</sup> (ABDALLA, 1996, p.09; BRAIDA, 2011, p.83; CARVALHO, 2006, p.24; FONSECA, 2012, p.61-63; JUNQUEIRA, 2006, p.81).

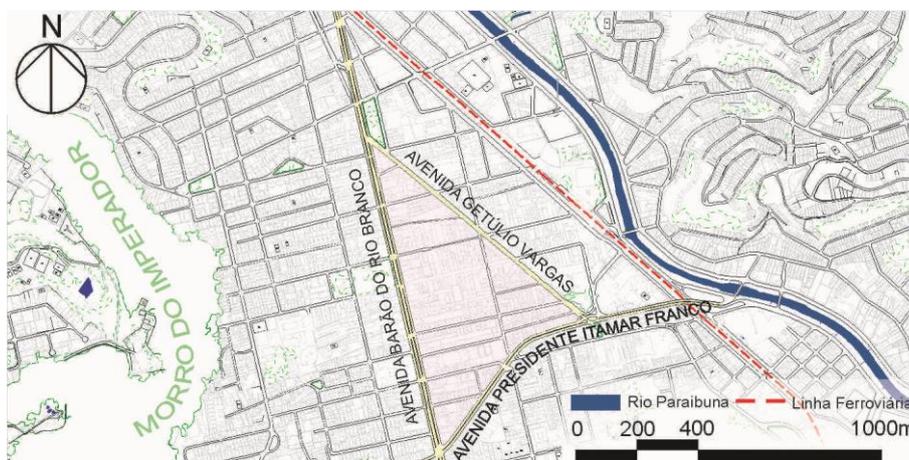


Figura 01: Mapa do triângulo central de Juiz de Fora

Fonte: Dimitri Ladeira; Fabrício Dias, 2015

Desta forma, o triângulo central é denominado como *Área Central de Negócios*, onde se concentra grande parte do setor terciário da cidade, servida pelo transporte público e de grande verticalização e intensivo aproveitamento do solo (JUNQUEIRA, 2006, p.81, grifo nosso). Esta área em questão concentra a maioria dos edifícios de galerias, todas estruturadas pelo calçadão da Rua Halfeld, como importante eixo organizador desta rede (ABDALLA, 1996, p.47; BRAIDA, 2011, p.90; CARVALHO, 2006, p.68; FONSECA, 2012, p.68, 98; JUNQUEIRA, 2006, p.81).

Segundo Abdalla (2000, p.10, grifos nosso), o conjunto comercial dentro do triângulo central “é considerado o coração vivo da cidade” e não apenas como o lugar onde a cidade emerge, ainda de acordo com o autor “este é o lugar onde a vida urbana ocorre”, bem como é possível registrar seu cotidiano, cultura, problemas e debates regionais da sociedade sobre “suas próprias coisas”, assim Jacobs (2009, p.29) corrobora com afirmação que os “principais locais públicos de uma cidade, são seus órgãos mais vitais”, portanto a rua é responsável por seduzir diversos públicos através da combinação: de residências, estabelecimentos de comércio e serviços distintos, em suas características e tamanho (JACOBS, 2009, p.53).

Esse conjunto em questão é conformado por uma rede de calçadas e galerias comerciais, que de acordo com Braida (2011, p.42), “não são elementos isolados” e, portanto somente através da articulação entre eles, se forma a dinâmica espaço-

<sup>7</sup> Em 1860, é contratado o engenheiro Gustavo Dott para fazer a planta cadastral da cidade, ordenar e desenhar a extensão do traçado de ruas da cidade, bem como a proposição de novas ruas (ABDALLA, 2000, p.9).

<sup>8</sup> No dia 04 de outubro de 2011 no Diário Oficial do Município, a Lei 12.371 altera o nome da Avenida Independência para Avenida Presidente Itamar Franco, em homenagem ao político juiz-forano falecido no dia 2 de julho de 2011. A criação da via foi promovida no primeiro mandato de Itamar Franco como prefeito de Juiz de Fora, entre 1967 e 1970 (JUIZ DE FORA, 2011).

temporal deste sistema. Formado por um notável traçado<sup>9</sup>, que através da circulação de pedestres, constituem uma rede de comunicação com as principais ruas de comércio da cidade (JUNQUEIRA, 2006, p.84). De acordo Abdalla (1996, p.68), a galeria subverte a formação racional das quadras através da sua estrutura informal, porém esta relação esta profundamente relacionada uma com a existência da outra. Desta forma, como descrito no Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano (2000):

O tecido formado por esta rede de ruas e suas galerias está profusamente interpenetrado, numa característica bastante peculiar da feição urbana do centro, e propiciam um tipo de convivência social específico, com espaços dinâmicos e estáticos intercalados e variados (JUIZ DE FORA, 2000: seção 3.3.7).

Essa afirmação permite evidenciar a importância notória das galerias para imagem do centro comercial da cidade, bem como as diferentes relações espaciais contidas nesse espaço. Dessa forma, no interior das galerias “ocorre parte da vida da centralidade da cidade, numa relação ambígua, num espaço artificialmente construído como público” (ABDALLA, 1996, p.78). Assim “o domínio privado se torna publicamente mais acessível” (HERTZBERGER, 2015, p.77). Deste modo, conforme afirma Braida (2011, p.87), o centro urbano é um lugar de implicações simbólicas, que “embora tenham surgido outras centralidades em Juiz de Fora, o centro original ainda é o polo de integração, de vitalidade da cidade” e, portanto participam diretamente do imaginário urbano do juiz-forano.

Lynch (2011, p.1) afirma que “cada cidadão tem vastas associações com alguma parte de sua cidade, e a imagem de cada um está impregnada de lembranças e significados”, a imaginabilidade<sup>10</sup> do lugar. Na medida em que os indivíduos de uma sociedade se reconhecem e constroem sua identidade por meio do consumo, é inevitável reconhecer a grandeza simbólica como parte essencial da vivência humana, criando vínculos com os objetos, assim, cria-se sentido social para o ambiente construído (SALGUEIRO; CACHINHO, 2009, p.30-31). Portanto, segundo Abdalla (2006, p.II), as galerias de Juiz de Fora “são como uma marca de urbanização da cidade, pois elas representam uma importante contribuição do espaço urbano e público”.

### **3 As galerias em Juiz de Fora após o ano 2000**

Atualmente a cidade conta com mais de quarenta galerias arquitetonicamente explícitas, de forma a não deixarem dúvidas sobre sua condição tipológica (BRAIDA, 2011, p.99). Em 2006, Carvalho (2006, p.94-110) levantou cinquenta e duas galerias, incluindo passagens entre edificações, com ou sem cobertura, que ligam uma rua à outra mesmo ausente de lojas comerciais, inseridas no tecido central da cidade.

---

<sup>9</sup> “Juiz de Fora hoje, não pode deixar de constatar este extenso sistema de galerias, p.intrincado, por vezes subversivo, mas acima de tudo, coeso. O que foi exceção ao tecido urbano agora se apresenta como regra e, à primeira vista, compõe uma estrutura de unidade” (CARVALHO, 2006, p.76).

<sup>10</sup> “Imaginabilidade, p.a característica, num objeto físico, que lhe confere uma alta probabilidade de evocar uma imagem forte em qualquer observador dado. É aquela forma, cor ou disposição que facilita a criação de imagens mentais claramente identificadas, poderosamente estruturadas e extremamente úteis do ambiente” [...] (LYNCH, 2011, p. 11).

Porém as últimas galerias estudadas por Carvalho (2006), foram construídas até o ano 2000, portanto compreendendo um longo período sem nenhuma nova galeria. Este recesso que possivelmente assinalava um possível término deste modelo na cidade se retoma neste artigo, com a finalidade de compreender porque a tipologia dos edifícios de galerias ainda se repete na atualidade, bem como o motivo da sua escolha por parte dos projetistas e empreendedores imobiliários.

A concepção tradicional das galerias passa a ser adotada nos novos centros comerciais implantados, dando uma roupagem moderna à antiga solução, proporcionando ao comércio, que antes se instalava basicamente no térreo, ocupar também pavimentos superiores, especialmente o 2º e o 3º. Este complexo é catalisador não só do Município, como de toda a região, por ser o maior concentrador de funções urbanas de toda a Zona da Mata (JUIZ DE FORA, 2000: seção 3.3.7).

É notável a importância arquitetônica, mesmo que conceitualmente transvestida com novos valores, sobretudo sob a ótica do poder público à qualidade urbanística dos edifícios de galerias da cidade, ressaltando sua importância histórica e atual, promovendo seu sucesso como tipologia para futuras construções. A tipologia das galerias, principalmente sobre sua morfologia urbana foi utilizada nos novos complexos, de acordo com Carvalho (2006, p.76-77), conceitualmente dividido com o papel de *shopping center*, refletindo de forma física e comportamental a conformação desta rede. Desta forma as próximas seções analisam as últimas galerias construídas dentro do triângulo central, a Galeria Pátio Central, bem como a Galeria Marechal Shopping.

### **3.1 A galeria do edifício Pátio Central**

O edifício de galeria Pátio Central, também conhecido por uma parcela dos usuários como Park Stop (nome do estacionamento rotativo do edifício), está situado entre as ruas, Brás Bernardino e Espírito Santo, dentro do triângulo central da cidade, importante área comercial de Juiz de Fora.

Neste mesmo trecho existe uma passagem, o Brás Shopping<sup>11</sup> (1991), importante referência comercial, que compreende lojas de diversos seguimentos no primeiro pavimento e sobreloja; o segundo pavimento predominam os serviços; há vagas de automóveis nos demais andares que constituem a base do edifício; logo acima, uma torre residencial e hoteleira (Figura 04). O objeto deste estudo se demonstra de grande importância para o conjunto que conforma a rede de passagens de pedestres, assim como a qualidade comercial presente neste edifício, ele representa um novo complexo de lojas dentro da centralidade local com lojas que se destacam em sua proposta comercial.

---

<sup>11</sup> “Mesmo com aparência de *shopping center*, o Braz Shopping não possui nada que o eleve a este patamar” (CARVALHO, 2006, p.105).



Figura 02: Fachada da Rua Espírito Santo

Fonte: Dimitri Ladeira, 2015.

Antes de abrigar a galeria comercial e seu conjunto de lojas, o local em questão foi referência por acolher um raro exemplar da arquitetura modernista, a Residência Frederico Assis (1954-1957), conhecida pela população juiz-forana por abrigar o antigo Colégio Magister (1973-2002) (VIERA, 2006, p.83). O colégio foi referência na resistência política estudantil de esquerda durante a ditadura militar com o movimento Poesia, que posteriormente originou outros movimentos ideológicos de esquerda (LACERDA, 2010, p.178).

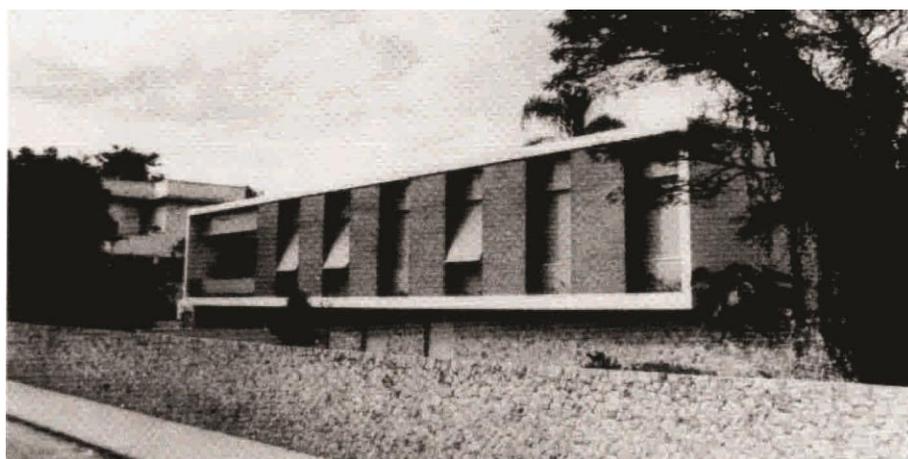


Figura 03: Residência Frederico Assis, época de sua construção.

Fonte: Santana; Pugliesi (2002, p.23).

A casa foi projetada pelo arquiteto-engenheiro Arthur Arcuri, um dos maiores nomes do modernismo em Juiz de Fora e no país, seu trabalho é referência arquitetônica deste período, assim como nas artes plásticas, por abrigar, por exemplo, os painéis do Artista Guimarães Vieira (Guima) e Mário Silésio que coexistiram no referido edifício (VIERA, 2006, p.98-99).



Figura 04: Terreno vazio.

Fonte: Lourenço e Sarmento Arquitetos, 2007

Depois que o colégio deixou de ocupar a casa em 2002, o prédio permaneceu fechado até a sua demolição em julho de 2005, após ter sido negado o pedido de tombamento na Câmara Municipal de Juiz de Fora (VIERA, 2006, p.83).



Figura 05: Fachada da Rua Brás Bernardino

Fonte: Dimitri Ladeira, 2015.

O Projeto arquitetônico do edifício Pátio Central é do escritório juiz-forano Lourenço Sarmento Arquitetos (1998), no qual apresenta uma notória produção arquitetônica dentro e fora da cidade, com importantes obras e referência na área de arquitetura e urbanismo. Em julho de 2008 foi aprovado a construção da obra pela Prefeitura de Juiz de Fora, sendo a Segura Empreendimentos Imobiliários Ltda. e a ZN Empreendimentos Imobiliários Ltda. os proprietários da galeria e a M. Jucá Construções Ltda o responsável técnico pela obra<sup>12</sup>.

O edifício é um projeto arquitetônico com premissas contemporâneas, fachadas revestidas com placas metálicas e vidros e um jogo de volumes que ressalta o edifício na paisagem urbana local, impondo sua modernização diante do entorno. O prédio respeita o gabarito dos edifícios vizinhos, bem como é proposto na

<sup>12</sup> JUIZ DE FORA. Secretaria Municipal de Administração. Processo nº 976-55, 1955.

lei, dentro dos parâmetros indicados no modelo de uso e ocupação do solo desta área, na qual permite a construção da base do edifício até o logradouro público.

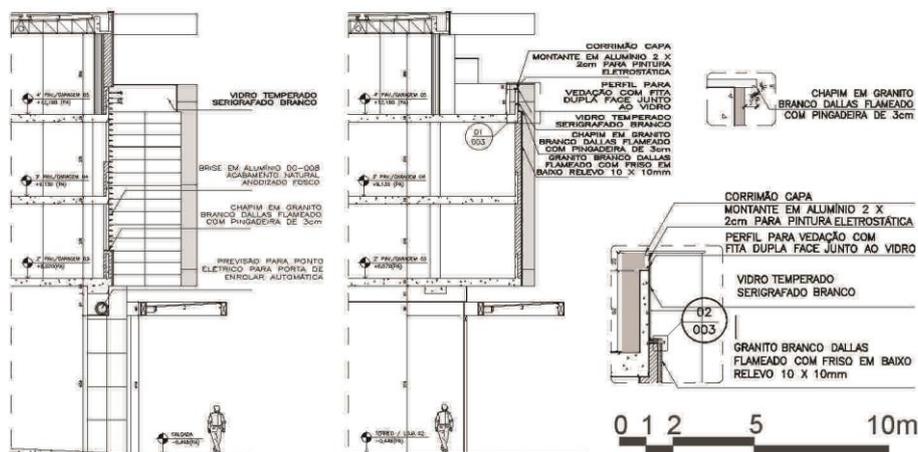


Figura 06: Cortes da edificação

Fonte: Lourenço e Sarmiento Arquitetos, 2008

A distribuição das lojas se desdobra além da galeria. O edifício garante um conjunto de lojas na fachada da Rua Brás Bernardino, levando o caminhar sobre a calçada de forma sutil até a galeria, através de um desenho de planta que sugere a continuação do percurso por ela.

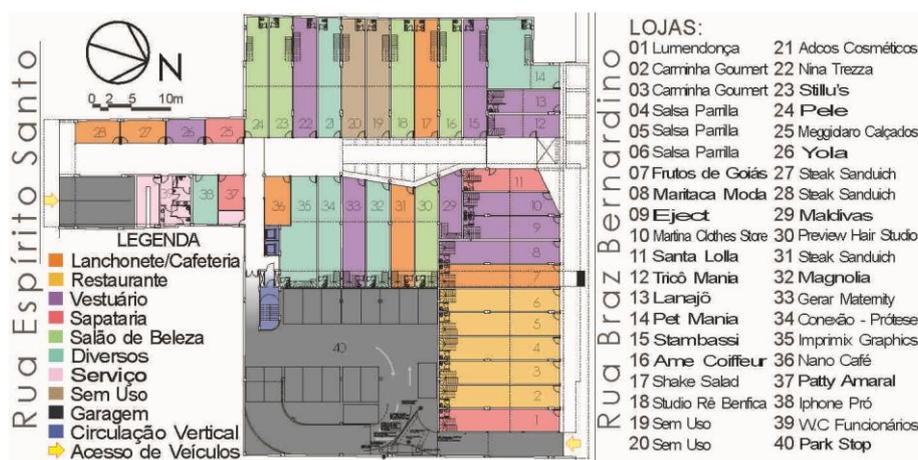


Figura 07: Planta baixa, levantamento dos usos da galeria.

Fonte: Autores, feito sob o projeto do Lourenço e Sarmiento Arquitetos, 2015.

O Pátio Central apresenta uma diversificada oferta de comércio e serviços. Há lojas de vestuário, café, restaurante, estética, entre outros, assim como os andares de estacionamento rotativo que serve a clientes e a população em geral como demanda a falta de estacionamento na área central.

A passagem do edifício tem como objetivo atender à demanda da especulação imobiliária, subvertendo a malha existente na rua, potencializando o sítio para novas fachadas interiores, com isso possibilita que mais lojas sejam construídas com o uso da passagem dos pedestres, além das lojas voltadas para a Rua Brás Bernardino.

### 3.2 Galeria do edifício Marechal Shopping

Localizado entre as ruas Marechal Deodoro e Mister Moore, o edifício comercial Marechal Shopping é mais uma das inúmeras passagens que marcam o centro de Juiz de Fora. Apesar de ser conhecida com a denominação de *shopping*, enquadra-se mais apropriadamente na tipologia da galeria comercial, possuindo assim um espaço privado inserido na malha urbana, configurando-se como importante ponto de caminho para pedestres, ladeada de lojas comerciais com caráter público.



Figura 08: Fachada da Rua Marechal Deodoro

Fonte: Dimitri Ladeira, 2015.

Ainda, nesse mesmo trecho entre quadras, existem mais quatro passagens importantes que configuram essa rede de galerias da área central. Mesmo assim, o objeto em questão abriga lojas de diversos usos e não deixa a desejar, no que diz respeito à circulação de pessoa; desta forma, reafirma sua interação e papel na composição desse conjunto de passagens. O edifício agrega uma nova imagem à rua, com uma notória arquitetura, contribuindo para uma renovação da identidade arquitetônica da cidade.

O local em questão faz parte da estruturação do comércio da cidade, bem como da área central desde o seu início, na história da cidade. Antes de abrigar a galeria deste estudo, havia neste mesmo trecho da Rua Marechal Deodoro um sobrado que marcou a memória da população por inaugurar uma loja que comercializava tecidos, a Casas Regente, e que, por muito tempo, foi um referencial deste segmento no comércio, importante no imaginário histórico e urbano da cidade.

Posteriormente, passou por outros comércios, em 1996 foi comprado pelo empresário juiz-forano Adalberto Salgado Junior. Em 1998 passou a pertencer ao Empresarial Fácil Bank, que solicitou a aprovação de uma galeria comercial que contava com 48 lojas, porém o projeto não foi executado.

Somente em 2007 o espaço conformado por vários terrenos (nº452, 454, 456 e 460)<sup>13</sup>, foi adquirido pela FSM Gestão de Negócios LTDA, também proprietária do Marechal Center, edifício vizinho ao edifício Marechal Shopping. Então a empresa

<sup>13</sup> JUIZ DE FORA. Secretaria Municipal de Administração. Processo nº 8432-51, 1951 .

decidiu compor mais uma galeria comercial, destinada a uma nova conexão comercial entre ruas de pedestres.

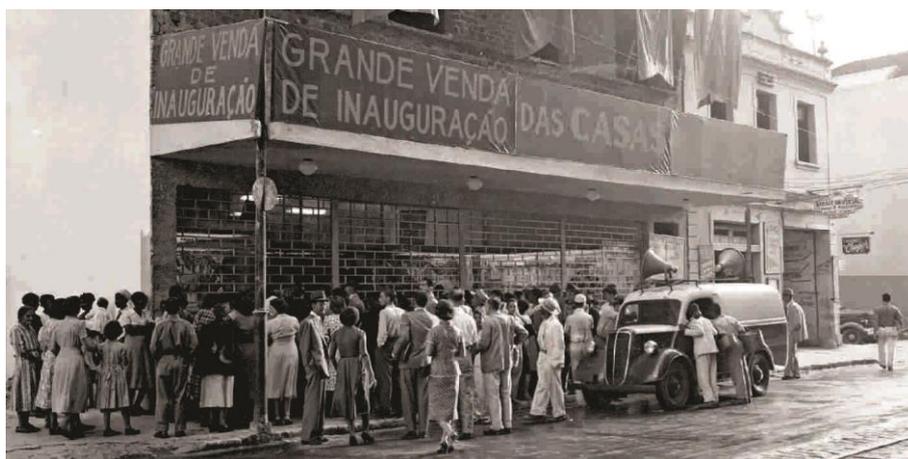


Figura 09: Prédio Anterior, Casas Regente

Fonte: Acervo Maria do Resguardo, 2015.

O projeto executivo pertence também ao escritório Lourenço Sarmiento e foi finalizado em outubro de 2008. Este conjunto conta com 51 lojas, com área aproximada em sua maioria de 11m<sup>2</sup>, podendo chegar a aproximadamente 30m<sup>2</sup> nas lojas que estão nas testadas do lote e, portanto possuem maior visibilidade.



Figura 10: Fachada da Rua Mister Moore

Fonte: Dimitri Ladeira, 2015.

O interior da galeria é servido durante o dia pela iluminação zenital, através das coberturas envidraçadas em determinados pontos e pelo conforto produzido pelo pé direito duplo. Além da galeria, as lojas contam com pé direito duplo agregado a um mezanino, do mesmo modo, todas as unidades comerciais apresentam sobreloja, que é geralmente utilizada como estoque, um nível a cima do mezanino, viabilizando o potencial construtivo (Figura 11).

A fachada contempla uma arquitetura contemporânea, e apesar do entorno apresentar diversas edificações modernistas, art-déco e ecléticas, nota-se o que o gabarito é semelhante. Destaca-se, também, a cobertura, que se assemelha ao do edifício Marechal Center, bem como os pilares no alinhamento da calçada, comum a

alguns prédios da Rua Mister Moore. Desta forma, este empreendimento respeitou cuidadosamente as características do lugar onde foi inserida.

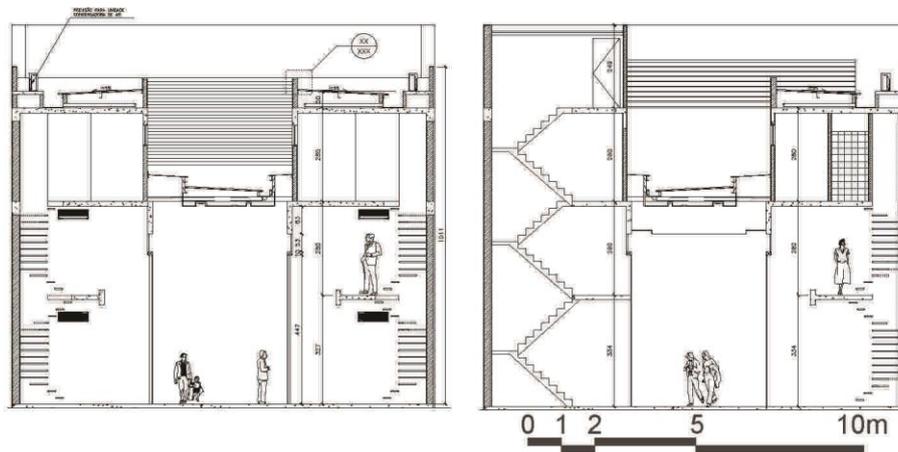


Figura 11: Cortes da edificação

Fonte: Lourenço e Sarmiento Arquitetos, 2008

O edifício oferece uma variedade de serviços que atraem os transeuntes, como lojas de roupas, calçados, bijuterias e presentes, porém o mapa de uso demonstra sua vocação, bem como o comércio local desta área para lojas de vestuário.

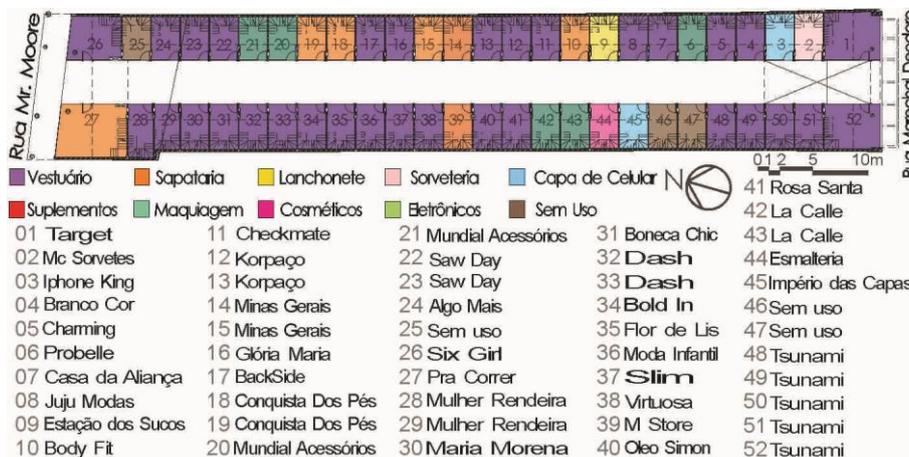


Figura 12: Planta baixa, levantamento dos usos da galeria

Fonte: Autores, feito sob o projeto do Lourenço e Sarmiento Arquitetos, 2015.

### 3.3 Inserção das novas galerias na malha de Juiz de Fora

Apesar de já existir uma passagem de pedestre através da galeria Brás Shopping (1991), o edifício Pátio Central reitera a travessia entre as Ruas Brás Bernardino e Espírito Santo, possibilitando mais um atalho entre as quadras, além de reforçar a vocação comercial do lugar onde foi inserida.

O edifício está situado em um ponto estratégico para a parada de veículos, já que o acesso de automóveis próximo ao calçadão da Rua Halfeld é restrito, seu estacionamento rotativo preenche uma lacuna da demanda por vagas nas ruas do centro de Juiz de Fora.

Apesar de a rede de galerias e ruas exclusivas para pedestres do triângulo central de Juiz de Fora já ser bastante rica, o Marechal Shopping se demonstra uma nova edificação que atende às mesmas necessidades e comprova o quão consolidada e bem-sucedida esta tipologia apresenta-se na cidade, mesmo diante das demais passagens consagradas deste mesmo trecho, até mesmo do Marechal Center (1985), que lado a lado se comportam em igualdade, quando comparados os fluxos de pessoas.

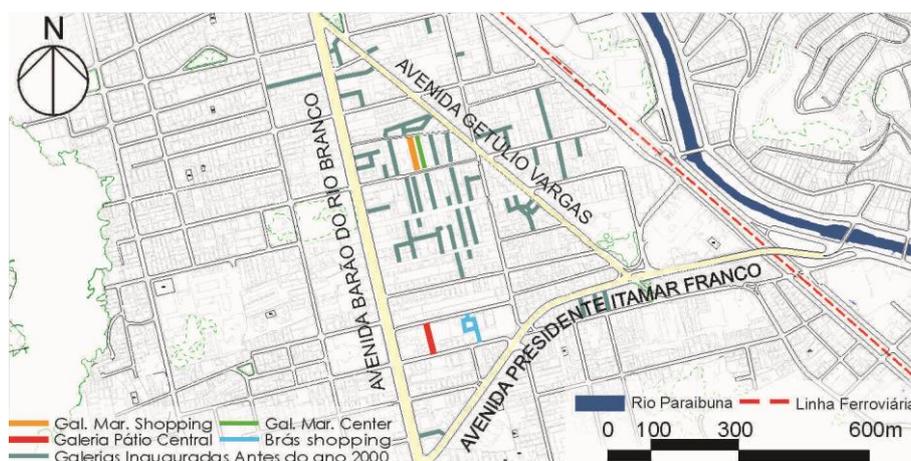


Figura 13: Inserção das novas galerias na malha urbana.

Fonte: Dimitri Ladeira; Fabrício Dias, 2015.

## 4 Discussão

Segundo Vargas (2001, p.279), na cidade de São Paulo, as galerias nos anos de 1950 foram construídas “sem qualquer tipo de imposição da legislação”. Porém de acordo com a autora, “em 1957 a construção de galerias na área central acabou por tornar-se obrigatória nas edificações que possuíssem lotes lindeiros a determinadas ruas”, de acordo com a lei municipal, Lei nº 5.114.

Destaca-se que, em Juiz de Fora, apesar do número significativo de galerias comerciais, nunca houve um incentivo da legislação urbana para construção dessa tipologia, apesar de haver parâmetros<sup>14</sup> construtivos que se relacionem com este modelo. As galerias deste estudo encontram-se dentro destes padrões, porém adotam os valores mínimos permitidos para garantir uma maior rentabilidade.

Pode-se observar, pelo estudo e análise dos casos empiricamente abordados neste artigo, que a construção de novas galerias está atualmente relacionada às questões mercadológicas, sobretudo à vontade do empreendedor imobiliário, ligadas ao melhor aproveitamento do lote, quando este é usado para um edifício de lojas comerciais ou para potencializar os *edifícios-garagens*, do que associado a questões legislativas urbanas obrigatórias perante a lei.

<sup>14</sup> Art 43; Área mínima para lojas 12,00m<sup>2</sup>; Largura mínima de 3,00m; Uma instalação sanitária, no mínimo. Art 46; As galerias terão largura útil mínima de acesso público de 4,00m, não é permitida uma largura inferior a 1/15 (um quinze avos) do comprimento da galeria. Lei nº 6909/86 (JUIZ DE FORA, 1997, p.66-67).

A legislação do município proibi<sup>15</sup> a construção de edifícios-garagens dentro do triângulo central da cidade. Porém a mesma lei, obriga as construções de diferentes naturezas a oferecerem um mínimo de vagas de estacionamento por área edificada<sup>16</sup>, tal como se enquadram as novas galerias. Portanto pode se concluir que novos edifícios transvestidos de centros de compras, podem facilmente funcionar como edifícios-garagens, salvo as exceções<sup>17</sup>.

Nota-se, a exemplo do edifício situado à rua Marechal, bem como da rua Brás Bernardino, que vincular lotes que compõem uma possibilidade de passagem entre quadras é um limitador da decisão para a construção de novas galerias, deste modo pode se concluir que há forças alheias à vontade de criar novas passagens.

## 5 Considerações finais

As galerias comerciais são tipologias presentes em todo o mundo, em diferentes escalas, formas e em diferentes épocas. Formam um conjunto comercial histórico de diferentes épocas que coexistem harmonicamente com a rua.

Como resultado, pode-se mencionar que as galerias comerciais são edificadas atualmente em função da estrutura morfológica do centro da cidade, formado por quarteirões compridos, favorecem a implantação das galerias, assim se aproveita melhor o lote e encurta a distancia entre as quadras.

Além disso, elas fazem parte do imaginário urbano e têm se destacado como uma tipologia comercial de sucesso, que, ao criar uma rede de passagens em conjunto com os calçadões, formam um "shopping a céu aberto" e contribuem para vitalidade urbana. Deste modo, essa estrutura consolidada no centro comercial urbano como solução eficaz, tende-se a repetir ainda na atualidade, complementando e reinterando a centralidade através das passagens de pedestres em redes que se entrelaçam com a malha urbana.

Porém, mesmo com parâmetros urbanísticos descritos na Legislação Urbana de Juiz de Fora e a descrição de pontos favoráveis às galerias comerciais no Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano, não há obrigatoriedade ou incentivos para a construção deste modelo de edifício. Portanto, fica a cargo dos projetistas por demanda do interesse do empreendedor imobiliário, o desejo de construção desta tipologia como viabilidade de um empreendimento comercial lucrativo, que explora o interior do lote para maior rentabilidade.

Logo, este trabalho deixa para futuras pesquisas a oportunidade de esclarecer as questões legislativas, nas quais, neste estudo não foi possível abordar, deste modo, como essa tipologia atende a malha urbana na obrigatoriedade ou por simples incentivos da legislação para futuros empreendimentos.

---

<sup>15</sup> Art. 50º, Lei nº 6910/86. "Dependerá de aprovação prévia pela Secretaria Municipal de Transportes a licença para a execução de edificações que constituam pólos geradores de tráfego", assim como o item XXIII, edifícios-garagem (JUIZ DE FORA, 1997, p.109-110).

<sup>16</sup> Anexo 9, Lei nº 6910/86. Dimensionamento mínimo para o numero de vagas de estacionamento para Centro de compras ( $\leq 1500 \text{ m}^2$  - 1 vaga/25 a  $100 \text{ m}^2$  AE) ou ( $> 1500 \text{ m}^2$  - 1 vaga/25 AE). "AE = Área edificada da atividade (coeficiente de aproveitamento)" (JUIZ DE FORA, 1997, p.160).

<sup>17</sup> Art. 2.º, Lei nº 8.101. "Fica dispensada a obrigatoriedade de garagens em edificações cujos lotes possuam testada apenas para calçadões ou passagens que não permitam acesso e veículos" (JUIZ DE FORA, 1997, p.146).

Ainda há possibilidade para um estudo aprofundado sobre os aspectos técnicos construtivos dessas novas galerias, para entender o que as difere tecnicamente das outras já construídas no passado. Vislumbra-se como um possível desdobramento desta pesquisa, novas conexões de galerias, aonde esse modelo é inexistente ou permanece em menor número.

## 6 Agradecimentos

Agradecemos a CAPES e a PROPESQ/UFJF pelo financiamento a pesquisa.

## Referências

ABDALLA, J. G. F. **Multivalência da arquitetura das galerias de Juiz de Fora: fascínio e identidade entre o público e o privado (Relatório de Pesquisa)**. Juiz de Fora: FAPEMIG, 1996.

\_\_\_\_\_. Juiz de Fora: evolução urbana de uma cidade industrial desde o século XIX. In: Seminário de história da cidade e do urbanismo, 6., Natal. 2000. **Anais eletrônicos...** Natal: UFRN, 2000. v1. 15 p. Disponível em: <<http://unuhospedagem.com.br/revista/rbeur/index.php/shcu/article/view/735/710>>. Acesso em: 07 set. 2014.

AGUERRE, M.; LANDONI, M. L. F. Transculturación de modelos en la arquitectura de nuestra ciudad: el caso de las galerías comerciales. **Summa-temática**, Buenos Aires, n. 34/35, p. 94-103, abr. 1990.

BRAIDA, F. **Passagens em Rede: a dinâmica das galerias comerciais e dos calçadões nos centros de Juiz de Fora e de Buenos Aires**. Juiz de Fora: Funalfa: Ed. UFJF, 2011.

CARVALHO, G. O. M. **As galerias de Juiz de Fora: urbanidade da área central**. 2006. 94 f. Dissertação (Mestrado em Urbanismo) - Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2006.

FONSECA, F. L. **Os calçadões e sua importância para a qualidade urbana na área central de Juiz de Fora**. 2012. 162 f. Dissertação (Mestrado em Ambiente Construído) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2006.

GEIST, J. F. **Arcades: the history of building type**. Londres: MIT Press, 1983.

HERTZBERGER, H. **Lições de Arquitetura**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2015.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Brasil, Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br>>. Acesso em: 20 jul. 2015.

JACOBS, J. **Morte e vida de grandes cidades**. 1. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

JUIZ DE FORA, Prefeitura. **Legislação Urbana de Juiz de Fora (1986)**. Atualizada e comentada, 1997. 220 p.

\_\_\_\_\_. **Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano**, volume I – proposições, Região de Planejamento (RP) Centro, Lei nº 9811, de 27 de junho de 2000, Juiz de Fora. Disponível em: <<http://www.pjf.mg.gov.br/pddu/>>, Acesso em: 25 de jul. 2015.

\_\_\_\_\_. Secretaria de Comunicação Social. **Publicada lei que altera o nome da Avenida Independência para Presidente Itamar Franco** Lei nº 12.371, de 04 de outubro de 2011. Disponível em: <[http://www.pjf.mg.gov.br/noticias/imprimir\\_noticia.php?idnoticia=31370](http://www.pjf.mg.gov.br/noticias/imprimir_noticia.php?idnoticia=31370)>. Acesso em: 08 set. 2015.

JUNQUEIRA, P. T. **De cidade à centralidade**: formação dos centros e o processo de descentralização nas cidades de médio porte. Estudo de caso: Juiz de Fora. 2006. 106 f. Dissertação (Mestrado em Urbanismo) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

LACERDA, G. E. **As esquerdas entre os estudantes**: memórias dos militantes estudantis juiz-foranos durante a transição democrática brasileira (1974-1984). 2010. 206 f. Dissertação (Mestrado em História) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2010.

LYNCH, K. **A Imagem da Cidade**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

MONTANER, J. M.; MUXÍ, Z. **Arquitetura e política**: ensaios para mundos alternativos, São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

SALGUEIRO, T. B.; CACHINHO, H. **As relações cidade-comércio. Dinâmicas de evolução e modelos interpretativos** In: CARRERAS, C; PACHECO, S. M. (org). Cidade e comércio: a rua comercial na perspectiva internacional. Rio de Janeiro: Armazém das Letras, 2009. p.09-39.

VARGAS, H. C. **Espaço Terciário**: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2001.

VIEIRA, Bernardo S. **A comunhão das artes e da natureza**: As residências de Arthur Arcuri. 2006. 151 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura) Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.