

DESENVOLVIMENTO DE UMA METODOLOGIA PARA ANÁLISE DAS CENTRALIDADES URBANAS: ESTUDO DE CASO SOBRE PELOTAS, RS

Dione Dutra Lihtnov¹
Sidney Gonçalves Vieira²

RESUMO

O tema desta pesquisa se insere nos estudos de Geografia Urbana, mais especificamente no que diz respeito ao Urbanismo Comercial. Trata-se de uma proposta metodológica de análise da estrutura intra-urbana da cidade de Pelotas, tendo como perspectiva principal uma discussão sobre o centro e a formação de novas centralidades urbanas, centros especializados, e outras formas de expressão da centralidade.

Palavras-chave: Estruturação Urbana. Centro. Centralidades.

1 INTRODUÇÃO

O vocábulo *centralidade* possui distintas concepções e significados dentro dos diversos estudos teóricos e metodológicos desenvolvidos ao longo da história do pensamento geográfico moderno. Indiferente às diversas conotações adotadas, é inegável a importância e o valor simbólico do centro para o espaço urbano. Lefebvre (1972), afirma que não existe realidade urbana sem um centro, onde o espaço urbano é um espaço em que cada ponto, virtualmente, pode atrair para si tudo o que povoa as imediações: coisas, obras, pessoas.

O centro, *à priori*, é o local mais cobiçado e disputado para a instalação de comércios e serviços, em função de sua atratividade e acessibilidade privilegiadas, agregados ao fluxo de pessoas, capital e idéias. O conceito de fluxo e a mobilidade urbana serão determinantes no desenvolver desta pesquisa, uma vez que se fazem constantes ao novo conceito de urbanismo que acompanha a atual sociedade contemporânea. A este respeito, trabalha-se com os apontamentos de François Ascher, apesar de pouco trabalhado no Brasil, o autor traz uma conexão atual sobre fluxos de bens, pessoas, informações ao urbanismo. No nosso caso específico, o fluxo de matéria e seres humanos será mais decisivo enquanto força de produção e estruturação do espaço do que as informações, uma vez que nosso objeto de estudo se restringe a escala intra-urbana. Esta, ao contrario da escala regional, por exemplo, é estruturada fundamentalmente, pelas condições de deslocamento do ser humano, seja enquanto mercadoria ou pela força de trabalho. (VILLAÇA 1998, p. 20).

¹ Acadêmico do Curso de Licenciatura Plena em Geografia pela Universidade Federal de Pelotas - UFPel - dione.lihtnov@hotmail.com

² Professor adjunto do departamento de Geografia pela Universidade Federal de Pelotas – UFPel – sid_geo@hotmail.com

Prosseguindo, Ascher pressupõe que o desenvolvimento urbano está diretamente relacionado à ampliação de novos fluxos de bens, pessoas, informações, aliado a novas técnicas de transporte, acentuando a individualização e diferenciação social. Essa autonomia espacial e temporal faz com que o lugar perca seu papel imperativo no processo das práticas sociais, pois este novo conceito de mobilidade possibilita uma grande variedade de escolhas. Obviamente, estas “escolhas” não serão para todos. O capital irá determinar a intensidade e quais grupos sociais iram usufruir deste processo. Cabe ressaltar que esta crescente mobilidade também traz consigo, implicitamente, problemas de coesão sociais e novos processos de segregação social. O individualismo passa a se tornar uma variável cada vez mais constante, culminando numa explosão de tipologias, que se acentua com a divisão do trabalho e o processo de globalização. Emerge assim, uma forma de economia mais urbana, onde espaço urbano é visto como um espaço produtivo, valorizando a acessibilidade.

Ascher (2010) identifica o surgimento do que ele chama de *sociedade hipertexto*, uma sociedade caracterizada por uma maior diversificação e fragilidade, em contraposição a uma maior elasticidade dos laços sociais, interconectadas em redes que permitem uma ampla mobilidade de pessoas, bens e informações. Ascher abrevia esse fluxo de bens, informações e pessoas por “bip”. Essa hipervalorização do conceito de mobilidade produz variações na localização de comércios e bens, indiferente a existência e configuração do comércio tradicional – centro tradicional. A polinuclealização do espaço colocará em xeque o conceito tradicional de centralidade. A produção do espaço urbano, baseada na apropriação privada do espaço, acaba por saturar a concentração de formas espaciais em determinados locais, onde com o passar do tempo, se torna inevitável o processo de segregação espacial. Cada vez mais as cidades se individualizam, se tornam flexíveis.

Assim, o “conceito de centralidade” se multiplica pelo espaço urbano de formas diferenciadas, com o surgimento de áreas de concentrações comerciais e de serviços, que poderiam ser interpretadas como uma descentralização do centro tradicional, mas que na verdade se instituem na produção e (re) produção de centralidades que concentram e dispersam atividades e funções, resultantes da dinâmica de separação socioespacial.

2 METODOLOGIA

O primeiro passo será realizar uma análise da bibliografia de fundamentos próprios da área urbana comercial. Este aprofundamento terá por finalidade qualificar o estudo, flutuando

nas vertentes Urbana e Comercial, uma vez que deve se ter em mente que as concentrações comerciais são as únicas que requerem ser chamadas de Urbanismo Comercial (CARRERAS, 1990). Merecem destaque nesta conjuntura: Villaça (2001), retratando o conceito de espaço intra-urbano; Spósito (1991, 1998), no desenvolvimento da dialética de centro, centralidade e subcentros; Vieira (2002), ao estudar a requalificação do centro de São Paulo demonstrando o movimento do comércio e dos serviços registrados ao longo do tempo e do espaço; Santos (1996), contribuindo para a compreensão da dinâmica espacial urbana; Balsas (1999) e sua experiência sobre o fenômeno comercial Português. Em relação à Geografia do Comércio e Consumo as principais referências foram: Cachinho (2001) e Fernandes (1995, 1997) analisando o fenômeno do comércio retalhista em Portugal. Ainda do ponto de vista metodológico serão utilizadas obras de Langenbuch (1971); Bagno (1998); Severino (2000); Cervo (2007), entre outros, os quais possibilitaram o aprofundamento e abordagem da temática em questão, fortalecendo os pilares teóricos que propiciaram o desenvolvimento desta pesquisa.

A metodologia será baseada no método de investigação regressivo-progressivo proposto por Henri Lefebvre. Parte-se da datação dos momentos históricos que importam para a construção do presente (volta-se à época em que a centralidade ou os estabelecimentos iniciaram na área delimitada). Descreve-se o objeto de estudo baseado no conhecimento empírico e teórico da área, realiza-se levantamento *in loco* das centralidades de comércio na cidade, e faz-se a descrição dessas áreas (delimitação física, identificação dos estabelecimentos, descrição das tipologias). Para o estudo de caso específico, pretende-se utilizar como referência o estudo de Carreras (1990), onde se buscou adaptar a proposta metodológica apresentado em sua obra à proposta desta pesquisa. Basicamente, o método consiste em desmembrar para efeitos analíticos a área de estudos da cidade de Pelotas, em macrorregiões, com base nos setores censitários do IBGE. Após a delimitação efetiva da área de estudos, se utilizará, como fonte primária de dados, a documentação existente em órgãos públicos, responsáveis pelo cadastro das atividades comerciais e prestação de serviços. Ultrapassada esta etapa, pretende-se obter a média dos valores médios em todas as macrorregiões. Este valor será denominado como Índice de Centralidade Padrão (ICPa). Com isso, será possível estabelecer um parâmetro de comparação para cada macrorregião analisada.

Posterior a esta etapa, se realizará um levantamento a “rés” do chão das atividades comerciais para análise da tipologia comercial, e também levantamento fotográfico, em áreas empírica e historicamente reconhecidas. Por fim, será elaborado um comparativo entre as

fontes estudadas, construindo uma classificação por grau de concentração comercial, resultando no produto final da pesquisa, que serão mapas que possam especializar as informações funcionais e de análise teórica.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A formação de novas centralidades é um fenômeno já constatado por diversos autores em pesquisas sobre metrópoles e cidades médias, principalmente em países subdesenvolvidos, onde as características e funcionalidades do centro possuem um papel destacado, como define Santos (1981, apud SPÓSITO, 1991, p. 2).

Nos países subdesenvolvidos suas características mais marcantes são a de constituir o nó principal da rede de vias urbanas (...) e de apresentar uma forte concentração de serviços de todos os níveis, especialmente comércios. Em certo, as cidades dos países subdesenvolvidos, especialmente nas cidades de importância média ou nas que se desenvolvem muito rapidamente, o centro monopoliza todas as funções correspondentes.

Estas idéias nos permitem vislumbrar um mosaico de cidade formado por um complexo jogo de forças que atuam no espaço social, de forma que, entendemos o centro como o resultado de um processo natural de crescimento das cidades, onde as formas comerciais interferem e agem diretamente na produção da estrutura urbana. Neste sentido, se apresenta a proposição de Spósito (1991, p. 4).

A cidade vai ser redefinida, ela não é mais apenas a paisagem construída que cresce rapidamente e precisa ser reordenada, planejada, utilizada racionalmente, mas deve ser entendida no contexto da dinâmica do processo de desenvolvimento do modo capitalista de produção, e nesta perspectiva entendida como espaço de produção, consumo e reprodução da força de trabalho.

Assim, compreende-se que a cidade pós-moderna esta diretamente condicionada às transformações do comércio e do consumo. Estas estão relacionadas a mudanças de natureza estrutural, sobretudo no transporte de pessoas e mercadorias. Dentro deste contexto, a mobilidade do consumidor e a oferta de terras de baixo custo, periféricas ao centro tradicional, permitem a ampliação da área de consumo. A cidade passa neste momento a se redesenhar, se reconstruir, criando uma nova estrutura com centralidades que tendem a gerar suas próprias relações e autonomia próprias. Assim, a *centralidade* não se define por sua localização, mas sim pelas conjunturas entre localizações, culminando numa redefinição da

centralidade com base nesses novos fluxos estabelecidos, constituindo áreas de desdobramento especializado e subcentros.

Partindo ao nosso objeto de estudo, a cidade de Pelotas, durante décadas, teve sua atividade comercial condicionada, quase que exclusivamente, aos limites de sua área central. Entretanto, com o passar o tempo, o centro antes ponto de referência, passou a sofrer com o desamparo das forças de mercado e gradual fuga das atividades de bens e consumo, fruto da saturação e da falta de investimentos na malha urbana central. Contribuíram para tal processo a elevação de custos do solo urbano neste recorte espacial específico, aliando ao fato de haver uma grande demanda de ofertas de terras mais baratas nas áreas periféricas. Outro fator de relevância foi o aumento dos custos com transporte e da melhoria da mobilidade individual permitindo um maior deslocamento entre os diferentes espaços da cidade. A implicação deste processo pode ser percebida com a formação de novas centralidades dentro da cidade. O centro tradicional, outrora referência máxima no comércio local, atravessa um processo de saturação e passa a se popularizar, se tornando refém de um consumidor proveniente das zonas periféricas, de poder aquisitivo mais baixo, enquanto que o consumidor local, de poder aquisitivo mais alto, passa a buscar um comércio diferenciado, de alto padrão, que se move em direção as periferias, acompanhando o deslocamento das classes de alto padrão. O abandono dos centros tradicionais pelas classes de alta renda faz parte da dinâmica das cidades médias no Brasil atualmente, e já é um processo consolidado nas metrópoles do Brasil (VILLAÇA, 2001).

Apesar de aparentemente ser um processo de fácil observação na cidade, e já descrito empiricamente em outros estudos, não existe um estudo de caso específico, que análise a evolução do espaço comercial e comprove, a partir de uma metodologia, tal proposição. Desta forma, esta pesquisa se justifica pela necessidade de constatar a existência de centralidades desvinculadas do entorno tradicional, com capacidade de auto-gestão, o que possibilitaria, posteriormente, em uma futura pesquisa, classificar, qualificar, e quantificar estas novas centralidades, indicando suas localizações, constituições, e movimentos, de forma a estabelecer uma hierarquia intra-urbana na cidade de Pelotas.

Trabalha-se com a hipótese de formação de novas centralidades urbanas, partindo do princípio que a expansão espacial e populacional multiplica a centralidade por outros espaços da malha urbana, se expressando além do centro tradicional, partindo da combinação de localização e fluxos na dimensão do espaço, constituindo novas áreas de concentrações comerciais e de serviços. Dentro deste contexto, esta investigação busca compreender os processos urbanos, mais precisamente os processos de formação de núcleos comerciais, de

maneira que o objetivo geral consiste em desenvolver uma metodologia capaz de pontuar a concentração comercial e estabelecer as áreas de centralidade na cidade de Pelotas. Desta forma a pesquisa se constitui em um exercício metodológico, cujos resultados a serem alcançados terão que ser analisados sob a lógica dos fundamentos teóricos e metodológicos propostos.

4 CONCLUSÕES

A pesquisa se encontra em fase de desenvolvimento com resultados preliminares os quais apontam para a formação de novas centralidades dentro da malha urbana da cidade de Pelotas, RS.

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASCHER, François. **Los nuevos principios Del urbanismo**. Madri: Alianza, 2010
- BALSAS, Carlos José Lopes. **Urbanismo comercial em Portugal e a revitalização do centro das cidades**. Lisboa: Ministério da Economia, 1999.
- BARATA SALGUEIRO, Teresa (org). **Commerce, aménagement et urbanisme commercial**. Lisboa: GECIC, 1992.
- BARATA SALGUEIRO, Teresa (org). **The globalization of consumption and retail places**. Lisboa: GECIC, 1999.
- BARATA SALGUEIRO, Teresa. "Novas formas urbanas de comércio." In: **Finisterra**, XXIV: 151 – 217, 1989.
- BARATA SALGUEIRO, Teresa. **Do comércio à distribuição. Roteiro de uma mudança**. Oeiras: Celta, 1996.
- BEAUJEU-GARNIER J. & CHABOT, G. **Tratado de geografia urbana**. Barcelona: Vicens-vives, 1970.
- BEAUJEU-GARNIER, Jacqueline. **Geografia urbana**. 2. 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.
- BOGDAN, R.BIKLEN, S. K. **Qualitative Research for Education**. Boston, Allyn and Bacon, Inc, 1994.
- 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. (247 – 260).
- CACHINHO, Herculano. **O comércio retalhista português**. Lisboa: Gepe, 2001.
- CERVO, Amado Luiz. **Metodologia Científica**. 6 Ed. SP: Pearson Prentice Hall, 2007.

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

CHAMPION, A. G. and DAVIES, R. L. **The future for the City Centre.** Londres: Academic Press, 1983.

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

LEFEBVRE, Henri. **A Revolução Urbana.** Tradução de Sergio Martins. BH : Ed. UFMT, 1999 [1970].

LEFEBVRE, Henri. **A vida cotidiana no mundo moderno.** São Paulo: Ática, 1991

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E. D. A. **Pesquisa em Educação: abordagens qualitativas.** São Paulo: EPU, 1986.

MÈRENNE-SCHOUMAKER, Bernadete . Le grands centres commerciaux en Belgique. Étude comparative. **Bulletin de la Société Géographique de Liège.** N. 10, 1974.

PAGE, S. and 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.

PAUMIER, Cyril. Designing the successful downtown. Washington D. C.: The Urban Land Institute, 1988, apud BALSAS, Carlos José Lopes. **Urbanismo comercial em Portugal e a revitalização do centro das cidades.** Lisboa: Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica, 1999, p. 69.

SPOSITO, M.E.B. **O Centro e Outras Formas de Expressão da Centralidade Urbana.** SP, 1991.

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

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.

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

VIEIRA, Sidney Gonçalves. **Caderno de Estudos Urbanos e Regionais: Comércio e Consumo Urbano.** Pelotas: Ed. da UFPel, 2009.

VILAÇA, Flávio. **Espaço intra-urbano no Brasil.** São Paulo: Bertrand Brasil, 2001.