

EXPANSÃO URBANA E NOVAS CENTRALIDADES COMERCIAIS: Estudo de caso do Bairro Simões Lopes, Pelotas, RS

GLUSZEVICZ, Ana Cristina^{1;2}; VIEIRA, Sidney Gonçalves^{1;3}

¹Integrante 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

²Acadêmica do curso de Geografia- Licenciatura/UFPeI, bolsista BIC/FAPERGS/ LEURENGEO – anacristina.geografia@gmail.com

³Professor Orientador e Coordenador do Laboratório de Estudos Urbanos, Regionais e de Ensino de Geografia – sid_geo@hotmail.com

1 INTRODUÇÃO

O aparelho comercial destaca-se no cenário econômico pelotense e constitui o processo tradicional de ocupação urbana centro-periferia. Pelotas apresenta atualmente uma dinâmica urbana centrípeta, que tende a concentrar em seu tecido mais antigo grande parte de suas atividades comerciais, entretanto, essa realidade tem sido transformada pela expansão horizontal da área urbana.

Esta pesquisa objetiva levantar as concentrações comerciais existentes no tecido urbano pelotense, em destaque as novas centralidades que se desenvolvem principalmente nos bairros, identificando suas características, período de formação, local de instalação e atividade comercial desenvolvida no estabelecimento, em uma análise individual. Desta forma, visamos estudar em qual medida a distribuição do comércio se encontra equilibrada, em escala compatível com a demanda local, ou encontra-se fragmentada, constituindo um novo centro de comércio com autonomia no bairro em que se encontra instalado, em comparação à área central.

2 METODOLOGIA (MATERIAL E MÉTODOS)

Como metodologia empregada, trabalhou-se com o banco de dados do setor de alvarás de funcionamento, junto à Secretaria de Planejamento da Prefeitura Municipal de Pelotas, a fim de caracterizar o aparelho comercial urbano, sua composição e organização, que dá suporte a uma análise que permite identificar o número de lojas, sua distribuição e o ano de instalação em determinada área, permitindo a construção do cenário completo do comércio do bairro Simões Lopes, já que há uma ausência de informações de sua evolução. Mesmo assim, aponta uma instigação para a análise da organização e composição do presente, na busca dos marcos do passado e dos processos espaço-temporais que exerceram influência.

1) Definimos a área de pesquisa: Bairro Simões Lopes (Pelotas), delimitada pela Rua Frederico Bastos ao Oeste, Avenida Duque de Caxias e Praça XX de Setembro ao Norte, BR-392 ao Sul e Avenida Brasil ao Leste (Fig. 1).

2) O estudo possui caráter quantitativo e consiste em compor um banco de dados com base no cadastro fornecido pelo setor de alvarás de funcionamento. Como também, desenvolveu-se uma classificação própria dos ramos de atividades com base na “Classificação Nacional das Atividades Econômicas – CNAE 2.1 (subclasses)/IBGE (Fig. 2).

Figura 1

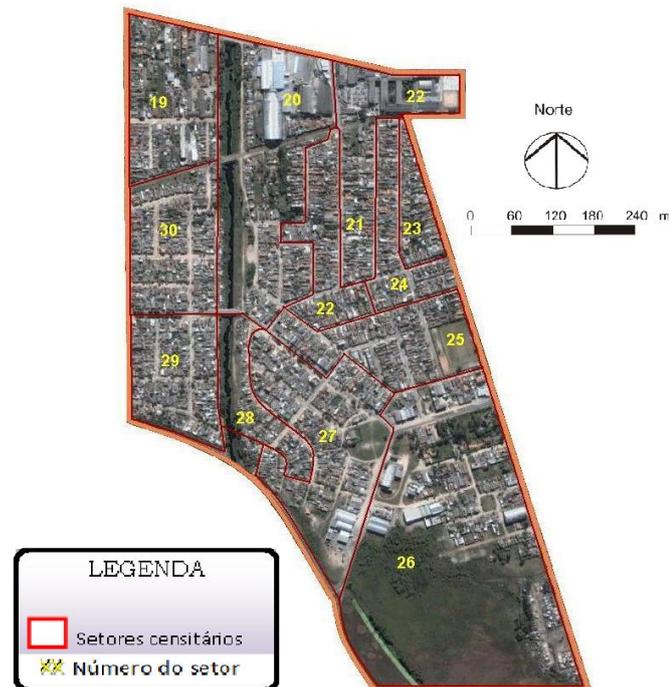


Figura 1. Classificação em setores censitários, segundo o IBGE.

Fonte: Mapa do autor a partir de informações do *software* "Estatcart" e Prefeitura Municipal de Pelotas. Sobreposição de imagem do *Google Earth*.

Figura 2

| CNAE 2.1 - Subclasses (2011) Hierarquia – Seção G: COMÉRCIO | |
|--|--|
| Divisão 46- COMÉRCIO POR ATACADO, EXCETO VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS | Divisão 47- COMÉRCIO VAREJISTA |
| <p>Grupos:</p> <p>462. COMÉRCIO ATACADISTA DE MATÉRIAS-PRIMAS AGRÍCOLAS E ANIMAIS VIVOS</p> <p>463. COMÉRCIO ATACADISTA ESPECIALIZADO EM PRODUTOS ALIMENTÍCIOS, BEBIDAS E FUMO</p> <p>464. COMÉRCIO ATACADISTA DE PRODUTOS DE CONSUMO NÃO-ALIMENTAR</p> <p>465. COMÉRCIO ATACADISTA DE EQUIPAMENTOS E PRODUTOS DE TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO</p> <p>466. COMÉRCIO ATACADISTA DE MÁQUINAS, APARELHOS E EQUIPAMENTOS, EXCETO DE TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO</p> <p>467. COMÉRCIO ATACADISTA DE MADEIRA, FERRAGENS, FERRAMENTAS, MATERIAL ELÉTRICO E MATERIAL DE CONSTRUÇÃO</p> <p>468. COMÉRCIO ATACADISTA ESPECIALIZADO EM OUTROS PRODUTOS</p> <p>469. COM. ATACADISTA NÃO-ESPECIALIZADO</p> | <p>Grupos:</p> <p>471. COMÉRCIO VAREJISTA NÃO-ESPECIALIZADO</p> <p>472. COMÉRCIO VAREJISTA DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS, BEBIDAS E FUMO</p> <p>473. COMÉRCIO VAREJISTA DE COMBUSTÍVEIS PARA VEÍCULOS AUTOMOTORES</p> <p>474. COMÉRCIO VAREJISTA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO</p> <p>475. COMÉRCIO VAREJISTA DE EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA E COMUNICAÇÃO; EQUIPAMENTOS E ARTIGOS DE USO DOMÉSTICO</p> <p>476. COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS CULTURAIS, RECREATIVOS E ESPORTIVOS</p> <p>477. COMÉRCIO VAREJISTA DE PRODUTOS FARMACÊUTICOS, PERFUMARIA E COSMÉTICOS E ARTIGOS MÉDICOS, ÓPTICOS E ORTOPÉDICOS (4771-7/04- Comércio Varejista de Medicamentos veterinários)</p> <p>478. COMÉRCIO VAREJISTA DE PRODUTOS NOVOS NÃO ESPECIFICADOS ANTERIORMENTE E DE PRODUTOS USADOS (4781-4- comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios)</p> <p>479. COMÉRCIO AMBULANTE E OUTROS TIPOS DE COMÉRCIO VAREJISTA (não há subclasses)</p> |

Figura 2. Classificação por atividades comerciais, segundo a CNAE 2.1. Organizado pelo autor.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O crescimento populacional determinou a necessidade do processo de expansão do centro urbano. Processo este que se dá pela absorção das áreas limítrofes ao centro, pelo afastamento de sua população residencial e a transformação do uso do solo para comércio (VIEIRA, 1994). Este fato caracteriza uma tendência de cidades médias e metropolitanas, o que faz com que os sub-centros os quais podem ser entendidos como áreas onde se alocam as mesmas atividades do centro principal com diversidade comercial, porém em escala menor.

Com o crescimento horizontal urbano, as necessidades de comércio e serviços começam a surgir nos novos loteamentos, porém, como o bairro Simões Lopes se localiza próximo do centro comercial da cidade, durante muito tempo, essas necessidades foram supridas por estabelecimentos extra bairro. Segundo Cachinho (1992, p. 104),

O centro das cidades reúne a maioria das unidades comerciais e só nos maiores aglomerados urbanos aparecem outros centros secundários, acabando quase sempre por se formar um sistema passível de hierarquização.

Este fato exemplifica-se no caso estudado do bairro em questão. Com a análise dos dados obtidos, verificou-se a predominância do comércio varejista sobre os estabelecimentos comerciais existentes, sendo que 4% do total correspondem ao comércio por atacado (Fig. 3). Com relação ao ano em que os estabelecimentos entraram em funcionamento, licenciados pela prefeitura, observou-se um crescimento da área comercial a partir da década de 60, tendo por ápice o período entre 1991 até 1995, com variação acentuada nos anos decorrentes (Fig. 4).

A representação do comércio por varejo demonstra ênfase aos estabelecimentos do ramo de *mercearia/armazém/bar*, de abastecimento local com grande diversidade de produtos comercializados ou, segundo a CNAE 2.1, comércio *não-especializado* (Fig. 5).

Figura 3

**Proporção do Comércio:
Varejo e Atacado**

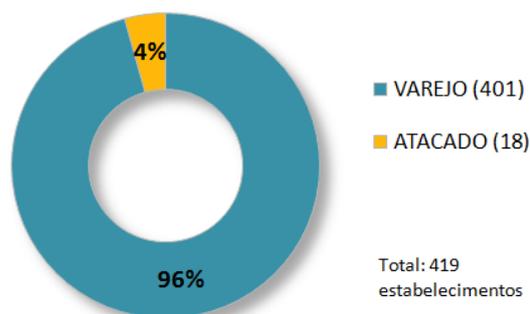


Figura 3. Gráfico Percentual do Comércio por Atacado e Varejo no Bairro Simões Lopes. Fonte: Dados dos alvarás de funcionamento de Pelotas e CNAE 2.1. Organizado pelo autor.

Figura 4

**Registros Comerciais
em Intervalos de 5 anos**

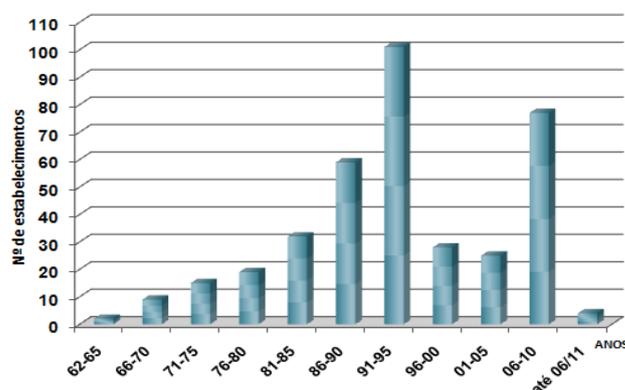


Figura 4. Gráfico de registros comerciais com alvarás até o mês de junho de 2011, por intervalos de 5 anos, no Bairro Simões Lopes/ Total: 419 estabelecimentos. Organizado pelo autor.

Figura 5

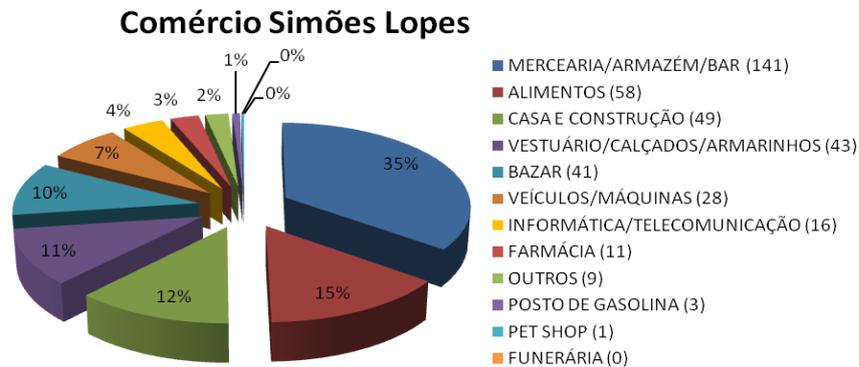


Figura 5. Gráfico da classificação do comércio de varejo no Bairro Simões Lopes/ 401 estabelecimentos.

Fonte: Dados dos alvarás de funcionamento de Pelotas e CNAE 2.1. Organizado pelo autor.

4 CONCLUSÃO

O trabalho representa um fragmento de estudo de caso, aplicado no Bairro Simões Lopes/Pelotas e possui caráter quantitativo de caracterização estrutural que indica uma nova centralidade urbana comercialmente autônoma com relação ao centro comercial de Pelotas. Apesar do processo descontínuo e incompleto, no tocante à distribuição das atividades econômicas, os centros identificados como de médio e de pequeno porte são referências constituintes da vida local.

Embora as forças de ordem global influenciem o comércio varejista, manifestando sua presença em qualquer escala, só poderão ser compreendida de maneira adequada a partir da análise dos condicionantes locais e do poder de mediação dos lugares. Dessa forma, esses espaços mostram-se apoiados na pequena empresa e em capital local.

5 REFERÊNCIAS

BARATA SALGUEIRO, Teresa. **Novas formas urbanas de comércio.** In: *Finisterra*, XXIV: 151 – 217, 1989.

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

CACHINHO, Herculano. **L'urbanisme commercial: um instrument au service de l'aménagement des activités commerciales.** In: BARATA SALGUEIRO, Teresa (org). *Commerce, aménagement et urbanisme commercial.* Lisboa: GECIC, 1992.

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.