

A DINÂMICA DO COMÉRCIO E SERVIÇOS EM PELOTAS

¹BORGES, Emilene Silveira
Universidade Federal de Pelotas

²VIEIRA, Sidney Gonçalves
Universidade Federal de Pelotas

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

¹Acadêmica do 8º semestre do curso de Geografia Licenciatura Plena UFPel, bolsista BIC/CNPQ/ LEURENGEO – milasilbo@hotmail.com

²Professor Orientador e Coordenador Laboratório de Estudos Urbanos e Regionais de Ensino em Geografia – sid_geo@hotmail.com

1 INTRODUÇÃO

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 dos centros tradicionais pelas classes de alta renda, o qual faz parte da dinâmica das cidades médias no Brasil atualmente, já é um processo consolidado nas metrópoles nacionais. Vilaça (2001) aponta para 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.

O projeto integra uma pesquisa maior voltado para o desenvolvimento de uma metodologia única, onde futuramente, será efetuada a realização de um Atlas com o Censo do comércio em Pelotas, que irá analisar a estrutura do comércio e serviços prestados no centro de Pelotas e nas suas áreas periféricas, compreendidas desde o Fragata, Laranjal, Simões Lopes, Areal, Três Vendas e um alargamento do centro em direção a zona norte, já que durante muito tempo os estabelecimentos comerciais eram restritos apenas à área central, onde se encontravam uma demanda maior de oferta de bens, produtos e serviços. No entanto, nos bairros existiam estabelecimentos que suprissem apenas as necessidades básicas da população, que habitava o entorno de Pelotas. Porém, o crescimento da população da cidade e da área física delimitada, proporcionou um crescimento do aparelho comercial nas áreas periféricas da cidade, e para grandes bairros.

2 METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do trabalho foi efetuada uma pesquisa de campo nos bairros onde existem indícios do crescimento do aparelho comercial existentes na

cidade de Pelotas, bem como o levantamento de dados em documentos da junta comercial, secretarias municipais, principalmente, na secretaria de urbanismo. Além disso, pretende-se utilizar serviços de digitalização e georreferenciamento dos dados, a fim de mapear os estabelecimentos comerciais e serviços existentes no município. Para a obtenção de dados referentes aos serviços, excepcionalmente, na Zona Norte, foi aplicado um questionário quantitativo, em que o pesquisador com base na fachada do estabelecimento anota o ramo de atividade, serviços oferecidos além do endereço do mesmo. No trabalho referente ao Bairro Simões Lopes estão sendo analisados os estabelecimentos registrados com os alvarás liberados pela prefeitura, de onde são extraídos os números de estabelecimentos existentes no bairro, o endereço, ramo de atividade e o ano de abertura de cada um. Foi necessária a busca de um novo método, além do levantamento dos questionários, é necessária a existência de uma equipe numerosa para trabalhos de campo, e sem esta disponibilidade, foi estudada a busca de uma nova metodologia inicialmente aplicada no Bairro Simões Lopes, mas que posteriormente será aplicada nos demais bairros da cidade.

A metodologia desenvolvida na Escola de Liège por Spork (1964) e Mérenne-Schoumaker e Browet (1993), permite uma análise qualitativa dos estabelecimentos comerciais, a fim de identificar o aparelho comercial urbano, através do número de lojas, sua distribuição e a importância que possuem em determinada área. Para assim, construir um panorama completo do aparelho comercial da cidade, que possui uma ausência de informações sobre a estrutura do sistema em diferentes momentos da história, na qual os marcos do passado e os processos espaço-temporais, que deram corpo às características atuais do sistema marcam a evolução para o futuro.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

As últimas décadas foram marcadas nas cidades por profundas mudanças das paisagens comerciais, para atender as exigências dos consumidores, que se transformaram simultaneamente em sujeitos e objetos de consumo. Produz-se cada vez mais espaços comerciais, enquanto sistema de palcos e cenários, com capacidade para atrair os consumidores e, também, para envolver os mesmos no mundo global, em que se transformou o consumo.

Em Pelotas, como destaca Soares (2002, p.467), o processo de alargamento dos centros em direção aos bairros ficou evidente, a partir do início dos anos 1990, apesar de que a Zona Norte do centro já estivesse consolidada como área residencial, desde os anos 1970, e tivesse residências diferenciadas, desde o início do século XX.

Ao analisarmos o aparelho de serviços do município de Pelotas, se desconhece a composição, distribuição e a dinâmica espacial do setor terciário. Há carência de estudos que analisem a evolução do setor na cidade e, que possam dar conta de identificar 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 da área terciária. 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.

Atualmente o comércio se sobrepõe na economia de Pelotas, porque os demais setores não apresentam um bom desempenho, e o centro do processo de circulação de mercadorias, o comércio varejista é influenciado pelos ciclos econômicos.

Constata-se que, enquanto no centro tradicional, e em alguns subcentros da cidade de Pelotas os edifícios se destacam pela altura, na Zona Norte se caracterizam por seu elevado padrão de requinte. O centro tradicional quantitativamente possui um número de estabelecimentos maior que os centros dos bairros, porém há uma diferença qualitativa entre os estabelecimentos do centro e da Zona Norte, onde se caracterizam por seu elevado padrão de requinte como a construção das *torres-jardins* e condomínios com uma proposta diferenciada como o primeiro condomínio *ecologicamente correto* da cidade.

Porém é falso dizer que, quantitativamente, a Zona Norte está ultrapassando o centro tradicional em número de estabelecimentos comerciais. No entanto, há empiricamente uma diferença qualitativa entre os estabelecimentos das duas áreas. A análise dos dados sócio-econômicos permite estabelecer um perfil do *consumidor padrão* da área de pesquisa, o que embasa a teoria de que os estabelecimentos comerciais seguem o movimento das classes de alta renda, consolidando uma mudança na centralidade (deslocamento ou criação de nova centralidade).

4 CONCLUSÃO

Na cidade de Pelotas uma das características mais marcantes 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.

Concluiu-se que o movimento de criação de uma nova centralidade na Zona Norte do centro de Pelotas, tem mais nuances do que aparenta. Em primeiro lugar, o recorte espacial utilizado é muito heterogêneo: existem áreas mais *pobres*, com menor número de estabelecimentos comerciais – localizadas, a Oeste da Rua General Osório – e áreas de maior dinamismo, sobretudo na parte Leste do recorte espacial. O quadro geral dos estabelecimentos comerciais mostrou que o padrão da área de pesquisa, é tipicamente do resto da cidade: comércio de tamanho médio, administrado pela família – muitas vezes em ponto próprio – caracterizado pela venda de alimentos e vestuário. Quanto aos serviços, o que se constata, é o surgimento de estabelecimentos com fim de atender a demanda da população da área de estudo como serviços automotivos, consertos e escolas. Entretanto, serviços com um maior raio de influência como o de saúde e estética se favorecem do local por este ser próximo ao centro tradicional com a vantagem de dispor maiores áreas de estacionamento. Todavia, a análise dos dados sócio-econômicos, mostra que há potencial para investimento maciço na imagem dos estabelecimentos, o que pode ser um diferencial positivo para os comércios da área. Para isso, faz-se necessário que sejam pensadas políticas públicas, para incentivar um setor tão essencial na economia da cidade.

5 REFERÊNCIAS

- BALSAS, Carlos José Lopes. **Urbanismo comercial em Portugal e a revitalização do centro das cidades**. Lisboa: Ministério da Economia, 1999.
- BARATA SALGUEIRO, Teresa. **Do comércio à distribuição. Roteiro de uma mudança**. Oeiras: Celta, 1996.
- BEAUJEU-GARNIER, Jacqueline. **Geografia urbana**. 2. ed. Lisboa: Gulbenkian, 1997.
- CACHINHO, Herculano. "L'urbanisme commercial: un 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.
- 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.
- FERNANDES, José Alberto Rios. Porto. **Cidade e comércio**. Porto:Arquivo Municipal, 1997.
- 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.
- SOARES, Paulo Roberto Rodrigues. **Del proyecto urbano a la producción del espacio : morfología urbana de la ciudad de Pelotas, Brasil**. Tese de Doutorado sob a Orientação do Dr. Horacio Capel. Barcelona, junho de 2002.
- 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..
- VILAÇA, Flávio. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Bertrand Brasil, 2001.