

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA
LABORATÓRIO DE ESTUDOS URBANOS E REGIONAIS

ATLAS DO COMÉRCIO DE PELOTAS:
Análise da composição, da organização e da dinâmica
do comércio de bens e serviços em Pelotas, RS, 2019-2021

SIDNEY GONÇALVES VIEIRA

PELOTAS, 2018

SIDNEY GONÇALVES VIEIRA

**ATLAS DO COMÉRCIO DE PELOTAS:
Análise da composição, da organização e da dinâmica
do comércio de bens e serviços em Pelotas, RS, 2019-2021**

Projeto de pesquisa apresentado ao Conselho Nacional de Pesquisa, CNPq, para solicitação de Bolsa de Produtividade, Pq.

PELOTAS, RS

2018

RESUMO

O projeto trata de pesquisa acerca da composição, da organização e da dinâmica do setor de comércio de bens e de serviços na cidade de Pelotas, RS. Se propõe a investigar a produção do espaço urbano relacionado à atividade terciária, assim como a identificação, a distribuição, a localização, a tipologia e os relacionamentos do setor de comércio e serviços com a sociedade e a economia. Parte do pressuposto de que a relação existente entre cidade e comércio é fundamental para a estrutura interna da cidade e de que as formas comerciais, bem como suas inerentes funções, juntamente com a organização do comércio, atuam firmemente na produção do espaço urbano. Nesse sentido, a composição tratará de aspectos da forma, tais como tamanho, volume, capacidade de atendimento e possibilidades de geração de fluxo associada. Enquanto isso, a organização tratará de analisar a estrutura existente, analisando as relações, fluxos efetivos, concentrações espaciais, especializações e formação de centralidades. Por fim, os aspectos relacionados à dinâmica tratarão de entender as funções dos estabelecimentos e os processos temporais associados que possibilitam compreender a dialética de reprodução do espaço comercial. O projeto prevê a elaboração de um atlas, composto por um conjunto de mapas e análises referentes ao setor terciário da cidade de Pelotas, RS, elaborando uma espécie de fotografia atual do setor, com possibilidades de interação com o usuário. Os mapas permitirão analisar, além da estrutura atual, a dinâmica do setor ao longo do tempo e com a possibilidade de atualização permanente. O projeto também investiga o papel do centro e da produção de outras formas de centralidade na organização da estrutura interna da cidade. Trata-se de um levantamento em bancos de dados existentes, com apoio em trabalhos de campo com vistas a constituir séries estatísticas capazes de permitirem um estudo permanente e atualizável do setor. Reveste-se de importante instrumento de planejamento urbano e de análise do espaço urbano, com base no urbanismo comercial, tendo em vista que a cidade de Pelotas, no sul do Rio Grande do Sul, exerce um importante papel na rede urbana gaúcha, fortemente apoiada na função comercial.

Palavras-Chave: Comércio. Serviços. Estrutura urbana. Urbanismo comercial. Pelotas, RS.

PRODUÇÕES DE MAIOR RELEVÂNCIA

1. Formação de Recursos Humanos

- Quadro Permanente Mestrado
 - Programa de Pós-Graduação em **Geografia**, Mestrado, Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), 2012 – atual.
Orientações concluídas: duas
Orientações em andamento: três.

 - Programa de Pós-Graduação em **Memória Social e Patrimônio Cultural**, Mestrado e Doutorado, Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), 2007 – atual.
Orientações concluídas: nove (mestrado), três (doutorado);
Orientações em andamento: três (doutorado)
Orientações em andamento: duas (mestrado).

- Quadro Colaborador Mestrado
 - Programa de Pós-Graduação em **Geografia**, Universidade Federal do Rio Grande, Rio Grande, RS (FURG), 2007 – 2012.
Orientações concluídas: oito.

- Quadro Permanente Pós-Graduação: Especialização
 - Programa de Pós-Graduação em **Geografia**, Universidade Federal de Pelotas: Especialização, 2005 – 2012
Orientações concluídas: quinze.

- Quadro Permanente Graduação: Licenciatura e Bacharelado em Geografia (UFPEL)
Orientações concluídas: quarenta;
Orientações em andamento: duas.

- Iniciação Científica
Orientações concluídas: nove;
Orientações em andamento: duas.

2. Produção Científica na área de Geografia do Comércio e do Consumo

VIEIRA, S. G. e LIHTNOV, D. D. A regulação capitalista da informalidade: o papel das políticas públicas na normalização do comércio popular. In: **Trabalhos Completos - VI Colóquio Internacional Sobre o Comércio e a Cidade: uma relação de origem**. Porto Alegre, RS: FAUUSP/FAURB-UFRGS, 2018. (no prelo).

VIEIRA, S. G., PRADO, R. e MONTELLI, C. Comércio com memória: metamorfoses e permanências das atividades terciárias na Praça da Alfândega, Porto Alegre, RS. In: **Trabalhos Completos - VI Colóquio Internacional Sobre o Comércio e a Cidade: uma relação de origem**. Porto Alegre, RS: FAUUSP/FAURB-UFRGS, 2018. (no prelo).

PINTAUDI, S. e VIEIRA, S. Rebecca: uma rede de estudos em constituição. In: **Volume Especial da Revista da Casa da Geografia de Sobral**, Sobral/CE, em parceria com o III Seminário Regional Comércio, Consumo e Cultura nas Cidades, v. 20, n. 1, p. 1-5, Mai. 2018 <http://uvanet.br/rcgs>. ISSN 2316-8056 © 1999, Universidade Estadual Vale do Acaraú.

VIEIRA, S. G. e LIHTNOV, D. D. Localização Comercial no Tempo e no Espaço: Dinâmica da Cidade de Pelotas, RS In: **Trabalhos Completos - V Colóquio Internacional Sobre o Comércio e a Cidade: uma relação de origem**. São Paulo, SP: FAUUSP/LABCOM, 2016. v.1. p.42 - 56.

VIEIRA, S. G. O centro da cidade. Curitiba: Appris, 2018, v. 1. 350 p. (no prelo)

VIEIRA, S. G. Pelotas e a sobrevivência do setor terciário: uma vocação histórica. In: RIO FERNANDES, J. A. e SPÓSITO, M. E. B. **Brasil e Portugal vistos desde suas cidades. As cidades vistas desde seus centros**. Porto: Editora da Universidade do Porto, 2018, v. 1, 20 p. (no prelo)

VIEIRA, S. G. The place in the centralities in Barcelona: The multiples personalities of the metropolis. In: Teresa Barata Salgueiro & Herculano Cachinho. (Org.). **Retail planning for the resilient city**. 1 ed. Lisboa: IGOT/UNIVERSIDADE DE LISBOA, 2011, v. 1, p. 120-135.

VIEIRA, S. G. et al. Pelotas: a cidade dos *shopping centers* perdidos. In: Sidney Gonçalves Vieira. (Org.). **Caderno de Estudos Urbanos e Regionais - Comércio e Consumo Urbano**. Pelotas: Editora e Gráfica Universitária - UFPel, 2009, v. 1, p. 24-35.

VIEIRA, S. G. et al. Royal Plaza Shopping: análise do empreendimento de grande superfície em Pelotas/RS. In: Sidney Gonçalves Vieira. (Org.). **Caderno de Estudos Urbanos e Regionais - Comércio e Consumo Urbano**. Pelotas: Editora e Gráfica Universitária - UFPel, 2009.

BARROS, Landerson Antória ; LIHTNOV, Dione ; **VIEIRA, S. G.** . Contextualização Histórica na Formação do Bairro Porto de Pelotas e os Problemas Urbanos-ambientais no Loteamento das Doquinhas. In: Sidney Gonçalves Vieira. (Org.). **Caderno de Estudos Urbanos e Regionais - Comércio e Consumo Urbano**. Pelotas: Editora e Gráfica Universitária - UFPel, 2009.

BARROS, Landerson Antória ; LIHTNOV, Dione ; **VIEIRA, S. G.** . Shopping Praça XV: os reflexos do abandono na dinâmica social pelotense e sua potencialidade no centro comercial. In:

Sidney Gonçalves Vieira. (Org.). **Caderno de Estudos Urbanos e Regionais - Comércio e Consumo Urbano**. Pelotas: Editôra e Gráfica Universitária - UFPel, 2009.

BARROS, Landerson Antória ; LIHTNOV, Dione ; **VIEIRA, S. G.** . Análise de Empreendimento Comercial de Grande Superfície: estudo de caso do Porto Shopping. In: Sidney Gonçalves Vieira. (Org.). **Caderno de Estudos Urbanos e Regionais - Comércio e Consumo Urbano**..Pelotas: Editôra e Gráfica Universitária - UFPel, 2009.

BORGES, Emilene Silveira ; GLUSZEVICZ, Ana Cristina ; PINTO, Vinicius Lacerda ; **VIEIRA, S. G.** . Composição e Organização Espacial do Comércio e Serviços no Bairro Simões Lopes, Pelotas - RS. In: Sidney Gonçalves Vieira. (Org.). **Caderno de Estudos Urbanos e Regionais - Comércio e Consumo Urbano**..Pelotas: Editora e Gráfica Universitária - UFPel, 2009.

FLECK, Samuel ; NOVACK, Paula Newmann ; PINTO, Vinicius Lacerda ; **VIEIRA, S. G.** . Utopia ou Realidade: o caso dos Shoppings Centers em Pelotas. In: Sidney Gonçalves Vieira. (Org.). **Caderno de Estudos Urbanos e Regionais - Comércio e Consumo Urbano**. Pelotas: Editora e Gráfica Universitária - UFPel, 2009.

PINTO, Vinicius Lacerda ; SCHRODER, V. F. ; **VIEIRA, S. G.** . A Dinâmica do Comércio e Serviços na Zona Norte do Centro de Pelotas. **Caderno de Estudos Urbanos e Regionais - Comércio e Consumo Urbano**..Pelotas: Editora e Gráfica Universitária - UFPel, 2009, v. 1, p. 110-115.

VIEIRA, S. G. ; ALBA, J. M. F. ; MOREIRA C. S. . Utilização do Processamento Digital na Avaliação da Expansão Urbana: Estudo de caso em Pelotas- RS, no Período de 1987 a 2003. In: Fernando Uhlmann Soares; Fábila Amorim da Costa; José Maria Filippini Alba. (Org.). Trabalhos acadêmicos de geoprocessamento desenvolvidos no laboratório de planejamento ambiental em 2007. Pelotas: Embrapa Clima Temperado, 2007, v. 1, p. 51-64.

VIEIRA, S. G. . Paisagem e memória: as diferentes temporalidades do presente. In: Lorena Almeida Gill; Beatriz Ana Loner; Mário Osório Magalhães. (Org.). **Horizontes urbanos**. Pelotas: Armazém Literário, 2004, v. , p. 139-162.

VIEIRA, S. G. Revalorização do centro de São Paulo: a preservação da memória dos vencedores. In: Lúcia H. O. Gerardi. (Org.). **Ambientes**. Rio Claro: UNESP, 2003, 1 v., p. 151-169.

3. Gestão Científica e Acadêmica

- **Coordenação do Laboratório de Estudos Urbanos e Regionais, 2002 – atual**
- **Líder Grupo de Pesquisa CNPq: Laboratório de Estudos Urbanos e Regionais, 2002 – atual.**
- **Participação na organização de eventos científicos na área de Geografia do Comércio e do Consumo**
 - Colóquio Internacional sobre Comércio e Consumo, Pelotas, Universidade Federal de Pelotas, 2005, 2007, 2009, 2011, 2013, 2015.
 - Colóquio Internacional Sobre Comércio e Cidade: uma relação de origem, São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, USP, 2006, 2008, 2010 e 2018.

- Simpósio internacional Cidade, Comércio Urbano e Consumo, *International Urban Retail Net*, São Paulo, 2002, 2012.

- **Membro de Grupos de Trabalho e Pesquisa na área de Geografia do Comércio e do Consumo**

- Núcleo de Estudos Sobre o Comércio e o Consumo, Grupo CNPq, UNESP/Rio Claro, 2008 – atual.

- International Urban Retail Net, UB, Barcelona, Espanha, 2009 – atual.

- Rede Brasileira de Estudos sobre Comércio e Consumo (ReBECCa), Coordenador Adjunto. 2015, atual. <<https://wp.ufpel.edu.br/rebecca/conselho-diretor/coordenacoes/>>

SUMÁRIO

1	ANTECEDENTES E JUSTIFICATIVAS	11
2	INTRODUÇÃO.....	20
2.1	CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO: PELOTAS E A SOBREVIVÊNCIA DO SETOR TERCIÁRIO. UMA VOCAÇÃO HISTÓRICA.....	20
	2.1.1 Método de análise e método de investigação: uma introdução necessária ...	20
	2.1.2 Pelotas e Rio Grande: uma complementariedade regional	24
	2.1.3 Pelotas: <i>shoppings</i>, galerias e centro de cidade.	30
	2.1.4 Dinâmica locacional: centro e centralidade em Pelotas, 1960 a 2014.....	34
	2.1.5 Considerações gerais sobre o comércio em Pelotas.....	41
2.2	PROBLEMA DE PESQUISA	43
2.3	QUESTÕES DE PESQUISA	47
2.4	OBJETIVOS	47
	2.4.1 Geral.....	48
	2.4.2 Específicos	48
3	METAS A SEREM ALCANÇADAS PELO PROJETO.....	51
3.1	PRODUTOS CONCRETOS	52
	3.1.1 Inserção e Interação da proposta.....	54
	3.1.2 Análise do Setor Informal.....	54
4	MÉTODO DE PESQUISA	56
4.1	PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS	59
5	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	62

5.1	AS RELAÇÕES ENTRE CIDADE E COMÉRCIO: APONTANDO MODELOS	62
5.2	AS MÚLTIPLAS PERSONALIDADES DA CIDADE HIPERMODERNA.....	66
5.3	AS METAMORFOSES DO COMÉRCIO E A PERMANÊNCIA DO CAPITALISMO 68	
5.4	CULTURA: MODERNIDADE, PÓS-MODERNIDADE E HIPERMODERNIDADE	69
5.5	A QUESTÃO DA LOCALIZAÇÃO DAS ATIVIDADES NOS ESTUDOS CLÁSSICOS.....	71
	5.6.1 Alguns caminhos e a geografia	72
6	CRONOGRAMA	77
	BIBLIOGRAFIA (*)	78

1 ANTECEDENTES E JUSTIFICATIVAS

Este projeto é a terceira atualização da versão original (2016) apresentada com vistas a concorrer à Bolsa de Produtividade do CNPq. Na versão atual foram incorporadas todas as sugestões e críticas apresentadas pelos avaliadores, de modo a produzir um projeto verdadeiramente adequado aos objetivos propostos pelo fomento pretendido. A primeira leva de críticas apontou problemas na justificativa do projeto e no seu contexto frente aos estudos da Geografia, principalmente. Submetido novamente, com os primeiros apontamentos sanados, as críticas se voltaram para os objetivos propostos e sua adequação ao nível da pesquisa pretendido. A presente versão, totalmente revisada nesses aspectos, procurou atender a todas as críticas e sugestões apontadas pelos avaliadores anteriores. A manutenção do projeto se justifica em função da demanda existente para a presente pesquisa, inserida em um contexto global e articulada com a realidade local. Espera-se poder alcançar o nível de exigência necessário para sua aprovação.

Minha inserção na pesquisa sobre a Geografia do Comércio e do Consumo teve início em 1998, com o ingresso no doutorado em Geografia na Universidade Estadual Paulista, Campus de Rio Claro. A partir dos estudos ali iniciados passei a pautar também minha atuação no ensino e na extensão a partir de 2002, com a conclusão do curso. Desde então minha trajetória se vinculou definitivamente à área, tendo dado início à implantação do Laboratório de Estudos Urbanos e Regionais (Leur) na Universidade Federal de Pelotas (UFPel), com destaque para a linha de pesquisa, ensino e extensão estabelecida também pelo Grupo de Pesquisa homólogo por mim coordenado no CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) sobre o tema.

Passados dezesseis anos de atuação na coordenação do Leur são já inúmeras as realizações em termos de pesquisa, ensino e extensão nessa área. Sobretudo, há que se destacar a organização de eventos periódicos (locais, nacionais e internacionais), a manutenção da linha de pesquisa com a inserção crescente de orientandos de graduação e pós-graduação sobre a temática e a inclusão desse tema no currículo do curso de graduação em Geografia na UFPel. Decorre dessa atuação a inserção cada vez maior em grupos de pesquisa no Brasil e no exterior, que culminou com a realização de dois estágios de pós-doutoramento realizados em Barcelona, na Espanha, um sob o

patrocínio da *Fundación Carolina*, da Espanha e outro em edital compartilhado desta fundação com a CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), do Brasil. Evidencia-se, a seguir, o itinerário de desenvolvimento e consolidação dessa atuação, tanto do ponto de vista teórico quanto profissional e acadêmico.

Os estudos sobre o comércio e o consumo na Geografia não são novidades. Na verdade o que alterou a perspectiva de análise e introduziu uma dinâmica diferente a esses estudos foram, de um lado, as próprias alterações paradigmáticas ocorridas na Geografia, responsáveis por uma mudança tanto na fundamentação teórica quanto na metodologia empregada; de outro, as modificações ocorridas na realidade, capazes de alterar sobremaneira as relações de troca e os padrões de produção e de consumo observados na sociedade. A globalização da cultura e a mundialização da economia, recentemente, são responsáveis diretas por muitas dessas alterações, produzindo espaços e comportamentos inéditos. Nesse sentido, as novas formas do comércio e as modernas (pós-modernas e até hipermodernas) maneiras de consumo apresentam uma variedade de possibilidades para a análise que, essas aparecem como inovações no campo científico e provocam desafios aos pesquisadores que buscam compreender e explicar a realidade. Nesse contexto a Geografia do Comércio e do Consumo aparece como uma perspectiva nova na análise do mundo que se produz no presente, principalmente no espaço urbano onde as relações sociais de produção se mostram responsáveis por produzir realidades novas a cada dia.

Salienta-se a impressão de Pintaudi (2012) acerca do tema, analisada adiante. Segundo a autora, na sociedade contemporânea o consumo “parece” ganhar uma vida própria, tal a centralidade alcançada por esta esfera da produção material da sociedade capitalista, particularmente nas últimas três décadas. Sem autonomizar este momento da produção, consideramos necessário destacá-lo da produção, distribuição e circulação de mercadorias para entendermos como esta subtotalidade se hipertrofia para sustentar a reprodução econômica crítica que se apresenta toda financeirizada. Constata-se uma valorização do próprio valor mediante a crise desse valor e a ênfase dada à esfera do consumo da produção social faz com que ela pareça não fazer parte do conjunto da economia. Mas apenas “parece”; o que ocorre é que se mobiliza a base econômica através da mercadoria que é consumida e o foco dado ao consumo aparentemente autonomiza esta esfera, como se ela atuasse independentemente das outras. Daí nossa discordância com autores que validam essa independência dos demais momentos da produção econômica da

sociedade, pois essa leitura encobre a raiz do problema, o modo como se reproduz a sociedade em geral, e não permite desvelá-lo minimamente.

A trajetória da pesquisa mostra que essa nova Geografia do Comércio e do Consumo ainda não está consolidada na Geografia, nem mesmo nas correntes renovadas e pós-modernas que aparecem em substituição à Geografia Tradicional. A comprovação dessa argumentação está no fato de que mesmo no âmbito da União Geográfica Internacional (UGI) aparecem pouco consolidados os grupos que se dedicam a essa temática. Sob esse respeito se chama a atenção para o trabalho realizado pelo Grupo de Trabalho “Geografia das Atividades Comerciais”, que se reuniu pela primeira vez em Paris (1985) e anualmente, cada vez em uma cidade diferente, até a última reunião em Lisboa (1992), sob a organização da professora Teresa Barata-Salgueiro com a colaboração do professor Herculano Alberto Pinto Cachinho, ambos, hoje, do Instituto de Geografia e Ordenamento do Território (IGOT) da Universidade de Lisboa. Depois, a temática, sob o patrocínio da UGI, passou a ser debatida no Grupo de Trabalho “Mundialização do Comércio”, a partir de reunião em Paris (1997). Em 1998, ganhou notoriedade o fato de que pela primeira vez em uma conferência regional da UGI, levada a efeito em Lisboa, o tema diretor proposto foi justamente o da mundialização do comércio, demonstrando a evidência que o tema adquiriu. A referida conferência foi realizada juntamente com o “Colóquio Internacional sobre a Internacionalização dos Espaços de Comércio e de Consumo”, uma vez mais sob a chancela da professora Teresa Barata-Salgueiro com a colaboração do professor Herculano Alberto Pinto Cachinho.

Foi nessa sequência que ocorreu em Barcelona, entre 7 e 10 de dezembro de 2009, o II Seminário Internacional sobre Comércio, Consumo e Cidade, sob a coordenação do professor Carles Carrera y Verdaguer, da Universidade de Barcelona, com vistas a retomar a proposta de internacionalização dessa temática.

No Brasil, na abrangência da Associação Nacional de Pós-Graduação em Geografia (ANPEGE), não se conseguiu até o momento a manutenção de um Grupo de Trabalho que conserve unido um número permanente de pesquisadores. As ações mais eficazes podem ser assim enumeradas. Entre 1992 e 1997 se deu a criação do Núcleo de Estudos Sobre o Comércio e o Consumo (NECC) na Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, no campus de Rio Claro, SP. Já em 1997 esse núcleo passou a ser cadastrado no Diretório de Grupos de Pesquisa do CNPq, tendo como líder a professora Silvana Maria Pintaudi. Passei a integrar o NECC a partir de

1998 tendo tido a oportunidade de organizar, sob a coordenação da professora Silvana, o I Simpósio Internacional sobre Comércio, Consumo e Cidade, realizado em 2000 na cidade de São Paulo como evento sob os auspícios da UGI. O evento contou com a participação de vários pesquisadores estrangeiros, sobretudo europeus, que contribuíram em muito para o fortalecimento das pesquisas e do intercâmbio. Nesse contexto foi que pude desenvolver estágio de doutoramento em Lisboa, sob a orientação da professora Teresa Barata-Salgueiro, permitindo uma perfeita inserção na pesquisa sobre o tema em nível internacional. Atualmente, os pesquisadores do NECC se encontram vinculados a importantes universidades brasileiras, a Universidade Federal de Pelotas, Universidade Federal de Campina Grande, Universidade Estadual Paulista, Universidade Federal de São Carlos, Universidade Federal de São João Del Rei e Universidade de São Paulo.

Foi na esteira desses acontecimentos que surgiu o I Colóquio Internacional Sobre Comércio e Consumo Urbano, promovido pelo Laboratório de Estudos Urbanos e Regionais, em 2005. O evento, realizado em Pelotas, aparece como uma tentativa de criar um fórum permanente de discussão e pesquisa sobre a Geografia do Comércio e do Consumo, com vistas a manter, no Brasil, um foco de destaque nessa área. Pelo menos localmente o intento tem se consolidado, já que o “Colóquio” ganhou periodicidade, tendo sido realizado também em 2007, 2009, 2011, 2013 e 2015, mantendo o caráter bianual. Já em 2009 o evento contou com expressivo patrocínio garantido pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (FAPERGS), o que demonstra o nível de sustentação e credibilidade do evento. A realização deste evento tem permitido integrar os pesquisadores nacionais e internacionais com a base da pesquisa no Leur, garantindo também a inserção das temáticas locais no mesmo nível de análise que se desenvolve no Brasil e no mundo. A participação dos colegas brasileiros e estrangeiros no evento atesta o nível de inserção alcançado pelo grupo local. Em especial, no evento mais recente, o de 2015, com a participação de pesquisadores de diversas universidades brasileiras.

Logo em seguida, em 2006, aparece o I Colóquio Internacional Sobre Comércio e Cidade: Uma Relação de Origem, organizado sob a presidência da professora Heliana Comin Vargas na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (USP), por intermédio do Laboratório de Comércio e Cidade. Esse evento segue a linha de discussão proposta pelo evento organizado pelo NECC em 2000, buscando retomar a discussão sobre a temática em uma perspectiva própria da arquitetura e do urbanismo. Pela semelhança das propostas passei a participar do evento e a integrar a comissão organizadora a partir do “II Colóquio” em 2008, em

São Paulo. Recentemente, foi realizado o “IV Colóquio”, em 2016, na cidade de São Paulo, no qual, trabalho realizado no âmbito do Leur, de minha co-autoria com o colega Dione Dutra Lihtnov, e que possui o mesmo escopo do presente projeto, foi contemplado com a premiação de melhor trabalho apresentado. O artigo (Vieira e Lihtnov, 2016), intitulado “Localização Comercial no Tempo e no Espaço: Dinâmica da Cidade de Pelotas, RS”, mostra a possibilidade de uso de uma metodologia que, a partir do banco de dados dos Alvarás da Prefeitura Municipal de Pelotas, consegue analisar a distribuição e a dinâmica no tempo e no espaço das atividades comerciais registradas.

O evento organizado pelo Leur pretende manter no Rio Grande do Sul uma forte referência nacional dos estudos nessa temática, ainda mais com a criação do Mestrado em Geografia na Universidade Federal do Rio Grande (FURG) e na Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) e com a implantação da cadeira de Geografia do Comércio e do Consumo, na Graduação em Geografia na UFPEL, sob minha responsabilidade.

Levantamento realizado em 2009 por Carlos Henrique Costa da Silva, no site da Capes a partir dos relatórios dos Programas de Pós-Graduação em Geografia no Brasil, demonstrava que poucos cursos oferecem disciplinas nessa área. Apenas na UNESP de Rio Claro, na FURG e na UFPEL há disciplinas que contêm explicitamente em seu título um estudo dedicado diretamente sobre o comércio e o consumo. Ambas as disciplinas são ofertadas por integrantes do NECC. Na UFCG (Universidade Federal de Campina Grande, PB), UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro), UERJ (Universidade Estadual do Rio de Janeiro), UEM (Universidade Estadual de Maringá), UFRGS (Universidade Federal do Rio Grande do Sul) e UNESP/Presidente Prudente aparecem nas ementas alguns aportes teóricos ou empíricos que dão conta de tratar o comércio na perspectiva da análise urbana.

Relevante destaque deve ser dado para a Realização do III Seminário Internacional Cidade, Comércio e Consumo cujo tema foi “Mutações nos Espaços Comerciais e de Serviços e o Consumo na Sociedade Contemporânea”, no período de 28 a 31 de maio de 2012, na cidade de São Paulo. Este seminário reuniu pesquisadores do Brasil e do exterior que já tem uma trajetória de pesquisa no âmbito da Geografia do Comércio e do Consumo em seus países e que neste terceiro encontro, além dos debates, lançaram três eixos de pesquisas a serem realizadas nos próximos anos em colaboração internacional, a presente proposta segue o enquadramento nesta proposta. Ao mesmo tempo, se estabeleceu o objetivo de reunir novos pesquisadores que se encontram dispersos, para

debater suas análises geográficas sobre o urbano na perspectiva das mudanças que o espaço de comércio e consumo revela e ao mesmo tempo oferece a condição da sua reprodução. Esse grupo internacional de pesquisadores tem empenhado esforços em reunir os debates acerca da produção acadêmica da Geografia do Comércio e do Consumo no plano internacional em ações que tiveram início em 2006. Na sua primeira versão, realizada na UERJ, Rio de Janeiro, Brasil, o Seminário Internacional “Cidade e Serviços: as múltiplas abordagens da Rua comercial” deu início a encontros periódicos de investigadores sobre o tema e teve como resultado a publicação de um livro com os trabalhos apresentados. Foi em 2009, como já se disse, que se deu a continuidade dessas ações quando teve lugar em Barcelona, Espanha, o II Seminario Internacional sobre “Comercio, Consumo y Ciudad” que estabeleceu uma agenda comum internacional de investigação para organizar novos encontros e publicações. Desta agenda construída entre investigadores brasileiros, espanhóis, portugueses, italianos e franceses se deu a realização do III Seminário Internacional Cidade, Comércio e Consumo em São Paulo e que, dentre os resultados esperados, teve a apresentação e discussão dos projetos a serem desenvolvidos pelos grupos internacionais de pesquisadores. O IV Seminário foi realizado em Nápoles, em 2013 e, no ano de 2015, na Cidade do México, evidenciando a consolidação internacional desse grupo de pesquisadores. Em 2017, o evento ocorreu em Lisboa, Portugal (12-16/09/2017), no qual foram apresentados os trabalhos produzidos sobre o tema, contando sempre com a participação de investigadores ligados ao Grupo de Pesquisa do LEUR/UFPel (VIEIRA, LIHTNOV e SANTOS, 2017; TAVARES, VIEIRA e SALLABERRY, 2017)

Anotações trazidas pelo professor Lincoln da Silva Diniz mostram também a relevância dos estudos sobre comércio e consumo na região do Nordeste do Brasil. Há registros dispersos de estudos/relatos/fotografias em diferentes áreas do conhecimento sobre o papel das feiras livres, dos comércios de gados, entre outras atividades comerciais desenvolvidas nos meios rurais e urbanos desta região. No âmbito da ciência geográfica nordestina, constata-se esta dispersão de investigações sobre este importante setor da economia regional. A falta de articulações, além da ausência de encontros científico-acadêmicos sobre esta temática contribuíram para tal desconhecimento e dispersão de estudos já realizados ou em andamento. Mesmo assim, pesquisas sobre feiras, comércios ambulantes, pequenos comércios, *shoppings centers*, mercados públicos, sistemas de vendas, novas modalidades de comércios e de consumos, foram desenvolvidas a partir

da iniciativa de pesquisadores vinculados, sobretudo, a programas de pós-graduação *stricto sensu* de universidades públicas localizadas na própria região ou de instituições de outras regiões do país.

O surgimento de grupos de pesquisas cadastrados na Plataforma Lattes/CNPq que abordam a temática do comércio e do consumo na Geografia começam a desempenhar um papel relevante neste processo. A criação do Grupo de Pesquisa “Cidade e Região: Comércio, Consumo e Cultura das Cidades”, em 2010, hoje renomeado como: Grupo de Pesquisa sobre Comércio e Consumo no Nordeste Brasileiro (GECCNE), vinculado ao Curso de Geografia da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), Campus de Campina Grande, sob a liderança da professora Kátia Cristina Ribeiro Costa, teve destacada influência com estudantes do mencionado curso no desenvolvimento de suas pesquisas de Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC), como também em pesquisas de iniciação científica (PIBIC/PIVIC/CNPq/UFCG). Além deste feito, este grupo assumiu a realização do I Seminário Regional Comércio, Consumo e Cultura das Cidades (I SRCCC), cujo tema foi: “Espaços, faces e conteúdos do comércio e do consumo na contemporaneidade”, evento ocorrido no Campus de Campina Grande, da UFCG, nos dias 08 a 10 de agosto de 2013, sob a coordenação do Prof. Lincoln da Silva Diniz. Com o intuito de reunir pesquisadores de diferentes áreas para debater e trocar experiências de pesquisas acerca da atividade comercial no meio urbano e regional, este evento permitiu pela primeira vez ampliar os contatos e os conhecimentos entre estes. O êxito deste evento acadêmico obteve uma repercussão bastante significativa, foi corroborado por pesquisadores de outras instituições de ensino superior da região, ocasionando, deste modo, a sua continuidade. Em 17 a 21 de agosto de 2015, o Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGe/UFRN), realizou o II Seminário Regional Comércio, Consumo e Cultura das Cidades (II SRCCC), tendo como tema: “Temporalidades, permanências e coexistências”, sob a coordenação da professora Rita de Cássia da Conceição Gomes. A realização da segunda edição deste evento, na cidade de Natal, RN, ampliou consideravelmente os debates e os contatos de pesquisas no âmbito regional, conferindo maior importância à realização deste seminário em outras instituições.

Com o aparecimento e a aproximação de estudiosos interessados na temática, oriundo de outras instituições, surge, neste contexto, o interesse de pesquisadores do Mestrado Acadêmico em Geografia da Universidade Estadual Vale do Acaraú (MAG/UVA), sediado na cidade de Sobral, Estado do Ceará, para a realização do III Seminário Regional Comércio, Consumo e Cultura nas Cidades (III SRCCC). A realização da terceira edição deste seminário em caráter regional, nos dias

19 a 22 de junho de 2017, sob a coordenação da professora Virgínia Célia Cavalcante de Holanda, alcançou um nível de participação de inscitos, bem como de trabalhos e pesquisas apresentadas, maior que nas edições anteriores, revelando a emergência do tema no meio científico-acadêmico. Após a realização deste último evento, em plenária final ficou definido que a quarta edição do SRCCC será no Campus da Universidade Federal do Piauí (UFPI), cidade de Teresina, PI, em 2019, sob a coordenação do professor Antônio Cardoso Façanha, com o apoio do Programa de Pós-Graduação em Geografia desta referida universidade. Ficou também acordado, nesta mesma plenária, a realização de um primeiro “encontro ou simpósio nacional sobre o comércio e o consumo”, a ser realizado na cidade de Salvador, Bahia, com o apoio da Universidade Federal da Bahia (UFBA), Instituto Federal da Bahia (IFBA), Universidade Estadual da Bahia (UNEB) e Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB). Este novo evento tem previsão para ocorrer no ano de 2020, sob a coordenação da Rede Brasileira de Estudos sobre Comércio e Consumo (ReBECCa).

Sob esse aspecto, é relevante destacar a criação dessa rede. Em novembro de 2015 reuniram-se na Universidade Federal de Pelotas professores e pesquisadores de diversas universidades brasileiras estudiosos da Geografia do Comércio e do Consumo. Nomeadamente estiveram presentes os seguintes professores: pela Universidade Federal de Pelotas, Sidney Gonçalves Vieira e Dione Dutra Lihtnov; Universidade de São Paulo, Silvana Maria Pintaudi; Universidade Federal de São Carlos, Campus de Sorocaba, Carlos Henrique Costa da Silva; Universidade Estadual Paulista, Campus de Rio Claro, Sílvia Aparecida Guarnieri Ortigoza; Universidade Federal de Campina Grande, PB, Kátia Cristina Ribeiro Costa e Lincoln da Silva Diniz; Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Rita de Cássia; Universidade Federal do Pará, Wilma Marques Leitão; e, Cláudio da Ressurreição Santos, integrante do Núcleo de Estudos sobre Comércio e Consumo. Considerando a longa trajetória comum em trabalhos nacionais e internacionais sobre o tema, entenderam por bem criar uma rede brasileira de cooperação técnica e científica com o objetivo de fomentar ainda mais o estudo da área específica. Novamente reunidos na Universidade Federal de Campina Grande, PB, em novembro de 2016, o referido grupo entendeu que deveria formalizar as ações da rede recém-instituída, como maneira de dar maior visibilidade ao trabalho desenvolvido e como meio de tornar públicas as ações de ensino, pesquisa e extensão desenvolvidos no âmbito da rede. Com isso, trata-se agora de formalizar o acordo de criação que oficializa a institucionalização da Rede Brasileira de Estudos sobre Comércio e

Consumo (ReBECCa). Finalmente, em 2017, foi realizado na cidade de Salvador, BA, durante o XV Simpósio Nacional de Geografia Urbana, foi realizada mais uma reunião da ReBECCa, no dia 22 de novembro, onde foi institucionalizada a rede. Na referida reunião foi aprovado o estatuto e eleita a coordenação da rede composta pelos seguintes membros: Coordenação Geral: Silvana Maria Pintaudi (USP, SP); Coordenação Adjunta: Sidney Gonçalves Vieira (UFPEL, RS); Coordenação de Eventos: Virgínia Célia Cavalcante de Holanda e Luiz Antônio Araújo Gonçalves (UVA, CE); Coordenação de Publicações: Carlos Henrique Costa da Silva (UFSCAR, Sorocaba, SP); Coordenação de Rede Digital: Dione Dutra Lihtnov (UFPEL, RS) Coordenação de Filiação: Rita de Cássia Conceição Gomes (UFRN, RN) (<https://wp.ufpel.edu.br/rebecca/author/rebecca/>).

Com esse relato, se pretendeu demonstrar a pertinência do presente projeto tanto no que diz respeito a sua inserção no contexto das pesquisas acadêmicas realizadas na atualidade, não apenas no Brasil, mas também nos grupos de pesquisas internacionais, como na consolidação de uma área temática ainda nova e que busca sua afirmação nos estudos contemporâneos. Além disso, se pretendeu demonstrar o quão significativo poderá ser o projeto para as pesquisas na área, dando continuidade e incentivo ao desenvolvimento e à fundamentação da Geografia do Comércio e do Consumo no Brasil.

2 INTRODUÇÃO

2.1 CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO: PELOTAS E A SOBREVIVÊNCIA DO SETOR TERCIÁRIO. UMA VOCAÇÃO HISTÓRICA

2.1.1 Método de análise e método de investigação: uma introdução necessária

No que se refere ao método de análise aqui proposto adotamos uma lógica dialética, que preconiza a leitura da realidade a partir do seu presente. Nesse sentido, o primeiro momento na exposição faz uma descrição da atualidade de nosso objeto de estudo. Não uma descrição pura e simples, porque consubstanciada pelo efetivo conhecimento da realidade e dotada de todas as informações disponíveis sobre o momento do presente. A seguir, busca-se o entendimento das relações sociais de produção a partir das relações sociais de produção do passado que explicam a realidade atual, num trabalho de relacionamento entre relações sociais do passado e seus desdobramentos no presente. Por fim, aponta-se para o virtual, aquilo que ainda não é, ou seja, as possibilidades que estão colocadas para o futuro, baseados na interpretação das proposições existentes, nos planos e perspectivas objetivados pela sociedade. Assim, se estabelece uma tríade entre presente, passado e futuro, pretensamente rica e complexa que nos possibilita entender a realidade de maneira mais segura.

Do ponto de vista analítico é possível reconhecer uma oposição conceitual entre os termos ruptura (metamorfoses) e permanência. Ruptura indica uma descontinuidade, uma mudança brusca de orientação no curso previsível dos acontecimentos. Trata-se de um corte com relação a um conjunto de valores e expectativas estabelecidos numa determinada época, acompanhado de um salto em direção a uma nova conjuntura, a ser instituída a partir da superação da conjuntura precedente. De qualquer modo, tais alterações se dão à luz das permanências, isto é, sobre o eixo temporal da continuidade dos processos estudados, que se pode pretender identificar e assinalar as rupturas. Uma não existe sem a outra: dialeticamente unidas, ruptura e permanência constituem um mesmo movimento, através do qual se opera a transformação dos processos em curso e que equivale, em última análise, ao próprio movimento da História.

Nesse sentido, a orientação metodológica segue o método regressivo-progressivo, cuja concepção, com base em Lefebvre, deve ser atribuída a Marx, visa compreender a gênese do presente, partindo sempre do atual em direção ao passado, não apenas para explicar o passado, mas, sobretudo, para esclarecer os processos em curso no presente que apontam para o futuro. Seguindo Duarte (2006, p. 27)

a dialetização do método, perseguida por Lefebvre, impõe a consideração de duas dimensões temporais entrelaçadas: a dimensão horizontal ou sincrônica, que permite estudar a inserção do objeto de estudo no contexto de sua época, e a dimensão vertical ou diacrônica, que estuda a coexistência de processos históricos diferentemente datados. O conhecimento deve ser submetido a um “movimento de duplo sentido: regressivo (do virtual ao atual, do atual ao passado) e progressivo (do superado e do terminado, ao movimento que determina aquela conclusão e que anuncia e faz surgir algo novo). Esta operação metodológica, à qual Lefebvre dá o nome de transdução, visa construir o objeto teórico como um objeto virtual, aberto ao devir e ligado, portanto, a um processo e a uma prática concreta. Nesse sentido, a transdução não se confunde com os procedimentos clássicos da indução e da dedução, nem com a construção de modelos ou simulação de cenários futurísticos.

Ainda, continuando com Duarte (2006), se compreende bem a postura analítica adotada, que pretende considerar a realidade atual como base para compreensão do processo mais amplo, que rege a produção do espaço urbano e possibilita compreender a lógica do setor terciário no modo de produção capitalista. Nesse sentido, Duarte (2006, p 27), continua

Apenas do ponto de vista analítico se pode justificar uma oposição conceitual entre os termos ruptura e permanência. Ruptura indica uma descontinuidade, uma mudança súbita de orientação no curso previsível dos acontecimentos, um corte com relação a um conjunto de valores e expectativas estabelecidos numa determinada época, acompanhado de um salto em direção a uma nova conjuntura, a ser instituída a partir da superação da conjuntura precedente. Em todos os casos, é sempre sobre o pano de fundo das permanências, isto é, sobre o eixo temporal da continuidade dos processos estudados, que se pode pretender identificar e assinalar as rupturas. Uma não existe sem a outra: dialeticamente unidas, ruptura e permanência constituem um mesmo movimento, através do qual se opera a transformação dos processos em curso e que equivale, em última análise, ao próprio movimento da História.

Essa será a postura adotada para analisar a dinâmica existente no setor terciário da cidade de Pelotas, ou seja, entender, a partir da descrição atual das formas, estruturas e funções existentes que possibilidades se pode apontar para o futuro, a partir da análise dos processos que explicam as permanências e rupturas do passado.

Por isso, se analisará a composição como um elemento que tratará de aspectos da forma, tais como tamanho, volume, capacidade de atendimento e possibilidades de geração de fluxo associada. Enquanto isso, a organização tratará de entender a estrutura existente, analisando as relações, fluxos efetivos, concentrações espaciais, especializações e formação de centralidades. Por fim, os aspectos relacionados à dinâmica, tratarão de entender as funções dos estabelecimentos e os processos temporais associados que possibilitam compreender a dialética de reprodução do espaço comercial.

Do ponto de vista da análise do setor terciário em Pelotas se pretende iniciar com uma descrição do setor, não uma descrição pura e simples, baseada em um nível fenomenológico, de percepção. Mas, muito mais aprofundado, com o tratamento de todos os elementos possíveis de serem abordados, estabelecendo relações com aspectos que estão para além dos limites do visível, interpretando, analisando e explicando o presente. Em um segundo momento, se pretende buscar no passado a compreensão das relações sociais do presente, entendendo o que se apresenta como ruptura e o que se mostra como permanência, muitas vezes resiliências ou metamorfoses. Por fim, será possível antever possibilidades, ou, na expressão de Lefebvre, virtualidades, expressas de maneira latente no presente, mas que permitem serem apontadas para o futuro. Portanto, do ponto de vista analítico, se está adotando um método capaz de entender o processo de formação do espaço urbano associado ao setor terciário e, mais do que isso, que possibilita seu uso para o planejamento efetivo daquilo que se pretende para o futuro.

Por outro lado, do ponto de vista do método de investigação, a proposição é a de integrar as perspectivas local e regional, mesclando elementos de análise que ajudam a explicar a produção do espaço urbano, considerando as idiosincrasias da sociedade pelotense, ao mesmo tempo em que se colocam em evidência os fatores externos que atuam no lugar. Assim, buscou-se uma perspectiva que contempla as explicações da história da cidade ao lado dos fatos regionais que atuaram significativamente na determinação do local.

Ainda, do ponto de vista teórico, se entende a realidade em uma análise de pertencimento ao modo de produção capitalista, o que nos permite considerar a questão da sobrevivência de determinadas relações sociais de produção nos termos de sua permanência. Trata-se aqui de entender a maneira pelas quais determinadas relações de produção se transformaram ao longo do tempo para permitir a continuidade de um mesmo processo de dominação.

É nesse sentido que se busca entender o processo que liga a produção social em Pelotas ao setor terciário, como uma permanência que ora tem a aparência de um investimento maior na produção agrícola, ora na indústria, mas que se consolida mesmo no empreendimento terciário. Ainda que muitos setores possam ser trabalhados na cidade, existe um arranjo produtivo local que remete para a comercialização tanto de produtos locais quanto daqueles advindos de outras regiões, caracterizando, ao longo do tempo, a importância do comércio da cidade de Pelotas na economia regional. Nesse sentido, se entende que o setor terciário, ao longo do tempo, vem se transformando para garantir sua permanência, sua sobrevivência.

Contemporaneamente, não se pode falar de uma cidade apenas a partir de sua realidade física e espacial material, ou seja, de sua forma, sua paisagem e de como se distribui enquanto objeto no espaço. A sociedade da hipermodernidade exige que se contemplem os fluxos, as relações, as interações, a rede, em última análise, onde se desenvolvem as funções urbanas. Entender uma cidade exige mais do que conhecer sua dimensão intra-urbana, exige também conhecer o contexto no qual se insere e conhecer a lógica que preside o funcionamento regional. Certamente que o conhecimento interno da cidade explica também a organização da estrutura urbana, as relações entre as partes constitutivas e as relações estabelecidas entre os distintos grupos sociais. A dinâmica de produção do espaço intra-urbano explica a formação do centro, dos bairros, das novas centralidades e a organização da infraestrutura interna que molda a forma urbana a partir dos relacionamentos da sociedade estabelecidos com o seu sítio original. A compreensão da lógica do processo que explica a formação das principais vias de acesso e deslocamentos utilizados, desde os primeiros caminhos até as avenidas da atualidade, nos permite compreender as valorizações do espaço e as flutuações dos empreendimentos imobiliários no perímetro urbano. O sítio e a forma se constituem de maneira inseparável no entendimento do espaço intra-urbano.

Mas, por outro lado, a situação (localização) e a estrutura também estão intimamente ligadas, de tal maneira que só poderemos entender a formação das partes da cidade em uma lógica regional, capaz de explicar o distanciamento de alguns núcleos a partir do centro em sua origem e

o grande empreendimento social e espacial que os une ao longo do tempo, incluindo a produção de bairros ao longo das vias que ligam lugares longe do centro urbano e que acabam se constituindo na própria malha das aglomerações que crescem e se encontram no espaço. As ligações locais com outras cidades, o litoral, a serra e outros elementos da geografia geral, são importantes na explicação da formação dos caminhos e das vias que consolidam a própria estrutura interna das cidades. Forma, função, estrutura e processo são fundamentais no entendimento da produção do espaço urbano.

Diante dessas considerações, procuramos entender a cidade a partir de sua lógica regional e urbana, isto é, com base nos fluxos externos que alimentam a dinâmica do centro e das centralidades e com base nas estratégias internas que alteram valores, produzindo a cidade para além da forma física, como uma realidade complexa que é resultado de um processo social.

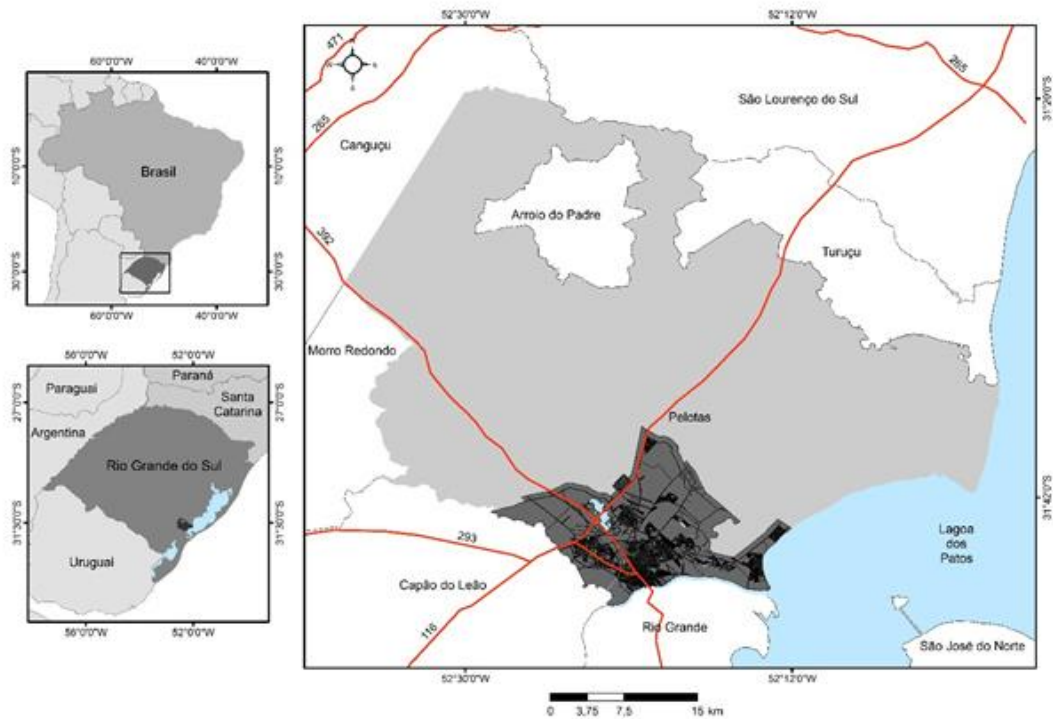
2.1.2 Pelotas e Rio Grande: uma complementariedade regional

Pelotas é uma cidade na fronteira, pois está no limite da faixa interna de 150 quilômetros de largura, paralela à linha divisória terrestre do território nacional¹, no extremo sul do Brasil, muito mais próxima de Montevideu (aproximadamente 550 km) e de Buenos Aires (aproximadamente 800 km) do que de São Paulo (cerca de 1.400 km) e do Rio de Janeiro (cerca de 1.800 km). Muito mais próximo do Uruguai (Rio Branco, cerca de 180 km, via Jaguarão) do que da própria capital do estado, Porto Alegre (cerca de 260 km). Essas relações, ao longo do espaço e do tempo, fizeram de Pelotas, do ponto de vista social, cultural e muitas vezes econômico, uma cidade “no centro de uma outra história”.

A parte sul do estado do Rio Grande do Sul foi caracterizada pela exploração agropastoril extensiva, que produziu imensos latifúndios rurais e imensos vazios urbanos, de modo que até hoje o espaço regional se caracteriza por uma rede de cidades de fraca dinâmica se comparada até mesmo com outras regiões do estado.

¹ Lei nº 6.634, de 02/05/79, regulamentada pelo Decreto nº 85.064, de 26/08/80

Figura 1 – Localização de Pelotas no Brasil e no Rio Grande do Sul



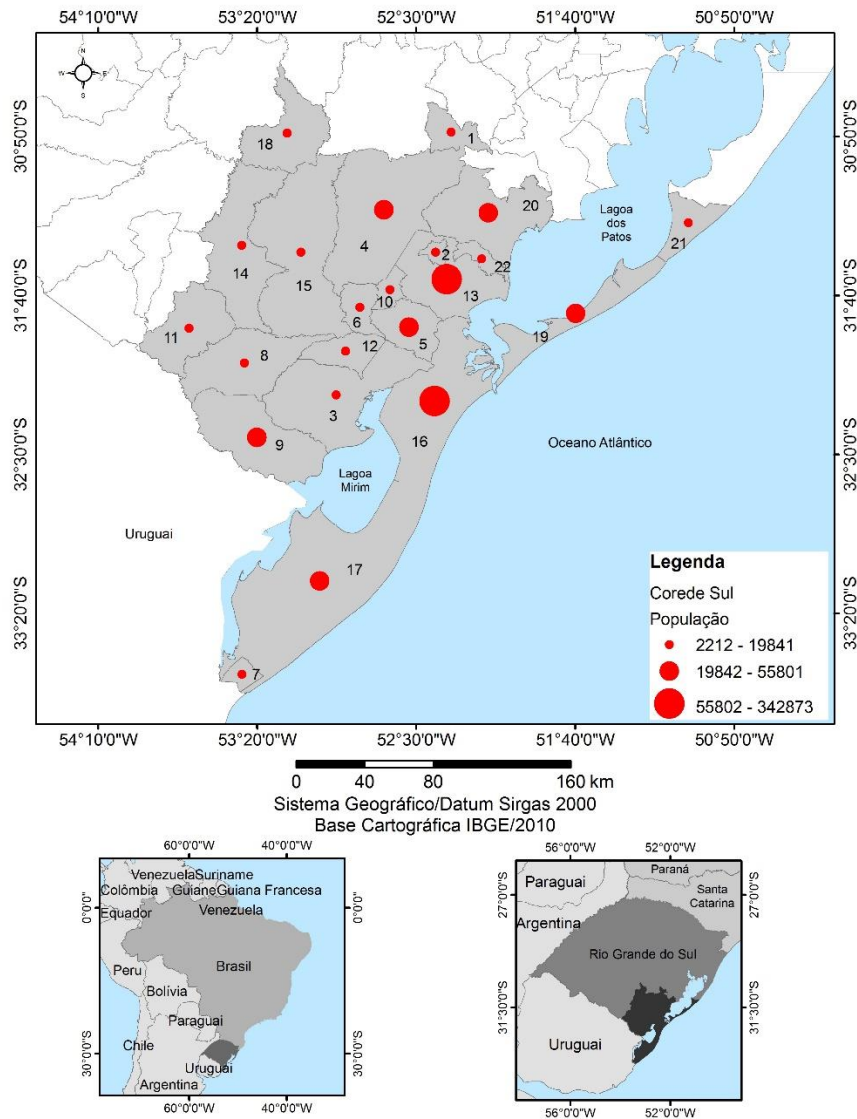
Fonte: Elaborado por Allan Oliveira de Oliveira, com base no Mapa Urbano Básico, III Plano Diretor de Pelotas, 2008, organizado pelo autor.

Hoje em dia, Pelotas e Rio Grande desempenham um papel fundamental na economia regional, sendo Pelotas a cidade cuja economia se volta prioritariamente para o comércio e Rio Grande a cidade cuja tradição industrial se consolida no âmbito naval. Por isso, é inútil tentar entender os processos regionais da urbanização no extremo sul do Rio Grande do Sul, sem levar em conta a característica de complementariedade existente entre as duas cidades. Tanto é assim que os estudos da rede urbana no Brasil que analisam as regiões de influência das cidades revelam esta realidade (IBGE, 2007), apontando Pelotas-Rio Grande como uma Área de Concentração de População (ACP), definida como uma grande mancha urbana “de ocupação contínua, caracterizada pelo tamanho e densidade da população, pelo grau de urbanização e pela coesão interna da área, dada pelos deslocamentos da população para trabalho ou estudo” (IBGE, 2007, p. 11). De acordo com o estudo, Pelotas-Rio Grande configuram uma Capital Regional do tipo C, característica de 39 centros urbanos no Brasil, que possuem mediana de população de 329 mil habitantes e 162 relacionamentos, de acordo com a metodologia estabelecida.

As duas cidades, Pelotas e Rio Grande, constituem o marco de referência da Aglomeração Urbana do Sul (Ausul), que é composta pelos municípios de Pelotas, Rio Grande, São José do Norte, Capão do Leão e Arroio do Padre. Até o momento, tramitaram na Assembleia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul, desde 2013, três projetos de lei com vista a criar uma região metropolitana envolvendo os municípios de Pelotas-Rio Grande e seus entornos. Um deles, o da Região Metropolitana da Zona Sul, inclui 22 municípios, que integram a Associação dos Municípios da Zona Sul (Azonasul), e teria uma população com 875 mil habitantes. Outro projeto, o da Região Metropolitana do Sul, inclui 11 municípios, e teria uma população de 727 mil habitantes. O terceiro projeto, uma proposta do Conselho Regional de Desenvolvimento da Região Sul (COREDE-Sul), teria a composição com 12 municípios, totalizando uma população com 787 mil habitantes.

Considerando os termos da Lei Federal Nº13.089/2015, conhecida como Estatuto da MetrÓpole, que considera que uma região metropolitana, deve ser configurada por um espaço urbano com continuidade territorial, uma região metropolitana entre Pelotas e Rio Grande que poderia abrigar ainda os municípios de Capão do Leão e de São José do Norte, totalizando 603.092 habitantes, de acordo com a estimativa de população para 2015 (IBGE, 2016). Isso porque é indubitável que Capão do Leão e Pelotas (que até 1982 integravam o mesmo município) encontram-se conurbados, assim como São José do Norte e Rio Grande. A dinâmica de fluxos entre essas cidades é extremamente significativa, o que configura uma característica importante à região polarizada por Pelotas e Rio Grande. Mas, certamente a oferta do comércio e de serviços existentes em Pelotas e Rio Grande abrange uma região muito maior do que a das áreas efetivamente conurbadas, pois se estende além dos municípios limítrofes. Nesse sentido, os vinte e dois municípios que compõem a região do COREDE-Sul são muito representativos na região de influência de Pelotas-Rio Grande, configurando uma região já institucionalizada desde 1991, quando da criação dos Conselhos Regionais de Desenvolvimento, permitindo o estabelecimento de séries estatísticas.

Figura 2 - População residente nos municípios integrantes do COREDE-Sul



Municípios: (1) Amaral Ferrador, (2) Arroio do Padre, (3) Arroio Grande, (4) Canguçu, (5) Capão do Leão, (6) Cerrito, (7) Chuí, (8) Herval, (9) Jaguarão, (10) Morro Redondo, (11) Pedras Altas, (12) Pedro Osório, (13) Pelotas, (14) Pinheiro Machado, (15) Piratini, (16) Rio Grande, (17) Santa Vitória do Palmar, (18) Santana da Boa Vista, (19) São José do Norte, (20) São Lourenço do Sul, (21) Tavares, (22) Turuçu.

Fonte: Elaborado por Allan Oliveira de Oliveira, com base em cartografia bruta do IBGE a partir de mapa da Fundação de Economia e Estatística, 2009; dados populacionais com base em IBGE, 2010; organizado pelo autor.

O acesso a vagas de trabalho e a matrículas nas instituições de ensino técnico e superior, conjugados com o altíssimo fluxo de transporte de carga para o escoamento da produção agropecuária, produzem um fluxo diário de informações e de deslocamento de pessoas e bens no eixo formado pelas cidades de São José do Norte-Rio Grande-Pelotas-Capão do Leão-Canguçu,

sugerindo a necessidade de uma governação integrada da região. Ainda se deve destacar o grande potencial da região com relação a sua capacidade de pesquisa e inovação, por ser sede de três instituições federais de ensino superior (Universidade Federal de Pelotas, Universidade Federal do Rio Grande e Instituto Federal Sul-rio-grandense) e uma particular (Universidade Católica de Pelotas), além de várias faculdades, instituições de pesquisa agropecuária, polos de inovação tecnológica, parque tecnológico e arranjos produtivos locais que contribuem grandemente para a concentração de empregos ligados à alta tecnologia.

A região possui também um complexo portuário importante, constituído pelos portos marítimos de Rio Grande, São José do Norte e o porto auxiliar fluvial de Pelotas, o que contribuiu para a instalação de estaleiros para a fabricação de plataformas de petróleo e equipamentos ligados à indústria de exploração de petróleo e gás. (COREDE, 2016).

Os dados apresentados pela Fundação de Economia e Estatística, que embasam estudos da Secretaria do Planejamento Gestão e Participação Cidadã, demonstram a importância do setor de serviços na região. As atividades ligadas à administração pública representam 27,6% do total do setor referente à região do COREDE-Sul, seguido pela atividade de comércio com 18,7%. De modo geral, a presença da Administração Pública é bem maior nos municípios pequenos em relação à média regional, exceto nos municípios de Pelotas e Rio Grande, onde a participação do setor comercial é maior (ver tabela 1) (SEPLAG, 2011).

Tabela 1 – Estrutura do Setor de Serviços (%)
Região COREDE-SUL

Municípios	Comércio	Alojamento e Alimentação	Transportes, Armazenagem e Correio	Serviços de Informação	Intermediação Financeira	Serviços Prestados às Empresas	Atividades Imobiliárias e Aluguel	Adm. Pública	Saúde e Educação Mercantil	Demais Serviços
Amaral Ferrador	5,66	0,46	5,03	1,96	3,28	7,29	11,76	55,83	1,10	7,64
Arroio do Padre	8,74	0,70	4,09	2,47	0,00	6,86	10,32	59,69	0,00	7,13
Arroio Grande	11,41	0,92	7,00	3,16	9,83	8,16	15,51	33,38	2,20	8,42
Canguçu	10,97	0,89	3,24	2,77	7,90	5,53	24,70	35,95	2,27	5,79
Capão do Leão	17,57	1,41	10,26	3,07	2,40	7,35	13,80	36,35	0,24	7,56
Cerrito	4,09	0,33	3,43	1,60	7,64	6,18	13,83	56,14	0,36	6,41
Chuí	29,87	2,39	4,97	3,33	5,55	4,86	12,75	30,91	0,34	5,02
Herval	8,55	0,69	6,21	2,78	2,37	7,30	14,57	49,66	0,24	7,64
Jaguarão	15,10	1,22	4,64	3,93	8,00	5,95	18,36	34,10	2,55	6,15
Morro Redondo	7,76	0,64	9,94	4,67	0,00	7,79	10,61	47,07	3,45	8,07
Pedras Altas	3,88	0,33	8,69	1,55	0,00	10,43	10,90	53,12	0,15	10,95
Pedro Osório	8,03	0,64	4,05	4,22	9,63	5,88	18,76	40,10	2,57	6,12
Pelotas	20,33	1,63	4,07	5,69	7,51	4,56	16,13	26,13	9,23	4,72
Pinheiro Machado	8,76	0,71	6,85	2,67	8,14	7,06	14,14	42,65	2,07	6,94
Piratini	12,82	1,04	4,61	2,88	7,17	6,31	12,14	43,12	3,30	6,60
Rio Grande	21,24	1,70	19,18	3,46	4,97	6,72	11,72	19,97	4,00	7,02
Santa Vitória do Palmar	10,26	0,82	6,44	3,57	8,14	7,76	14,62	37,91	2,56	7,91
Santana da Boa Vista	10,34	0,83	4,89	2,18	2,04	6,98	15,98	47,91	1,52	7,32
São José do Norte	9,71	0,78	4,23	3,33	4,78	6,24	16,79	45,35	2,27	6,51
São Lourenço do Sul	19,91	1,61	5,31	3,00	8,09	6,33	11,15	34,44	3,56	6,59
Tavares	13,28	1,08	5,40	2,90	2,53	7,02	14,02	46,34	0,18	7,25
Turuçu	12,14	0,99	5,99	3,31	0,00	8,15	9,56	51,43	0,13	8,30
COREDE	18,66	1,50	9,35	4,26	6,46	5,82	14,67	27,61	5,61	6,05
Estado	25,53	2,06	8,09	4,55	9,13	5,64	11,82	21,46	5,86	5,85

Fonte: SEPLAG, 2011.

Entretanto, é preciso considerar que a região perdeu muito de sua competitividade econômica em relação ao restante do Estado ao longo do século XX. Isso se demandou, principalmente, à baixa dinâmica da agricultura e às dificuldades da indústria. O reflexo na situação demográfica se fez sentir com a região a apresentar indicadores de crescimento populacional abaixo da média estadual. Embora o setor de serviço tenha absorvido uma boa parcela da mão-de-obra, isso não tem sido suficiente para revitalizar a economia na região. Entretanto, verifica-se uma grande concentração econômica nas cidades de Pelotas e Rio Grande, onde o número de empresas e de empregos aumenta a sua representatividade regional e onde existe mais oferta de bens e serviços de uso social coletivo.

2.1.3 Pelotas: *shoppings*, galerias e centro de cidade.

Em termos do comércio varejista, setor responsável por grande parte da dinâmica econômica regional, observamos que os grandes equipamentos comerciais do tipo *shopping center* são muito recentes, tanto em Pelotas quanto em Rio Grande. Mas, mesmo assim, já se pode notar a sua capacidade de atração, gerando fortes fluxos nas cidades polos e nos seus entornos. Existem apenas três equipamentos comerciais deste tipo na região, depois de muito tempo em que havia a crença de que um *shopping center* teria a capacidade de desestabilizar o comércio local, o que levou a que não se aprovasse a sua instalação em Pelotas e Rio Grande. Estudo anterior demonstra uma grande quantidade de projetos nacionais e alguns internacionais, que visaram à produção e instalação de um *shopping center* em Pelotas, mas que não lograram êxito no seu intento (VIEIRA et al, 2009).

O primeiro *shopping center* na região foi o Shopping Pelotas, instalado em outubro de 2013, com uma área bruta locável (ABL) de 23.275 m² e área total construída de 38.275 m². O shopping tem 6 lojas âncora, 5 megalojas e 140 lojas satélites; conta com uma praça de alimentação com 14 lojas e 2 restaurantes, possui 1 academia, 5 salas de cinema e 1.173 vagas no estacionamento. Estima-se uma frequência de 3,6 milhões de pessoas ao ano. O empreendimento resultou da ação da Real Empreendimentos, pertencente ao Grupo Josapar, juntamente com a Phorbis, que desenvolve projetos urbanísticos, e a Bicar, especializada na administração de imóveis. O empreendimento é administrado pela AD Shopping e está localizado na Região Administrativa São Gonçalo, no caminho para as praias do Laranjal, em área residencial de grandes fluxos de trânsito.

Além de lojas internacionais e nacionais, há lojas locais do centro da cidade que abriram filiais no shopping, mantendo a sua presença anterior.

Em Rio Grande, o Praça Rio Grande foi o primeiro shopping a surgir na cidade. Inaugurado em abril de 2014, conta com uma ABL de 24.199 m² que abriga 4 lojas âncoras, 1 supermercado, 5 semiâncoras, 71 lojas satélites, 25 operações de *fast-food*, 6 lojas de serviço, 1 academia, 4 cinemas e 2 restaurantes. Possui 1.700 vagas de estacionamento. Contabilizou um fluxo de 2,5 milhões de pessoas em 2014. Inicialmente o conceito era multiuso, com torres com espaço para hotéis, comércio e residência, entretanto, com a desaceleração da indústria naval no Brasil, grande indutor do crescimento comercial e residencial da cidade, estes empreendimentos ainda não se concretizaram. É administrado pela *5R Shopping center*, empresa voltada para investimentos imobiliários na área de comércio. Está localizado na Vila Prado, próximo a vias de acesso ao centro da cidade.

O Partage Shopping Rio Grande é um investimento da Partage Empreendimentos e Participações e foi inaugurado em Rio Grande no ano de 2015. Possui uma ABL de 26.000 m² e área total construída de 38.000 m². Conta com 160 lojas, sendo 6 âncoras, 17 pontos de fast-food, 6 cinemas e 1 *play*. O estacionamento possui 1.143 vagas. Também previa no seu projeto inicial um hotel, um condomínio comercial e outro residencial, ainda por concretizar. Está localizado na estrada Rio Grande-Cassino, já na periferia urbana.

Estes novos empreendimentos e as suas expressões da centralidade não ameaçam a pujança do centro da cidade. Pelotas, que conta com um forte comércio local, continua atraindo consumidores para seus calçadões e para as lojas e boutiques distribuídas entre as Ruas e as galerias comerciais do centro. Sobre as galerias comerciais, cabe salientar o importante papel que cumpriram pela inexistência de empreendimentos do tipo *shopping center*. Na tradicional zona de comércio central contabilizam-se dez galerias comerciais, algumas formando passagens entre quarteirões, propiciando inclusive que se faça uma circulação por várias quadras quase que em um mesmo alinhamento, enquanto outras foram encravadas em um edifício, constituindo quase que um pequeno *shopping center*. Comportam distintos comércios e se especializaram ao longo do tempo, possuindo cada qual sua própria identidade e especificidade.

O leque vai da Primeira Galeria, com muitos serviços e alimentação, simples e popular, à Galeria Malcon, com lojas modernas e visual elegante e refinado. Num percurso a partir daí, no Calçadão da Rua Andrade Neves, podemos seguir até a Rua Quinze de Novembro. Depois, pela

Galeria Zabaleta, tradicional ponto comercial da cidade, chegamos à Rua Anchieta. Seguindo pela Galeria Firenze, com a sua especialidade em produtos de informática, vamos até a Rua Gonçalves Chaves. Voltando ao Calçadão da Rua Andrade Neves, ainda encontramos a Galeria Central, completamente incorporada ao comércio do centro, conectando com a Rua Quinze de Novembro. Já no Calçadão da Rua Sete de Setembro encontramos a Galeria Satta Alan, que nos liga ao Calçadão da Rua Andrade Neves, novamente, onde ainda encontramos a Galeria Shopping, que também se aproveita do movimento da Rua de pedestres. Um pouco mais na periferia da zona de comércio central (ZCC), ao norte, nos deparamos com a Galeria Zanetti, em plena Avenida Bento Gonçalves, em um edifício que diversifica o comércio do local. No outro extremo da ZCC, ao sul, temos a Galeria Zanin, que é das mais recentes e apresenta muitos estabelecimentos de serviços. Finalmente, para leste, fica a Galeria Tillmann, basicamente de serviços, na Rua Félix da Cunha. Ao todo, as oito principais galerias comerciais do centro de Pelotas (excluídas a Zanetti e a Tillmann), totalizam 183 lojas comerciais e possuem 338 salas de usos diversos, incluindo apartamentos residenciais às pequenas oficinas de consertos e escritórios. (PEREZ, 2009)

De acordo com o III Plano Diretor de Pelotas, instituído pela Lei Municipal 5.502 de 11 de setembro de 2008, a área urbana do município está dividida em sete regiões administrativas, para fins de planejamento, englobando os conhecidos bairros do Centro, Fragata, Barragem, Três Vendas, Areal, São Gonçalo e Laranjal. A Região Administrativa do Centro, por sua vez, comporta uma divisão em quatro mesorregiões, sendo que a que é identificada como CE 3 é a mais importante área de comércio na cidade de Pelotas, e, dentro dela, a microrregião 3.3 apresenta a maior concentração desta atividade. A área de comércio mais intensiva (CE 3.3) está abrangida pelas Ruas Major Cícero de Góes Monteiro, ao norte, e Gomes Carneiro, ao sul, e pelas Ruas Marechal Deodoro, no oeste e Almirante Barroso, ao leste. Ao todo, são 88 quarteirões que perfazem um total de 979.432,58 m². Aí está o centro de Pelotas.

Figura 3 – Mesorregião Administrativa: Centro 3

² [Link para Figura 3](#)

Fonte: Mapa Temático Sistema de Territórios, III Plano Diretor de Pelotas, 2008, editado pelo autor.

A principal área de comércio da cidade está inserida na chamada Zona de Preservação do Patrimônio Cultural de Pelotas, o que confere uma importante particularidade ao comércio local que compartilha de uma interessante arquitetura composta por construções de diferentes épocas, mas cuja fisionomia é garantida por suntuosos casarões do século XIX (sobretudo de 1860 a 1890). Por outro lado, daí decorre também um conflito de interesse que contrapõem os desejos midiáticos do aparato publicitário com regras de valorização do patrimônio cultural. A área, ademais, se caracteriza pelo traçado reticular das Ruas.

Hoje, a principal Rua de comércio no centro da cidade é a Rua Andrade Neves, no trecho situado entre as Ruas General Telles, ao sul e Major Cícero ao norte. Parte da Rua é exclusiva para pedestres, com alargamento de calçada e um trecho de calçadão, que se conecta também na forma de calçadão pela Rua Sete de Setembro, com o calçadão da Rua Quinze de Novembro, formando uma área de intenso movimento de pessoas. Nesta parte da cidade estão instaladas as principais lojas, que se distribuem de acordo com uma lógica que vai das boutiques mais sofisticadas da Rua Voluntários da Pátria, até às lojas mais populares da Rua Tiradentes. O Calçadão é o espaço de comércio mais democrático e dinâmico que, além do comércio tradicional, comporta conflituoso relacionamento com ambulantes.

Figura 4 – Aspectos do comércio nos calçadões e centro histórico de Pelotas.

[Link para Figura 4](#)

Fonte: Acervo do autor, 2016.

² Em função da limitação do tamanho do arquivo para envio, a partir daqui todas as figuras indicadas poderão ser acessadas por intermédio do *link* respectivo, inserido no texto que remete para o arquivo correspondente, armazenado em um *drive on line*. Para ir para a figura indicada, basta clicar sobre uma das palavras do link.

2.1.4 Dinâmica locacional: centro e centralidade em Pelotas, 1960 a 2014

O comércio sempre fez parte da história da cidade, como se observa em Arriada (1994) que demonstra que já em 1822, antes de ser cidade, 17,17% dos prédios de Pelotas correspondiam a estabelecimentos comerciais e, em 1832, já eram 27,38% do total. Em 1940, eram 729 os pequenos estabelecimentos, responsáveis por 1.884 funcionários, a que se somavam 45 grandes empreendimentos que geravam emprego para 1.430 trabalhadores. Em 1950, a cidade contava com 861 estabelecimentos de pequeno porte com 2.284 empregados e 151 grandes empresas que somavam 1.735 empregados (SIEWERDT, 2016, p.69).

A localização dos estabelecimentos apresentava uma concentração diversa da atual, pois estavam principalmente na Rua Félix da Cunha, Quinze de Novembro e Marechal Floriano. A Rua Andrade Neves só ganhará destaque a partir dos anos 1950. Antes disso, a Rua Félix da Cunha era conhecida como a “Rua do Comércio”, título que passou para a Rua Quinze de Novembro até que se transferisse para a atual Rua Andrade Neves. O comércio responde hoje por 77,8% do Produto Interno Bruto (PIB) do município (IBGE, 2010).

Historicamente, o comércio tem sido o principal vetor de desenvolvimento do espaço urbano na cidade de Pelotas. No período compreendido entre os anos de 1960 e 2014, existiam 28.901 alvarás comerciais cadastrados na área urbana. Destes, 1.285 estabelecimentos correspondiam ao comércio atacadista e 27.616 estabelecimentos ao comércio varejista.

Os equipamentos comerciais predominantes eram do gênero alimentício em ambos os setores. No que tange a diversidade tipológica, destaca-se o setor de construção no comércio atacadista, e de lazer e cultura no varejista. Nos níveis posteriores, ambas as atividades apresentam os setores de artigos pessoais e de prestação de serviços como os mais numerosos e diversificados.

Figura 5 - Distribuição da atividade comercial na Cidade de Pelotas, RS.

[Link para Figura 5](#)

Fonte: Elaborado por Vieira e Lihtnov, 2014.

Em relação à distribuição espacial dos estabelecimentos, na década de 1960, o comércio varejista era exercido preponderantemente no centro da cidade, destacando-se as Ruas General Osório e a Av. Bento Gonçalves. Na década de 1970, observa-se a consolidação e a expansão da área central, delimitada ao norte pela Av. Bento Gonçalves, estendendo-se em direção sul. Destaca-se também o deslocamento de atividades comerciais para o oeste do centro (Rua Marcilio Dias) e no bairro Fragata (Avenida Duque de Caxias), assim como o surgimento de pequenos núcleos comerciais em outras áreas.

Já durante a década de 1980, se evidencia a expansão da área central além da Av. Bento Gonçalves, direção noroeste, e desdobramentos para sul, em direção ao bairro Porto. Constata-se ainda um forte deslocamento de atividades na Rua Marcilio Dias, multiplicando-se ao longo da Avenida Fernando Osório; e no bairro Fragata (Avenida Duque de Caxias) e também em direção ao bairro Areal. Por fim, durante a década de 1990, ressalta-se a expansão da área central na direção norte e os desdobramentos ao sul (Porto). Paralelamente, nota-se o deslocamento de atividades nos bairros Fragata e Porto assim como o reforço do deslocamento nos bairros Três Vendas e Areal (fig. 6).

Figura 6 - Atividades comerciais varejistas na Cidade de Pelotas, RS, entre os anos de 1960 - 1999.

[Link para Figura 6](#)

Fonte: Elaborado por Vieira e Lihtnov, 2014.

Figura 7 - Vetores de concentração e deslocamento das atividades comerciais varejistas na Cidade de Pelotas, RS entre os anos de 1960 – 1999

[Link para Figura 7](#)

Fonte: Elaborado por Vieira e Lihtnov, 2014.

Na década de 2000, o principal fator a ser destacado é a estagnação no processo de expansão da área central. Ressalta-se ainda, o reforço do desdobramento da área central na Rua Marcílio Dias e Avenida Fernando Osório, e também ao longo da Avenida Adolfo Fetter, em direção ao Laranjal, assim como ao sul, na área do Porto. Por fim, entre os anos de 2010 e 2014, ratifica-se a estagnação do vetor de crescimento da área central, constatando-se a consolidação dos desdobramentos nos bairros Três Vendas, Fragata, Areal e Laranjal, os quais evoluíram, progressivamente, acompanhando o movimento de expansão da malha urbana da cidade.

Figura 8 - Vetores de deslocamento e concentração das atividades comerciais varejistas da Cidade de Pelotas, RS, entre os anos de 2000-2014.

[Link para Figura 8](#)

Fonte: Elaborado por Vieira e Lihtnov, 2014.

Dentre os fatos expostos, a relação do centro com o restante espaço urbano merece destaque. A dinâmica locacional que define o centro e as centralidades na cidade é diretamente relativa às relações sociais de produção ao longo do tempo e do espaço. Uma das mudanças mais importantes no processo de estruturação do espaço urbano é a redefinição do papel do centro, destacado aqui na forma de centralidades urbanas. Pintaudi (2009) destaca que o centro urbano, aquele que guarda a memória da cidade, histórico, é permanente. Já a centralidade, é mutável no tempo e espaço. Na cidade de Pelotas se observa que o centro tradicional progrediu ao longo dos anos de 1960 a 2000, tendo como base o seu sitio original, evoluindo espacialmente ao longo do tempo em três ciclos distintos. Neste sentido, podemos entender a expansão e declínio da área central na cidade

observando a ascensão de áreas periféricas funcionalmente equivalentes ao centro tradicional, demonstrando a dinâmica dos sistemas comerciais no ambiente urbano. A resposta espacial da dicotomia centro-periferia será percebida através da estrutura urbana poli nucleada, na dinâmica contraditória de concentração e descentralização dos espaços urbanos, e principalmente, na disputa pela atração social, política e econômica nestes espaços.

Com relação ao comércio atacadista, verifica-se a soberania do centro em todas as tipologias, exceto no caso de veículos e transportes, onde há forte tendência de deslocamento ao vetor norte, constituindo um desdobramento especializado da área central nesta região. Também no que diz respeito ao setor de “atacarejo”, constituído por lojas de venda por atacado, mas que também vendem à varejo, grandes estabelecimentos se localizaram na Zona Norte do Centro. Pelo fluxo que tais equipamentos geram, é importante sua localização ser destacada.

Tendo por base as constatações expostas, podemos dizer que na cidade de Pelotas, em 2017, a distribuição do comércio ainda é muito marcada pela importância do centro tradicional. Também podemos afirmar que o crescimento da cidade impulsionou o surgimento de novas áreas dotadas de condições de centralidade. É possível reconhecer concentrações comerciais significativas em áreas periféricas da cidade como os bairros Fragata, Três Vendas e Laranjal, com os dois últimos apresentando um desdobramento especializado no ramo de transportes (revenda de automóveis e autopeças). No bairro Três Vendas também se observa maior concentração de estabelecimentos do ramo alimentício, em especial do setor atacadista, enquanto que o bairro Fragata concentra um número considerável de lojas no ramo de artigos para uso pessoal. O bairro Laranjal, apesar de não apresentar uma significativa concentração comercial, é detentor de um poder de centralidade atrelado ao seu apelo turístico, haja vista sua localização à orla da Lagoa dos Patos. Já os bairros São Gonçalo e Areal apresentam um nível de concentração semelhante e relativamente baixo, em comparação às outras áreas, o que se deve principalmente à dispersão das atividades comerciais em ambos os bairros. Esta realidade demonstra a complexidade e heterogeneidade do mosaico urbano da cidade, que apesar de ainda ter no seu centro tradicional sua principal dinâmica comercial, evolui e se (re)produz em múltiplas formas e espaços.

A análise da dinâmica comercial da cidade de Pelotas explica os movimentos que ocorrem e possivelmente os que ocorrerão no espaço ao longo do tempo. Entender esta dinâmica é fundamental para pensar o futuro da organização do espaço urbano da cidade, podendo-se chegar a um modelo dinâmico de estruturação do espaço urbano que mostre claramente as tendências

seguidas pela estrutura da cidade. De um modelo monocêntrico inicial, a cidade se expande em seu crescimento levando consigo as localizações do comércio atacadista e varejista na constituição de um espaço alargado e multicêntrico.

Verifica-se que a distribuição dos estabelecimentos na área urbana não ocorreu aleatoriamente, já que a escolha da localização foi fortemente orientada pelas lógicas próprias do modo de produção em geral e pelas relações sociais de produção em particular. Os eixos principais de crescimento urbano mostram como a escolha da localização guarda extrema relação com os locais preferidos de moradia. A infraestrutura existente, ou potencialmente existente, é outro elemento importante na escolha do local de implantação de estabelecimentos individuais e conjuntos comerciais, mostrando que áreas “esgotadas” são descartadas em contrapartida com outras melhor qualificadas. A concentração demográfica, evidente em algumas áreas da cidade, também exerceu forte influência locacional. Globalmente, é possível identificar os principais vetores de deslocamento das localizações comerciais, as novas centralidades formadas e o comportamento do centro ao longo do tempo (fig. 9). Ou seja, com o crescimento físico-espacial da cidade o centro se expande e se multiplica.

Figura 9 - Temporalidades e Coexistências no Comércio de Pelotas.

[Link para Figura 9](#)

Fonte: Elaborado por Vieira e Lihtnov, 2014.

No princípio, contido nas Ruas tradicionais dos primeiros loteamentos, assiste, com o passar do tempo, a instalação de equipamentos comerciais em pontos mais afastados, que aos poucos vão constituindo novas centralidades nessa dinâmica. O vetor que se consolida no limite oeste do centro, delimitado pela Rua Marcílio Dias, é característico da periferia de centro, com grande número de estabelecimentos de serviços, revenda de automóveis e outros estabelecimentos cuja localização central implica em grande investimento que limita os ganhos da atividade. O mesmo ocorre no limite leste, na Rua Almirante Barroso, clara delimitação com a área residencial que segue para o leste. Ao sul, no Bairro Porto, a atividade universitária marca a ocupação do espaço pela marcante presença das universidades nesse local.

Os estabelecimentos de comércio e de serviço destinados ao público universitário se mesclam com a função residencial. Já ao norte do centro, o crescimento da atividade comercial se consolida. Com respeito a essa localidade, ao norte da Avenida Bento Gonçalves, é interessante notar como os estabelecimentos comerciais vão aos poucos substituindo as belas residências ocupadas por uma população de renda alta. A instalação de clínicas médicas e outros serviços especializados se dão em conjunto com estabelecimentos comerciais mais sofisticados, que seguiram o padrão de ocupação econômica dos antigos residentes. Nesse contexto se dá a formação dos centros de comércio nos bairros, principalmente nas Três Vendas, no Fragata e no Areal. Mais recentemente, nas praias do Laranjal, se consolida um bom aparelho comercial, concretizando o mosaico de centralidades comerciais da cidade.

Figura 10 – Aspectos do comércio nos bairros de Pelotas

[Link para Figura 10](#)

Três Vendas (alto/esquerda); Fragata (alto/direita); Areal (baixo/esquerda); e Laranjal (baixo/direita)
 Fonte: Acervo do autor, 2017.

Uma análise ainda a ser feita sobre a Geografia do Comércio e do Consumo em Pelotas deve incluir uma importante consideração sobre o comércio informal. Cada vez mais os setores privado e público buscam estratégias de regulação e formalização dos comerciantes populares, buscando não só a inclusão desses setores nas cadeias produtivas formais, como também um modo de obtenção de lucro pela regularização das atividades informais.

O comércio popular informal, na sua forma mais tradicional, é aquele exercido na rua com venda direta ao consumidor. Situação comum nas feiras e mercados públicos, no passado, se transformou no comércio de ambulantes, camelôs e empreendedores sociais que se instalam em diversas partes das cidades. No Brasil, fomentado em grande parte por uma economia cuja instabilidade é de longa duração, é comum que grande número de pessoas desempregadas e subempregadas busquem formas alternativas de sobrevivência, sendo o comércio informal uma das mais visíveis na economia. Recentemente, o grande número de desempregados no país, a queda do

Produto Interno Bruto (PIB) e a queda de consumo das famílias alimentaram cada vez mais um mercado que obtém lucro na informalidade, na fuga dos sistemas de tarifação e impostos e, não raras vezes, na clandestinidade. O Índice de Economia Subterrânea da Fundação Getúlio Vargas apontou que somente em 2015 o setor informal movimentou mais de 900 milhões de reais (cerca de 400 milhões de dólares), o que aponta que o varejo popular informal é um setor de grande importância no país. Assim, o comércio popular se tornou um setor fundamental para a sustentação da indústria e de setores produtivos.

Certamente um setor com tal volume de negócios não passaria despercebido pelos empresários e pelo próprio Estado. Cada vez mais o setor privado e público busca estratégias de regulação e formalização dos comerciantes populares, buscando não só a inclusão desses setores nas cadeias produtivas formais, como também um modo de obtenção de lucro pela regularização das atividades informais. Nesse caminho, a organização dos vendedores de rua em associações, cooperativas e outras formas de organização popular, representam um contraponto às formas empresariais capitalistas trazidas pelos empresários e pelas políticas públicas que buscam a regularização do setor.

Inobstante tudo isso, uma parcela considerável de empreendedores sociais escapa a essas estratégias e permanece se apropriando do espaço público em confronto direto com as formas de regulação do Estado. Ainda que não seja objetivo precípua deste trabalho o levantamento e análise do setor informal, ao tratar do comércio e do serviço, sua localização, distribuição e relacionamentos com a produção do espaço urbano, não poderá deixar de caracterizar a atuação desse setor. Assim, a pesquisa, ainda que subsidiariamente, atuará no sentido de incluir como classificação do setor o comércio popular, exercido em suas diversas formas e maneiras no espaço urbano.

Hoje em dia, é mais comum o Poder Público buscar uma maneira de regulamentar o comércio ambulante, de camelôs e popular em geral, do que buscar punições que limitem definitivamente essa prática. Assim, as prefeituras têm trabalhado junto com empreendedores capitalistas no sentido de arregimentar o setor popular para que atuem dentro de suas regulamentações. Os chamados shoppings populares são exemplo de uma estratégia de organização exercida por empreendedores capitalistas e o Estado na busca de controlar o comércio popular. De qualquer modo, essa é uma análise a ser feita e que merece um estudo específico.

2.1.5 Considerações gerais sobre o comércio em Pelotas

O estudo da Geografia do Comércio de uma determinada cidade constitui importante ferramenta de análise do crescimento urbano, principalmente porque a vitalidade das áreas urbanas está muito intensamente relacionada com seu uso comercial. A compreensão da dinâmica locacional, das lógicas e estratégias utilizadas pelos comerciantes ao longo do tempo demonstram a importância da atividade na produção do espaço urbano, sendo imprescindível o conhecimento da história do comércio local para o entendimento da cidade como um todo. O centro, e seu comércio, são especialmente importantes na condução da (re)produção do espaço urbano, motivo pelo qual é necessário conhecer sua dinâmica no tempo e no espaço. No mesmo sentido, a compreensão da dinâmica regional explica movimentos internos na produção do espaço urbano, sendo necessário conhecer o quadro do contexto para entender comportamentos e lógicas internas na produção da cidade. Todos esses pontos precisam ser mais bem estudados a fim de que a relação entre eles e a escolha locacional sejam demonstrados. De qualquer forma, foi possível elaborar um modelo geral.

A localização das atividades comerciais representa muito bem a dinâmica das próprias relações sociais de produção no espaço urbano, de modo geral. Trata-se de uma realidade extremamente dinâmica, sobretudo sob a lógica do modo de produção capitalista. O princípio da concentração, que produz o centro, em função da economia de escala, logo é rompido pelos inúmeros contratempos gerados pela concentração excessiva em um determinado local: tráfego intenso de automóveis, circulação exagerada de pessoas, heterogeneidade dos consumidores, obsolescência da infraestrutura. Tais fatos provocam os deslocamentos das atividades que, via de regra, segue os deslocamentos das classes de mais alta renda. Em um dado momento, a concentração gera uma “deseconomia de escala” e provoca mudanças.

As novas tecnologias, dispostas a cada nova fase de desenvolvimento tecnológico, também são responsáveis pela migração em busca de áreas melhor adaptadas. O centro, em um dado momento, deixa de ter capacidade para atender a todas as demandas exigidas pelos novos padrões de oferta e consumo, sendo preciso buscar novas áreas onde estas tecnologias estejam disponíveis ou possam ser instaladas.

Toda esta lógica motiva a dinâmica comercial. O caso de Pelotas retrata muito bem esta ocorrência. A cidade tradicional concentrou suas classes de altos rendimentos no entorno da praça central, acompanhados pelo melhor comércio da cidade. Com o passar do tempo esta área passou

a ser desvalorizada, conduzindo à popularização do centro, não sua decadência em termos de vitalidade e concentração de estabelecimentos, mas o desinteresse dos mais ricos em face do aumento da procura, da heterogeneidade, da facilidade de acesso e estacionamento. Mudam-se os ricos do centro para outras áreas e o comércio os segue. Este é um movimento que justifica a expansão do centro de Pelotas em direção ao norte da Avenida Bento Gonçalves, a que se associa também o aumento do tráfego automóvel e a reconfiguração do sistema de acessibilidades.

Por outro lado, o próprio crescimento populacional e a expansão da mancha urbana faz com que o centro não comporte o número de estabelecimentos e a diversidade de atividades suficientes para atender a toda a população a uma distância-tempo comportável, o que leva ao sucesso de estabelecimentos localizados fora da área central. A concentração no interior do bairro Fragata pode ser explicada por esta lógica, gerando um centro próprio, ainda que incompleto. Por outro lado, a concentração atacadista ao longo da Avenida Fernando Osório, no bairro Três Vendas, pode ser explicada pela ligação com a região norte do estado, o caminho para a capital, Porto Alegre, numa área propícia para a demanda por terrenos maiores e mais baratos dos que os encontrados na área central, além da maior facilidade para o escoamento dos produtos.

Apesar das alterações recentes, o centro de Pelotas continua sendo o principal espaço de atração de consumidores para o comércio varejista na região polarizada por Pelotas e Rio Grande, sobrepondo-se a novas centralidades onde se verifica a concentração de unidades comerciais e significativos fluxos.

Consideramos que a centralidade não é um dado absoluto representado pelo volume de negócios e estabelecimentos, mas uma componente da sociedade relacionada à atração exercida por determinadas atividades. Nesse sentido, o centro e as novas formas de expressão da centralidade em Pelotas representam para o comércio regional um elemento de força maior, o que leva a que, apesar de toda a dinâmica experimentada pelo comércio local ao longo do tempo, ainda seja possível afirmar que o centro da cidade de Pelotas representa a área de maior importância comercial na região, acrescentada pelo poder social e cultural que o centro exerce sobre o espaço regional. Assim, num contexto multicêntrico, o centro da cidade de Pelotas é não apenas lugar maior da concentração de estabelecimentos e de diversidade de atividades, como lugar representativo da própria cidade que guarda e projeta na região os elementos simbólicos da sua hegemonia econômica na região.

2.2 PROBLEMA DE PESQUISA

São apontados dois problemas básicos a serem analisados neste projeto. Primeiro, a análise da dinâmica, da composição, e da organização atual do setor de comércio de bens e serviços na cidade de Pelotas. Segundo, decorrente do primeiro, o papel do centro decorrente do crescimento da cidade e da produção de outras formas de expressão da centralidade. O primeiro problema aponta para o entendimento da distribuição dos estabelecimentos comerciais e de serviços na cidade, sua localização, mas também sua qualificação com referência à geração de fluxos na cidade. Uma espécie de fotografia do setor, mas não estática, haja vista a possibilidade de análise de seu processo no tempo. Faz-se necessário compor um verdadeiro atlas de localização associado a um banco de dados com as informações pertinentes ao comércio e ao serviço na cidade. Com relação ao segundo problema, o do centro e das outras formas de expressão da centralidade, está diretamente relacionado à produção do espaço urbano na cidade. O papel desempenhado pelo centro e pelas centralidades tem sido capaz de modificar os parâmetros de deslocamento, alterando a lógica da estrutura interna da cidade, haja vista o deslocamento da atenção dos consumidores para novos locais de consumo e do interesse da sociedade na manutenção da pluralidade do centro. Daí decorrem os inúmeros projetos de requalificação que, se não forem bem conduzidos em benefício da sociedade como um todo, pode se apresentar como uma apropriação privada de investimentos públicos. Convém considerar no caso do centro uma análise qualitativa, que seja capaz de explicar a lógica de distribuição das atividades no espaço e no tempo, no caso específico da cidade estudada. Tudo isso, se encontra fundamentado em larga teoria.

O comércio, em sua essência, constitui uma manifestação eminentemente urbana, em função do que representa em cada cidade, à revelia do tamanho demográfico e do poder de compra de seus habitantes. Nesse sentido, o comércio varejista nos oferece um meio para estudar muitos aspectos da organização da sociedade contemporânea e do modo de produção capitalista moderno, assim como o comportamento dos indivíduos e dos grupos, as estratégias das empresas nacionais e multinacionais, as transformações no uso do solo ou as políticas do espaço edificado.

A composição do aparelho comercial e a sua organização espacial são fruto de um intenso processo de formação do espaço onde intervêm diversos processos de ordem global e local. Apesar de se admitir que as forças de ordem global que afetam o comércio varejista manifestam a sua presença em qualquer escala, a sua expressão espacial, que diz respeito ao ambiente comercial

edificado, só poderá ser compreendida de maneira adequada a partir da análise dos condicionantes locais, ou se preferirmos, pela análise do poder de mediação dos lugares. De qualquer modo, a evolução dos espaços comerciais, de um modo geral, aponta a presença de um modelo com duas polaridades distintas. De um lado estão os espaços internacionalizados, dominados pelas cadeias de distribuição e orientados para segmentos de mercado bastante precisos. Constituem verdadeiros elementos homogeneizadores das paisagens comerciais e dos hábitos de consumo da sociedade. De outro lado aparecem os espaços locais, apoiados na pequena e na média empresa e em capitais da região. São os espaços que pela sua natureza e diversidade, articulados com os estilos de vida e as cadeias produtivas locais, contribuem para a construção da identidade de cada aglomerado urbano.

Em Pelotas, durante muito tempo, a concentração dos estabelecimentos comerciais esteve restrita à área central, que concentrava a maior diversidade de ofertas de bens, produtos e serviços. No restante da cidade ocorria uma dispersa distribuição de estabelecimentos destinados à satisfação das necessidades imediatas da população. No entanto, o crescimento da cidade, tanto em população quanto em área física, proporcionou o desenvolvimento de uma reestruturação da organização espacial do comércio que aponta para a emergência de novas centralidades. Facilmente se reconhece hoje concentrações significativas, no contexto analisado, de comércio nos bairros Fragata, Areal, Três Vendas e Laranjal. No mesmo sentido, um alargamento do centro em direção à Zona Norte do Centro.

A formação de novas centralidades é um fenômeno já constatado em outras cidades grandes e médias e com estudos já avançados na literatura sobre a cidade. Vilaça (2001) demonstra o abandono das classes de alta renda e a formação de novas centralidades em São Paulo, Porto Alegre, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. Vieira (2002), ao estudar a requalificação do centro de São Paulo demonstra o movimento do comércio e dos serviços registrados ao longo do tempo e do espaço. Balsas (1999) também analisa o fenômeno em Portugal e na Inglaterra, mostrando estratégias utilizadas, na Inglaterra e nos Estados Unidos, com a finalidade de recuperar as áreas abandonadas. Também Cachinho (1992, 2001), e Fernandes (1995, 1997) analisam o fenômeno em Portugal, entre outros.

No caso de Pelotas é pouco conhecida a composição, distribuição e a dinâmica espacial dos estabelecimentos comerciais. São insuficientes os estudos que analisam a evolução do espaço comercial na cidade e que possam dar conta de apontar a diferenciação funcional existente. Nem mesmo é conhecida a distribuição dos estabelecimentos pelos diferentes ramos de atividades, o que

poderia fornecer uma imagem da capacidade do aparelho comercial. Mesmo assim, faltariam estudos capazes de apontar a qualidade diversa desses estabelecimentos, o que é fundamental para avaliar com precisão os níveis de modernização e a área de influência das lojas.

Com relação ao centro, especificamente, se pode dizer que abandonado à ação das forças de mercado o centro das cidades, de maneira geral, experimentou sua destruição nos últimos anos do século passado, graças à fuga das atividades de comércio, serviços, habitação e lazer para a periferia, motivados pelo aumento do valor da terra, do trânsito e dos custos com transportes na área central. A este fato se aliou uma oferta de terrenos mais baratos e adequados nas áreas periféricas. Além disto, o aumento na mobilidade individual e mudanças na economia interna das cidades contribuíram para o movimento em direção às periferias. O resultado imediato, nas grandes cidades, foi que os centros formados nas periferias passaram a atrair consumidores com maior possibilidade de mobilidade em função de seus rendimentos superiores. O centro tradicional ficou assim dependente de um tipo de consumidor local e mais pobre e as periferias viram surgir novos centros. Na esteira destes acontecimentos se verifica uma diminuição considerável da atividade comercial nos centros tradicionais com uma conseqüente diminuição das atividades e das atrações no centro. Nas cidades médias o poder atrativo do centro ainda se mantém, mas é justamente este excesso de concentração espacial das atividades que aponta para uma saturação, inevitavelmente acompanhada de degradação e abandono.

Em muitas cidades a degradação se tornou evidente, sendo observável, primeiro, na obsolescência dos edifícios e na diminuição dos fluxos que transforma o ambiente urbano em uma área de precariedades. Depois, nas alterações sociais, com a perda de interesse pelo centro tradicional em face da dificuldade de circulação e estacionamento, levando a um nítido abandono do centro e a procura por áreas centrais nas periferias. Finalmente, as alterações econômicas induzem a uma dinâmica locacional em que os comerciantes disputam as áreas mais visíveis e investem em localizações mais acessíveis.

Entretanto, no interior do processo de desenvolvimento urbano é nítida a importância de uma fase atual que pode ser caracterizada pelas tentativas de promoção do regresso (ou incentivo da permanência) da população ao centro das cidades. Este processo que tem sido chamado de “requalificação”, “recentralização” ou “reurbanização” reflete a preocupação com a área central das cidades em função das mudanças observadas. Tornou-se imperioso encontrar uma solução para as grandes áreas dos centros tradicionais que passaram a ser abandonadas e ocupadas

por uma população segregada socialmente. Essas tentativas que se confundem, invariavelmente, com uma revitalização do e para o comércio instalado no centro, às vezes assumem um caráter que reforça a segregação, seja pela expulsão dos “indesejáveis” habitantes do centro (camelôs, mendigos e gente de Rua), ou pela proposta elitizada das mudanças preconizadas. Estes enfoques já aparecem em alguns estudos.

A viabilidade dos centros das cidades passa a ser considerada a partir da sua viabilidade como centro comercial, ou, dito de outro modo, o comércio no centro passa a ser utilizado como um instrumento de planejamento urbano capaz de assegurar a vitalidade das áreas centrais. Ainda que não esteja completamente esclarecida a relação existente entre as novas formas comerciais e a degradação do centro das cidades a possibilidade de que o contrário, ou seja, sua revitalização esteja intimamente ligada a sua viabilidade comercial, parece ser amplamente aceita. Assim, as políticas de planejamento urbano colocam o urbanismo comercial como uma peça importante na capacidade de intervenção sobre as áreas centrais degradadas ou em processo de degradação.

De um modo geral podem ser identificadas algumas estratégias comuns que visam a recuperação dos centros urbanos, como a criação de um mercado diversificado – o centro das cidades deve possuir uma variedade de usos complementares entre si, numa área suficientemente compacta, de modo a permitirem movimentos de pedestres que criem um ambiente social interessante e que suportem atividades econômicas lucrativa; e criação de um local de qualidade – o centro das cidades deve possuir uma estrutura e um edificado urbano que propicie uma atividade de pedestres confortável, adequada, visualmente interessante e segura; entre outras.

Investigar o centro, conhecer suas características e apontar possibilidades é uma oportunidade de contribuir para o desenvolvimento da teoria urbana, especialmente para o desenvolvimento de um urbanismo comercial, ao mesmo tempo em que se pode apontar caminhos para a produção do espaço, que implique não apenas na salvação do comércio existente no centro, mas também na melhoria da qualidade de vida dos habitantes das cidades.

2.3 QUESTÕES DE PESQUISA

As questões de pesquisa que norteiam este estudo na cidade de Pelotas, são as seguintes:

- a) quantos são os estabelecimentos de comércio de bens e serviços na cidade na atualidade?
- b) onde e como se distribuem os estabelecimentos comerciais e de serviços relativamente ao processo de produção do espaço urbano da cidade?
- c) qual a classificação por ramos de atividades dos estabelecimentos de comércio de bens e serviços na cidade?
- d) como se deu o processo de formação do espaço do terciário na cidade ao longo do tempo?
- e) quais as características sociais e econômicas da população relacionadas com o comércio instalado em cada área da cidade?
- f) qual o papel do centro e das outras formas de expressão da centralidade na organização da estrutura interna da cidade?

Tais questionamentos visam indagar sobre a constituição do setor terciário em Pelotas. Buscam entender sua organização atual, mas também procuram prever as possibilidades colocadas daqui para frente, tudo isso baseado na compreensão do que ocorreu no passado e que nos ajuda a entender o presente. Como visto, tratam-se de questionamentos fortemente ancorados nos princípios estabelecidos pela teoria e pelo método adotados.

2.4 OBJETIVOS

A seguir enunciam-se os objetivos geral e específicos de pesquisa.

2.4.1 Geral

Confeccionar um Atlas, composto por um conjunto de mapas digitais geoprocessados, interativos e atualizáveis, expressando a composição, a organização e a dinâmica do espaço urbano comercial da cidade de Pelotas, RS.

Os mapas deverão conter as informações espaciais referentes às atividades de comércio e serviço, com a possibilidade de que sejam tais atividades associadas às informações sociais e econômicas dos bancos de dados utilizados, por setor censitário, fundamentalmente fornecidas pelos censos e suas atualizações.

Deve-se considerar que por serem mapas digitais geoprocessados as ferramentas disponibilizadas para análise deverão permitir a seleção das categorias a serem analisadas, fazendo com que se estabeleça interação com o usuário do sistema. Assim, por exemplo, um usuário poderá elaborar mapas de evolução da localização de determinada tipologia comercial, ou gráficos com o crescimento numérico desta tipologia, entre outras possibilidades. Permitirá, por exemplo, que um usuário elabore mapas de localização de um determinado ramo comercial associado a uma classe de renda, ou idade da população ou várias classes de categorias em épocas específicas. Enfim, deverá permitir uma série de possibilidades em função dos específicos interesses dos usuários.

A fim de que essas facilidades sejam facilmente acessadas o Atlas deverá ser disponibilizado de forma *on line*, para consulta e seleção de variáveis para a elaboração de produtos customizados. Com isso, se pretende oferecer uma importante ferramenta de estudo, análise e prospecção para planejamento urbano, sobretudo com base no setor terciário.

2.4.2 Específicos

Para que se alcance o objetivo geral, uma série de objetivos específicos precisarão ser atingidos, como os seguintes:

- a) identificar os estabelecimentos de comércio de bens e serviços na cidade de Pelotas, RS, no presente e sua dinâmica no espaço e no tempo.

Com esse objetivo se pretende ter uma visão do presente em relação ao setor, uma descrição detalhada dos estabelecimentos obtida a partir de pesquisa de campo. Mas, além disso, um entendimento da dinâmica temporal, ou seja, que possibilite apontar o surgimento do estabelecimento e suas transformações.

- b) localizar espacialmente os estabelecimentos de comércio de bens e serviços na cidade de Pelotas;

A localização é um dado espacial importante, tanto para a análise do contexto atual da estrutura da cidade, como para a compreensão de sua dinâmica. A localização em períodos de tempo datados será capaz de apontar os movimentos dos estabelecimentos, sendo possível estabelecer relações com outros dados que expliquem a lógica que preside tais situações.

- c) classificar as atividades de comércio de bens e serviços em Pelotas;

A classificação tem o sentido de possibilitar a compreensão da especialização do aparelho comercial como um todo e, a partir disso, se poderá fazer uma análise sobre oferta e procura, associada aos demais dados de localização e caracterização dos estabelecimentos.

- d) analisar a lógica de distribuição dos estabelecimentos e a produção do espaço urbano na cidade;

Aqui se buscará compreender os motivos que levam à definição de um determinado local para a fixação de atividades específicas, fato importante na definição dos fluxos internos na cidade.

- e) relacionar o papel desempenhado pelo centro e por outras formas de expressão da centralidade na organização do espaço urbano;

Além da localização, como um elemento fixo, aqui importam outros fatores, inclusive de ordem subjetiva, que definem o caráter do consumo. Importa conhecer os motivos da busca pelos produtos para compreender como os fluxos comerciais são definidos. Tudo isso, interfere na estrutura interna da cidade.

- f) analisar a dinâmica temporal e espacial da localização e organização do setor na cidade;

Aqui se procurará entender os movimentos no espaço ao longo do tempo, buscando uma explicação para a mudança de endereço de um estabelecimento mas, sobretudo, procurando entender os interesses que presidem as movimentações capazes de formar centralidades, centros de bairros e definir a localização de pessoas e estabelecimentos na cidade.

g) produzir banco de dados, fotografias e mapas relacionados ao tema.

As imagens são fundamentais para a interpretação e para a análise espacial, pois permitem uma compreensão diferenciada da realidade. O banco de dados será um repositório de informações capaz de permitir múltiplas análises, não apenas as propostas por este trabalho como também aquelas que forem propostas por outros usuários.

Com o atingimento dos objetivos propostos espera-se poder de fato confeccionar um atlas do comércio e do consumo de Pelotas, capaz de representar o estado atual do setor terciário na cidade, de um modo geral, e permitir a análise da sua evolução no tempo, até o presente, bem como apontar as perspectivas de futuro. Tal atlas, com um minucioso levantamento dos estabelecimentos e sua respectiva caracterização social e econômica, deverá ir além de um conjunto de mapas temáticos, pois pretende ser uma análise dos bancos de dados disponíveis e da sistematização dos levantamentos de campo. Trata-se de um produto fundamental para a análise científica e acadêmica de um setor de crucial importância para o desenvolvimento urbano local e regional.

3 METAS A SEREM ALCANÇADAS PELO PROJETO

Dois produtos básicos foram tomados como fundamentais para o estabelecimento deste projeto e norteiam a produção do material resultante da pesquisa proposta. Primeiramente o **Atlas de Barcelona** (CARRERAS, 2010 disponível na internet e CARRERAS, 2003, versão impressa) e o **Censo do Comércio de Fortaleza** (Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio, 2006).

O **Atlas de Barcelona** é um completo banco de dados geoprocessado que permite a consulta *on line* das informações por meio de ferramentas de geoinformação. O Atlas é um conjunto de mapas classificados segundo critérios de oferta, procura, tipologia dos estabelecimentos, entre outros dados. A experiência pessoal do pesquisador em estágio pós-doutoral no Observatório do Comércio de Barcelona permitiu completa integração às ferramentas utilizadas permitindo a idealização de um modelo para a cidade de Pelotas.

Já o **Censo do Comércio de Fortaleza** se constitui de um amplo e profundo estudo do setor terciário de Fortaleza, organizado com apoio de renomadas instituições das áreas de economia, comércio e consumo do Ceará. O banco de dados gerado associa as informações coletadas em campo, sobre o setor terciário, e as relaciona com dados sócio-econômicos do Censo do IBGE.

Com base no método de análise, que dá sustentação para uma investigação científica amplamente ancorada em um pressuposto teórico, e no método de investigação, que garante um elenco de procedimentos metodológicos eficazes, o projeto tem perfeitas condições de gerar produtos plenamente confiáveis. Com isso, se espera poder gerar: i) um sistema de informações com possibilidade de alimentação permanente, focado nas empresas, no contexto sócio-econômico e nas variáveis mercadológicas pertinentes; e, ii) um programa regular de monitoramento baseado em pesquisas e análises que permitam uma leitura também permanente do setor investigado.

3.1 PRODUTOS CONCRETOS

Livro - Como produtos efetivos se espera gerar uma publicação, relatório das atividades desenvolvidas com todas as informações coletadas. Tal publicação representará uma fotografia do comércio de Pelotas, uma fonte preciosa com informações sociais e espaciais referidas ao comércio de bens e serviços na cidade. A publicação dos resultados no formato de livro poderá ser garantida pelo Laboratório de Estudos Urbanos e Regionais (LEUR/UFPeI) que dispõe de projetos com recursos próprios possíveis de serem empregados em objetos dessa natureza. O livro, como terá uma edição datada no tempo, constituirá um repositório de informações para um dado período, podendo ser relacionado com uma fotografia do setor.

Atlas - Também será possível gerar um conjunto de mapas, tanto impressos como digitais, capazes de representarem graficamente as informações e os dados pesquisados. Com o auxílio de ferramentas de geoprocessamento se torna possível a disponibilização pública e *on line* de todas as informações pesquisadas. Como se trata de um produto de valor importante para o setor comercial da cidade, se buscará o apoio pertinente dos órgãos do comércio e dos serviços da cidade que garantam a publicação desse resultado. Como se trata de uma ferramenta atualizável, o atlas se assemelha a um processo de informação permanente.

Basicamente o Atlas será constituído por um conjunto de mapas contendo as informações pesquisadas. Inicialmente, se pretende fazer uma descrição a partir do presente, informando o maior número de dados disponíveis em mapas contendo a totalidades dos estabelecimentos comerciais e de serviços identificados, as tipologias, as classificações por atividades, tamanho, abrangência e outros dados disponíveis. Os dados dos estabelecimentos serão associados aos dados dos setores censitários, de modo que se possa estabelecer uma relação com as informações socioeconômicas existentes.

No mesmo sentido, a partir da pesquisa, se pretende possibilitar a datação das atividades, retornando à períodos distintos que possam explicar as relações existentes no presente. Com isso, se produzirá uma série de mapas históricos, mostrando as rupturas associadas ao setor terciário, com antigas localizações e centralidades, mostrando o processo de produção do espaço urbano e comercial da cidade.

Também será possível estabelecer mapas com possibilidades do futuro, apontando eixos de crescimento para o comércio e serviços a partir dos dados e projetos atuais.

Além disso, dada a possibilidade da ferramenta de geoprocessamento, os bancos de dados existentes poderão ser associados de múltiplas formas, gerando mapas customizados, de acordo com os interesses dos usuários.

Desse modo, o Atlas se constituirá em uma ferramenta de consulta e de produção de análises permanente.

Página na Internet – A fim de que os resultados sejam efetivos pretende-se disponibilizar o resultado da pesquisa em uma página hospedada no site da Universidade Federal de Pelotas. A partir do site os usuários poderão fazer a consulta dos mapas criados com as informações dos bancos de dados trabalhados. Também se disponibilizará ferramenta de edição de mapas, permitindo a elaboração de uma série de relações entre as informações levantadas, de modo que o usuário possa elaborar mapas de acordo com suas próprias demandas. A página poderá ser editada, mantendo sempre atualizadas as informações acerca do presente.

Além dos dados do Atlas, propriamente dito, a página conterá informações sobre outros aspectos do setor de comércio e de serviços. Divulgará estudos relacionados e permitirá um blog de informações atualizadas para os pesquisadores da área. Será também um instrumento para a divulgação de trabalhos acadêmicos sobre o tema em Pelotas.

Trabalhos Acadêmicos – Por intermédio do Laboratório de Estudos Urbanos e Regionais diversos pesquisadores desde a Iniciação Científica até o Doutorado, estão trabalhando com a temática. Espera-se que os temas da Geografia do Comércio e do Consumo associados a este projeto, possam gerar, sobre Pelotas, dois trabalhos de conclusão de curso, duas dissertações de mestrado e, pelo menos, uma tese de doutorado.

Artigos e Eventos – Também graças a inserção dos pesquisadores nas diversas redes de pesquisa nacional e internacional, pretende-se apresentar os resultados dos trabalhos desenvolvidos em todos os eventos temáticos, nomeadamente aqueles citados nos antecedentes e justificativas do presente trabalho, possibilitando a divulgação e debate em torno da questão. Desde logo, os estudos que embasam a presente proposta têm sido apresentados em congressos e eventos similares. Assim, pode-se afirmar que o trabalho gerará pelo menos dois artigos científicos para publicação em periódicos importantes, bem como cerca de dez comunicações em eventos científicos.

3.1.1 Inserção e Interação da proposta

A proposta está ancorada na atuação consolidada do Laboratório de estudos Urbanos e Regionais da do Departamento de Geografia da Universidade Federal de Pelotas (LEUR/UFPel). Tal laboratório conta com uma equipe de professores/pesquisadores definida e dedicada às propostas efetivadas pelo grupo. Também conta com a institucionalização do laboratório como ente de sustentação dos próprios cursos de Geografia na universidade, servindo de base para a pesquisa tanto na iniciação científica da graduação, quanto na pós-graduação. O referido laboratório além de equipe de professores/pesquisadores conta com pessoal técnico próprio e instalações e equipamentos suficientes para darem suporte à pesquisa proposta. Além disso, conta com o apoio institucional que, no âmbito da Geografia, podem proporcionar os laboratórios de Geoprocessamento e de Cartografia.

Desde o início de sua atuação as pesquisas desenvolvidas no LEUR estão em consonância com as demandas sociais apresentadas, prova disso tem sido a participação das entidades de classe, patronais e trabalhistas, nas atividades desenvolvidas pelo laboratório. Todos os eventos dedicados aos estudos do comércio e do consumo contam com ampla divulgação e participação das entidades de representativas de classe, sendo facilmente verificável a interação com os sindicatos e associações respectivas, assim como com a Prefeitura Municipal de Pelotas. Tais ligações evidenciam a interação da pesquisa proposta com as demandas sociais.

Além do mais, a existência da Rede Brasileira de Estudos sobre Comércio e Consumo possibilita a interação do produto com outras cidades do país. A possibilidade de que o Atlas se constitua em um modelo de análise a ser posto em rede, aponta para sua utilização como ferramenta em outros contextos, demonstrando a potência existente no projeto.

3.1.2 Análise do Setor Informal

4 MÉTODO DE PESQUISA

É importante distinguir na pesquisa a existência de um método de análise e um método de investigação para que se tenha claro os caminhos e procedimentos que serão percorridos ao longo do trabalho. Primeiramente, acerca do método de análise cabe ressaltar as considerações apresentadas por Lefebvre (apud Martins, 1986). O autor reconhece a existência de uma dupla complexidade da realidade social: horizontal e vertical. Trata-se, de uma concepção teórica e metodológica da realidade, onde se identificam, por um lado, as distinções existentes no presente, por intermédio da complexidade horizontal, e, por outro lado, se identificam as diferentes datas das relações no passado, por intermédio da análise da complexidade vertical. E, mais do que isto, desvendam-se, assim, as aparências da realidade.

Sob este ponto de vista, tem-se um instrumento metodológico, o método regressivo-progressivo de que nos fala Lefebvre. Por intermédio deste instrumento, capaz de identificar no presente as diferentes temporalidades da história, pode-se analisar o real sobrepondo-se à concepção de contemporaneidade das relações sociais. Se aparecem juntas no presente, as relações sociais, para serem entendidas de maneira correta, precisam ser datadas, precisam ter suas origens vinculadas a uma determinada data, para que se demonstre que a coexistência delas no tempo atual esconde a gênese em processos diferentes, no passado.

Por vezes, perdemos a noção de que no social e no econômico existentes hoje coexistem muitas relações de datas diferentes. Não se pode explicar o presente pela análise pura e simples do que temos hoje. É preciso voltar no passado, datar as origens, para poder mostrar as contradições e suas possibilidades de superação. O espaço produzido no século passado, que divide a rua com o espaço produzido no presente, por exemplo, é apenas aparentemente simultâneo e contemporâneo. No movimento de ritmo rápido que se verifica na metrópole tudo fica submisso ao presente, numa simplificação que só serve para mistificar o espaço e aliena-lo cada vez mais na relação do homem com a natureza. Se não decompomos a realidade social e a analisamos sob a ótica da aparente contemporaneidade e simultaneidade de relações sociais de diferentes datas, não a compreendemos verdadeiramente. Por isso, a proposição de Lefebvre é instigante e verdadeira. Revive a essência do próprio pensamento metodológico de Marx: a da lógica dialética. E é esse o método de análise que acatamos aqui.

Com relação ao método de investigação, ou seja, à orientação dos procedimentos que serão executados para a realização prática do trabalho, será utilizado como referência o estudo de Carreras (1990), O referido estudo propõe **conhecer e explicar a evolução do comércio urbano** a partir de diagnósticos da realidade econômica e urbana atuais. O método consiste em estudo e análise comercial, levantamento, interpretação e valoração de todas as fontes de informações disponíveis, e realização de um complexo e diversificado trabalho de campo. O método está fundamentado em quatro hipóteses descritas a seguir.

A primeira hipótese propõe o desenvolvimento do conceito de comércio nos estudos urbanos, ou seja, a atualização destes conceitos, uma modernização que acompanhe as tendências pós-modernas mais atuais do urbanismo comercial. Atualmente, é inviável negar estas tendências ao se realizar um estudo que exigia certo grau de complexidade. O mundo pós-moderno globalizado exige esta flexibilização frente ao comércio e a constante emergência de novas realidades exige a criação ou renovação das categorias de análise e teorias. No entender do autor, já não é possível se estudar uma área comercial levando em consideração somente os estabelecimentos comerciais clássicos, fazendo-se necessário a ampliação e diversificação dos estabelecimentos. Esta diversificação engloba os comércios de vendas por atacado e a varejo, estabelecimentos de serviços e outros afins como bares, restaurantes, agências bancárias, enfim, estabelecimentos de toda natureza.

De acordo com Carreras (1990, p.18)

Os estudos não podem limitar-se exclusivamente aos estabelecimentos comerciais. Como visto, duas razões diversas garantem a aplicação desta hipótese: uma, a dinâmica e a complexidade crescente das atividades de distribuição que hoje exigem uma relação direta entre os estabelecimentos de venda à varejo e todos aqueles outros que fornecem serviços de pré-venda e pós-venda; segunda, os hábitos de consumo mudaram significativamente, uma vez que os produtos simbólicos do consumismo já foram apropriados por uma maioria é apenas necessário sua reposição mais ou menos periódica e, sobretudo, quando o status social não é medido mais em bens consumidos, senão que por um modo de vida que demanda mais e mais serviços pessoais.

Com base nessa hipótese de trabalho o levantamento das atividades de comércio e serviços em Pelotas tomará por base uma classificação atualizada dos empreendimentos de comércio e de serviço. Partir-se-á da classificação baseada na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (IBGE, 2018), que reconhece as formas mais atuais na área. Também se levará em conta os dados fornecidos pelo setor de licenciamentos e alvarás da Prefeitura Municipal de Pelotas, a fim de subsidiar o levantamento de campo.

A segunda hipótese faz referência a necessidade de qualificação do estudo, uma vez que estudos quantitativos apresentam apenas quadros instantâneos e momentâneos da estrutura urbana e comercial. Desta maneira, quanto maior for o número de variáveis qualitativas agregadas ao trabalho, que possam de alguma maneira dar autenticidade aos estabelecimentos e concentrações, maior será a credibilidade do trabalho. Na concepção de Carreras (1990, p.19):

A aproximação qualitativa não deve ficar restrito somente à unidade estabelecimento, senão que deve ser estendida territorialmente para que possa cobrir também a valorização e hierarquização possível de toda uma área comercial. Esta valoração não será somente a soma de qualidade dos estabelecimentos que a integram, mas deverá incluir também os valores ambientais, de segurança, de acessibilidade e outros que estejam presentes no conjunto. Com esta dupla aproximação qualitativa pode-se fazer frente a algumas demandas que têm hoje comerciantes e centros comerciais.

Com base nesse pressuposto o estudo levará em conta aspectos qualitativos relevantes presentes nos estabelecimentos comerciais, tais como o *standing*, que diz respeito a posição de um estabelecimento numa hierarquia de valores, referentes à qualidade, à apresentação, ao aspecto dos produtos vendidos e sua exposição. Bem como será considerado o grau de abrangência de sua atuação. Assim como se analisará a modernidade dos estabelecimentos, ou seja, uma medição referente a posição do estabelecimento comercial frente à idade dos equipamentos e sua adequação às técnicas e à aparência, interna e externa. Experiência anterior realizada na cidade de Pelotas, com análise de uma área delimitada do centro da cidade, servirá como modelo para aplicação da metodologia, conforme já referido. (PINTO; SCHRODER e VIEIRA, 2009)

A terceira hipótese faz referência à utilização da variável tempo no estudo, ou seja, o estudo das atividades comerciais no tempo. O autor ressalta que um dos principais problemas enfrentados neste tipo de estudo está em explicar e entender os processos. Esta problemática se constitui amplificada ao tratar dos estudos comerciais urbanos, uma vez que os processos são constantes e imprevisíveis. Carreras (1990, p. 20) explica:

Neste sentido, é imprescindível, de um lado, elaborar um índice que permita conhecer a temporalidade da atividade comercial, como poderia ser a esperança de vida de um estabelecimento comercial em uma área comercial determinada e para cada tipo de atividade (...); por outro lado, deve também ser usada, juntamente com as técnicas tradicionais de estudo, a entrevista qualitativa com agentes comerciais selecionados em função da sua capacidade de inovação e êxito.

Aqui a pesquisa se voltará para o uso do método regressivo-progressivo proposto por Lefebvre, sobre o qual já se fez referência ao longo do trabalho. Pretende-se identificar as rupturas no passado que engendraram as transformações que observamos no presente, buscando nos registros existentes a localização e caracterização dos estabelecimentos comerciais em distintas

fases de produção do espaço urbano, com ênfase para as relações sociais de produção baseadas no comércio.

Por fim a quarta hipótese remonta a importância da concentração dos estabelecimentos com a área de estudo do comércio. Nesta perspectiva as concentrações comerciais, diferentes tipologias – espontâneas, planejadas, públicas, privadas ou mistas – são importantes, assim como os pequenos estabelecimentos se tornam relevantes em função da proximidade e da interação com outros estabelecimentos. Os estabelecimentos isolados somente são relevantes atuarem na criação de novas áreas, como por exemplo, os Shoppings-Centers. Carreras (1990, p. 21), ressalta:

Diante da complexidade e diversidade deste tipo de estudos, de um lado, e dada à relevância das interações entre estabelecimentos já mencionada, é possível afirmar que os estabelecimentos dispersos podem ser descartados, exceto aqueles que por suas dimensões, especialização ou importância econômica o desaconselhem. Justamente, o interesse já expresso pelo tipo de qualificação dos estudos leva a perder um possível caráter exaustivo; os totais sempre são conhecidos em grandes números e as medianas e médias, modas e desvios padrões já não são significativos.

O estudo do centro e das diferentes formas de expressão da centralidade ao longo do tempo basearão a pesquisa sob essa hipótese. Com isso, se buscará identificar a formação dos centros de bairros e outras centralidades decorrentes da concentração de tipologias especiais de estabelecimentos comerciais, tais como ocorrem na oferta de veículos e peças automotoras no bairro Três Vendas, por exemplo.

Seguindo essas orientações, com as adequações necessárias para o estudo de caso proposto será feita aplicação do presente projeto.

4.1 PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Cabe ressaltar que a presente pesquisa se enquadra no escopo de trabalhos realizados no Laboratório de Estudos Urbanos e Regionais da Universidade Federal de Pelotas que possui larga experiência na realização de pesquisas referentes ao setor de comércio e de serviços. Até agora os levantamentos realizados dizem respeito à áreas limitadas da cidade, bairros ou tipologias de comércio, e serviram de introdução para este estudo que pretende ser geral, pois aplicado a toda a cidade, e aprofundado, pois relaciona diversas fontes de naturezas diversas, como se explica a seguir.

Com relação à fonte dos dados básicos para análise serão trabalhadas três fontes principais, a saber: i) Banco de Dados de Alvarás de Localização de Atividades, da Prefeitura Municipal de Pelotas; ii) Base de Dados do Censo Demográfico de 2010, IBGE; iii) RAIS, Relação Anual de Informações Sociais; e iv) Levantamento de Campo e outras fontes de dados.

O **Banco de Dados de Alvarás de Localização de Atividades** é um arquivo institucional mantido pela Prefeitura Municipal integrado por todas as atividades de comércio e de serviços registradas no município. Primeiramente será necessário desagregar as informações para que seja possível analisar apenas a base de dados referente à cidade. Em segundo lugar será necessário ainda depurar o cadastro total com vistas a identificar as atividades de comércio de bens e serviços. Ainda, por fim, será necessário criar uma classificação específica com base em metodologia seguida pela Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAE) para que se possa trabalhar com dados agregados por setores de atividades.

A **Base de Dados do Censo Demográfico de 2010, IBGE**, possui os dados censitários com as informações sócio-econômicas por setor censitário da cidade. Os dados estão georeferenciados e poderão ser reorganizados em função dos bairros da cidade de Pelotas para fins de comparação de identificação, localização, distribuição e outros relacionamentos possíveis entre esses dados e os dados referentes às atividades de comércio e de serviços.

A **Relação Anual de Informações Sociais, RAIS**, do Ministério do Trabalho, possibilita uma série de informações sobre os estabelecimentos comerciais a partir de fontes estatísticas sobre o mercado de trabalho formal. A RAIS possibilita conhecer os estabelecimentos e os empregados, com informações de fácil acesso e confiáveis.

Por fim o **Levantamento de Campo** visa aferir as análises feitas apenas com sustentação nos bancos de dados. É sabida a existência de divergências entre as informações constantes nos bancos de dados e a realidade. Neste sentido, o levantamento de campo será amostral com vista a conferência de informações. Depois de identificadas as áreas de maiores concentrações de estabelecimentos a delimitação de um perímetro de controle será feita para conferência de informações. Por outro lado, o levantamento de campo, com base nas tradições mais caras da Geografia, permitirá a análise dos casos estudados possibilitando entrevistas, questionários e outros levantamentos voltados ao conhecimento do objeto de estudo.

Pretende-se contar com o expressivo trabalho realizado por laboratoristas do Laboratório de estudos Urbanos e Regionais (LEUR) da Universidade Federal de Pelotas. A esse respeito,

cumprir informar que o LEUR conta, permanentemente com um grande número de alunos, bolsistas e voluntários, que trabalham nos projetos ali desenvolvidos. Pretende-se dar continuidade às atividades de pesquisa desses laboratoristas com o trabalho de coleta de dados em campo.

A pretensão inicial é utilizar metodologia já testada em trabalho anterior (PINTO, SCHRODER e VIEIRA, 2009). Basicamente, com fundamento em trabalho realizado pelo IBGE para coleta de dados dos censos, consiste em percorrer a cidade, quadra por quadra, tomando notas dos estabelecimentos comerciais visíveis “a réis do chão”, ou seja, aqueles que podem ser visto sem a necessidade de adentrar ao estabelecimento propriamente dito. Outros dados dependerão do conhecimento efetivo do estabelecimento, a fim de que se possa estabelecer uma classificação quanto ao *standing*, modernismo e superfície do estabelecimento. O Apêndice A, apresenta o protocolo de observações utilizados, que servirá de base para as novas observações, agora sistematizadas para toda a cidade. O trabalho deverá ser desenvolvido a partir de treinamento de equipe na metodologia e aplicado por áreas específicas, de modo que se possa ir montando o mosaico das informações coletadas.

Poderão ser utilizadas **Outras Fontes de Dados** a partir da disponibilização de informações contidas em repartições tais como a Junta Comercial, a Câmara de Diretores Lojistas, os Sindicatos das categorias patronais e de empregados, além de outras.

5 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O modo como a cidade tem se organizado do ponto de vista do seu espaço interno está intrinsecamente relacionado com a organização social existente. Observamos isso desde princípio do processo de urbanização com as cidades dos Impérios Antigos e depois com todos os outros modelos de organização conhecidos. A cidade pré-industrial e a cidade industrial possuem diferenças marcantes que estão presentes também na organização social e assim sucessivamente até nossos dias. A análise desses padrões de organização do espaço associados à organização social é muito esclarecedor para o entendimento das relações que se estabelecem no e com o espaço.

As formas do comércio, condicionadas e condicionantes, também podem ser associadas aos modelos existentes na estrutura interna das cidades, pois contribuem de forma direta para reforçar ou não determinada organização. Portanto, entender como o comércio se organiza também é uma maneira de entender a organização do espaço urbano. Por um lado as formas comerciais refletem a organização social e, por outro lado, também a condicionam, estabelecendo uma influência de duplo sentido que ora vai da organização para as formas comerciais, ora no sentido contrário, reforçando pré-existências. A seguir, uma tentativa deste relacionamento entre comércio e cidade esclarece melhor essas afirmações.

5.1 AS RELAÇÕES ENTRE CIDADE E COMÉRCIO: APONTANDO

MODELOS

Salgueiro (1998) analisa a cidade pós-moderna e seu espaço fragmentado em artigo que trata da passagem da cidade industrial para a pós-industrial com um estudo de caso sobre Lisboa. Inicia justamente se propondo a uma discussão sobre as modificações da organização urbana neste momento de transição e considera a principal característica da cidade contemporânea a fragmentação. A autora define a periodização do seu estudo com o entendimento de que a diferenciação pós-industrial / industrial marca a importância dos serviços e não mais da indústria,

sobretudo no emprego, no produto e na paisagem das áreas urbanas. “Em termos mais latos associamos a cidade industrial à época moderna (em sentido restrito à época que teve o clímax entre meados do século XIX e os anos 20 do século XX) e a pós-industrial à cultura pós-moderna que se instala desde os anos 60.” (SALGUEIRO, 1998, p. 39). Também trata de definir a segregação entendendo-a como uma forma de organização territorial em que aparecem enclaves territoriais distintos e sem continuidade com o restante da estrutura socioespacial circundante. Com isso, se torna cada vez mais evidente na cidade a diferenciação e a ruptura entre os diversos grupos sociais, organizações e territórios.

Ao falar sobre a segregação existente na cidade Salgueiro (1998) reconhece que não se trata de um fenômeno exclusivo da cidade pós-industrial. Entretanto, destaca a diferença existente entre a segregação existente na cidade industrial e a contemporânea. A cidade industrial apresentava uma segregação do tipo que também descreveu Lipietz (1974) cuja característica era funcional e social, ou seja, reproduzia a hierarquia social existente. Este tipo de fragmentação pode ser mais bem definido como um padrão de segregação. É interessante notar, como bem destaca a autora, que esse paradigma da cidade industrial e moderna acabou sendo assumido como um modelo pelo urbanismo, em que o zoneamento, prática segregacionista, se constitui em um marco fundamental. A cidade industrial moderna se constrói produzindo uma grande dicotomia entre o centro, diversificado e rico, e sua periferia, monótona e pobre, como também se opõe ao mundo rural, apesar das estreitas relações existentes.

Por sua vez, a partir dos anos 70 do século XX o processo iniciado no pós-guerra se acentua, graças ao desenvolvimento nas tecnologias de transporte e comunicação e no aumento dos processos de internacionalização. Com isso, passamos a observar alterações relevantes na estrutura das cidades e nas relações estabelecidas entre as diferentes partes do produto urbano. Salgueiro (1998) reconhece na fragmentação desta cidade pós-industrial características bastante marcantes, que a diferenciam da fragmentação da cidade industrial. A primeira característica apontada pela autora é a existência de enclaves, com implantações de caráter pontual que estabelecem uma nítida ruptura com o tecido circundante. Tanto pode se verificar este tipo de ocorrência em um *shopping center* em uma periferia rural como em um condomínio de luxo em uma área popular. O enclave é definido principalmente em função da sua não relação com o tecido circundante, mais do que pelo tamanho do empreendimento. A fragmentação, nesse sentido, representa uma estrutura de rupturas, de lugares justapostos, mas sem relacionamentos, um mosaico de estranhamentos vizinhos.

A segunda característica segue na esteira da falta de relacionamentos com o espaço circundante, aqui representada pela ruptura de continuidade centro-periferia, pelo rompimento da complementariedade entre a cidade e sua *hinterlândia*. O centro passa a ser local de relacionamentos com realidades distantes, baseado em processos de internacionalização globalizados, deixando de lado a especificidade regional. Aparecem novas centralidades nesse processo com áreas funcionalmente equivalentes disputando a atração social, política e econômica, apontando para uma estrutura polinucleada.

Salgueiro (1998, p. 41), aponta que esse processo é particularmente visível no setor terciário quando se observa

(...) o declínio do centro tradicional e a emergência de novas centralidades, pólos de comércio e serviços com grande capacidade de atração que disputam clientelas, uma vez que os novos padrões de mobilidade acabaram com a exclusividade das áreas de mercado dos pontos de venda definidas pela distância aos consumidores.

Identifica outra característica importante na tendência observada à mistura de usos em alguns novos empreendimentos. Apesar do crescimento da especialização em determinados pontos, o que é mais notável na cidade pós-industrial é a contrariedade à homogeneidade de usos, antes verificada no padrão de zoneamento moderno. Os espaços mistos, com usos variados são mais facilmente identificados aumentando a heterogeneidade dos lugares.

Por fim, a autora distingue o padrão aleatório na ocorrência destes novos acontecimentos urbanos, ou seja, o local de ocorrência destes fenômenos pode ser verificado ora o centro, ora na periferia, sendo fruto de distintos processos de uso da área. Por vezes aparecem como reabilitação de imóveis degradados, outras vezes são renovações de áreas obsoletas, ou também podem surgir como empreendimentos completamente novos em áreas de atração recente. Atribui esse padrão ao fato de que o mercado imobiliário apresenta fraca regulação, muito mais do que pelas condições específicas referidas à distância do centro ou de zonas de emprego entre outros fatores.

Em conclusão, Salgueiro (1998, p. 48) aponta para o fato de que as mudanças observadas na estrutura urbana apontam para um novo padrão de organização do espaço,

(...) novas formas de produção e de apropriação do espaço levam à substituição da cidade segregada e hierarquizada característica da cidade industrial e à sua substituição por áreas urbanas fragmentadas constituídas por justaposição de entidades diferentes, pelo aumento de oferta de alternativas (no centro e na periferia, comércio de Rua ou no centro comercial, apartamento ou moradia).

Portanto, a autora reconhece, neste novo padrão, o profundo estranhamento existente entre os lugares, sua desvinculação com o entorno circundante e a íntima ligação que existe entre esse

processo, de características fortemente espaciais, e os padrões de comportamento observados nos indivíduos na contemporaneidade.

Ressalta-se a grande proximidade do estudo apontado por Salgueiro (1998) e o pensamento ora desenvolvido neste trabalho. Haja vista o grande interesse que existe em demonstrar que o padrão de comportamento de organização espacial, que promove a atual estrutura interna das cidades é capaz de promover a existência de lugares com uma espécie de personalidade distinta daquela observada no seu contexto, apontando para uma diferenciação muito grande nos padrões de uso e comportamentos referidos a este lugar.

A nova organização interna das cidades na era pós-moderna está orientada para a periferia e não para o centro como nas cidades modernas. Verdadeiras réplicas das cidades são criadas nas periferias, misturando o entretenimento com o consumo em ambientes profundamente artificiais que são o simulacro nostálgico construído para atrair os indivíduos-consumidores que se afastam da cidade real. Salgueiro e Cachinho (2005) salientam que para compreender a evolução destas relações entre a cidade e o comércio será necessário fazer uma dupla leitura: “por um lado, a que se refere à cidade visível, das paisagens físicas, materiais (*cityscape*) e dos estabelecimentos enquanto lugares de troca e abastecimento” (SALGUEIRO E CACHINHO, 2005, p. 11). É a cidade cuja organização depende de valores de troca, da localização, da centralidade e da acessibilidade.

Mas por outro lado, precisamos também de aprender a cidade invisível, das paisagens imaginárias, da topologia do hiperespaço (*mindspace*), fruto das representações dos indivíduos, alicerçada na capacidade de comunicação, na teatralidade e no simbolismo dos empreendimentos comerciais, desenhados e geridos enquanto lugares de experiências. (SALGUEIRO E CACHINHO, 2005, p. 11)

Neste sentido, são construídos modelos, ou pelo menos paradigmas, que orientaram teorias que buscaram dar conta do movimento destas relações que levam em conta o comércio e o consumo como processos fundantes na organização da estrutura intra-urbana. Primeiramente a industrialização, alicerçada no grande aumento da capacidade de produção e na necessidade de expandir os mercados de produção adequando a forma urbana às necessidades da acumulação. Depois da Segunda Guerra Mundial surge a sociedade de consumo de massas, onde a lógica da mercadoria e das leis de mercado orientadas pela oferta e procura dos produtos no mercado orienta o consumo. Já se apontava um terceiro momento, em que a troca simbólica dinamiza a mudança. Aqui se aponta um nexos importante desta pesquisa que se propõe justamente a investigar este

último modelo, em que a cidade invisível, alimentada pelos desejos, pelas práticas e experiências dos indivíduos-consumidores, orienta a estruturação do espaço intra-urbano. Aqui não se pode negligenciar a importância do simbolismo, do imaginário e o papel que exercem nas práticas de consumo e, ao final, na organização espacial dos sistemas comerciais e urbanos. Esta situação foi que levou a passagem dos “espaços de comércio” aos “lugares de consumo”, sobejamente orientados pelo simbolismo das lojas e das mercadorias. Novamente Salgueiro e Cachinho (2005, p. 19) apontam que esta situação justifica todas estas metamorfoses que notamos nos estabelecimentos comerciais, efetivados por sofisticadas técnicas de marketing e design, “de ilusão e alusão com as quais se induzem os indivíduos-consumidores e se transformam os pontos de venda em mercadorias, destinadas a serem consumidas, à semelhança dos objectos, das marcas e dos produtos transaccionados no seu interior”. Em estudo recente, também Cachinho (2002) demonstrou como os estabelecimentos comerciais tem se transformado para além da materialidade e se transportado para o mundo dos intangíveis, dos símbolos e signos que alimentam as experiências do consumo.

Neste sentido é fundamental para o estudioso urbano analisar a lógica que preside estas práticas e que relações se estabelecem entre este padrão e a maneira como a cidade se estrutura para o atendimento deste paradigma. A organização do espaço intra-urbano se altera profundamente, e já não podemos mais pensar, planejar e orientar as práticas urbanas voltadas para um modelo de cidade que se metamorfoseia à nossa frente. É preciso entender que movimentos físicos serão decorrentes da busca por estas novas formas comerciais que surgem para dar atendimento a esta magia do consumo pós-moderno. Aqui a cidade se orienta para uma estrutura que foge a lógica racional da centralidade, se orienta muito mais pelo deslocamento e acessibilidade. Assim se justifica a produção de um espaço urbano orientado mais pelo deslocamento do que pela permanência, mais pelo efêmero e transitório do que pelo durável e estável, enfim, mais pela metamorfose do que pela cristalização.

5.2 AS MÚLTIPLAS PERSONALIDADES DA CIDADE HIPERMODERNA

A esquizofrenia é entendida pela medicina hoje, não exatamente como uma doença, apenas, mas como um conjunto de sintomas que atingem as pessoas. Ainda assim, compõe o grupo das

psicoses e é um transtorno psíquico severo caracterizado por uma série de transtornos dissociativos que se caracterizam basicamente por uma fragmentação das estruturas básicas dos processos de pensamento acabando por dificultar o entendimento entre experiências internas e externas. É uma doença que afeta o cérebro e interfere no pensamento, nas emoções, nas percepções e no comportamento (NIMH, 2009). O que aqui de fato chama a atenção na definição da doença e sua possível analogia com a organização geral da sociedade atual são as manifestações típicas da esquizofrenia entendidas como delírio de identidade, alteração da sensação do “eu” e alucinações. Estas características estão presentes na cidade produzida na atualidade, em que os lugares podem ser identificados pela sua exclusividade e se tornam unidades autônomas completamente dissociadas do resto do espaço; ou em lugares em que o uso por uma parcela da sociedade é tão específico que o torna território de uma tribo ou facção; ou ainda em lugares produzidos para expressar padrões anacrônicos e sem identidade com o contexto histórico. Ou seja, se aponta para uma cidade cuja produção se assemelha a de uma personalidade esquizofrênica: múltipla, descontextualizada e sem identidade.

Mas não é exatamente e apenas o significado clínico do termo que nos leva a sugerir a existência de uma cidade com características esquizofrênicas. Na verdade, tomamos emprestada a expressão de Deleuze e Guattari (1976 e 1997) que demonstram como significados fixos e crenças são subvertidos pela lógica do dinheiro no capitalismo. Em o *Anti-Édipo* (DELEUZE e GUATTARI, 1976), os autores transitam entre os conceitos e as metáforas que constroem na interpretação pós-moderna de Freud, Marx e Nietzsche. O capitalismo produz esquizofrenia, e esta construção se constitui em uma tendência e um objetivo da sociedade capitalista no seu desenvolvimento histórico (HOLLAND, 1999). Em contrapartida a esta tendência de subverter tudo à lógica capitalista, os autores chamam de paranoia o oposto, qual seja, um sistema de crenças onde todos os sentidos restam permanentemente fixados e exaustivamente definidos por uma autoridade suprema. Aqui a paranoia representa aquilo que é arcaico no capitalismo, o ressuscitar do obsoleto ou tradicional, enquanto a esquizofrenia designa os aspectos potencialmente positivos do capitalismo: liberdade, ingenuidade, revolução permanente. Mais adiante, em *Mil Platôs* (DELEUZE e GUATTARI, 1997), aprofundam estas ideias (ABREU FILHO, 1998).

Deleuze e Guattari merecem uma leitura aprofundada também por parte dos urbanistas, tanto pela sua complexidade quanto pela possibilidade de uma interpretação que

ultrapasse os axiomas da modernidade. Oferecem assim, uma possibilidade de apontar para estruturas da semiótica na explicação da estrutura social e desenvolvimento.

5.3 AS METAMORFOSES DO COMÉRCIO E A PERMANÊNCIA DO CAPITALISMO

Ao longo do tempo as transformações verificadas no modo de produção capitalista ensejam mudanças também no comportamento do comércio e do consumo. Os consumidores mudam, o comércio muda, tudo ao mesmo tempo e de maneira quase imperceptível, às vezes, ou de modo abrupto, outras. A cultura moderna foi capaz de introduzir o consumo em massa e a industrialização propiciou a produção de bens de consumo de uma maneira tão veloz que introduziu também novas necessidades. Se a produção industrial se orientou pelas necessidades, em um primeiro momento, foi capaz de produzir necessidades, logo em seguida, se antecipando às demandas dos consumidores e mesmo induzindo-as. Também as formas do espaço comercial se alteraram, atendendo as mudanças da tecnologia e se adequando às novas exigências do capitalismo em mutação permanente. Desse modo, o espaço do terciário também sofre mutações: o grande magazine do início da modernidade se transforma na loja de departamentos que evoluiu para o *Shopping center* e continua em mudança. O espaço urbano onde ocorre o comércio também se transforma, procurando atender às exigências colocadas pelas metamorfoses do modo de produção: o comércio urbano centralizado se pulveriza, os centros se adaptam aos pedestres, as formas antigas cedem lugar aos novos usos e funções e se adaptam continuamente seguindo o movimento do tempo. Quando não acompanha esse movimento, o comércio se desloca, produz novas centralidades, abandona os sítios originais e provoca mais transformações no velho e no novo lugar. Todas essas transformações ocorrem pelas adaptações do modo de produção capitalista ao movimento da história, no sentido de manter sempre sua hegemonia, sobrevive (LEFEBVRE, 1973). Ao sobreviver, pela metamorfose, provoca movimentos similares em outros setores, como no comércio, provocando, do mesmo modo, metamorfoses. A este respeito estudo anterior (VIEIRA, 2002), aprofunda esta discussão.

5.4 CULTURA: MODERNIDADE, PÓS-MODERNIDADE E HIPERMODERNIDADE

É patente que a partir dos anos 1970 a noção de pós-modernidade aparece com maior evidência intelectual visando qualificar o novo estado cultural das sociedades desenvolvidas. Contraria os fundamentos absolutos da racionalidade e a falência das grandes ideologias da história. Inobstante, recentemente se pode reconhecer um estado que ultrapassa esse sentimento e avança para um novo momento, caracterizado por um sentido individual, paradoxal nos seus limites e que, sobretudo, aponta para uma satisfação hedonística sem igual. São os caminhos que se percorres na sociedade que mostram o trânsito da modernidade, passando pela pós-modernidade até atingir a hipermodernidade do presente. É certo que ainda se vislumbram resistências na aceitação dessas nomenclaturas como representativas desses momentos de ruptura na sociedade, mas ainda é possível insistir que sejam apenas momentos novos da própria modernidade. Mas, muitos sinais apontam para as rupturas que inauguram novos momentos e apontam para novas formas de organização do pensamento, da sociedade, do comércio, do consumo, das formas e suas estruturas correlatas.

Mesmo ciente de todos os riscos que acarretam os reducionismos na análise de grandes períodos, se tem como lícita a consideração de que alguns elementos são fortemente condutores do pensamento e da interpretação da realidade em determinadas épocas e lugares. Assim, se admite que o paradigma da ciência e da cultura medieval foi fortemente impregnado pelas ideias teológicas, sendo a explicação divina a preponderante na análise da realidade. A razão humana só ganhou força com o Iluminismo e, seu desenvolvimento, implicou na adoção de princípios racionais que alimentaram toda a modernidade. Justamente estes fatos permitem apontar para a ultrapassagem deste período, pois já vivenciamos uma época em que o racional não dá conta de analisar, interpretar e explicar a realidade que vivenciamos. Assim, se aponta uma época em que a regência do pós-racional se torna cada vez mais evidente, indicando o surgimento de um paradigma baseado na subjetividade, no imaginário, no simbólico ou, para resumir em uma única palavra, no virtual, entendido como possibilidade e como características associadas ao indivíduo. Portanto, se trata de um tempo pós-moderno, de uma lógica pós-racional, de uma hipermodernidade.

A obra de Gilles Lipovetsky marcou profundamente a interpretação da modernidade, desde *L'Ère du Vide* (LIPOVETSKY, 1983), quando começa a apresentar o que será considerado como o paradigma individualista. E continuou explorando todas as características deste indivíduo contemporâneo: o reino da moda, as metamorfoses da ética, a exploração do luxo e as mutações da sociedade de consumo, de modo geral. A segunda revolução moderna, a hipermodernidade, se caracteriza pelo hiperconsumo, e pelo hipernarcisismo. Um consumo que se realiza em função de fins e critérios individuais e de acordo com uma lógica emotiva e hedonista (LIPOVETSKY, 2004). Fala-se, portanto de uma cidade liberal, caracterizada pelo movimento, pela fluidez, pela flexibilidade. Aponta-se para um tempo líquido, no sentido que também é usado por Bauman (2007). Aqui também se propões uma revisão das obras destes autores, e de outros, visando o estabelecimento de um contexto histórico-filosófico cultural que dê sustentação à análise da produção do espaço urbano comercial sob a lógica deste paradigma.

Esta cidade metamorfoseante da hipermodernidade, orientada pelas práticas simbólicas e imaginárias produz uma estrutura interna que se aproxima muito do modelo de um rizoma. Novamente aqui se recorre a Deleuze e Guattari (1997) para utilizar a analogia ao conceito botânico que nos indica a extensão do caule ligado a sucessivos brotos. Há muita semelhança com o padrão geométrico fractal, quando se observa que uma estrutura se reaplica infinitas vezes e, ainda que mantenha o padrão original forma uma estrutura nova a partir dali. A cidade hipermoderna é assim, produzida em cada novo lugar criado sob a ordem simbólica do consumo, reconstruída a partir de um novo ponto, que a reproduz, mas não a repete, em um processo que se multiplica e que cria um emaranhado de vias que conectam nós, que percorrem espaços amorfos (efeito túnel) e que estrutura à custa da atração do imaginário.

O que orienta estas práticas, mais do que a hierarquia estruturante do modelo da cidade do consumo de massas da modernidade, é uma sociedade dirigida pelo espetáculo (DEBORD, 1992). A cidade se transforma em uma mercadoria e as formas produzidas acompanham esta lógica, se transformam em produtos. Os consumidores, da lógica de satisfação individual, buscam não apenas bens para saciar suas necessidades básicas, mas sim a satisfação de desejos, sonhos, fantasias e toda uma gama de simbolismo e imaginário que orienta o consumo.

5.5 A QUESTÃO DA LOCALIZAÇÃO DAS ATIVIDADES NOS ESTUDOS CLÁSSICOS

O estudo da localização das atividades no interior da cidade é o ponto de partida para a compreensão da estrutura interna do espaço urbano. Neste sentido, convém analisar os pressupostos nos quais se baseiam as explicações para essa localização. Uma primeira leva de estudos está relacionada às chamadas teorias de localização, que se preocuparam em definir o melhor ponto para a localização de uma atividade, levando em conta, sobretudo a obtenção de maiores rendimentos com o pagamento de menores custos. Neste sentido, os estudos primeiros de Thünen (apud Bradford, 1987) sobre a variação da utilização do solo agrícola, com a distância a um mercado, serviram para incrementar as discussões sobre a localização agrícola; como também os estudos de Weber (1929), sobre a localização das atividades industriais, entre outros. No entanto, estes são estudos mais preocupados com os aspectos econômicos, e voltados basicamente para a determinação da dinâmica locacional destas atividades. A fundamentação econômica, notadamente, ignora a própria natureza do espaço ao reduzi-lo a uma mera variável interveniente no custo do transporte. Alguns chegam a considerar o espaço como uma variável isomorfa, cuja interferência só é medida quando traduzido em tempo despendido em deslocamentos, via de regra para transporte de mercadorias.

Ainda na mesma linha destas teorias estão outros autores que procuraram fazer a aplicação da teoria neo-clássica à renda fundiária urbana, cuja inconsistência tem sido colocada à mostra em inúmeras oportunidades. De qualquer forma, estes estudos, sob o ângulo neo-clássico, demonstraram a importância da renda do solo na organização do espaço intra-urbano, como se observa em Wingo (1962), Alonso (1964), e Granelle, 1969.

No que diz respeito ao espaço intra-urbano, especificamente, a Escola de Chicago é que trouxe alguma inovação, pelo menos introduzindo na temática, características sociais e uma preocupação mais específica com a cidade, baseada na criação de modelos. Mas o pecado não foi menor, ao reduzirem as ações da sociedade aos aspectos naturalizantes da ecologia. Burgess & Parker (1925), ao tentarem explicar as variações espaciais dentro da cidade, empregaram amplamente fatores de natureza ecológica, dando extremada ênfase para a inter-relação dos “seres

vivos” com o seu “ambiente”. Na mesma linha dos modelos, Hoyt (1959) também elaborou uma teoria dos setores nos quais se estruturariam as cidades norte americanas.

Ainda muitos outros estudos tomam a mesma direção e procuram analisar quais os fatores intervenientes na definição da localização de uma atividade. Aqui foram arrolados apenas alguns estudos que apontam o rumo seguido pelas pesquisas com base em pressupostos que se pode dizer são clássicos nos estudos urbanos, sejam de natureza econômica ou sociológica.

5.6.1 Alguns caminhos e a geografia

No âmbito específico da Geografia não se pode deixar de citar aqueles textos que abordam a temática de uma maneira também clássica ou tradicional. Nem sempre o centro aparece como a preocupação específica dos estudos mas, de qualquer modo as análises efetivadas conduzem as discussões para um caminho cada vez mais aprofundado e, cumulativamente, permitem uma melhor compreensão da realidade.

A Teoria das Localidades Centrais desenvolvida por Chistaller (1966), certamente tem grande valia para a discussão cujo objetivo seja explicar a existência de uma organização espacial das povoações, suas áreas de influência, suas localizações relativas e dimensões, mas, notadamente em uma escala regional.

Beaujeu-Garnier & Chabot (1963) ainda não haviam expressado uma preocupação direta com o centro no livro que durante décadas balizou o pensamento urbano na geografia francesa e nas escolas por ela influenciadas. Mais tarde, em edição mais recente que se pode tratar como uma nova versão do texto clássico, Beaujeu-Garnier (1997, p. 26) se ocupa com maior dedicação ao centro uma vez que entende que “o centro de negócios merece, pois, ser considerado como um dos elementos característicos do sistema de relações que estrutura o sistema urbano”. A autora distingue o C.B.D. (Central Business District) do centro urbano mas analisa os dois apenas em seu aspecto evolutivo e funcional, não superando as limitações teóricas que limitaram as análises tradicionais.

Ainda Johnson (1974) e George (1983) também tomados como manuais de Geografia Urbana, devem ser lembrados como referências importantes nesta área, considerando que durante muito tempo influenciaram o temário da pesquisa geográfica. Foi Santos (1981) quem verdadeiramente extrapolou as fronteiras dos estudos ingleses e franceses para, ainda no caráter de manual, tratar do estudo de cidades de países subdesenvolvidos, analisando o papel dos centros

nestas estruturas urbanas, via de regra de características bastante marcantes por constituírem o nóculo principal dos fluxos.

Outros autores, nos últimos tempos, não necessariamente no âmbito da geografia, também têm contribuído para uma fundamentação mais precisa da análise do espaço urbano, embasado nos pressupostos construídos por Marx. Lojikine (1982), Gotdiener (1993) e Castells (1978) fundam suas teorias na ideia de que a cidade seja por excelência o local de produção, e que isso é que define a aglomeração como uma força produtiva. Entretanto, uma análise muito presa a um aspecto apenas da realidade corre o risco de segmentar o todo, em uma conclusão que separe o consumo de um lado e a produção de outro.

Com o passar do tempo e a com própria mudança nas concepções acerca do espaço surgem novas análises sobre o centro e sua imagem, bem como sobre os lugares identificados como centralidades. Além do mais, o crescimento desmesurado das cidades multiplica em um tempo cada vez menor as características da urbanização em seu grau mais elevado. É a própria estruturação da cidade que evolui. Ao invés de estruturas simples, onde a identificação do centro não era tarefa difícil, se passa para um complexo sistema urbano, uma profusão e intensificação de usos, uma disseminação dos usos pelo espaço, enfim, parâmetros novos que surgem para atender às exigências do capitalismo.

No entanto, ainda permanece inconclusa a definição do centro e sua diferenciação de outras formas de expressão da centralidade. Sob este aspecto um estudo muito elucidativo é o de Sposito (1991) que, com clareza enfrenta diretamente a questão. A preocupação da Autora é com a análise do processo de produção e estruturação das cidades de um modo geral que, necessariamente, no seu entendimento, passa pelo entendimento do papel do centro. A bem da verdade é preciso antes de qualquer coisa entender a estruturação urbana não como historicamente a Geografia Urbana a utiliza, ou seja, para designar o arranjo de usos do solo existentes na cidade, mas sim como um termo que guarda a ideia “de que esta organização/desorganização da cidade contém a dinâmica do próprio processo social que a determina” (SPOSITO, 1991, p.6). Assim fica garantida a ideia de que a estrutura é apenas a realidade conhecida em um dado momento histórico, diferenciando da estruturação entendida enquanto processo. Esta é uma ressalva importante a se fazer quando o que se pretende é justamente a compreensão do centro da cidade inserido no processo de estruturação urbana e não visto como um elemento destacado do todo e entendido como um

fragmento. O centro, dentro da estruturação urbana, reflete a forma como os processos sociais estruturaram o espaço em um dado período da organização social.

O centro é caracterizado, antes de tudo, como o lugar para onde as pessoas se dirigem para a realização de determinadas atividades, e de onde todos se dirigem para fazerem estas atividades aí localizadas interagirem com as outras atividades que se localizam fora do centro. Portanto, a um só tempo, o centro integra e dispersa. Trata-se de uma área com um papel concentrador, de tal forma que mesmo quando a dinâmica da divisão territorial do trabalho é capaz de promover a emergência de outros “centros”, verificamos em cada um deles em diferentes escalas a atração e a convergência. O entendimento de Sposito (1991, p. 7) é claro:

Ao manifestar a concentração de múltiplos papéis, tanto mais necessariamente concentrados e hierarquizados organizadamente na área de melhor acessibilidade no interior das cidades o centro é o resultado do processo de crescimento delas, por sua vez originárias da própria divisão social do trabalho.

Portanto o crescimento da cidade será um fator determinante para a organização da área no entorno do centro e fora dele. Trata-se mesmo da expressão da organização do processo de divisão social do trabalho verificado no espaço. O crescimento urbano implica um reorganização de usos nas áreas já ocupadas, de modo que o espaço será organizado para expressar formas desta organização que constituem formas de crescimento da área central. Sposito é quem apresenta muito bem estas formas de expressão da centralidade neste processo de crescimento, como se verá adiante.

Foi o crescimento populacional que determinou a necessidade do processo de expansão do centro urbano. Este processo se dá pela absorção de áreas limítrofes ao centro, pelo afastamento da sua população residencial e, a transformação do uso do solo para comércio e serviços. Convém salientar que este processo de expansão nem sempre ocorre de uma maneira linear com a ocupação concomitante do espaço circundante. No mais das vezes trata-se de um processo complexo com o surgimento de áreas de degradação, vazios funcionais, e a coexistência de distintos usos ao mesmo tempo, tornando o processo bastante complexo. Ainda mais quando a dinâmica dos processos de promoção imobiliária interfere diretamente na decisão sobre o aproveitamento das áreas.

O processo de expansão urbana, sobretudo nas cidades de escala metropolitana, produziu muitas vezes os sub-centros, graças ao crescimento territorial e à impossibilidade de manutenção de um único centro. Estes sub-centros podem ser entendidos com “áreas onde se alocam as mesmas

atividades do centro principal com diversidade comercial e de serviços, mas em escala menor, e com menor incidência de atividades especializadas.” (SPOSITO, 1991, p. 10) Em São Paulo os sub-centros de Pinheiros, da Vila Mariana, da Lapa, entre outros, comprovam a tendência verificada na formação de sub-centros em áreas onde há uma concentração demográfica alta e constituem centros “regionais” no interior da estrutura urbana.

Uma outra forma conhecida pela estrutura urbana no crescimento das cidades é o que se pode denominar desdobramento da área central, que se constitui em uma tendência à localização de atividades terciárias tipicamente centrais, ao longo de vias de maior circulação de veículos, configurando eixos comerciais e de serviços. Estas formas espaciais são diferenciadas da expansão e dos sub-centros, pois via de regra não são áreas contíguas ao centro, como é o caso da avenida Paulista e da avenida Faria Lima em São Paulo. Outras vezes apesar de se caracterizarem pela localização de atividades tipicamente centrais se verifica um nível de especialização muito grande destas atividades, havendo uma seleção de atividades. Não se trata da reprodução do centro em menor escala, mas de uma ou outra atividade típica do centro. Este fato se verifica na concentração financeira da avenida Paulista, e também no eixo empresarial da Marginal Pinheiros, ou de gestão empresarial como na avenida Luiz Carlos Berrini, por exemplo. Constituem um nível de especialização funcional ou socioeconômico onde se verifica a predominância de um tipo de atividade.

Os *shopping centers* aparecem como uma outra forma de expressão da organização de atividades tradicionalmente centrais fora do centro. Constituem uma nova expressão da centralidade, com a produção de nova centralidade e a concentração de um conjunto de estabelecimentos voltados ao comércio e aos serviços em uma nova localização que recria a centralidade. São caracterizados por uma multiplicidade funcional, no que divergem das áreas de desdobramento, mas também por uma especialização socioeconômica, já que estão voltados diretamente para uma clientela de maior poder aquisitivo.

O que fica demonstrado a partir da análise dirigida por Sposito (1991, p. 10) é o fato de que o crescimento urbano produz também diversas formas de crescimento da área central. São distintas formas de localização de atividades tipicamente centrais que modificam a estrutura da área urbana. No entanto, estas diferentes localizações não revelam a dispersão ou distribuição destas atividades centrais, muito pelo contrário, expressam novas formas de centralidade.

O caminho apontado é interessante de ser seguido porque aponta para a consideração do centro como um espaço único no interior da estruturação urbana, ao mesmo tempo em que reconhece nos outros locais a expressão da centralidade, mas entendida enquanto necessidade decorrente do crescimento urbano. Ao mesmo tempo em que competem com o centro principal constituem verdadeiramente sua afirmação ao passo que reproduzem sob nova forma ou expressão a centralidade, pois, tanto quanto o centro, reforçam a noção de concentração. Estes elementos da estrutura urbana apontam para uma segregação urbana, no seguinte sentido:

Esta segregação de caráter socioeconômico é bastante revelada do ponto de vista ideológico, através do interesse da classe dominante (e inclusive da classe média) de se distinguir (e se separar) das classes populares; assim o discurso dos primeiros revela sua concepção de centro simbólico, e da relação centro-periferia, enquanto o dos últimos expressa a necessidade de se integrar e, portanto, se igualar (não se distinguir, não se separar). (SPOSITO, 1991, p.16)

Esta argumentação auxilia a por fim a toda a persistente discussão sobre a natureza do centro e das diversas formas de expressão da centralidade no interior da estruturação urbana. O caráter único do centro fica igualmente fortalecido em face da diferenciação conceitual que se alcançou. Não se confunde, pois o centro com as demais formas de expressão da centralidade, sendo necessária, entretanto, a compreensão de todas elas, no seu conjunto, para compreensão de cada uma. O centro não pode ser visto isoladamente ou sem levar em conta a expansão, ou os sub-centros, ou os desdobramentos ou os *shopping centers*, pois constituem todas formas da organização espacial conferida pelas relações sociais de produção no processo de divisão social do trabalho. Refletem a organização social que estrutura o espaço, impingindo a ele as características de um dado período e de uma dada forma de organização social. Por outro lado, o reconhecimento do centro como diferenciado de todas as outras formas de expressão da centralidade confere ao centro o caráter único que se preconizou dar ao centro desde o princípio. Trata-se de um lugar que não se repete na metrópole, pois possui singularidades que não podem ser copiadas. O centro se distingue de todas as outras formas por estas singularidades, sobretudo de caráter histórico, que conferem àquele lugar uma identidade.

6 CRONOGRAMA

O cronograma apresentado a seguir está estruturado em semestres do ano civil.

	019	019	020 ²	020	021 ²	021 ²
INSTALAÇÃO						
DESENVOLVIMENT			X		X	
CONCLUSÃO						X

O detalhamento do cronograma e suas etapas de realização pode ser vislumbrado mais claramente nos quadros seguintes:

[Link para cronograma](#)

BIBLIOGRAFIA (*)

(*) Em função da limitação do tamanho do arquivo para envio, a bibliografia poderá ser acessada a partir do *link* respectivo inserido no texto abaixo, que remete para o arquivo correspondente, armazenado em um *drive on line*.

[Drive para Bibliografia](#)

APÊNDICE – A

(*) Em função da limitação do tamanho do arquivo para envio, o APÊNDICE A poderá ser acessado a partir do *link* respectivo inserido no texto abaixo, que remete para o arquivo correspondente, armazenado em um *drive on line*.

[Drive para Apêndice A](#)