

XVIII

CIC

XI ENPOS
I MOSTRA CIENTÍFICA



Evoluir sem extinguir:
por uma ciência do devir



AS GRANDES SUPERFÍCIES COMERCIAIS EM PELOTAS: ESTUDO DE CASO SOBRE A DINÂMICA DOS SHOPPING CENTERS

BANDEIRA, Silvana de Matos^{1,2}; FLECK, Samuel^{1,3}; NOVACK, Paula Neumann^{1,4}; PINTO, Vinicius Lacerda^{1,5}; VIEIRA, Sidney Gonçalves⁶

¹Integrantes do Laboratório de Estudos Urbanos e Regionais de Ensino em Geografia – LEURENGEO/DEGEO/ICH/UFPEL – Rua Alberto Rosa, 154, Centro. Pelotas-RS. CEP: 96010-770

²Graduada em Geografia pela UFPel, acadêmica 6º semestre do curso de letras - mmmatosss@yahoo.com.br

³Acadêmico do 3º semestre do curso de Geografia – fleck268@hotmail.com

⁴Acadêmica do 3º semestre do curso de Geografia – paula_novack@hotmail.com

⁵Acadêmico do 6º semestre do curso de Geografia – vini_lacerda@msn.com

⁶Professor Orientador e Coordenador Laboratório de Estudos Urbanos e Regionais de Ensino em Geografia – sid_geo@hotmail.com

1. INTRODUÇÃO

As alterações nos mecanismos de compra e venda aliados ao consumo trouxeram, ao longo do tempo modificações nas formas do comércio. Recentemente o aparelho comercial tem experimentado novos modelos de atividades que variam tanto na estratégia de apresentação dos produtos quanto na própria forma do empreendimento.

Os empreendimentos mais notáveis, depois dos Grandes Magazines e das Lojas de Departamento, foram os *shopping centers*. Destinados a atender a demanda crescente da população, em uma época em que o uso do automóvel se tornou um padrão para a mobilidade urbana, esses empreendimentos surgem como proposta imobiliária e comercial, alterando os entornos de onde se instalam e, além disso, influenciando nos padrões de comércio e consumo.

No Brasil, esse fenômeno se expressa a partir da década de 60, juntamente com a modernização, e o maior investimento na economia brasileira surge em 1966, com o Shopping Iguatemi, localizado na cidade de São Paulo. Em 1971 foi inaugurado o Shopping Conjunto Nacional Brasília, sendo o primeiro *shopping* brasileiro a seguir as tendências internacionais de produção. Este centro comercial é dividido em pavimentos e alas que facilitam o acesso a todas as lojas e quiosques. Os *shopping centers* representam a formação de monopólios comerciais, seguindo a tendência econômica da época no Brasil.

Nos anos 80 houve um crescimento progressivo do número desses empreendimentos. Até 1989 foram construídos 55 *Shopping Centers*, com uma média de 29.641 m² de ABL (área bruta locável). Já no período entre 1990 e 1996 foram concluídos 63 novos projetos, sendo a ABL média 16.477 m². Após esse período o número de empreendimentos continuou a crescer, porém sob uma

remodelação no aspecto de layout, que trouxe consigo o conceito de open mall, ou seja, um shopping aberto, com luz natural, que proporciona ao cliente a sensação de estar ao ar livre. Por outro lado, a proteção contra a chuva é um ponto a favor dos ambientes totalmente fechados, visto que no sudeste do Brasil as chuvas são freqüentes no mês de dezembro, quando as vendas atingem seu ápice.

Em Pelotas até o presente momento não existe nenhum empreendimento dessa natureza e porte, caracterizado como um verdadeiro *Shopping Center*, apesar do tamanho da cidade comportar, a exemplo de outras cidades, esse tipo de comércio.

2. METODOLOGIA

Como metodologia do trabalho está sendo utilizada a pesquisa de campo nos locais onde existam indícios da tentativa de implantação dos empreendimentos estudados em Pelotas, bem como o levantamento de dados em jornais, documentos das secretarias municipais principalmente na secretaria de urbanismo. Além disso, pretende-se utilizar serviços de digitalização e georreferenciamento dos dados, a fim de mapear os empreendimentos que não apresentaram continuidade, os que estão em processo de instalação e os existentes.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Até o momento foram identificados doze empreendimentos, sendo que destes, cinco estão em funcionamento. O primeiro é o Shopping Mar de Dentro, situado na Avenida Antônio Augusto Assumpção, 9347, às margens da Laguna dos Patos. O empreendimento não conta com nenhuma loja âncora e todos os estabelecimentos são de pequeno porte e locais. A situação é semelhante no Shopping Calçadão, localizado no calçadão da Rua Andrade Neves, e no shopping Zona Norte, que fica na Avenida Fernando Osório. O Shopping Calçadão oferece aos clientes o Cine Art, único cinema da cidade, com três salas, constituindo o principal atrativo do local. Já o Shopping Zona Norte transformou-se em um centro de serviços, como assistência em informática, alimentação e escritórios de diversos segmentos. Além dos citados acima, outros dois estão em atividade. São eles o Centro Comercial Bairro Cidade, localizado na Avenida Duque de Caxias, 390, no bairro Fragata e o Centro Comercial Guabiroba, situado no bairro de mesmo nome.

Acerca dos projetos não realizados, pode-se verificar que estes têm em comum o movimento inicial de divulgação na imprensa local, além de *outdoors* nos locais onde seriam implantados. Passados os prazos de conclusão dos mesmos, percebe-se que as obras não foram concluídas ou, como em alguns casos, nem mesmo iniciadas. Entre os projetos obsoletos podemos citar o Shopping Guanabara que seria construído na Avenida Dom Joaquim, com iniciativa do capital local, e conclusão prevista para junho de 2004. Este projeto previa uma superfície de 33 mil metros quadrados, tendo como âncora uma filial do Supermercado Guanabara.

Outro projeto que começou a ser construído, mas não chegou a ser concluído foi o do Royal Plaza Shopping. No final dos anos 90 foram construídas as fundações do prédio, que se localizaria próxima à estação rodoviária, no prolongamento da Avenida Bento Gonçalves. As obras foram interrompidas e até hoje se encontram abandonadas, por conta da falência da construtora, que possuía empreendimentos semelhantes nas cidades de Londrina-PR e São José do Rio Preto-SP. Em Londrina o *shopping* foi inaugurado no ano 2000, enquanto que na cidade paulista o projeto

foi concluído apenas em 2007, chamando-se Plaza Avenida Shopping sob responsabilidade da Asperbrás, empresa do interior de São Paulo,

Como um dos últimos projetos de shopping que viriam a instalar-se na cidade há também o Praça XV Shopping, localizado no centro de Pelotas entre as ruas XV de Novembro e Andrade Neves. Ali se chegou a iniciar a comercialização das lojas e grande parte do prédio foi construída, porém as obras foram interrompidas por falência da construtora, no final dos anos 90. Parte do andar térreo do que seria o *shopping* é ocupado hoje pelo banco HSBC.

Dentre as promessas de empreendimentos que ainda estão em fase de implantação podemos citar dois. Um deles é o Shopping Porto, localizado no prédio do antigo Frigorífico Anglo, às margens do Canal São Gonçalo. Este empreendimento prevê, anexado a estrutura do shopping, a sede do campus da UFPel. Seu custo será em torno de R\$ 60 milhões e contará com 152 lojas. É uma iniciativa da fundação Simon Bolívar, em parceria com a VS Planejadora e Administradora de *shopping centers* e com a Construtora Arce Ltda. Por um breve período de tempo as obras foram interrompidas devido à diminuição de investimentos causada pela crise mundial, porém recentemente as obras voltaram a suas atividades normais.

Outro possível *shopping* que Pelotas irá sediar é o Punta Carretas Shopping, localizado na Zona Norte da cidade. Este projeto prevê 63,2 mil metros quadrados de área construída e suas fachadas voltadas para as avenidas São Francisco de Paula e Juscelino K. Oliveira. Como loja âncora possivelmente haverá um hipermercado Carrefour. Este *shopping* tinha sua inauguração prevista para esse ano ainda, porém devido à crise mundial suas obras estão estagnadas.

4. CONCLUSÕES

Uma das características mais marcantes da cidade de Pelotas é o setor terciário, principalmente no que diz respeito ao comércio popular e de rua. A área central da cidade abriga centenas de lojas, desde as ditas populares, conhecidas por terem preços baixos até lojas de grife, destinadas a clientes de maior poder aquisitivo. Muitos dos estabelecimentos comerciais do centro poderiam ser âncoras de um *shopping center*, mas continuam ali instalados, pois no centro há grande fluxo de consumidores de todas as classes sócio-econômicas.

No caso de um *shopping center*, haveria a necessidade do deslocamento tanto por parte dos estabelecimentos comerciais como do público, que devido à necessidade de meios de transporte, seria reduzido. Do ponto de vista sócio-econômico uma das áreas mais propícias para a implantação de um *shopping center* seria a Zona Norte, que abriga grande parte das famílias de maior renda em Pelotas, segundo o IBGE. Por outro lado, essa região também conta com vários pontos de comércio familiares, já tradicionais entre os moradores, que poderiam sucumbir com a chegada de um empreendimento de grande porte. Esta é uma questão que deve ser bem analisada, considerando o possível advento do monopólio comercial na região, fato que afetaria a economia local.

Este trabalho constitui a parte introdutória de uma pesquisa mais ampla, que está buscando informações oficiais junto às partes responsáveis pelos empreendimentos. Desta forma, será possível conhecer a dinâmica por trás de tais projetos na cidade de Pelotas.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALSAS, Carlos José Lopes. *Urbanismo comercial em Portugal e a revitalização do centro das cidades*. Lisboa: Ministério da Economia, 1999.

SALGUEIRO, Teresa Barata. "Novas formas urbanas de comércio." In: *Finisterra*, XXIV, 1989: (151 – 217).

SALGUEIRO, Teresa Barata. *Do comércio à distribuição. Roteiro de uma mudança*. Oeiras: Celta, 1996.

BEAUJEU-GARNIER, Jacqueline. *Geografia urbana*. 2º. ed. Lisboa: Gulbenkian, 1997.

BEAVERSTOCK, J. V., SMITH, R. G. & TAYLOR, P. J. *A roster of world cities*. In: *Cities*, 16 (6), s/l, 1999.

CACHINHO, Herculano. *O comércio retalhista português*. Lisboa: Gepe, 2001.

FILHO, Cândido Malta Campos. *Cidades brasileiras: seu controle ou o caos. O que os cidadãos devem fazer para a humanização das cidades no Brasil*. 2º ed. São Paulo: Nobel, 1992.

FERNANDES, José Alberto Rios. *Porto. Cidade e comércio*. Porto: Arquivo Municipal, 1997.

PAGE, S., HARDYMAN, R. *Place marketing and town center management, a new tool for urban revitalization*. In *Cities*, 13 (3), (153 – 164), s/l: s/e, 1996.

VARGAS, Heliana Comim. *Espaço terciário. O lugar, a arquitetura e a imagem do comércio*. São Paulo: SENAC, 2001. (49 – 90).

VIEIRA, S. G. *O centro vive. O espetáculo da revalorização do centro de São Paulo*. Tese de Doutorado. Rio Claro: Geografia, 2002.

VIEIRA, Sidney Gonçalves. *A fragmentação social do espaço urbano. Uma análise da (re) produção do espaço urbano em Pelotas, RS*. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: PROPUR/FAUrb/UFRGS, 1997.

VIEIRA, Sidney Gonçalves, PEREIRA, Óthon Ferreira & DE TONI, Jackson Silvano. *Evolução urbana de Pelotas: Um estudo metodológico*. In: Núcleo de Documentação Histórica da UFPel. *História em Revista*. N. 1. Pelotas: UFPel, 1994. (21 - 34)

VIEIRA, Sidney Gonçalves Vieira. *A cidade fragmentada*. Pelotas: Ed. UFPel., 2005.

VIEIRA, Sidney Gonçalves. *Estado e planejamento urbano no Brasil*. In: Instituto de Sociologia e Política. *Cadernos do ISP*. No 11. Pelotas: Ed. Da UFPel, dez/1997 (65 – 78).