

SHOPPINGS EM PELOTAS: UM DIÁLOGO ENTRE ASSOCIAÇÕES EMPRESARIAIS E PODER PÚBLICO

Luis Gustavo Teixeira da Silva

1 INTRODUÇÃO

A temática deste trabalho aborda sobre a preponderância que o poder dos grupos locais apresentam, no tocante ao desenvolvimento e progresso econômico das mesmas localidades, sobre as quais exercem determinadas influências.

Assim algumas ações do poder público, como a atração de investimentos privados e externos, podem alterar ou mesmo colocar em xeque as estruturas de poder entre os agentes e, por conseguinte remodelar a indústria e o comércio, possibilitando a inserção de novos atores no Campo Social. Dessa forma muitos grupos ou pluralidades locais sentem-se ameaçadas pela inserção de empresas de porte maior, ou seja, multinacionais ou transnacionais, que atuam tanto no varejo, como na indústria, em suas cidades, trazendo consigo também novas perspectivas de interesses e ação empresarial.

Deve-se ressaltar que os atores movem-se mediante uma possível perda ou ganho de espaço na esfera econômica e social ou mesmo simbólica, e agem com os instrumentos que dispõem para negociar essa realidade, com vistas a manter seu poder de influência e decisão nesses espaços.

2 JUSTIFICATIVA

Desde os anos noventa apresentam-se propostas sobre a implantação de um Shopping na cidade de Pelotas. Primeiramente os dois complexos que hoje encontram-se inacabados, um próximo a estação rodoviária, outro na rua Andrade Neves entre Lobo da Costa e Marechal Floriano. Nos últimos anos apresentaram-se outras intenções e essas com pretensões de instalações nas imediações no Bairro Areal. Primeiramente, na Av. Ferreira Viana, em direção ao bairro Laranjal. E um segundo, na Av. São Francisco de Paula, próximo ao condomínio residencial Rua Brasil. E por fim o Shopping Centers, que estaria localizado dentro do Campus Anglo da UFPel.

Seria relevante e de suma importância para a cidade um complexo comercial como os três que foram apresentados, inclusive um com investimento internacional, isto é, a rede de Shoppings Punta Carretas do Uruguay. Todos três com capacidade para abrigar cerca de 120 lojas comerciais, 3 praças de alimentação, 6 cinemas (em Pelotas só há um Cinema) e dois Supermercados em seu interior, o que ampliaria sem sombra de dúvidas as oportunidades de serviço formal e informal. Cabe lembrar que em notícia publicada pelo jornal Diário Popular no ano de 2009, que apresentava a cidade de Pelotas como sendo a única cidade no País com mais de 400 mil habitantes, em que não há complexos comerciais dessa natureza.

3 METODOLOGIA

Tendo em vista, que apesar de ser uma cidade carente de investimentos, onde o processo de desenvolvimento enfrenta um grave retrocesso. O que não tira sua importância para a região Sul do Brasil, sendo a cidade Pólo da região e a única a dispor de serviços, que não existem em outras cidades , tais como, Saúde, Comércio, Serviços etc.

Assim é plausível acreditar que, não somente a cidade de Pelotas teria condições para abrigar um investimento desse porte, como também abarcaria todo o mercado consumidor desta região do País que conta com mais de 50 municípios, sem um complexo comercial aglutinador e empregador desse nível.

Portanto, utilizou-se de pesquisas já realizadas sobre a temática que avançam até certo ponto, no entanto, não abordam as motivações dos atores. Selecionou-se notícias vinculadas pelos Jornais Diário Popular, Diário da Manhã e Zero Hora que notificam as intenções, e explicações sobre o insucesso e inviabilidade dos projetos apresentados.

4 DESENVOLVIMENTO/DISCUSSÃO

A literatura utilizada aponta que, as condições de cooptação das forças produtivas dá-se, à medida, em que o município e a sociedade oferecem condições ou recursos para que qualquer atividade, seja ela industrial ou varejista, possa se

instalar em determinadas localidades. Recursos esses que podem ser desde incentivos fiscais, de mão-de-obra, ou ainda logístico.

Essa cadeia de cooperação é o que torna possível a atração de grandes investimentos e ainda o propulsor do desenvolvimento econômico. Convém ressaltar, que esse tipo de investimento (Shopping), não seria o solucionador dos problemas econômicos e nem seria a alavanca para o atraso produtivo e econômico, em que, se encontra a região. Seria uma medida paliativa, para atenuar os graves abalos sofridos desde a crise do setor de conservas, e que iria oportunizar o avanço de determinadas áreas da cidade que possuem logística capaz de abrigar um complexo comercial, contudo ainda são meramente residenciais e com oferecimento de serviços, quase nulo.

Acreditando assim que a sociedade pode paralisar o desenvolvimento principalmente por intermédio do Estado. Assim vale argumentar existência de uma rede de influências, no interior da máquina pública, alinhados e relacionados por vínculos pessoais com os grupos que controlam o executivo municipal. E sendo decisivos para a não concretização desses projetos, que afetaria não somente proprietários de várias lojas comerciais, bem como, o setor mais lucrativo e que mais expande-se na cidade, o setor imobiliário. Pelo fato do município de Pelotas não contar com empresas de grande porte como no passado, que empregue um contingente relevante da população, o círculo de capital é predominantemente da compra e venda de produtos e serviços.

Por esse motivo a implantação de um Shopping nesta cidade, representaria uma queda ou ao menos frearia o crescimento e a especulação do setor imobiliário, e ainda mais de seus poucos proprietários que detém a maioria das lojas comerciais, que atendem os públicos das classes A e B, lojas essas filiais de marcas renomadas internacionalmente, e que seriam o público alvo e que dispõem dos altos custos para manter uma franquia em um Shopping.

Assim, somos levados a concluir que, havendo um centro comercial aglutinador de vendas do setor de vestuário, informática, automobilístico e de lazer e pelo fato do município não possuir sustentação econômica, para que o proprietário dessa franquia possua mais de uma representação na cidade, franquias instaladas no centro comercial da cidade migrariam para este novo complexo, que traria novidade e oportunidade para o público de uma série de serviços em um espaço.

Para não falar que seria a única opção nos fins de semana para as famílias gozarem de lazer que um ambiente dessa natureza oferece, tendo em vista, que a cidade não dispõe de muitas, para não dizer parcas alternativas de lazer nos fins de semana, sobretudo aos domingos.

Entende-se assim que não é difícil entender que haja oposição para a vinda de um complexo desse porte (*Shoppings*), pois há somente alguns ramos de atividade econômica em que inclusive os comerciantes sentem-se ameaçados, ao que se divulga que os empregos não aumentarão, somente mudarão de direção, onde eles não serão os contemplados .

5 CONCLUSÃO

É curioso o fato da dependência desses setores por um capital financeiro reduzido, pelo motivo de Pelotas ser a 2ª cidade no Estado a oferecer maior qualificação técnica e Universitária. Através das duas Universidades, 3 Faculdades, e 4 escolas de ensino técnico. No entanto não parece ser suficiente este privilégio em ensino, capaz de alocar recurso humano para atração de empresas e investimentos industriais.

Desse modo, o atraso nas impulsões empresariais do município, que ao passo em que discute ou protege o setor imobiliário ou setores não produtivos de riqueza, que venham alterar profundamente as estruturas de urbanização, turismo e gestão, assim, não se insere na sociedade de rede ou sociedade da tecnologia e informação e nem utiliza ou oportuniza vantagens ao recurso humano profissionalizado aqui e que não vê alternativa a não ser buscar outras regiões que lhe ofereçam mais possibilidades na área profissional.

Para tanto fora possível evidenciar, os princípios ou o debate acerca dos Shoppings no município de Pelotas. Tendo em vista algumas indagações acerca de perdas ou até futuros ganhos que os setores envolvidos estariam sujeitos. E também o reflexo que a hegemonia de alguns grupos, que faz valer os vínculos tradicionais e das relações de interesse entre eles e o Poder Público.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BANDEIRA, Silvana de Matos¹;FLECK, Samuel¹;NOVACK, Paula

BOURDIEU, P. e DARBEL, A. **O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público.** 1ª Ed. São Paulo: Zouk, 2005.

CASTELLS, Manuel. Prólogo: a Rede e o Ser. In: **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DAHL, R. **A moderna análise política.** Rio de Janeiro: 2ªed. 1970.

Neumann; PINTO, Vinicius Lacerda¹; VIEIRA, Sidney Gonçalves. **As Grandes Superfícies Comerciais em Pelotas: Estudo de Caso Sobre a Dinâmica dos Shopping Centers.** CIC/UFPel

RAMALHO, J. R. e SANTANA, M. A. (orgs.). **Trabalho e desenvolvimento regional – efeitos sociais da implantação do pólo automotivo Sul Fluminense.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

SEN, Amartya. (2000), **Un nouveau modèle économique, développement, justi.**