

# Cidade e natureza: uma breve reflexão

**Maico Diego Machado**

maico.machado@ige.unicamp.br  
Universidade Estadual de Campinas

**Palavras-chave:** Cidade, Natureza, Consumo.

## Introdução

Na atualidade, no padrão de urbanização dispersa, espalhada ou difusa, observa-se, que as grandes cidades, destacamos aqui as latino-americanas, cada vez mais apresentam uma estrutura policêntrica, onde o sistema de redes tende a substituir o antigo modelo centro-periferia (SPÓSITO, 2001) e onde se evidencia as profundas implicações ecológicas, sociais e econômicas que se expressam nos indicadores crescentes de consumo de terra *per capita* e a diminuição da densidade de população nas áreas urbanas em expansão. As implicações da dispersão urbana começam a converter-se em uma preocupação fundamental das grandes aglomerações (HEINRICHS *et al.*, 2009).

Neste contexto urbano a “natureza”, que se resume principalmente a parques, fragmentos florestais e praças<sup>1</sup>, ganha um novo uso e função, é dotada de significado de qualidade de vida e condicionada como atributo valorizador do entorno.

Neste período iniciado 1990 as áreas verdes, principalmente em grandes cidades possuem diversas funções, ou recebem um sentido de uma raridade, provocada por sua escassez no espaço urbano, algo que as leva a ganhar uma nova significância aos olhos do mercado imobiliário. Carlos (2001) destaca algumas considerações sobre o verde:

(...) o verde, a proximidade da natureza (que o processo capitalista dissocia do homem), a criação de novos serviços como escolas de natação, ginástica, os shoppings, etc., (...) tendem a influir na opção pela moradia de uma classe de renda média e alta. Estas têm (pelo seu poder aquisitivo) maiores possibilidades de escolha. Essa produção espacial é diferenciada e contraditória, conferindo valores de uso e,

---

<sup>1</sup> Este nossa definição é ampla e ao mesmo tempo incompleta, pois cabe, no Brasil, aos municípios definirem o que é considerado espaço de natureza ou áreas verdes na cidade. Na realização de um estudo de caso se faz necessário buscar na legislação dos municípios o que é entendido como sendo natureza ou área verde.

consequentemente, formas de acesso diferenciado, logo segregados. Tal segregação impõe-se inclusive pelo fato de o espaço geográfico implicar a produção de relações específicas e originais, fundamentadas em relações jurídicas - propriedade privada - provenientes do processo de apropriação e concretizadas no circuito mercantil (no mercado) (p.55).

Para o capitalista, a busca do cidadão pela proximidade da qualidade de vida representada pela natureza, se tornou um importante conceito para um novo patamar de negócios urbanos. A destinação de áreas verdes no espaço urbano associa-se a interesses públicos ou privados, como ocorre com gestões públicas específicas e também com promotores/incorporadores imobiliários, interessados diretamente na reprodução do capital. Assim, observa-se que estes espaços são implantados com discursos que os remetem como espaços importantes para toda a população, mas se coadunam aos interesses do capital em se reproduzir em escala ampliada no espaço urbano, contribuindo para a ampliação das desigualdades sócio-espaciais.

O verde/natureza se apresenta como valor diferenciado sobre os espaços, é assim que o discurso do mercado se coloca diante de seu público alvo (FERREIRA, 2012). O discurso de consumo do verde urbano faz parte de um imaginário atual, o romper dos anos 2000 colocam este tema em destaque pela crescente necessidade de busca de um equilíbrio global. Destaquemos que este discurso é mercadológico e que seu fim é a ampliação da reprodução do capital.

Nos sentidos que se confere ao referente, no caso dos anúncios que privilegiam a disseminação de uma onda verde, procura-se ressemantizá-lo e resignificá-lo na mensagem publicitária, que passa pela ideia de um feliz *retorno à natureza*, a um mundo *natural, autêntico* e mais puro, onde se privilegia a tão decantada qualidade de vida, contaminada por ideais *higienistas* que se estendem ao corpo a á assepsia dos ambientes (FERREIRA, 2012, p.15).

Esta constatação de Ferreira (2012) nos leva a conclusão, primeira, de que o valor em questão não se encontra no objeto que representa o verde/natureza urbano, e sim no imaginário/representação que dele se faz em meio ao contexto do espaço urbano. Portanto seriam as áreas verdes urbanas em suas mais variadas formas, a materialização deste discurso, e por elas o capital imobiliário esta se reproduzindo.

Para Ferreira (2012), natureza e cidade conformam um par dialético. Par este que ultrapassa os momentos históricos tendo seus papéis alterados. A natureza que em momentos anteriores fora vista como um entrave para o desenvolvimento das cidades, hoje é entendida como algo que trás para o urbano melhores índices de qualidade de vida. A natureza, o verde urbano se coloca como parte da cidade e não como limite externo da mesma. Cabe ainda destacar que esta cidade que agora coexiste com a natureza em seu interior, esta em contato com elementos de uma natureza recriada, uma segunda natureza, um produto do mercado urbano (FERREIRA, 2012; HENRIQUE, 2009).

A posição e a forma como a natureza é interpretada na cidade se altera em detrimento do tempo histórico, a mesma se apresenta sob as demandas econômicas e sociais de cada período (FERREIRA, 2012). A separação entre sociedade/homem e natureza implica na supressão da segunda pelo primeiro. A sociedade humana passa então a um período de intensificação na substituição da “*natureza naturada*” por uma “*natureza naturante*”, ambas representam os componentes naturais, no entanto a segunda é uma produção que esta a serviço de um planejamento (FERREIRA, 2012).

A raridade que lhe é imposta condiciona a natureza na cidade como um bem de valor diferenciado, facilmente convertido em mercadoria, o que nos leva a uma associação simples de que quanto mais raro o bem for, maior será seu potencial de troca em contraposição ao seu grau de procura, e sob esta procura recaem as ações do discurso e da criação de demanda, demanda esta que quando suprimida se conforma em espaços de segregação.

Assim, essas “novas raridades” são adotadas de forma estratégica e a questão ecológica invade a vida cotidiana produzindo uma nova necessidade na sociedade de consumo, induzida por meio de uma consciência ecológica que privilegia um gosto e uma preferência de consumo, mediados pela propaganda e pelo intrínseco discurso ecológico (FERREIRA, 2012, p.64).

## **Objetivos**

Refletir sobre o significado e o papel da natureza/verde urbano no em relação a cidade dispersa, polinucleada que tem sua base de movimento na velocidade das vias de

grande fluxo, levando a uma ocupação periférica distorcida da histórica interpretação centro-periferia.

### Resultados e considerações

A cidade moderna é a Cidade dos Acessos. Nesta cidade a “volta a natureza” abre grandes perspectivas imobiliárias e de outro permite a venda maciça de produtos anti-poluentes “(CARLOS, 1991, p.75). O discurso mercadológico não é de uma natureza contraposta à cidade, como em tempos pretéritos, mas sim um entrelaçamento de tudo que a cidade representa com aquilo que se prega como representado pela “natureza naturante”. Esta cidade da velocidade de fluxos possibilita que espaços de “natureza” sejam integrados na roda do consumo e, dotados de valor de troca, são elementos que levam a uma segregação dos espaços e uma total distorção do real significado dos espaços naturais.

Fechamos estas considerações e este breve texto com uma citação de Henrique (2009) em seu “O direito a natureza nas cidades”, texto que se apresenta como uma importante reflexão sobre o que vem a ser esta violência capitalista.

Essa natureza artificial, resultante da produção social da natureza, da ação humana, além de ser apropriada de maneira privada, negando o caráter social da sua produção, encontra-se “falsificada” e “descolada” das características naturais dos lugares. No mundo contemporâneo, a natureza produzida pode se tornar uma ficção ou uma “mentira”, sem vínculos com uma identidade geográfica local. A natureza padronizada se encontra hoje compromissada como uma felicidade capitalista. (HENRIQUE, 2009, p.19).

### Referências bibliográficas

CARLOS, A. F. A. **O meio ambiente urbano e discurso ecológico**. Anais: III Encontro Nacional Sobre Estudos do Meio Ambiente. Londrina, 1991, p.75-78.

\_\_\_\_\_. **A cidade**. 5ªed. São Paulo: Contexto, 2001.

FERREIRA, C. E. P. **Natureza e Cidade: A conceitualização e o tratamento do residencial na publicidade imobiliária (análise contrastiva – décadas de 1970 e 2000)**. Tese de Doutorado, Unicamp, Campinas, 2012.

HEINRICHS, D. N. H; SEEGER, C.R. **Dispersión urbana y nuevos desafíos para la gobernanza (metropolitana) en América Latina: el caso de Santiago de Chile**. Revista Eure, Vol. XXXV, Nº 104, pp. 29-46, abril 2009.

HENRIQUE, W. **O direito à natureza na cidade**. Salvador: EDUFBA, 2009.

SPOSITO, M. E. B. **Capitalismo e urbanização**. São Paulo: Contexto 9º ed, 2001.