UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Geografia
Campus de Dourados – *Campus* de Aquidauana

SHOPPING CENTER CAMPO GRANDE: CENTRALIDADE E REDEFINIÇÃO DO ESPAÇO URBANO

NELSON CESÁRIO DA SILVA

AQUIDAUANA
2005

NELSON CESÁRIO DA SILVA

SHOPPING CENTER CAMPO GRANDE: CENTRALIDADE E REDEFINIÇÃO DO ESPAÇO URBANO

Dissertação apresentada, como exigência final para obtenção do grau de Mestre em Geografia, à Comissão Julgadora do Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Geografia da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

Orientação: Profª Dra. Maria José Martinelli Silva Calixto.

AQUIDAUANA
2005

NELSON CESÁRIO DA SILVA

SHOPPING CENTER CAMPO GRANDE: CENTRALIDADE E REDEFINIÇÃO DO ESPAÇO URBANO

COMISSÃO JULGADORA

DISSERTAÇÃO PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE

Presidente e Orientadora: _____
Profª Dra. Maria José Martinelli Silva Calixto

2º Examinador: _____
Prof. Dr. Antônio Firmino de Oliveira Neto

3º Examinador: _____
Profª Dra. Cleonice Alexandre Le Bourlegat

Aquidauana, 2005

Para Cristina, meu amor, que com carinho e compreensão esteve junto em todos os momentos.

Aos meus pais, Gilson e Nerci, ambos foram imprescindíveis na realização deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

A realização desse trabalho só foi possível pela participação de pessoas que, de forma direta ou indireta, colaboraram dando estímulo, confiança, auxílio financeiro, aporte profissional, dentre outras situações que nos ajudaram a trilhar o caminho da pesquisa. Certo de que poderei cometer um erro em não colocar todos que estiveram envolvidos nesse trabalho, agradeço desde já a todos.

Durante o processo de elaboração do trabalho algumas pessoas foram importantes, sendo assim agradeço:

Primeiramente à minha orientadora, Profª Zezé, que acreditou e confiou em meu trabalho, também pelo companheirismo e pela amizade que surgiu durante a condução dos trabalhos. Sua contribuição foi de suma importância, tanto nas disciplinas do mestrado, como nos colóquios, nos congressos e nas viagens de estudo em Campo Grande. A você meus sinceros agradecimentos pelo apoio e ajuda no término da pesquisa.

À Profª Cleonice Le Bourlegat que durante a graduação, me ajudou com os primeiros estudos sobre a temática urbana e contribuiu para minha formação como profissional.

Aos professores da UCDB – Universidade Católica Dom Bosco, que sempre me apoiaram na condução desse trabalho, em especial aos professores: Celso, Edgar, Milton, Sergio, Maria Augusta e outros.

À UNIDERP – Universidade para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal, em particular, aos coordenadores do Curso de Geografia, Profª Neide e Prof. Grimaldo.

À MACE – Moderna Associação Campograndense de Ensino, em especial, aos professores e funcionários que auxiliaram, apoiaram e compreenderam as minhas ausências. Ao Prof. Wilson, à Profª Conceição e a Profª Marilene, que me deram suporte nessa caminhada, meu muito obrigado.

Aos colegas e amigos da Escola Municipal Profª Brígida Ferraz Fóss, com especial gratidão pelo apoio e compreensão das Professoras Cleonice, Juraci, Márcia e Rita.

À Kelly Cristina e Danielle, Secretárias do Curso de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Geografia, pela ajuda sempre dada quando mais se fazia necessário.

Ao Juares Rodrigues Echeverria, pela paciência e o trabalho com os mapas.

Ao Prof. Firmino, à Claudia Montessoro e Silmara, pelo envio dos trabalhos e materiais que foram importantes.

À Profª Edmara pelas correções ortográficas e sugestões na condução do trabalho.

Ao Prof. João Fábio pelo empenho e contribuição no *abstract*.

A todos os professores do Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Geografia, pelas oportunidades de crescimento e aprendizado. Meu agradecimento aos professores: André, Edvaldo, Cristhian e Tito.

Ao Sr. Camargo e Dona Abgail, pelo zelo, pelas palavras amigas e acolhida em Dourados. Também ao Evandro e à Eliane que me ajudaram na participação de eventos científicos em São Paulo e São José dos Campos.

Aos Sr. Abel e Dona Susi *(in memorian),* pelo apoio, amizade e oração. Dona Susi, que não está presente, teve uma grande participação em minha caminhada.

Ao casal Cida e Grimaldo, pelas horas de conversa, incentivo, apoio e, sobretudo pela amizade.

Aos amigos, que sempre estavam a emprestar equipamentos ou livros necessários para que este trabalho pudesse ser concluído: Timóteo, Tadeu, Cleber, Neuracy e Silmara Martins.

A todos os colegas do Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Geografia, pelos calorosos debates que contribuíram para melhorar nossas idéias e convicções. Em especial, à Silmara, sempre calma e prudente. Ao Stein, o Mauro e aos colegas dos colóquios promovidos pela professora Zezé.

Aos alunos do Curso de Geografia da UCDB e UNIDERP que ajudaram no levantamento de informações.

Aos técnicos e funcionários da Prefeitura Municipal de Campo Grande nos órgãos: PLANURB, SEDEC, ARCA e SEMUR.

À minha esposa Cristina, que sempre depositou confiança, e com carinho e dedicação me auxiliou no término desse trabalho.

Finalmente a DEUS, autor e consumador da fé, que me proporcionou esses momentos e tem me dado força para continuar.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 15

CAPÍTULO 1 – REFERENCIAL TEÓRICO E CONSIDECÕES SOBRE O URBANO 23
1.1. Repensando a cidade e o urbano 23
1.2. A produção do espaço urbano 27
1.3. Centro e centralidade: uma breve discussão 32
1.4. Reestruturação do espaço urbano 38

CAPÍTULO 2 – ORIGEM HISTÓRICA DA CIDADE DE CAMPO GRANDE 42
2.1. Localização e situação de acesso 42
2.2. Aspectos físicos e redefinições na paisagem urbana 45
2.3. Aspectos históricos e a estruturação da nova capital 47
2.4. A nova dinâmica de expansão urbana 53
2.5. Da intensificação da população urbana à dinâmica comercial 61
2.6. Uma análise da centralidade 65

CAPÍTULO 3 – SHOPPING CENTER: O "FENÔMENO" E SUA DIMENSÃO 78
3.1. Shopping Centers: definições e condições de surgimento 79
3.2. Os shoppings no Brasil 85

CAPÍTULO 4 – SHOPPING CENTER COMO EXPRESSÃO DE NOVA CENTRALIDADE E O PROCESSO DE REPRODUÇÃO DO ESPAÇO 95
4.1. A instalação do shopping e os reflexos sobre o centro principal 103
4.2. O processo de redefinição socioespacial das áreas adjacentes 109
4.3. A nova centralidade e seus desdobramentos 113

CONSIDERAÇÕES FINAIS 134

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA 137

ANEXOS 146

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01 – Mato Grosso do Sul, Campo Grande e a área de estudo 44

FIGURA 02 – Campo Grande (2005)

Vias de acesso aos bairros 68

FIGURA 03 – Brasil (1989)

Distribuição dos Shoppings 87

FIGURA 04 – Brasil (1996)

Distribuição dos Shopping Centers Filiados a ABRASCE 89

FIGURA 05 – Brasil (2005)

Distribuição dos Shopping Centers Filiados a ABRASCE 91

FIGURA 06 – Brasil (2004)

Total de Lojas-Âncora 93

FIGURA 07 – Campo Grande (1987 – 1988)

Uso do Solo Urbano 114

FIGURA 08 – Campo Grande (2004)

Uso do Solo Urbano 116

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Campo Grande (1982 – 1990)

Residenciais Construídos pela INOCOOP 56

TABELA 2 – Campo Grande (1969 – 1992)

Conjuntos Habitacionais Construídos pela COHAB 58

TABELA 3 – Campo Grande (1983 – 1988)

Conjuntos Residenciais Construídos pelo PREVISUL 60

TABELA 4 – Campo Grande (1970 – 2000)

Evolução da População do Município 60

TABELA 5 – Mato Grosso do Sul (1993 – 2004)

Total de Estabelecimentos Comerciais 64

TABELA 6 – Campo Grande (1990 – 2000)

Participação do Setor Terciário no ICMS da Cidade em Relação ao Estado (%) 65

TABELA 7 – Brasil – Estados Unidos (1860 – 1960)

Paralelo da Evolução Varejista 82

TABELA 8 – No Brasil (2005)

Dados Gerais sobre os Shopping Centers 92

TABELA 9 – Campo Grande (2005)

Conjunto de Lojas de uma mesma Empresária no Shopping 107

TABELA 10 – Campo Grande (2004)

Pesquisa sobre o Uso do Solo em Ruas Selecionadas 119

TABELA 11 – Campo Grande (2005)

Condomínios Residenciais Próximos ao Shopping 131

LISTA DE FOTOS

FOTO 1 – Conjunto de lojas na rua Antonio Maria Coelho 121

FOTO 2 – Conjunto Empresarial na rua Antonio Maria Coelho 123

FOTO 3 – Conjunto de Lojas próximo ao Shopping 123

FOTO 4 – Sobrado com Loja e Residência 124

FOTO 5 – Novos Serviços em Contraste com Residência Antiga 125

FOTO 6 – Alteração da Fachada e Locação dos Espaços 125

FOTO 7 – Conjunto de Lojas com Arquitetura Antiga 126

FOTO 8 – Conjunto de Lojas com Arquitetura Moderna 127

FOTO 9 – Vista Parcial da Loja da Anita Calçados na Avenida Mato Grosso . 128

FOTO 10 – Loja Gabriela Calçados e Estacionamento na Avenida Mato Grosso 128

FOTO 11 – Olímpica Esportes na Avenida Mato Grosso 128

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A – Dados do Shopping Campo Grande, 4 de maio de 2005 146

ANEXO B – Shopping provoca mobilização dos comerciantes do centro, 13 de outubro de 1989 148

ANEXO C – Shopping muda hábitos da cidade, 17 de outubro de 1989 150

ANEXO D – Mesbla busca classes A e B, [s.d.] 152

ANEXO E – Shopping teve um dia movimentado, 18 de outubro de 1989 154

ANEXO F – Lojas do Shopping Campo Grande, [s.d.] 156

ANEXO G – O Shopping a seus pés, [s.d.] 158

RESUMO

A preocupação norteadora desse trabalho foi de compreender a dinâmica de reestruturação do espaço urbano da cidade de Campo Grande na área onde se localiza o shopping center. Desde a implantação do shopping, a cidade passou por várias transformações no espaço urbano, podendo se referir à mudança de centralidade, onde muitas atividades que antes pertenciam ao antigo centro, agora podem ser encontradas no em torno ao shopping ou internamente ao mesmo. O conjunto de fatores e práticas que condicionaram o processo de redefinição do espaço urbano passa pelo entendimento das novas formas/expressões de centralidade e seu papel no processo de reestruturação do espaço intra-urbano de Campo Grande. Assim, procuramos entender a origem de Campo Grande como uma cidade centralizada e buscamos as possíveis relações com o surgimento da nova centralidade urbana, que é o shopping center. Dessa forma, o presente estudo é o resultado da tentativa de contribuir para uma melhor compreensão do processo de produção do espaço urbano da cidade, bem como entender a dinâmica e as redefinições no uso dos espaços internos da cidade.

Palavras Chaves: Campo Grande; Espaço Urbano; Reestruturação Urbana; Centralidade; Shopping Center.

ABSTRACT

The guiding concern of this work is to understand the dynamic of Campo Grande's urban area restructuring on the surroundings of the shopping mall location. Since the mall's introduction, the city has been through several changings in its urban area, which could be referred to a changing in centrality where many activities once held by the former downtown area, now can be found at or around the mall itself. The set of factors and practices that provide the process of redefining the urban area goes through the understanding of new forms or expressions of centrality and its role in the process of Campo Grande's intra-urban restructuring. Thus, we try to understand the origin of Campo Grande as a centralized city and we seek for the possible relations on the emerging of the new urban centrality, which is the shopping mall. As a result, the present study is the outcome of the attempt to contribute for a better understanding of the process of the city's urban area producting, as well as understanding the dynamic and the redefinitions in the use of the city's inner areas.

Key Words: Campo Grande; Urban Area; Urban Restructuring, centrality, Shopping Mall.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho objetivou analisar o estudo das condições de surgimento do fenômeno shopping center no Brasil, verificando-se as especificidades de sua emergência, estruturação e formas de atuação em Campo Grande na dinâmica de reestruturação do espaço intra-urbano.

Nesse sentido o processo de redefinição do espaço urbano de Campo Grande, considerando as intervenções do setor público e setor privado. Tratamos das dinâmicas que impulsionam o processo de reestruturação do espaço intra-urbano, revelado nas novas formas de centralidade, como também na redefinição dos papéis e funções das diferentes áreas da cidade, tomando como objeto de estudo uma nova forma de centralidade: o shopping center.

Convém ressaltar que a pesquisa é fruto da aproximação com a temática urbana ainda no decorrer do Curso de Graduação, quando tentamos avaliar as práticas vivenciadas no cotidiano da cidade. Partimos, naquela época, do exemplo mais significativo de mudanças na cidade, o shopping center, analisando os fluxos e os fixos e sua localização no interior da cidade.

As discussões resultaram em uma monografia de final de curso tendo como foco o shopping center e o movimento dos usuários do transporte coletivo que faziam uso desse equipamento comercial urbano.

No entanto, as indagações sobre o conjunto de práticas que iriam motivar/condicionar o processo de reestruturação urbana não foram possíveis de

discutir naquele momento, o que nos impulsionou na perspectiva de retomar essas inquietações.

Pensar a cidade, como lugar das trocas, de comércio ou de qualquer outra forma de representação é compreender a sua essência, tentando apreender como essa representação se constrói nos diferentes momentos. A configuração espacial urbana não se dá ao acaso, mas é fruto das intervenções, dos arranjos e das possibilidades criadas/recriadas pelos diferentes agentes.

Essa realidade nos aponta para a necessidade de pensar as dinâmicas, seus agentes produtores e as práticas que redefinem a cidade, dando forma e conteúdo.

Nesse sentido, buscamos durante esta pesquisa compreender a relação histórica da centralidade da cidade de Campo Grande como entendimento maior da sua dinâmica interna ou da configuração do espaço intra-urbano dessa cidade. Consideramos ainda o papel de uma nova forma de centralidade na “valorização” imobiliária e no processo de redefinição das práticas socioespaciais.

Assim, nos reportamos ao que SANTOS (1999) considera ser uma forma de apreender o objeto da geografia, ou seja, entender que a existência real do espaço se dá pelas práticas ou relações sociais. Nesse sentido, tentamos resgatar o processo de redefinição das formas espaciais, os arranjos e as ações que definem a configuração socioespacial urbana.

De acordo com SANTOS (1999), o exercício ou a tentativa de compreender o espaço geográfico, por meio dos fixos e fluxos, é uma possibilidade de trabalho que contribui na compreensão da realidade geográfica. Sobre tal afirmação, o autor, pondera que:

> *Os elementos fixos, fixados em cada lugar, permitem ações que modificam o próprio lugar, fluxos novos ou renovados que recriam as condições ambientais sociais, e redefinem cada lugar. Os fluxos são um resultado direto ou indireto das ações e atravessam ou se instalam nos fixos, modificando a sua significação e o seu valor, ao mesmo tempo em que, também, se modificam.*
>
> *Foi assim em todos os tempos, só que hoje os fixos são cada vez mais artificiais e mais fixados ao solo; os fluxos são cada vez mais diversos, mais amplos, mais numerosos, mais rápidos. (Santos, p.50)*

Acreditamos que essa dinâmica seja capaz de revelar a cidade como estrutura econômica, política e social, no entanto nos faz refletir sobre essas relações e como se reproduzem.

Pensar a produção do espaço e dessa forma compreender a cidade, entender como são engendradas as ações de natureza social, política, econômica ou ideológica, leva-nos a repensar como a cidade se realiza como materialidade.

Dessa forma, no processo de produção da cidade, está dialeticamente imbricado a relação entre as práticas materiais, as ações, no movimento da sociedade em seu cotidiano. Elegemos então o shopping center como um fixo capaz de gerar em torno de si o movimento, ou seja, o fluxo de pessoas, de ações, mais particularmente da mercadoria.

Para LEFEBVRE (2001), a cidade capitalista criou o centro de consumo. A cidade, como um dado prático-sensível e todos os seus objetos, é distinta daquilo que o autor considera o urbano. O urbano deve ser considerado como prática da realidade social, das relações, da construção. No entanto, o próprio autor esclarece a importância e as dificuldades, os riscos de se trilhar tal análise.

CORRÊA (2002) ao delimitar o estudo da cidade como o estudo do espaço urbano, entende que a tarefa não é fácil. Contudo, contribui com uma análise que parte da idéia de cidade capitalista para então compreender que a

produção dos diferentes usos do solo de uma cidade se constitui uma produção espacial ou o próprio espaço urbano.

Sendo assim, devemos de forma cuidadosa perceber a distinção proposta por Lefebvre e com as idéias elencadas de Corrêa, partirmos para uma análise que considere a cidade como local de ação de diferentes agentes, e contudo, não podemos deixar de considerar os conteúdos presentes na cidade, ou seja, o consumo, a venda, os usos, as ações.

Tratamos de compreender a essência do espaço urbano como resultante das realizações imposta pela cidade, percebendo o espaço urbano como produto das relações sociais, da materialidade criada e recriada a cada instante pelos que produzem a cidade.

Nesse sentido, temos o urbano, assim como propõe CORRÊA (2002) como um espaço fragmentado, articulado, reflexo e condicionante social, como um conjunto de símbolos e, ao mesmo tempo, um campo de lutas.

As reflexões fazem-nos ponderar sobre a natureza do urbano em Campo Grande e a forma como a cidade foi/é produzida. Os diferentes agentes sociais em suas ações revelam um espaço fragmentado, marcado por símbolos, produzido sob as matrizes do capitalismo, repleto de processos engendrados por diferentes agentes, configurando assim novas formas socioespaciais.

Sem nenhuma pretensão de esgotar temática de tal complexidade, buscamos entender a lógica de redefinição da centralidade urbana histórica, para então compreendermos a emergência de uma nova centralidade, condição dialética no processo de reconstrução da própria cidade. O enfoque na análise do shopping center como redefinição da centralidade urbana norteou a pesquisa no

sentido de compreender o fenômeno de reestruturação urbana de Campo Grande.

Buscamos refletir sobre a dinâmica e os agentes que constroem, reproduzem e redefinem os padrões espaciais, fazendo de Campo Grande uma cidade com um espaço urbano centralizado, com uma dinâmica orientada pelos fluxos, mas que ao mesmo tempo, se mostra descentralizada, quando tratamos da disposição e assentamentos dos diferentes segmentos sociais no interior da cidade.

Dentro dessa perspectiva, no **Capítulo 1** nos colocamos a pensar a cerca das bases teóricas que orientam o trabalho. Buscamos apresentar uma matriz teórica que contribua no sentido de balizar as interpretações realizadas sobre o centro, a centralidade e o processo de reestruturação urbana. O urbano que propomos considerar neste capítulo inicial, norteará o encaminhamento de nossa discussão para as novas formas/expressões de centralidade.

A reflexão sobre a cidade de Campo Grande está presente no **Capítulo 2**, onde procuramos contextualizar nossa discussão enfocando alguns aspectos históricos ligados a origem da cidade. Contudo, o esforço maior de nossa análise está na estruturação da cidade a partir de 1977, quando ocorreu a divisão do Estado de Mato Grosso e Campo Grande emergiu como capital do Estado de Mato Grosso do Sul.

A busca em compreender as novas dinâmicas socioespaciais estabelecidas, nos remeteu a tentativa de resgate das ações impetradas pelo poder público, assim como os fatores que determinam o espraiamento da cidade e a constituição de áreas não edificadas no seu interior.

Assim, buscamos nos pautar em autores como VILLAÇA (2001), EBNER (1997) e SOUZA (1994) para estabelecermos um referencial de análise das transformações ocorridas na cidade. Reportamo-nos, também, a OLIVEIRA NETO (1999) e LE BOURLEGAT (2000) para compreender os processos presentes na dinâmica econômica e imobiliária da cidade, bem como, nas expressões de centralidade.

No que diz respeito à discussão da centralidade e sua relação com o centro e com as novas dinâmicas estabelecidas, nos baseamos nas reflexões de SPOSITO (1991)

LEFEBVRE (2002) ao apontar a mercadoria como um elemento de uso, de troca, de valor de troca em meio a essa sociedade, ou seja, a mercadoria como um elemento em meio à concentração, provocando de forma orientada a convergência ao centro, pontua sobre o fato de o espaço urbano ser a contradição concreta, lugar marcado por símbolos, valores, e nesse sentido afirma:

> *Qualquer ponto pode tornar-se o foco, a convergência, o lugar privilegiado. De sorte que todo o espaço urbano carrega em si esse possível-impossível, sua própria negação. De sorte que todo espaço urbano foi, é, e será, concentrado e poli(multi)cêntrico. A forma do espaço urbano evoca e provoca essa concentração (2002, p.46)*

A partir dessas possibilidades nos colocamos a pensar sobre as transformações urbanas em Campo Grande, a emergência do shopping e o processo de redefinição do seu entorno, como elementos que refletem as particularidades do urbano, redefinindo os novos eixos de expansão e "valorização" do espaço.

No **Capítulo 3**, discutimos a dinâmica de surgimento e expansão, no Brasil, da nova forma de distribuição varejista, o shopping. Embora não tenhamos

como objetivo detalhar o “fenômeno” em sua dimensão, buscamos traçar um perfil das condições de surgimento, objetivando resgatar o shopping como manifestação das novas formas de centralidade e seu papel na reestruturação do espaço urbano.

Para compreendermos, as interações entre a cidade, o shopping e as novas formas de centralidade, passamos a verificar o papel da reestruturação urbana, que não poder ser vista em separado das relações presentes no sistema capitalista. Sem pretensão de adentrar a teoria do Estado, nos reportamos ao que SOJA (1993) concebe como a coalizão entre o Estado e o capital. Dessa forma, o autor pontua que:

> Mais do que nunca, houve necessidade de intervir para reorganizar o espaço urbano e fazer os sistemas urbanos funcionarem mais eficazmente, com vistas à acumulação de capital e à gestão da inquietação social. Isso introduziu mais diretamente o capital financeiro no planejamento do espaço urbano.
>
> Como resultado de outra rodada de reestruturação, o capital financeiro tornou-se ainda mais significativo na moldagem do espaço urbano, em conjunção não apenas com o capital industrial, mas também, cada vez mais, com o outro agente de regulação e de reestruturação espacial, o Estado. (1993. p.126)

Assim, buscamos refletir sobre a ação do Estado e do capital privado local (associado, muitas vezes, à dinâmica do capital em escala global) na orientação, produção, redefinição do espaço interno da cidade.

No **Capítulo 4**, buscamos compreender as relações estabelecidas no processo de descentralização e centralização de novas práticas, os conteúdos e conseqüente redefinição do espaço urbano.

A expansão territorial de Campo Grande, leva a um processo de espraiamento, contribuindo assim para uma nova forma de assentamento e de uso dos espaços internos da cidade. Uma nova lógica se instaura, apoiada

sobretudo, pela ação do poder público que regula e estimula novas formas de centralidade política, econômica e social.

A definição de novos conteúdos, uma nova configuração social, em um espaço fragmentando e segmentado socioespacialmente são as questões que irão nortear o entendimento da lógica estabelecida a partir da construção de equipamentos públicos como o Parque dos Poderes, Parque das Nações Indígenas e, por outro lado, equipamentos comerciais e empreendimentos privados que são potencialmente centralizados em uma nova área do tecido urbano, o que provoca um processo de reestruturação orientada de forma dialética. Por último, analisamos a redefinição dos espaços em torno do shopping e traçamos um perfil das tendências verificadas a partir da concentração de atividades terciárias e do incremento do processo de produção verticalizada.

Assim, as concepções, aqui elencadas de forma sucinta, fazem parte do referencial e das reflexões travadas durante o processo de pesquisa.

CAPÍTULO 1

REFERENCIAL TEÓRICO E CONSIDERAÇÕES SOBRE O URBANO

O que pretendemos neste capítulo é discutir sobre alguns pontos norteadores que tomamos como referencial na discussão, para então destacarmos aspectos importantes sobre as transformações urbanas na cidade de Campo Grande.

Sentimos necessidade antecipadamente de refletir sobre os níveis de nossa discussão, tais como a cidade e o urbano, partindo de concepções já consolidadas sobre os estudos da cidade e fazendo uma busca no sentido de compreender as transformações engendradas no espaço urbano pela produção capitalista e como o espaço é produzido, apropriado, consumido, ouse seja, redefinido a cada momento.

É nessa dinâmica que surgem as novas expressões de centralidade, sendo ocasionadas pela intensa dinâmica de produção do espaço intra-urbano, sendo possível relacionar tal tendência ao processo contínuo de reestruturação das áreas internas de uma cidade.

1.1. Repensando a cidade e o urbano

A cidade se constitui num espaço marcado pelas relações de troca, tornando-se possível pela intensa concentração que, conseqüentemente, se

expande e pode fazer com que a cidade se especialize em determinadas atividades. (SANTOS, 1997)

A principal função da cidade é de “converter o poder em forma”. (MUNFORD, 1988). O autor vai além quando descreve a cidade em suas formas e funções para então destacar que a cidade atual está marcada pela influência global, ou seja, a cidade está cada vez mais interligada ao mundo exterior e sua existência transcende o lugar para os diferentes lugares do mundo.

À medida em que se analisa o fenômeno da cidade sob as perspectivas elencadas, anteriormente, é necessário repensar em que termos devemos ver a cidade. Será a cidade um ponto isolado, mesmo estando ligada aos fluxos de uma trama urbana ou de uma extensa rede sobre o território.

Para refletir, resgatamos SANTOS (1992) que destaca que forma, função, estrutura e processo são elementos essenciais na compreensão da concretude que ganha o espaço com a ação humana e a acumulação de tempos. Para se compreender a totalidade é necessária uma visão holística com a compreensão dos elementos que interagem constantemente.

Se tomarmos a cidade como forma apenas, não poderemos entender os processos que engendram as transformações. Assim, os processos são fundamentais nas relações entre forma e função que denotam um arranjo espacial, visto e entendido como fato social ou concreto nas formas urbanas.

Para elucidarmos os elementos destacados, recorremos ao que SPOSITO (1998) afirma sobre a produção das cidades ao frisar que não se pode confundir a aparência com a essência, ou seja, as formas aparentemente remetem a um conjunto de significados ideológicos sobre o entendimento da

cidade, mas na essência existem processos extrínsecos e intrínsecos articulados de maneira conveniente para que ocorra a reprodução do capital.

Dessa forma, percebemos que o entendimento da cidade demanda uma compreensão do fato econômico, social, das relações e de sua dinâmica exercida pelas relações de poder na cidade.

De acordo com SPOSITO (1998), a produção das cidades se processa a partir da existência de unidades de produção e de consumo, da diferenciação dos espaços refletida pelas práticas de cidadãos assalariados e capitalistas e, para a concretude das ações que é essencial a presença concentrada do poder político.

Observadas essas características, podemos então verificar a dificuldade na compreensão da cidade, fazendo-se necessária uma ampla discussão ainda sobre a produção da mesma, o que não pretendemos aqui é esgotar tal tarefa, mas delimitar o que pretendemos analisar.

SOUZA (2003), ao enunciar a necessidade de se entender as especificidades e suas causas para entender os fenômenos singulares, afirma que “a cidade é um objeto complexo e, por isso difícil de se definir”. Nas diferentes formas de apreensão da cidade podem ser buscadas na perspectiva de vários estudiosos, como Walter Christaller e Max Weber. O primeiro tem importante contribuição na temática introduzida como localidade central e os níveis de centralidade; o segundo estabelece a relação de mercado afirmando que toda cidade é um local de intercâmbio de mercadorias, fazendo isso como primordial e essencial na apreensão da cidade.

A cidade, como espaço ou forma espacial, é produzida pela ação humana, apropriada também por ideologias, por representações e marcada pela

desigualdade imposta pela estrutura nem sempre revelada, pela apropriação diferencial dada pelas relações capitalistas (SILVA, 1986).

Perceber a cidade em sua estrutura, forma e expressão de modernidade ou não, leva necessariamente a apreensão de que o indivíduo, o sujeito, o usuário, o cidadão, o migrante faz da cidade, seja pela sua condição ou ocupação que o mesmo usufrui o espaço nessa forma espacial. (LE BOURLEGAT, 2000)

Nesse sentido, a localização dos objetos ou da infra-estrutura presentes na cidade fazem-se entender somente pela condição que o indivíduo desfruta e sua situação em relação à produção do espaço. Sua permanência e sua visão da cidade serão diretamente influenciadas pela sua localização no tecido urbano, bem como pela forma como o mesmo acessa os “símbolos” presentes na cidade.

Para entender as relações conflitantes e as demandas no compreender da cidade é possível delinear caminhos para uma apreensão das relações existentes nessa forma espacial, para tanto se tem como princípio elucidar as conseqüências dos processos espaciais, socioeconômicos e políticos que modelam e estruturam as formas internas da cidade. (LE BOURLEGAT, 2000)

Assim, é necessária a delimitação dos fenômenos pretendidos, para tanto as dimensões a serem estudadas estão diretamente relacionadas com aspectos escalares, seja no âmbito da cidade, da região, do território ou mesmo da dimensão global como forma espacial ou forma econômica, representada pela dinâmica dos fluxos de capitais e das interações socioeconômicas.

1.2. A produção do espaço urbano

As constantes transformações pelas quais passam as cidades na atualidade levam a sociedade a pensar que caminhos se pretende para melhorar os rumos da vida urbana.

O discurso de desenvolvimento das cidades traz no seu bojo toda uma carga de valores e idéias concebidas pelos planejadores que levam uma parcela da cidade a presenciar a evolução do espaço urbano como sinônimo de desenvolvimento e melhoria. Não é para menos que o indivíduo que vive numa cidade aspira, pela influência do discurso político e econômico, às obras que se processam no meio urbano ou na cidade.

A cidade estabelece fluxos e reafirma papeis na rede urbana, ou pelas definições intra-urbanas que estimulam uma organização racional dos lugares de trabalhar, de morar e de consumir, do lazer e do lúdico.

Devemos, então, fixar nossa atenção, *a priori,* em função do nosso objeto de pesquisa, nas relações intra-urbanas não deixando de lado as influências da dinâmica regional, nacional e até mesmo globais que impulsionam as transformações engendradas pelo capital no espaço urbano. Vejamos, então, como SANTOS analisa tal questão:

> *O espaço urbano reúne áreas com os mais diversos conteúdos técnicos e socioeconômicos. A exemplo da biodiversidade podemos, aqui, falar de uma diversidade socioespacial, encaixada em ecologias sociotécnicas recriadas ao longo da historia urbana e ampliadas no momento atual. É isso que assegura as cidades – sobretudo as grandes – a possibilidade de acolher atividades as mais diversas, realizadas segundo os mais diversos níveis técnicos, de capital e de organização. Desse modo, tais cidades abrigam todos os tipos de capital e todos os tipos de trabalho. É esta, aliás, sua riqueza. (1999, p.245)*

Se entendemos que o espaço urbano em sua plenitude é resultante de acúmulos históricos de tempos, necessariamente verificamos as marcas e símbolos deixados em diferentes lugares da cidade. Não é por acaso que

constantemente anunciam-se conflitos na luta pelo espaço urbano, seja pelo lugar de moradia, de trabalho, da liberdade, mas também pela acessibilidade ao conjunto de infra-estrutura, equipamentos e serviços que o cidadão necessita para gozar a urbanidade que lhe é tão vendida.

Para SOUZA (2003), o espaço social não é um simples dado, mas sim um produto das relações sociais. Assim, a configuração espacial reflete de maneira direta a sociedade que as criou, que modelou as formas e deu funcionalidade a cada objeto, determinando assim o acesso direto ou não de toda a cidade.

O espaço, então, como lugar de disputa pelo poder, seja de manipulação ou de produção, torna-se um território como campo de forças, representado pelos símbolos urbanos, por um imaginário carregado de intencionalidade e ideologia.

O embate no pensamento do cidadão sobre o crescimento urbano está posto e rompe com a inquietação. Se a cidade cresce tanto em extensão territorial, se tantas novas avenidas e ruas surgem, ou seja, pela dimensão assustadora das grandes construções de engenharia para dinamizar os fluxos, seja também pela intensa verticalização dos centros urbanos, e até de áreas como os subcentros, traduzindo assim um crescimento que não é real a toda a cidade, é necessário evidenciar que o urbano, como “fenômeno”, acontece assim como vem historicamente se fazendo real.

É claro que o real, o racional não está posto na plenitude para todos, pois o espaço urbano, assim como já foi mencionado é condicionante e porque não, reflexo social. O espaço urbano é, assim como as cidades, o reflexo da combinação conflituosa entre tempos longos e curtos, de papéis estabelecidos e

redefinidos a cada instante e transformam, realizam e satisfazem o cotidiano urbano. (SPOSITO, 1999)

O espaço urbano que se pretende aqui considerar é fruto das relações e interações sociais em um sistema capitalista, identificado pelos conjuntos de áreas que compõem uma cidade e serviços necessários à realização do cotidiano urbano, atividades comerciais, industriais, zoneamentos de uso do solo, dinâmica econômica e bancária, a ação do poder público, a realização efetiva ou não da almejada qualidade de vida pelos moradores, toda a infra-estrutura, enfim, esse conjunto de elementos e fatores que denotam uma expressão territorial, que chamamos de espaço urbano.

As inquietações elencadas demonstram o que CORRÊA (2002, p.11) esclarece como sendo o espaço urbano, ou seja, *"fragmentado e articulado, reflexo e condicionante social, um conjunto de símbolos e campo de lutas".*

Tais considerações estão intrinsecamente relacionadas ao processo dialético de compreensão das formas, estrutura e função das expressões espaciais, ou o urbano propriamente dito, acontecendo sob o viés de uma sociedade de classes, extremamente desigual e excludente, engendradas pelas estruturas capitalistas de produção e sustentadas pela produção diferencial das relações de produção (MORAES e COSTA, 1987).

CORRÊA (2002) observa que a produção do espaço urbano é efetivamente garantida pelo conjunto de ações engendradas na organização espacial, fazendo-se realizadas por meio da ação dos agentes, a saber:

> *a)os proprietários dos meios de produção, sobretudo grandes industriais;*
> *b)os proprietários fundiários;*
> *c)os promotores imobiliários;*
> *d)o Estado e*
> *e)os grupos sociais excluídos.*

> *No estágio atual do capitalismo, os grandes capitais industrial, financeiro e imobiliário podem estar integrados indiretamente ou diretamente, neste caso em grandes corporações que, além de outras atividades, compram, especulam, financiam, administram e produzem espaço urbano. (2002, p.12-13)*

O processo de produção do espaço a partir das relações de trabalho, de apropriação, das contradições, da reprodução do espaço urbano e, sobretudo da maximização da renda retirada do uso da terra e dos objetos alicerçados sobre essa, impulsiona um processo contínuo de concentração e descentralização da produção, pela qual propicia-se a reprodução ampliada do capital, ápice do desenvolvimento desigual. (CARLOS, 1994)

O espaço urbano passa a ser produzido, via de regra, pelos conflitos inerentes à produção desses espaços. De um lado, o poder privado das grandes instituições, de outro, a população de poder aquisitivo e aquela que depende das ações desses grupos.

Conforme aponta KOSMINSKY e ANDRADE (1996), o Estado está no centro e intermedia todas as relações sociais, por meio da burocracia existente no meio estatal e da burocracia advinda do meio privado. Ambas monopolizam informações e controlam as decisões que vão influenciar o comportamento e o assentamento da sociedade sobre o espaço urbano.

Para CARLOS (1996), o estado toma para si o crescimento, definindo as estratégias de produção do espaço, a partir de recursos inerentes ao seu território ou com a participação do capital das multinacionais. Assim, o estado administra toda a ação em seu território. Sob seu comando, o “crescimento” e o “desenvolvimento” traduzem-se em grandes obras, melhorias que são tratadas como benefício social, mas que carrega internamente um forte conteúdo ideológico de dominação. A autora destaca que na obra e pensamento de

Lefebvre, o estado tem uma ação ordenadora e reguladora que tende a se estabelecer, tomando o espaço como lugar de acumulação, produto e instrumento, muito mais que uma simples mercadoria, mas um instrumento político.

Reportamo-nos também ao que CALIXTO (2000) aponta como sendo uma “difusão de ideologias e de estilos de vida” aparelhados a um sistema ligado à produção do espaço.

Dessa forma, o espaço não é apenas produzido sob forma de materialidade, mas também por meio de símbolos, valores, interesses, *status* de morar e de freqüentar lugares. Assim o espaço urbano é produto e obra em constante processo de apropriação.

HARVEY citado por MARICATO (1997), esclarece de forma contundente que o capital imobiliário pode ser dividido entre os que exploram a cidade para se apropriar da renda da terra e os que obtêm lucro com a produção do espaço. Em primeiro, estão os proprietários de terras, ou de imóveis e incorporadores. Em segundo, aparecem as construtoras e as financeiras. Ambos desfrutam e se organizam no espaço urbano, direcionando e intervindo no planejamento e na execução de projetos. Tal situação é evidenciada na luta de forças travada entre os especuladores e a população que está, muitas vezes, à margem desse processo.

Nesse sentido, as transformações ocasionadas pela intensa dinâmica do capital sobre o espaço urbano, como reflexo dos aspectos da centralidade e da reestruturação do espaço urbano, tomando como partida a localização do shopping center em Campo Grande.

1.3. Centro e centralidade: uma breve discussão

O centro é o nó do sistema de circulação, ou seja, o ponto de convergência e divergência dos fluxos internos de uma cidade. É também o local de encontro das principais atividades, onde todos se dirigem em razão de inúmeras facilidades ou exigências, seja pelo lazer ou pelo trabalho. Com a expansão do centro, surgem novas formas de centralidade que irão redimensionar os fluxos em função das dinâmicas econômicas, financeiras e sociais. Dessa forma, surgem áreas (centros) para atender os mais diversos fluxos internos da cidade, tanto para as camadas mais abastadas como para aquelas de menor poder aquisitivo. (SPOSITO, 1991)

É nesse contexto que desponta a nova forma/expressão “centralidade” no espaço urbano, pois o shopping center é capaz de reverter para si, como já mencionado, investimentos dos mais diversos setores, uma vez que o empreendimento é de tal forma planejado e estruturado que reúne a idealização do capital financeiro, comercial e imobiliário que irá, através de suas estruturas, recriar novas localizações, pressionado o poder público a interagir e a facilitar o acesso de trabalhadores, compradores, investimentos, novas áreas de lazer; a retirada de formas antigas e o reforço do novo, com o avanço da modernização dos equipamento urbanos. (LE BOURLEGAT, 2000)

De acordo com CORRÊA (1998), pode ocorrer o surgimento de novas formas de descentralização, com a iminência de subcentros comerciais em áreas especializadas, de maneira espontânea, contudo, formas planejadas surgem com o crescimento do centro.

O destaque é para o shopping center que tende a concentrar as atividades terciárias. A prestação de serviços diversos passa a se realocar em

torno desse empreendimento, formando assim um processo de redefinição do espaço urbano resultante da diferenciação no uso. A inserção do shopping center em Campo Grande, promove uma reorientação na produção do espaço intra-urbano, bem como serão engendradas ações no sentido de estabelecer ou manter os fluxos desse novo empreendimento no contexto da cidade.

Cabe também ressaltarmos a importância de tais considerações na medida em que esse tipo de empreendimento ocasiona alterações profundas, trazendo mudanças sensíveis no uso e na ocupação do solo, redefinindo o espaço e estabelecendo condições para o futuro, com a valorização de áreas que anteriormente não passava' de um fundo de vale desocupado para torná-las altamente "valorizadas" e disputadas por serviços, sobretudo, pelos grandes empreendedores imobiliários.

Para entendermos a dinâmica da centralidade, é necessário que se retome o entendimento do que seja o espaço urbano. Assim, reiteramos a abordagem inicial, na qual nos reportamos a CORRÊA (2002), para salientar aspectos importantes do entendimento das questões urbanas.

É conveniente, portanto, um destaque das características descritas pelo autor, em que se pode registrar a relação e interação da face fragmentada e articulada do espaço urbano, que, evidentemente, poderá ser uma máxima no sentido de compreender a diferenciação observada em diferentes áreas, ou a fragmentação oposta à idéia de junção. Ou seja, a idéia de que o espaço urbano é para todos e de todos, como ocorre em muitas afirmações, não passa de discursos que tentam mascarar os reais interesses dos diferentes agentes que produzem o espaço ou dos promotores e financiadores do espaço urbano.

A compreensão do fato de considerarmos o campo simbólico e o reflexo das relações estabelecidas no urbano perpassa por uma outra discussão dentro das relações de uso e apropriação do espaço. É, pois, de suma importância não desconsiderar o entendimento de que no espaço urbano ocorrem as relações de trabalho, produção, reprodução e consumo que irão, de certa forma, determinar o papel de cada cidadão e os significados advindos dessas interações. Outro fator a ser considerado é a concentração encontrada nas áreas centralizadas. Para tanto, a máxima é a aglomeração, ou seja, agrupar atividades diversas com características similares e de natureza distinta que geram um atrativo interessante e o aumento do fluxo que, por sua vez, só é possível com uma forte acessibilidade.

Outros autores como RAMIRES (1998) e BIENESNSTEIN (2002), o primeiro tratando da relação entre verticalização e centralidade, inserindo a idéia e a relação de áreas centrais com a “valorização”, uso e reprodução do capital imobiliário, retrata bem as idéias elencadas acima; o segundo, ao analisar a essência do fenômeno capitalista em sua versão contemporânea e histórica, traduz de maneira muito clara a forte ligação dos shoppings com a economia de aglomeração como uma saída ou descentralização dos centros antigos, para uma renovação que realimenta toda uma reestruturação urbana, partindo da produção, do consumo, da distribuição e da troca e circulação previamente planejada e articulada de modo a assegurar ganhos maximizados.

As grandes vias de acesso, a familiarização e a disseminação do uso de veículos particulares associados aos transportes de massa, juntos oferecem condições interessantes para a reprodução de novas centralidades inicialmente

alocadas a um público exclusivo, que pode ou não se ampliar-se em detrimento da lógica e da interação com fatores locacionais.

Para SPOSITO (1991), o negar da concepção de centro único recria a própria centralidade, com o surgimento de novas estruturas, novas formas produtivas de espacialização e especialização de atividades no interior da cidade.

A centralidade é um reforço da existência do centro único, que como força do próprio capital e das ações engendradas pelos agentes sociais, ocasiona o deslocamento de novas formas de reprodução, monopólios, concentração de atividades e funções e para ir um pouco além, reproduzir as diferenciações sociais inerentes a uma sociedade desigual, reflexo das relações de produção, trabalho e consumo.

Do ponto de vista econômico, a centralização reflete a ampliação e a maximização do consumo, base para a reprodução de valores e mercadorias. Não podemos, portanto, desconsiderar as proposições da autora quanto ao caráter ideológico e estratégico, por sinal, muito bem trabalhados nessa sociedade. O shopping center é equipamento comercial urbano que aparece como uma nova expressão de centralidade urbana, seja pelas atividades desenvolvidas em seu interior ou por aqueles que se alocam em torno desse equipamento.

Dentre os fatores significativos que identificam tal caracterização, alguns são facilmente observáveis, como a localização próxima às grandes vias de acesso ou avenidas, as vastas áreas de estacionamento, a acessibilidade por diferentes meios de transporte, a revitalização da área em torno do mesmo, as grandes áreas de terrenos vazios para posterior ocupação e reordenamento de avenidas e atividades culturais.

Outras concepções não são muito difundidas, como o forte esquema de planejamento e o estudo prévio da área de execução e implementação, os interesses de diferentes grupos econômicos, a associação e a conjugação de variáveis importantes como a aproximação e a fusão do capital imobiliário/financeiro/comercial, cuja consolidação será de suma importância à participação do poder público, ou seja, cabe ao estado, de certa forma, formalizar parcerias e assegurar as mudanças e implementação de serviços e infra-estrutura, em função da necessidade imediata de ampliação das amenidades arquitetônicas e da mobilização das forças ideológicas capazes de promover a aproximação daqueles que produzem, mas que de forma excludente são chamados a participar de maneira diferenciada do consumo nesse espaço.

Cabe aqui salientar que grande parte da sociedade, a de poder aquisitivo menor, só poderá participar pela possibilidade ou não da ampliação do acesso por meio de estruturas coletivas de transporte público.

Faz-se necessário ainda indicar a direção dessas transformações impulsionadas pelo shopping. Dessa forma, destacamos o que PINTAUDI (1987) considera contraditório, mas, por outro lado, elementar, ao ressaltar uma forte tendência e relação dos shoppings com períodos inflacionários e uma estreita identificação com a formação de monopólios, como o caso dos grandes grupos responsáveis pela administração dos shoppings no Brasil.

Do ponto de vista do capital, está em questão o processo de centralização e concentração dos capitais para minimizar custos e perdas e maximizar ganhos com o aumento dos fluxos, possíveis somente em cidades ou centros urbanos com marcante concentração de população e investimentos de empresas.

A implementação desses empreendimentos gera grandes investimentos. Sendo assim, o financiamento é algo preponderante na execução. No entanto, os dados fornecidos por PINTAUDI (1988) demonstram que a maior parte dos shopping centers construídos até 1987 era financiada por instituições financeiras ligadas ao governo. Assim, é oportuno considerar que tal investimento é extremamente vantajoso na medida em que as áreas internas do shopping jamais são vendidas, mas sim, alugadas.

Dada a continuidade de ações engendradas pelo shopping como um todo, a que é perceptível a todos os integrantes da sociedade é a “valorização” das áreas internas ou externas, como coloca a autora citada. Dessa forma, podemos dimensionar aquilo que se tornou uma forte tendência nas grandes e médias cidades, o processo de verticalização e a venda de áreas como mercadoria ou reprodução dos valores de uma única área em várias. A “valorização”, assim como a renovação arquitetônica, é contínua.

Dentro das perspectivas apresentadas, foi possível estabelecermos uma idéia em conjunto sobre o espaço urbano e a noção de centralidade ligada aos fatores econômicos da reprodução do capital. Resta-nos ainda pensar sobre a dinâmica da reestruturação do espaço. Para tanto, iremos considerar o que MONTESSORO (1999) indica como caminho para a reflexão e análise do processo histórico de reconstrução e renovação da cidade.

Nesses termos, é fundamental pensarmos a lógica embutida no uso dos espaços velhos e novos, a intensa e contínua renovação dos espaços, a forte mobilidade e acessibilidade dos transportes intra-urbanos e a redefinição do uso da cidade. A idéia da autora reforça ainda a retomada na definição e dinamização do centro no decorrer da história e sua relação com a própria cidade.

Ainda é possível identificarmos aquilo que, em momentos anteriores, com outros autores citados, pudemos estabelecer o vínculo teórico no sentido de entendermos a reestruturação pela disposição e o uso dos espaços, seja para morar ou para consumir. É nessa perspectiva que consideramos a fragmentação da cidade e do urbano.

1.4. Reestruturação do espaço urbano

A reestruturação se processa de acordo com uma considerável concentração de empreendimentos e suas respectivas relações produtivas no lugar. Dessa forma, os shopping centers, por apresentarem modalidades essencialmente comerciais, irão ocasionar aquilo que se visualiza nas cidades que contam com sua presença, uma forte dinamização e um forte redirecionamento da centralidade em função do novo e paralelamente ao antigo, não importando o lugar ou a área, desde de que os fatores locacionais de garantia sejam estabelecidos.

Assim, áreas, que tradicionalmente não eram “valorizadas” do ponto de vista imobiliário, e sequer desfrutavam de uma possível previsão de melhora, podem converter-se no novo centro, mas é preciso que compreenda a lógica da apropriação e localização dos espaços para a garantia da reprodução do valor da terra, ou seja, do próprio solo e da reestruturação que poderá acontecer.

De acordo com GOTTDIENER (1993), a relação conflituosa de reestruturação sócio-espacial deve ser analisada com cuidado, pois se entendemos que todas as ações são engendradas pelo capital é preciso diferenciar que a produção e a estruturação nem sempre atendem a todas as camadas e setores produtivos capitalistas. Dessa forma, conforme aponta o

próprio autor, entre as diferentes linhas de pesquisas e abordagens marxistas sobre o espaço urbano ocorrem divergências. A idéia de que necessariamente não se pode ver sob um mesmo viés a acumulação e ou a reprodução do trabalho no urbano. O autor aponta:

> *Certos aspectos do espaço são funcionais para frações de capital, enquanto outros não são. A maneira desordenada como ocorre a reestruturação sócio-espacial é especialmente disfuncional pra determinadas frações de capital, bem como para a classe trabalhadora, tornando assim a própria produção do espaço um elemento a mais na natureza antagônica das relações sociais capitalistas.*
> *... tanto a reestruturação social quanto a espacial foram ocorrendo conjuntamente e por algum tempo. De fato, a hegemonia das relações capitalistas tardias requer a reestruturação do espaço exatamente tanto quanto este depende das forcas sociais daquelas. (1993, p. 230)*

A reestruturação é entendida como uma medida necessária para algum segmento social, ou mesmo pretendida pelo impulsionamento das ações planejadas e com forte conotação ideológica de “desenvolvimento” urbano.

A burocracia estatal aliada à burocracia dos empreendedores é capaz de recriar lugares, refazer espaços e sem a participação efetiva da sociedade. Uma breve advertência encontra-se em VALLADARES e PRETECEILLE, ao constatar que:

> *É preciso ressaltar, no entanto, que tal revalorização se limita a certos espaços, a certas atividades e a certas categorias sociais. E que outros processos de transformação estão em curso nas cidades – reforço da centralidade, crescente fracionamento sócio-espacial e segregação urbana, elitização de bairros (gentrification) e expansão da pobreza urbana, aumento da violência e da delinqüência, esgotamento de regiões inteiras e crescimento de outras, aumento das atividades informais e expansão do trabalho desqualificado.* (1993, p.12)

Com a dinâmica do capitalismo, as formas espaciais internas da cidade transformam-se com a influência de equipamentos urbanos colocados pelo poder público associado às novas formas de comércio que vão surgindo para atender aos diferentes consumidores, o urbano vai rapidamente absorvendo essas transformações, realizando um movimento contínuo de reestruturação do espaço.

O processo de reestruturação é contínuo, realizado pelos agentes produtores do espaço urbano, seja de maneira ordenada ou de maneira particularmente especulativa, criando novas formas espaciais, provocando o deslocamento de pessoas e influenciando a dinâmica de “valorização” das áreas da cidade.

Esse processo é desigual e não obedece a uma lógica social ou estatal necessariamente. Embora em muitos casos, o agente seja o próprio poder público, existem interações capazes de recriar espaços até então “abandonados”, pressionando o poder público a contribuir, sob a égide do desenvolvimento, no intuito de beneficiar a população que acessa o consumo das áreas de uma cidade, como também reafirmar a idéia de desenvolvimento e geração de empregos às camadas mais carentes da população.

As novas expressões de centralidade ou a emergência de subcentros comerciais em diversos pontos do espaço intra-urbano pressionarão os planejadores a reordenarem o acesso, abrindo novas vias, alargando ruas, gerenciando setores, refazendo os princípios de zoneamento, enfim, podemos dizer que, de uma forma ou de outra, tais processos devem ser analisados com cuidado, pois à medida que tais dinâmicas se tornam presentes, a estruturação de novos espaços torna-se evidente e demonstra uma nova ordem urbana, centralizando funções e expulsando as antigas, seja pela ação do poder público ou imposta pela própria dinâmica comercial e econômica.

Para MONTESSORO (1999), a reestruturação urbana pode ser avaliada a partir da disseminação do shopping no espaço urbano, promovendo uma total reutilização de espaços, transformando totalmente a circulação interna e estabelecendo novos fluxos. Mudam-se as concepções de centro como lugar

polarizador da cidade, passam a existir vários centros, especializados ou não, intenso ou sem tanta intensidade, podendo destacar o papel exercido não só pela atividade comercial, mas pela capacidade de gerar fluxos até o lugar.

CAPÍTULO 2

ORIGEM HISTÓRICA DA CIDADE DE CAMPO GRANDE

Procuraremos, neste capítulo, traçar de maneira sucinta as características que justificam a configuração da cidade, procurando estabelecer parâmetros que possam nortear a condução deste trabalho no sentido de compreender a centralidade e concentração de atividades que surgem na dinâmica econômica da capital do Estado de Mato Grosso do Sul.

Dessa forma, abordaremos aspectos ligados à localização, às atividades econômicas, à ação do poder público, bem como traçaremos e pontuaremos marcos importantes nas décadas que precedem a criação do estado e a definição da cidade como capital.

Sendo assim, tentaremos, não de maneira minuciosa, mas com precaução ressaltar fatos políticos e econômicos que de certa forma influenciaram a condição de centralidade urbana.

2.1. Localização e situação de acesso

Com uma área de 8.096 Km^2, o município de Campo Grande encontra-se numa situação privilegiada. Está na porção central do estado que divide as duas bacias hidrográficas de grande importância no contexto nacional, Bacia do Paraguai e Bacia do Paraná, com uma altitude de 532 metros e delimitada pelas coordenadas 20º26’34´´ latitude Sul e 54º38’47´´ longitude Oeste, representa uma

área de 2,26% do total de área territorial do estado de Mato Grosso do Sul. (PLANURB, 2003)

A cidade limita-se com municípios de expressão econômica voltada para a agropecuária regional, sendo ao Norte, o limite com o município de Jaraguari, ao Sul com Nova Alvorada do Sul e Sidrolândia, a Leste, com Ribas do Rio Pardo, Terenos a Oeste. Além da área urbana, compõem ainda o município, os distritos de Anhanduí ao Sul e Rochedinho ao Norte, ambos considerados como Regiões Urbanas para fins de planejamento, conforme a Lei complementar nº 5 de 22 de novembro de 1995 (PLANURB, 2003). (ver Figura 1)

A acessibilidade, por de meio rodoviário ao município, é feita por intermédio de rodovias de cunho fundamental para a economia do estado, como também no âmbito nacional, como é o caso da BR 163, que é considerada importante para o escoamento da produção do local e de estados vizinhos como Mato Grosso.

Outra rodovia fundamental é a BR 262, que liga o município ao estado de São Paulo, fazendo-se essencial na ligação com os municípios que compõem a Bacia do Pantanal. Por sua vez coloca-se como via de destaque, na ligação com o interior, a BR 060 que liga Campo Grande às cidades do interior na porção Oeste do estado.

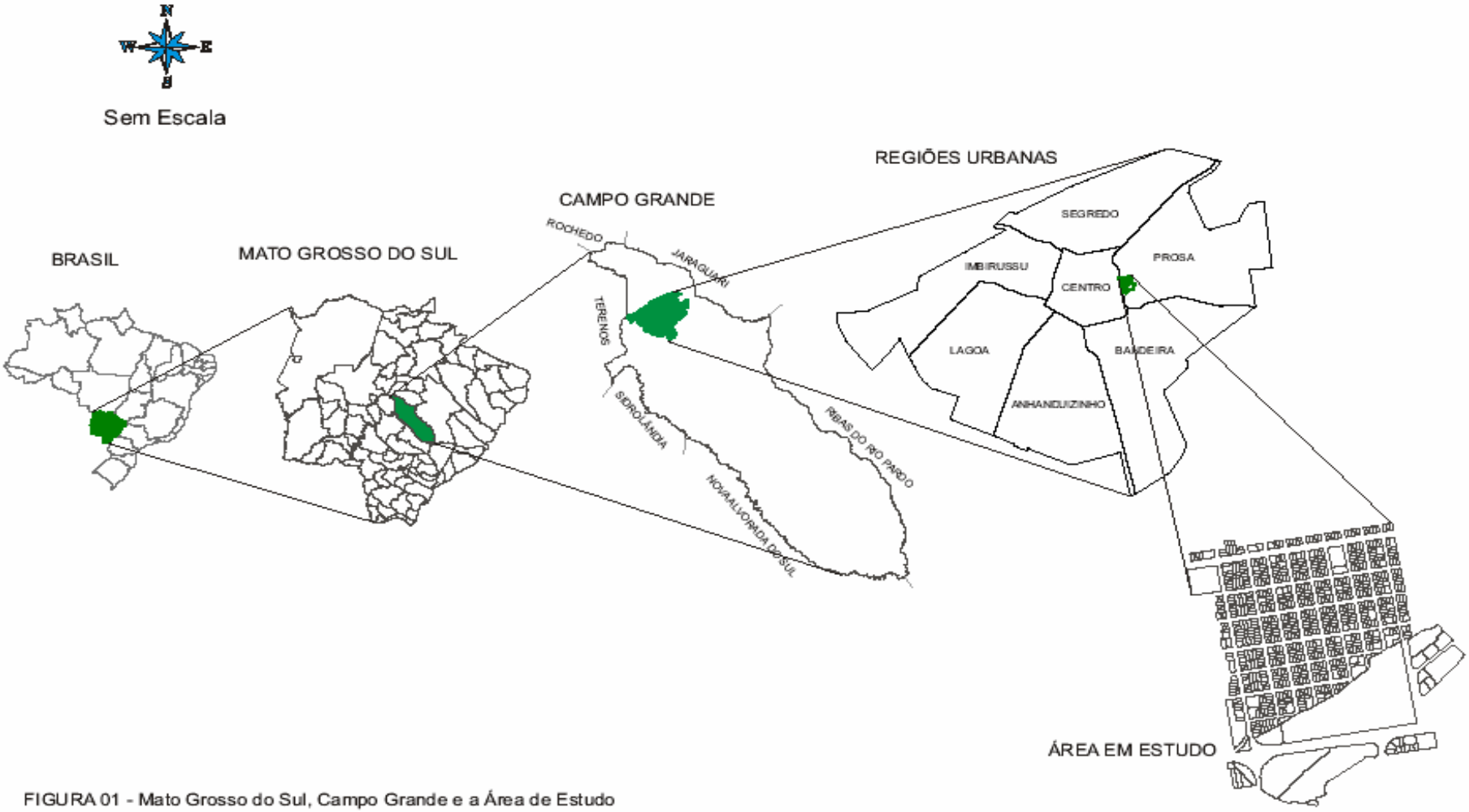


FIGURA 01 - Mato Grosso do Sul, Campo Grande e a Área de Estudo
FONTE: Campo Grande - MS 2004 - Sistema de Informações Geográficas, IBGE
ORG: Silva, Nelson Cesário

A ferrovia na atualidade executa transporte de carga, embora exista plano para a reativação do “antigo trem do pantanal”, como linha turística de ligação da capital com o município que compõe a área turística do Pantanal.

Outra forma de acesso que ganhou notoriedade nos últimos anos é o transporte aéreo, em função de atividade econômicas recentes como a instalação do ramal do gasoduto e o fluxo intenso de turistas que passa pela cidade.

Historicamente, a cidade de Campo Grande se caracterizou como um centro aero-rodo-ferroviário e entreposto comercial de maior importância no antigo estado de Mato Grosso. (LE BOURLEGAT, 2000)

Tais características foram sendo constituídas ao longo do tempo pelas ações do governo que irão aumentar a infra-estrutura urbana com a ampliação das rodovias, também pela instalação do comando militar, bem como o surgimento de uma maior concentração populacional e dinâmica comercial.

2.2. Aspectos físicos e redefinições na paisagem urbana

Dentre os fatores físicos que se destacam na cidade de Campo Grande, vale ressaltar os córregos que cortam o perímetro urbano, com atenção para o Córrego Prosa e o Córrego Segredo. De acordo com os relatos e escritos históricos, encontro desses córregos marcam o ponto inicial de surgimento e expansão da área urbana do município.

No ano de 1999, o Planurb, com base nos Planos Locais desenvolvidos em cada uma das regiões urbanas do município, juntamente com os representantes dos Conselhos Regionais e Conselho Municipal de Desenvolvimento e Urbanização – CMDU, estabeleceu, com o apoio de estudos

detalhados, a criação de Áreas de Interesse Ambiental (AIA) e Áreas de Interesse Cultural (AIC), ambas com o objetivo de preservar e conservar patrimônios considerados importantes para a população e para a municipalidade como um todo.

Prioritariamente, as nascentes são consideradas como ponto inicial de partida para o trabalho e depois áreas verdes são enquadradas nos estudos, como o Parque do Prosa, o Parque das Nações Indígenas, a Reserva Ecológica do Parque do Poderes e a nascente do Córrego Prosa, todas essas em uma mesma região urbana da cidade.

Dentre outros aspectos que merecem atenção estão: o clima predominantemente Tropical, solos que variam do latossolo vermelho escuro, latossolo roxo, areias quartzosas e solos litólicos de pouca profundidade.

Juntamente com as feições geomorfológicas com predominância de áreas suavemente onduladas, solos frágeis e a retirada para ocupação de imensas áreas de Cerrado, tornou possível o aparecimento de vários pontos com erosões e voçorocas no município que, de maneira geral, têm sido controlado com obras de pavimentação e reurbanização dos fundos de vale.

Vale salientarmos que dessas áreas, uma das mais importantes é a região urbana do Prosa, que não é nosso foco de estudo, porém é nessa área que surgem grandes alterações na paisagem, como é o caso do entorno do shopping.

O crescimento da população nas décadas de 1970 e 1980 resultou na procura por loteamentos e moradias, dessa forma surgiram áreas de ocupação irregular ao longo dos cursos dos córregos. O poder público passou a intervir no

sentido de reurbanizar e “valorizar” essas áreas que pelas características físicas eram inundadas periodicamente.

Dentre as áreas inicialmente reurbanizadas, destacam-se as ruas Maracaju, o Córrego Segredo, Anhanduizinho que estão mais próximas do centro da cidade e sofrem intervenções, pois prejudicavam as atividades comerciais e o transporte urbano executado nesses locais. Foram executados trabalhos de retificação e cobertura dos canais em alguns pontos, como é o caso da rua Maracaju.

Recentemente percebemos a canalização do Córrego Prosa, desde o contato com o Córrego Segredo e a jusante em direção ao Parque das Nações Indígenas, no encontro com o Córrego Sóter. A canalização provocou um redirecionamento das atividades comerciais ao longo das avenidas próximas ao córrego, bem como percebemos que a avenida Fernando Corrêa do Costa acompanha o traçado retificado do Córrego Prosa do centro até o shopping.

Também com o Projeto Sóter criou-se a abertura e a continuidade entre a avenida Afonso Pena, “Via Park” e Mato Grosso com os bairros em direção ao Norte da cidade. O trecho do córrego foi alterado, houve a remoção de famílias dessas áreas e a construção de parques, alamedas, dentre outras obras de infra-estrutura que provocaram uma rápida valorização da área.

2.3. Aspectos históricos e a estruturação da nova capital

A importância da cidade de Campo Grande, mesmo antes da criação do estado de Mato Grosso do Sul, é destacada nas diferentes literaturas encontradas a respeito da divisão do estado.

A proximidade com o estado de São Paulo fazia com que, desde o princípio, a cidade desenvolvesse uma intensa atividade de entreposto comercial com o interior e as grandes cidades brasileiras da região Sudeste.

De acordo com dados do PLANURB (2003), a cidade de Campo Grande constituiu-se município no ano de 1889.

> *... a Vila de Campo Grande sendo enquadrada na categoria de município, regida por administração pública. Definindo sua vocação de entreposto comercial, insere-se na tendência de uma nova forma de urbanismo que atinge as cidades por todo o país.*
>
> *No final do século XIX, consta que Campo Grande tinha 600.000 habitantes e, já na condição de vila, teve prescritas as primeiras normas para sua expansão, ocasionada peal vinda de novos moradores que se intensificava com o passar dos anos. (2003, p.18)*

O desempenho econômico e a atração migratória já intensificados na cidade existir justamente pelo seu papel frente às demandas econômicas existentes em função da dinâmica das rotas comerciais a que a cidade estava inserida.

Conforme WEINGARTNER (1995), dentre os fatores que deram a Campo Grande um forte poder de atração foi a decadência das minas de Cuiabá e posteriormente a atividade pecuária dos campos de Vacaria que se expandira para a região do Sul, com forte tendência à monopolização do trânsito e o intercâmbio do interior do continente com as áreas litorâneas.

Por outro lado, a circulação do comércio regional oriundo do extremo Sul, juntamente com o comércio proveniente do porto em Corumbá e a atividade desenvolvida na região da Vacaria, criação de gado, possibilitou uma centralidade maior na rede urbana regional.

Mas o quê de fato consolidou papel de centro polarizador da porção Sul do antigo Mato Grosso foi a instalação da ferrovia Noroeste do Brasil, ligando o estado de São Paulo ao município de Corumbá, passando por Campo Grande e

tornando-a o centro de distribuição dos produtos manufaturados e a saída de produtos como o gado que era a atividade importante naquele momento. Sobre essa questão, LE BOURLEGAT destaca que:

> *A posição de Campo Grande, de centro nevrálgico junto às principais rotas de comercialização foi consolidada, com a passagem dos trilhos da estrada de ferro Noroeste do Brasil, projetando-a à condição de cidade.*
> *Após a passagem da ferrovia, transformou-se no maior entreposto comercial de gado do estado, ligado aos mercados de São Paulo.*
> *Acabou sendo a cidade escolhida, não só para sediar a diretoria da Estrada de ferro Noroeste do Brasil, como o Comando Militar do Mato Grosso do Sul, em 1921. Em 1910, tornou-se sede de comarca e em 1912, sede de paróquia, sede do 5º Regimento de Artilharia Montada, sendo elevada à categoria de cidade em 1918.* (2000, p.227)

Considerando as condições econômicas que faziam de Campo Grande uma cidade com uma certa imponência comercial, verificamos que a chegada dos trilhos, bem como as outras ações do governo culminaram com a criação do estado de Mato Grosso do Sul, por meio da Lei Complementar nº 31 e elevou a cidade à condição de capital do estado.

Após a criação do estado, foi grande a turbulência política em torno do poder e foi nesse período que encontramos, assim como aponta Costa (1999), grande discordância em meio aos políticos, mas de grande pujança na criação de inúmeras obras do estado que deram à capital uma estrutura urbana redefinida e daí o surgimento de novos papéis na dinâmica econômica local.

A criação de novos bairros, a criação da Universidade Federal, o aumento de edifícios tanto na área central como no bairro São Francisco e ocorreram paralelamente a uma nova dinâmica econômica, urbana, na medida em que surgiram novas áreas de atração dos fluxos da cidade, como a criação do Parque dos Poderes, Paço Municipal e, posteriormente, o shopping localizado entre esses dois últimos. (COSTA, 1999)

É possível percebermos que os investimentos realizados nesse período foram fundamentais no processo de reestruturação da cidade, mostrando o papel decisivo do estado na redefinição do espaço urbano.

A nova capital foi se configurando de acordo com as interferências das esferas federal, estadual e municipal, podendo tais evidências serem encontradas nos relatos de autores, que construíram, de maneira elucidativa, o histórico dos fatos em diferentes períodos na construção da cidade. ZARDO assinala que:

> *Com a criação do novo estado, o governo federal passou a exigir para recebimento dos recursos federais de apoio ao desenvolvimento das Capitais dos Estados, que a Prefeitura Municipal de Campo Grande apresentasse um Plano Diretor. Marcelo Miranda contratou um plano urbanístico para desenvolvimento da cidade elaborado pelo Arquiteto Jaime Lerner, que estabelecia zoneamento para os usos do solo prevendo áreas para uso habitacional, uso comercial, uso industrial, áreas de circulação e áreas de lazer, como as de um sistema de circulação. (1999, p.105)*

Foram grandes as mudanças ocorridas a partir de então, sendo a cidade reestruturada com o apoio de programas federais, como o II Plano Nacional de Desenvolvimento, ou com ações locais necessárias ao planejamento da cidade.

O estado passou a realizar grandes obras de infra-estrutura urbana, como o da delimitação do mini-anel rodoviário que passou a se definir principalmente pela avenida Eduardo Elias Zahran e rua Ceará, fazendo com que essas vias, na década de 1970, tornassem a ser vias de grande fluxo, principalmente por ambas serem interligadas e darem acesso às saídas de São Paulo e Cuiabá.

Outras obras de infra-estrutura passavam a ser necessárias, como por exemplo, o cuidado com as enchentes na rua Maracaju, que foi totalmente coberta, onde existia um córrego, dando prosseguimento à canalização dos córregos Segredo, Anhanduí e Prosa.

Até aquele momento, notamos uma preocupação com a área central da cidade, mesmo porque o centro detinha a dinâmica centralizadora das atividades comerciais e de serviços, demonstrando-se que assim como a capital impulsionava-se pela ferrovia. São de fato os trilhos que determinavam de maneira decisiva onde estiveram as atividades comerciais.

Conforme COSTA (1999), a atual rua 14 de Julho, palco de grandes manifestações, alcançava o bairro São Francisco onde se concentravam as casas atacadistas, que por estarem próximas à Estação Ferroviária, facilitavam o acesso e o transporte.

Paulatinamente, o comércio passou a se estender pela rua 14 de julho em direção à rua Dom Aquino e à avenida Afonso Pena. A primeira foi o local onde se instalou o Hotel Colombo e o Cine Santa Helena, e a última onde estavam inicialmente o Quartel-General do Exército, o Cine Alhambra e também, na esquina com a rua 14 de julho, o saudoso relógio que posteriormente fora demolido dando passagem ao que na época poderia se designar de progresso, em função do intenso fluxo de veículos na via mais movimentada da cidade.

A década de 1980 foi decisiva para a reestruturação da cidade e marcou uma nova fase em seu desenvolvimento, sobretudo, nos aspectos urbanísticos.

O lugar de outrora, um vilarejo, uma vila ou um arraial passou por transformações profundas impulsionadas e engendradas pela parceria do poder político e econômico. Essa década foi marcada por grandes obras que impulsionaram a dinâmica imobiliária, a construção civil e determinaram de maneira sutil, sob o signo da modernidade, os novos locais de moradia, as novas vias de expansão e o uso do solo urbano em Campo Grande.

Se ainda, na década de 1970, o centro no entorno da ferrovia era potencialmente atrativo e atraía para si os fluxos internos da cidade, foi na década de 1980 que a construção da sede do poder estadual, aberturas de avenidas, construção do shopping, novos empreendimentos imobiliários, dentre outras obras, redirecionaram a expansão da área central.

A construção do Parque dos Poderes nos altos da avenida Afonso Pena redefine os fluxos intra-urbanos. Tal empreendimento passou a abrigar a sede dos órgãos estaduais que movimentaram certamente inúmeros setores associados aos investimentos privados em função dessa empreitada.

Para atender a demanda populacional, novas ruas foram abertas, juntamente com a construção de novos bairros, como as Moreninhas I, II e III reforçaram e dinamizaram toda a atividade econômica e social na nova capital, seja pela construção de avenidas e ruas para a acessibilidade, ou pela ampliação gradativa das linhas de transporte coletivo em grandes distâncias do centro da cidade, constituindo corredores de acesso em áreas com significativas atividades econômicas.

A participação do poder público na estruturação da malha urbana fez-se de maneira intensa e rápida a ponto de expandir a área urbana da cidade. Conforme dados do PLANURB (2002), no ano de 1969, a cidade possuía um perímetro urbano fixado em 26.233 hectares, dimensão que foi sofrendo alterações na medida em que vários conjuntos habitacionais construídos pelo poder público se encontravam em áreas distantes e fora do perímetro urbano, fazendo-se necessário nos anos seguintes a incorporação dessas áreas. A cidade atingiu então, no ano de 1999, um total de 34.115.6535 hectares de área urbana.

2.4. A nova dinâmica de expansão urbana

Ao refletirmos sobre as transformações no espaço urbano de Campo Grande, verificamos que o papel dos agentes imobiliários, das incorporadoras, das instituições financeiras e, sobretudo, do poder público foi decisivo para direcionar e redefinir a expansão territorial, redefinindo, dessa forma, a direção e áreas a serem efetivamente ocupadas na malha urbana.

De acordo com RODRIGUES (1994), a produção da cidade passa também pela produção de casas. No Brasil, a construção de casas populares ou a realização de grandes obras de engenharia têm como aporte a participação do poder público, tanto na viabilização, como também na implantação de equipamentos urbanos para atender essas obras.

Para RODRIGUES (1994), a participação das empreiteiras e a associação delas com o poder público se efetivou no Brasil a partir da década de 1960, quando foram criados os sistemas de habitação.

Paralelamente foram criados também os programas de infra-estrutura e modernização das regiões metropolitanas e capitais brasileiras de maneira geral. Surgiriam assim o SFH – Sistema Financeiro de Habitação, o BNH – Banco Nacional de Habitação e seus subprogramas como as COHABs – Companhias Habitacionais, INOCOOPs – Cooperativas Habitacionais, FICAM – Financiamento de Construção, Aquisição ou Melhoria da Habitação de Interesse Social, PROMORAR – Programa de Erradicação de Favelas e tantos outros programas que proporcionaram o financiamento para o acesso a moradia. Muitos desses programas estavam voltados para atender a faixas de renda com maior poder aquisitivo, outros atendiam basicamente aos programas de desfavelamento.

Nesse sentido, podemos encontrar evidências de tais planos influenciaram a ocupação da malha urbana na cidade, pois com a criação do estado de Mato Grosso do Sul, a área escolhida para abrigar a sede do governo caracterizava-se por ser inacessível.

Para MACHADO (2000) eram as imediações da avenida Afonso Pena com a rua Ceará, a entrada da Chácara Cachoeira, de propriedade de Emílio Garcia Barbosa, local freqüentado, de acordo com relatos, por muitas pessoas que iam apreciar a beleza da paisagem de uma pequena cachoeira que deu nome ao lugar.

Atualmente, os primeiros conjuntos de apartamentos e os novos loteamentos que surgiram em direção ao Parque dos Poderes também receberam o nome de Cachoeirinha.

Verficamos dessa forma que a porção Leste, anteriormente desocupada pela existência de um fundo de vale que inviabilizava a ocupação, passou a receber obras de infra-estrutura com o intuito de ocupa-la, fortalecendo a expansão urbana e a ocupação das terras nesse local.

Foi na gestão do Governador Pedro Pedrossian, que o Parque dos Poderes começou a ser construído, sendo entregue em 1º de março de 1983 uma das primeiras instalações, conforme consta na placa inaugural e dados do livro editado como marco desse governo, intitulado “Três Governos, Dois Estados, Uma História”.

No ano de 1981, passaram a funcionar várias atividades administrativas do novo governo, inclusive foi consolidada a criação da Reserva Ecológica do Parque dos Poderes, estabelecida pela Lei Estadual nº 1229, de 18 de setembro de 1981, cujo objetivo era preservar os recursos naturais da área em questão.

Outras obras de grande impacto passaram paralelamente a se constituir na cidade, mesmo antes da construção do Parque dos Poderes, pois a abertura de ruas e a implantação de vários loteamentos, distantes do núcleo central urbano, proporcionariam uma intensa “corrida” e a ocupação nas áreas que interligariam os novos loteamentos com o centro.

A produção da cidade entendida, via de regra, pela análise dos empreendimentos imobiliários com finalidade de habitação dá-nos uma visão de como a cidade se expande rumo à periferia, mas é possível verificarmos também que nesse mesmo período a quantidade de casas construídas irá movimentar um setor importante para economia da nova capital, ou seja, a construção civil. O volume de recursos provenientes do governo federal que passou a integrar a construção da capital, juntamente com os recursos oriundos dos programas habitacionais redefinem as áreas periféricas e áreas até então residenciais.

Uma análise da tabela 1 nos demonstra que, do total de unidades residenciais entregues pela INOCOOP no município de Campo Grande, 8.607 casas, cerca de 27,71%, correspondiam a dois conjuntos habitacionais que se localizam na Região Urbana do Prosa, sendo o de maior número de unidades localizado na saída para Cuiabá e o segundo na saída para Três Lagoas.

É importante ressaltar que ambos reproduziram, em áreas próximas, uma dinâmica intensa de ocupação de novas atividades comerciais e industriais. O acesso aos dois conjuntos residenciais estaria diretamente vinculado ao mini-anel rodoviário, ou seja, ao importante eixo de fluxos internos da cidade, mais precisamente a rua Ceará, Coronel Antonino e Joaquim Murtinho.

Se tomarmos outros conjuntos residenciais localizados nessa mesma porção da cidade, tais como: Nova Minas Gerais, Arquiteto Eudes Costa,

Tupinambás, Mangaratiba e Mogno, a proporção subirá de 27,71% para 43%, representando uma porcentagem elevada e direcionada para uma mesma área.

TABELA: 01

CAMPO GRANDE (1982 – 1990)

RESIDENCIAIS CONSTRUÍDOS PELA INOCOOP

Residencial	***Ano de Conclusão***	***Número de Unidades Residenciais***
Mata do Jacinto	Agosto de 1982	1.350
Maria Aparecida Pedrossian	Setembro de 1983	1.035
União	Agosto de 1983	672
Nova Minas Gerais	Agosto de 1983	420
Arquiteto Eudes Costa	Outubro de 1985	560
Afrânio Fialho de Figueiredo	Março de 1985	672
Iracy Coelho Neto I	Maio de 1985	311
Iracy Coelho Neto II	Janeiro de 1988	150
Guaicurus	Maio de 1988	112
Iracy Coelho Neto III	Junho de 1988	104
Orquídeas	Setembro de 1988	80
Tiradentes	Julho de 1988	234
Hortências	Setembro de 1988	32
Ouro Fino	Abril de 1988	64
Colonial	Setembro de 1988	120
Panamá	Setembro de 1988	128
Tupinambás	Outubro de 1988	192
Tapajós	Julho de 1988	96
União II	Janeiro de 1988	261
Mangaratiba	Dezembro de 1988	80
Guaicurus	Dezembro de 1988	112
Mogno	Dezembro de 1988	64
Acácias	Janeiro de 1989	64
Guaianazes	Janeiro de 1989	144
Flamingos	Julho de 1989	704
Lago	Julho de 1989	246
Anahí	Agosto de 1989	200
Monte Castelo	Abril de 1990	400
TOTAL		8.607

Fonte: Anuário Estatístico de Mato Grosso do Sul / 1991-1994
Org.: Silva, Nelson Cesário
* Dados referentes aos empreendimentos executados pelo INOCOOP. Foram entregues, no total, em todo o estado, nesse período 9.865 unidades habitacionais.

Dos conjuntos residenciais citados, um chama mais a atenção, pois em comparação com os demais, que estão distantes do centro da cidade, o condomínio Arquiteto Eudes Costa está localizado na avenida Mato Grosso, entre o centro e a rua Ceará, ou seja, próximo do centro antigo e que estaria na direção do novo centro em formação passados cinco anos, também na rota de acesso às instalações do poder público estadual.

Por outro lado, verifica-se que a política de instalação de unidades residenciais elaboradas pela antiga COHAB privilegiou principalmente duas áreas, sendo a saída para São Paulo e a saída para Sidrolândia. Na primeira, podemos destacar, conforme a tabela 2, que a construção dos conjuntos das Moreninhas I, II e III juntamente com outros, como o Recanto dos Rouxinóis e Universitária, se constitui a maior porcentagem de investimentos no quantitativo de unidades residenciais. O total, correspondendo a 5.892 unidades residenciais, participa com uma porcentagem de 40,8% do total de unidades construídas pela companhia no município.

Destacamos, em segundo lugar, a saída de Sidrolândia em que, no mesmo período de construção do shopping da cidade, foram construídas 2.735 unidades residenciais, o que contribuiu com cerca de 18,9% das unidades construídas no período.

Contudo, tanto a primeira área, como a segunda, estão em pontos extremos e opostos ao novo centro comercial. Outras áreas, com menor participação, estão em pontos distantes, como o Conjunto José Abrão, na saída para Rochedo, nas proximidades das áreas militares e o Conjunto Estrela do Sul, na saída para Cuiabá.

TABELA: 02

CAMPO GRANDE (1969 – 1992)

CONJUNTOS HABITACIONAIS CONSTRUÍDOS PELA COHAB

Conjunto Habitacional	***Ano de Conclusão***	***Número de Unidades Residenciais***
Lar do Trabalhador	Outubro de 1969	308
Bonança	Dezembro de 1978	600
Projetos FICAM	Várias datas	443
Moreninha I e II	Dezembro de 1981	2.000
Moreninha III	Março de 1983	1.996
José Abrão	Janeiro de 1982	814
Estrela do Sul	Agosto de 1982	1.564
Buriti	Março de 1983	982
Universitária	Junho de 1983	1.240
Núcleo Industrial	Novembro de 1983	193
Recanto dos Rouxinóis	Mario de 1986	656
Parati	Agosto de 1986	727
Aero Rancho (1ª Etapa)	Outubro de 1988	1.204
Aero Rancho (1ª e 2ª Etapa)	Maio de 1989	1.531
Projetos FICAM	Entre 1988 e 1989	41
Lisboa	Agosto de 1992	140
Total		14.439

Fonte: Anuário Estatístico de Mato Grosso do Sul / 1991-1994
Org.: Silva, Nelson Cesário
* Dados referentes aos empreendimentos executados pela COHAB que posteriormente é substituída pela CDHU – Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano. No total foram entregues, em todo o estado, nesse período, 24.158 unidades habitacionais.

No ano anterior às obras de conclusão do shopping, verificamos também um outro empreendimento residencial sendo instalado um pouco à frente da área do shopping, na saída para Três Lagoas. O PREVISUL entregou mais 475 unidades residenciais. Percebemos, que do total de unidades construídas pelo órgão do governo, a quantidade maior foi para a área citada.

Ao verificarmos a dinâmica imobiliária na cidade, tomando como base os investimentos no quantitativo de unidade residenciais que objetivam atender as camadas populares, percebemos que o volume de obras e recursos instalados no período contribuíram para uma intensa dinâmica de expansão territorial intra-

urbana, como também do distanciamento das periferias do centro principal, acentuando a diferenciação socioespacial.

Esse modelo de implementação de casas para atender as camadas de menor poder aquisitivo contribuiu diretamente com os setores imobiliários e com a dinâmica comercial, criando novas áreas de atração populacional e concentração de inúmeras atividades voltadas para o comércio e prestação de serviços. É evidente que tal situação separa socioespacialmente uma parcela da população, distanciando-a do centro e colocando-a nas periferias para promover a "valorização" de áreas que interligam os bairros e o centro, que acabam se tornado escassas em função da elevada procura de melhores pontos comerciais.

O volume de recursos acaba por dar à capital uma significativa participação e concentração nos valores arrecadados e distribuídos no tocante ao Estado como um todo. Na verificação do total de unidades residenciais construídas em Campo Grande pelo INOCOOP, COHAB e PREVISUL, conforme as tabelas 1, 2 e 3, totalizam 24.206 unidades residenciais. Já o total construído pelos três programas em todo o estado é de 36.724 unidades residenciais, ou seja, a maior porcentagem, cerca de 65,9%, dirigiu-se para a capital.

Tal dinâmica não só atendeu a demanda populacional que a cidade presenciou na década de 1980, mas serviu principalmente para atender aos inúmeros servidores públicos que estariam trabalhando nos órgãos municipais, estaduais e federais que se instalavam na cidade.

TABELA: 03

CAMPO GRANDE (1983 – 1988)

CONJUNTOS RESIDENCIAIS CONSTRUÍDOS PELO PREVISUL

Conjunto Residencial	***Ano de Conclusão***	***Número de Unidades Residenciais***
Ana Maria do Couto	Agosto de 1983	118
Octávio Pécora	Dezembro de 1983	312
Eteócles Ferreira	Junho de 1985	96
Neto Lima	Setembro de 1984	24
Santa Mônica	Setembro de 1984	64
Solar Ouro Preto	Setembro de 1984	8
Solar Esplanada	Dezembro de 1986	15
Angelina Tebet	Novembro de 1987	48
Arnaldo Estevão de Figueiredo	Outubro de 1988	475
	Total	1.160

Fonte: Anuário Estatístico de Mato Grosso do Sul / 1991-1994
Organização: Silva, Nelson Cesário.
* Dados Referentes aos empreendimentos executados pelo PREVISUL - Instituto de Previdência de Mato Grosso do Sul. No total forem entregues no período 2.701 unidades residenciais.

Conforme se verifica na tabela 4, a evolução da população em Campo Grande tornou-se intensa logo após a criação do estado e fundação da capital, passando da década de 1980 para 1991 com um aumento percentual de 80,3% de sua população. Ainda pela análise da tabela, é possível afirmamos que, no período entre 1970 e 2000, a população permaneceu quase totalmente urbana. Cabe destacar que em função da fronteira agrícola o município já registrava elevados índices de crescimento urbano.

TABELA: 4

CAMPO GRANDE (1970 – 2000)

EVOLUÇÃO DA POPULAÇÃO DO MUNICÍPIO

ANO	**TOTAL**	**URBANA**	**RURAL**
1970	140.233	131.110	9.123
1980	291.777	283.653	8.124
1991	526.126	518.687	7.439
1996	600.069	592.007	8.062
2000	659.196	654.299	4.897

Fonte: IBGE, Censo Demográfico 1996/PLANURB, 2003
Org: Silva, Nelson Cesário

2.5. Da intensificação da população urbana à dinâmica comercial

De acordo com CABRAL (1999), já na década de 1930, a cidade se firmava como precoce na vocação urbana. Momento em que a realidade brasileira demonstrava a maior parte da população rural, Campo Grande iniciou rapidamente seu processo de crescimento urbano mesmo antes de se tornar capital. Concordando com o mesmo autor, é válido salientarmos que o município ganhou ainda força econômica com as atividades agrícolas e pecuárias, não sendo afetado pela crise instalada no final dos anos 20.

A cidade ganhou magnitude e polarizou ainda mais com a ferrovia, importantes funções e atividades relacionadas a esse transporte. Cresceu o número de estabelecimentos comerciais e atacadistas em torno da Estação Ferroviária, e ao longo dos trilhos no território do estado, passaram-se a desenvolver atividades diversas com o surgimento de outras localidades. Além disso, Campo Grande centralizava as decisões e o fornecimento dos produtos manufaturados, bem como o recebimento de produtos agrícolas como o arroz e o gado.

O processo migratório tornou-se intenso e elevou o crescimento populacional nas décadas de 1970, 1980 e 1990, conforme observado na tabela 4.

Dados do PLANURB (2000) demonstram que a população não-natural do município e residente era maior do que a natural da cidade, ou seja, tornou-se nítida a influência da migração no crescimento populacional urbano.

Na verdade, tais fluxos migratórios foram influenciados pelas políticas federais de ocupação das terras no Centro-Oeste, associados aos programas de desenvolvimento e de melhorias na infra-estrutura urbana das cidades brasileiras.

Tal situação criou condições ideais para o desenvolvimento de uma economia forte que deu sustentação ao município, mesmo antes de se tornar capital.

Com a divisão do estado, a nova capital foi foco de atenção no cenário nacional e passou a receber incentivos e verbas de programas de desenvolvimento, como os que estavam previstos pelo II PND e o apoio federal aos programas de desfavelamento. Tais investimentos provocaram uma intensa redefinição urbana e provocaram o surgimento de novas atividades comerciais e industriais para atender a demanda do mercado em expansão. (LE BOURLEGAT, 2000)

As agroindústrias, instaladas principalmente no núcleo industrial, passaram a ter um papel importante no município. Os armazéns e as redes atacadistas instalaram-se inicialmente próximos à estação, mas posteriormente fixaram-se nas saídas que dão acesso às rodovias. Um importante registro dessas marcas no lugar está na arquitetura das casas comerciais encontradas nas ruas 14 de julho e Calógeras. O “Armazém Troncoso” localizado na rua 14 de julho, esquina com 7 de setembro e o Mercado Municipal, são ambos as marcas da ocupação e da história das atividades comerciais do município em seu princípio.

Já, como exemplo de novas formas de comércio, instalou-se na cidade “Lojas Americanas”, na rua Dom Aquino, na área central. Posteriormente na rua Antonio Maria Coelho, o “Supermercado Extra” e um pouco acima se instalava o primeiro shopping da cidade, o Marrakech, com entrada pela rua 25 de dezembro e Antonio Maria Coelho, um empreendimento vertical.

Cabe destacar que os dois últimos exemplos localizam-se em uma das ruas em direção ao bairro Jardim dos Estados, que na década de 1980, já tinha a

característica de ser um bairro de elevada valorização imobiliária e residencial. No entanto, nesses últimos anos, esse bairro tem sido o local de instalação de lojas e escritórios.

No final da década de 1980, um fato chamara a atenção na estrutura interna da cidade provocou um intenso fluxo de visitação, não só por parte de população residente em Campo Grande, mas também do interior, foi a instalação de um shopping nos altos da avenida Afonso Pena, lugar até então pouco ocupado e “valorizado”.

Assim, um verdadeiro brejo se torna importante atrativo comercial e turístico, como é citado por MACHADO (2000). No ano de instalação do Shopping Campo Grande, 1989, o comércio varejista da cidade consolidava-se com um total de 6.730 estabelecimentos, sendo a principal atividade a alimentação com 3.143 unidades (PLANURB, 1997).

Conforme dados do PLANURB;

> *Antes mesmo da criação do Estado de Mato Grosso do Sul, Campo Grande despontava como pólo de desenvolvimento. Em 1950, o Município já se destacava, uma vez que concentrava 16,3% do total das empresas comerciais do Estado. Em 2004 esta participação passou a ser de 33,68%. (2005, p.94)*

O processo de concentração comercial em Campo Grande mostra-se expressivo, pois a cidade atinge 35,15% na participação de empresas comerciais em relação estado em 2003. A tabela 5 nos mostra que no período de 1993 a 2004 a variação fica entre 31,33 e 35,15, sendo o maior percentual no ano de 2003.

Conforme VERRUCK (1999), Campo Grande participou com 55,61% na arrecadação de ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias, do total recolhido pelo estado de Mato Grosso do Sul, no ano de 1997.

TABELA: 5

MATO GROSSO DO SUL (1993 – 2004)

TOTAL DE ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS

Ano	Mato Grosso do Sul	Campo Grande	(%) CG/MS
1990	27.737	8.281	29,86
1991	23.270	7.109	30,55
1992	24.760	7.908	31,94
1993	23.325	7.308	31,33
1994	26.128	8.441	32,31
1995	25.703	8.505	33,09
1996	24.957	8.920	35,74
1997	22.124	7.710	34,85
1998	20.221	6.954	34,39
1999	21.864	7.635	34,92
2000	22.265	7.549	33,90
2001	24.393	8.439	34,60
2002	25.870	9.060	35,02
2003	27.612	9.705	35,15
2004	24.601	8.286	33,68

Fonte: Planurb 1997-2005
Org.: SILVA, Nelson Cesário.

Cabe destacarmos que, no ano de 1988, o setor terciário atingiu 50,09% do PIB – Produto Interno Bruto do Estado de Mato Grosso do Sul, em 1990, 54,45%, 1991, 54,5%, em 1992, 53,81% e 1993, 52,79%. (SEPLANCT, 2003)

Ao verificarmos a Tabela 6, percebemos a forte concentração da participação do município na arrecadação do ICMS. O setor terciário representa a maior contribuição com o comércio e os serviços. É importante destacarmos que no período representado na tabela, o comércio vem diminuindo seu percentual na arrecadação, embora o setor de serviços mantenha-se elevado.

Tal situação releva-se importante na análise das condições econômicas do município de Campo Grande, pois sua posição de centralidade na rede urbana consolida toda a rede urbana interna da cidade com o surgimento de vias de acesso para atender as demandas das cidades que compõem a rede.

TABELA 6:

CAMPO GRANDE (1990 – 2000)

PARTICIPAÇÃO DO SETOR TERCIÁRIO NO ICMS

DA CIDADE EM RELAÇÃO AO ESTADO (%)

Setor	**Participação Percentual**										
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Comércio	55,88	68,28	68,56	69,95	67,80	68,09	69,21	65,65	62,05	61,87	48,24
Serviços	80,56	89,04	92,81	93,43	90,06	89,28	91,66	94,01	96,08	93,95	93,98

Fonte: Planurb 1997-2005
Org.: SILVA, Nelson Cesário.

De acordo com LÊ BOULEGART (2000), o forte dinamismo econômico deu-se pela modernização do campo, bem como pela concentração de moradia de produtores na cidade. Outros fatores, como a vinda de imigrantes que iriam compor o grupo de trabalhadores da administração pública municipal e na sede do governo, profissionais liberais e a crescente demanda por comércio e prestação de serviços, o que ocasionaram o surgimento de segmentos sociais de renda média para atender às necessidades locais.

2.6. Uma análise da centralidade

Conforme já apontado, a cidade de Campo Grande firma-se ao longo do tempo como uma das cidades principais nas rotas comerciais do antigo estado de Mato Grosso, posição essa constituída pelas características da rede urbana regional, ou seja, pela intensificação dos fluxos de transporte e de mercadorias que lhe darão uma centralidade interurbana, portanto, essa dinâmica influenciou de forma direta os arranjos internos da cidade.

Para OLIVEIRA NETO (2003), a cidade estava no cruzamento de rotas distintas de comercialização de mercadorias, um entreposto comercial bem posicionado geograficamente e articulado com a crescente demanda de consumo

proveniente do estado de São Paulo. Com a instalação da ferrovia, o fluxo de mercadorias provenientes de São Paulo intensificaram a comercialização e o surgimento de novas casas comerciais, bem como, a ampliação de caminhos ou estradas para as cidades vizinhas para entrega de mercadorias e o recebimento das cargas com destino a São Paulo.

O cruzamento de rotas, conforme apontado por LE BOURLEGAT (2000) deu à cidade uma condição nodal de centralização dos fluxos de mercadorias e capital, aumentando assim a influência e a proximidade com o mercado em emergência no Sudeste brasileiro. Iniciaram-se com as rotas de carreteiras e trilhas, que no passado serviram para interligar os portos ao comércio platino, mas foram com a ferrovia e a rodovia que a cidade terá reforçada sua centralidade regional.

Pontuando a questão da centralidade e sua dimensão local e regional, nos reportamo-nos a VILLAÇA (2001) que considera importante na análise do espaço regional o papel dos transportes, dos deslocamentos, das mercadorias, enfim, no contexto regional tais fluxos são essenciais na análise da estruturação do espaço. Porém, o autor adverte que o espaço intra-urbano, ao contrário do regional, será definido pelos fluxos ou pelas condições de deslocamento dos seres humanos. Dessa forma, o trabalhador, a sociedade, as empresas, as ações engendradas pelo capitalismo vão moldar a estrutura interna das cidades.

Por outro lado, não podemos deixar de considerar o papel da estruturação regional e histórica de Campo Grande no contexto urbano, pois a centralidade interna foi definida pela ação do estado e dos agentes consumidores do espaço urbano, mas é a posição central da cidade que determinou o surgimento de rotas em direção aos extremos da cidade. Ou seja, a abertura de

loteamentos distantes do centro em direção as principais saídas são, em parte, determinados pela estrutura de transporte regional, bem como o surgimento de serviços especializados para atender essas rotas.

A ocupação orientada pelos planos estatais na cidade pode ser percebida pela forte ocupação das áreas nas saídas em direção ao Sul e a Oeste do espaço urbano. Sobre essa questão, EBNER expõe que:

> *As regiões da cidade que mais sofreram a implantação de parcelamentos foram a zona sul e a oeste. Os loteamentos freqüentemente aproveitaram os acessos correspondentes às saídas da cidade para se implementarem em áreas adjacentes as estas.*
> *Todos estes novos bairros, mais afastados e nas margens das rodovias, foram destinados à população das camadas sociais populares. Os bairros destinados à população de alta renda, como por exemplo o bairro TV Morena, passaram à se localizar em áreas bem próximas à área central. (1997, p. 53)*

As áreas entre os novos loteamentos localizados nas saídas da cidade, direções que abrangem a comunicação dos transportes em escala regional, e o centro ficaram por muito tempo vazios ou sem uso, conforme destaca Ebner, transformaram-se em vazios urbanos, porém são na verdade áreas que funcionaram como um “estoque de terras” à espera da “valorização”.

Entre o centro e os bairros surgiram avenidas, que são chamadas de corredores, por onde passam uma grande quantidade de linhas de transporte coletivo para atender a população dos bairros em direção ao centro. (ver Figura 2)

O centro aqui mencionado significa a área que compreende os quadrantes entre as ruas Rui Barbosa e 26 de Agosto e as avenidas Mato Grosso e Calógeras, por onde passam, em maior proporção, as linhas de transporte coletivo, bem como onde estão as maiores concentrações comerciais.

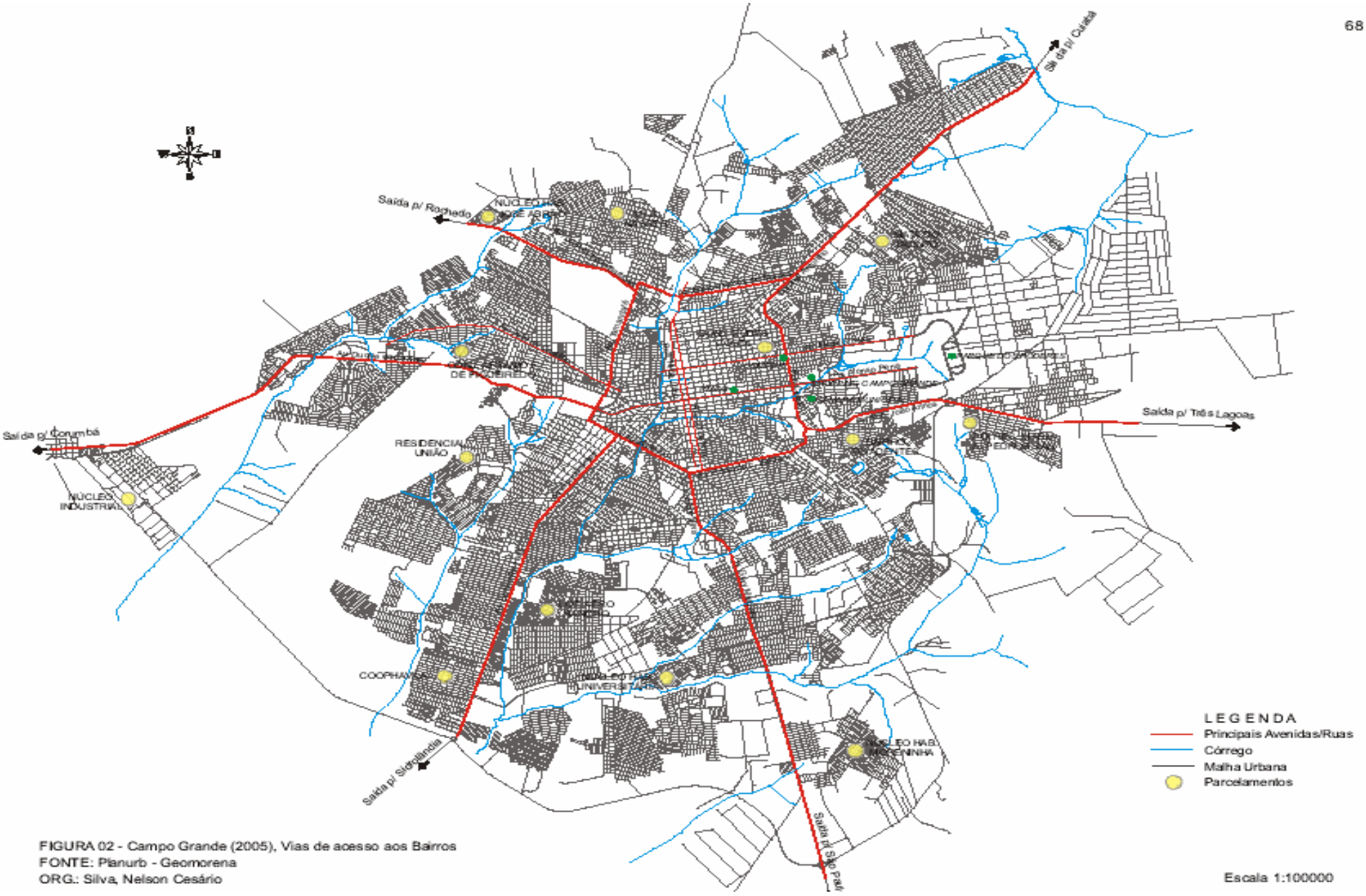


FIGURA 02 - Campo Grande (2005), Vias de acesso aos Bairros
FONTE: Planurb - Geomorena
ORG.: Silva, Nelson Cesário

Escala 1:100000

No entanto, cabe destacar que a Região Urbana do Centro é delimitada pelas avenidas Eduardo Elias Zahran, Mascarenhas de Moraes, Tamandaré, Salgado Filho e rua Ceará, formando um conjunto que no passado compunham os loteamentos mais próximos ao “centro”, portanto mais “valorizados” e que no presente constituem de certa forma o próprio centro. (ARCA, 2003)

O centro é o local por onde circulam diariamente os trabalhadores, consumidores, os administradores, a sociedade como um todo, passam obrigatoriamente por essa área em função de sua posição nodal. Somente nos últimos anos percebemos que surgem avenidas que ligam as regiões urbanas da cidade, mas de acordo com SPOSITO vemos que:

> *... o centro não está necessariamente no centro geográfico, e nem sempre ocupa o sitio histórico onde esta cidade se originou, ele é antes de tudo ponto de convergência/divergência, é o nó do sistema de circulação, é o lugar para onde todos se dirigem para algumas atividades e, em contrapartida, é o ponto de onde todos se deslocam para a interação destas atividades aí localizadas com as outras que se realizam no interior da cidade ou fora dela. Assim, o centro pode ser qualificado como integrador e dispersor ao mesmo tempo. (1991, p.6)*

Dessa forma passamos a pensar os fatores que levaram à constituição de centro na cidade, ou seja, qual foi a lógica de ocupação e transformação, produção e reestruturação do centro enquanto condição nodal na cidade.

Percebemos que a expansão das atividades comerciais e de serviços no centro de Campo Grande mostram-se dinâmicas com a ocorrência de mudanças significativas ao longo dos anos, como bem apontou OLIVEIRA NETO (1999) ao fazer um estudo das ruas centrais da cidade. Ainda é evidente que os fluxos passam pelo centro, além de identificar o centro nodal com o centro geográfico da cidade de Campo Grande.

Pela observação dessas ruas, notamos que em alguns trechos, as antigas atividades, principalmente aquelas que estavam ligadas à ferrovia, foram

com o passar dos anos perdendo importância na rua 14 de Julho e avenida Calógeras, como foi o caso das lojas de ferragens.

O centro de Campo Grande também vem sofrendo alterações como a mudança das fachadas de lojas localizadas, principalmente na rua 14 de julho. Percebemos que é grande o fluxo de pessoas nesses locais e as atividades comerciais e de serviços vêm modificando suas estratégias para atender o público que por ela passa.

Nas vias onde o transporte coletivo passa e tem ponto de parada de embarque e desembarque, notamos uma grande quantidade de ambulantes, ou seja, mesmo com a construção de uma área específica chamada de “camelódromo”, percebemos que os ambulantes e vendedores de alimentos fixam-se nessas ruas do centro por onde passam centenas de pessoas diariamente.

OLIVEIRA NETO (1999) faz um estudo dentro da lógica capitalista de produção do espaço urbano e traça um perfil de ocupação das ruas principais no centro da cidade, apontando algumas tendências quanto à espacialização de determinadas atividades, como a concentração de escritórios, consultórios médicos, lojas voltadas para as classes de renda média e elevada, o que para o autor se constitui na formação de novas centralidades, ruas com maior concentração de serviços especializados, dentre outras tendências.

Por sua vez, o estudo de EBNER (1997) apresenta alguns pontos importantes para a ocupação dos “vazios urbanos”, tendo como preocupação a localização e a ocupação de espaços que oferecem vantagens locacionais. A predominância de serviços e comércios, em avenidas como a Mato Grosso e Afonso Pena, bem como as ruas Antonio Maria Coelho, Euclides da Cunha e

Marechal Rondon, estão associados diretamente à localização de loteamentos que atendem a classe média e a alta da cidade.

Estudos enfocando a temática da centralidade, verticalização e uso do solo urbano, como o de VILLAÇA (2001), EBNER (1197) e SOUZA (1994) nos mostram que o espaço urbano é o campo de atuação do capital financeiro, do Estado, dos incorporadores, promotores, bancos, inclusive da própria sociedade que irá se acomodar de forma socioespacialmente.

Os segmentos sociais de maior poder aquisitivo conseguem garantir a melhor localização, bem como se utilizam de diferentes instrumentos para garantir o melhor conjunto de infra-estrutura para as áreas desejáveis. Percebe-se claramente o uso dos instrumentos públicos e a ação do estado no sentido de produzir, reestruturar os espaços para dinamiza-lo.

O uso do solo nas ruas e avenidas de Campo Grande tem uma relação direta com a localização dos loteamentos, dos transportes e também da ação do estado. O surgimento de novas centralidades, novos sub-centros ou ruas especializadas estarão interligados com o movimento dos cidadãos nesses locais.

Dessa forma, a área central, o ponto de encontro da cidade de Campo Grande, passou por redefinições no seu uso, mas é a existência do próprio centro que recria, nas principais avenidas e ruas, o surgimento de novas expressões de centralidade associadas aos fluxos provenientes de diferentes pontos da cidade.

A presença de sub-centros em Campo Grande é apontada por OLIVEIRA NETO (1999) em avenidas como Zahran, Júlio de Castilhos, Bandeirantes e Coronel Antonino. Tal referência se coloca, de acordo com o autor, pela presença de atividades aglutinadas em menor número, mas que são as mesmas encontradas no centro da cidade.

Por outro lado, devemos ter um olhar cuidadoso em relação às definições no espaço urbano de Campo Grande, uma vez que faltam estudos detalhados e comparativos para avaliar tal tendência apontada. Remetendo-nos às idéias elencadas por SPOSITO (1991) verificamos que as grandes vias com concentração de atividades tipicamente centrais são identificadas como “eixos comerciais e de serviços importantes”. Os desdobramentos devem ser analisados cuidadosamente e podem ser associados aos seguintes aspectos:

> - *Não são áreas necessariamente contínuas ao centro principal ou aos subcentros, não podendo, portanto, ser caracterizadas como de expansão geográfica das mesmas.*
> - *Caracterizam-se pela localização de atividades tipicamente centrais, mas de forma especializada.*
> - *O nível de especialização destes eixos de desdobramentos da centralidade é funcional e/ou socioeconômico.*
> - *Em muitos destes casos, e em outros, esta especialização se traduz na procura dos segmentos de maior poder aquisitivo do mercado, que progressivamente abandonam o comércio e os serviços do centro tradicional. (1991, p.10-11)*

Verificamos em Campo Grande que temos ruas e avenidas com forte tendência a serem (ou, de fato, são) desdobramentos, expansão da área central se analisadas em conjunto com as funções de corredores de uso para o transporte coletivo, bem como pela oferta de serviços e comércio que possuem.

Não pretendemos delimitar unicamente o uso ou a caracterização de cada “desdobramento”, mas é necessário avaliarmos que a expansão/descentralização das atividades do setor terciário em Campo Grande vem se dando tanto pelo aumento da população em determinados setores e o aumento do consumo e também pela ação efetiva do poder público, com investimentos em infra-estrutura urbana.

A passagem por algumas áreas da cidade nos faz perceber as mudanças em ruas como a Rui Barbosa, que liga num sentido único a saída de São Paulo

ao centro. Podemos perceber a forte concentração de atividades comerciais voltadas para atender o público que faz uso do automóvel, como as oficinas diversas, vídeolocadoras, posto de gasolina, academias de ginástica, escolas, mercado, dentre outros. Verificamos que várias linhas de transporte coletivo passam por essa rua, como é o caso das linhas provenientes de loteamentos com densidade populacional elevada, como exemplo, Moreninhas e Universitária.

A avenida Bandeirantes é outro exemplo, partindo do sentido único da saída de Sidrolândia para o centro. Nela, ocorrem dois cruzamentos importantes, o da avenida Manoel do Costa Lima (que liga com a saída de São Paulo) e da avenida Salgado Filho (faz parte do antigo mini anel). No trecho da avenida Bandeirantes, entre os dois cruzamentos, vemos uma grande concentração de atividades comerciais, com predominância de revendas de carros usados.

Embora exista uma clara predominância nesse tipo de atividade, é comum encontrarmos os mais diversos serviços, como os já citados anteriormente na rua Rui Barbosa, incluindo, no entanto algo que a última não possui, que é a rede bancária bem distribuída, traduzindo dessa forma uma dinâmica ainda maior nos fluxos de veículos, ônibus urbanos, pessoas e, inclusive, unidades de supermercados.

No tocante à avenida Bandeirantes e à rua Rui Barbosa, é necessário destacar que ambas seguem no sentido bairro ao centro. A primeira avenida não chega exatamente ao centro, mas acaba no início da avenida Afonso Pena, enquanto a segunda rua atravessa o centro da cidade, indo em direção ao bairro São Francisco.

Outros casos diferenciados podem ser citados, como a avenida Júlio de Castilho que vem de bairros da saída de Aquidauana e de Rochedo, aglutina

parcialmente esses fluxos que chegam até a uma área tradicionalmente conhecida na história da cidade que é a “Cabeça de Boi”, local de encontro das antigas boiadas que passavam e por onde passa o trilho da ferrovia. Nesse ponto acaba a avenida Júlio de Castilho e inicia a rua Marechal Candido Mariano Rondon (no passado, chamada de “Juca Pirama”, o que é comum até hoje a comunidade identificá-la por esse nome).

A avenida Júlio de Castilho ganhou forte expressão comercial, principalmente pelas casas de tintas, lojas de construção, bancos, escolas, clubes e outras atividades. É importante salientar que essa avenida recebe intenso fluxo de bairros e é um corredor de transporte coletivo.

A rua Marechal Rondon, que no centro, já teve uma expressiva concentração de bancos, hoje já não apresenta essa mesma característica. No trecho que vai do córrego até a rua Júlio de Castilho, percebemos a concentração de lojas de venda e serviços do setor de refrigeração, a proximidade da rodoviária e a instalação de uma escola estadual de arquitetura Niemyer conhecida como o “Estadual”, uma das primeiras escolas da cidade, chamada “Maria Constança de Barros Machado”.

A área intra-urbana não se limita somente a essas situações, há outras avenidas como a Calógeras e avenida das Bandeiras, com muitas mecânicas e lojas de autopeças; a rua 13 de maio, próximo ao cemitério e à avenida Eduardo Elias Zahran, com muitas lojas de material de construção e de tintas, e outras ruas que passaram por redefinições profundas nas duas últimas décadas.

Bairros também ganharam diferentes conotações quanto ao uso, como é o caso do São Francisco, que pela proximidade com a “Santa Casa”, (maior hospital do estado) acabou por concentrar clínicas, consultórios e laboratórios da

cidade, sem contar a presença marcante de funerárias, no início da rua 13 de maio, local historicamente importante pela proximidade com a Estação Ferroviária.

Das situações mencionadas, o que mais chamou a atenção pela intensa valorização e transformação foi a avenida Afonso Pena, que trataremos com mais detalhe, certamente, no momento em que discutirmos sobre o shopping. Tanto a avenida citada como a sua paralela, a avenida Mato Grosso, foram no passado os locais mais importantes para a moradia, inclusive isso pode ser percebido pela existência de prédios e residências antigas que reforçam tal situação.

Com as construções do Parque dos Poderes, do Paço Municipal, do shopping e de tantos outros empreendimentos, essas avenidas e as ruas perpendiculares passaram por forte reestruturação e firmaram-se como uma expanção do centro, com atividades voltadas para serviços e compras, lazer e divertimento, ou simplesmente as duas artérias principais de toda a malha urbana da cidade.

Para termos uma idéia da dinâmica dessas avenidas, podemos encontrar várias agências bancárias, lojas que possuem unidade no centro e no shopping que se instalam nessas ruas, bares e lanchonetes, restaurantes, farmácias, dentre outros. O melhor exemplo para ilustrarmos, talvez, seja a instalação de um “Hipermercado Comper Jardim dos Estados”, o maior da rede ocupando um quarteirão inteiro na esquina com a avenida Mato Grosso e a rua Ceará, ambas importantes eixos de circulação.

Ainda na avenida “Mato Grosso”, uma loja de destaque por seu tamanho e também pelo tempo em que se encontra no local, a “Anita Calçados” que

motivou a vinda de outra, a “Gabriela Calçados”, as duas com prédios amplos e com extensa área de estacionamento.

Nesse sentido, verificamos que a cidade vem se redefinindo com uma intensa atividade comercial, reforçada pelo aumento do consumo de mercadorias e por sua posição diante da escala regional.

Paralelamente, a dinâmica imobiliária é constante para atender a um processo de produção e ocupação acelerado, porém o consumo do lugar, a “valorização” dos espaços traduzem melhor a dinâmica de apropriação e a transformação da cidade.

Assim, a dinâmica da centralidade se constitui em diferentes pontos, mas é traduzida com clareza nas áreas de intensa concentração e de boa “valorização”, onde a demanda para boa parte da população não ocorre, mas é almejada por diferentes setores comerciais.

Tal dinâmica é tão forte que a cidade se reestrutura a todo instante, traduzindo assim a redefinição do espaço intra-urbano, seja pela abertura de vias que impulsionam ainda mais a dinâmica de concentração ou pela mudança no uso das residências em novos “pontos comerciais” que gerarão não só novas formas de uso solo, mas a apropriação do lugar e do “valor” que o mesmo é capaz de imprimir na venda ou aluguel.

Essa justaposição de tempos e diferentes usos e dados do mesmo espaço é produzida sob uma lógica própria do capital, podendo direcionar para um caminho a ser adotado que procure a confluência de interesses individuais ou coletivos, políticos ou econômicos, públicos ou privados, mas sobretudo que acabam por se revelarem nas ações de planejamento e gestão de áreas a serem ocupadas na cidade, tanto na escala micro ou intra-urbana, mas com influência de

macro estratégias de dimensão territorial que ultrapassam as barreiras limítrofes, atendendo às perspectivas do capital.

CAPÍTULO 3

SHOPPING CENTER: O “FENÔMENO” E SUA DIMENSÃO

Na atualidade, o shopping center tornou-se uma realidade nos centros urbanos mundiais, sobretudo, nas principais cidades brasileiras. Esse tipo de empreendimento tomou conta da sociedade de tal forma que é comum, até mesmo nas mensagens da mídia e no cotidiano, ouvir se falar que um encontro “pode ser no shopping”.

Não é por acaso essa preferência. Isso pode ser constatado em uma rápida conversa com jovens que fizeram desse lugar o ponto de encontro principal das turmas durante a semana e, principalmente, nos finais de semana.

É também o lugar de lazer de uma parcela da população, pois nesse tipo de equipamento comercial o clima é agradável, a segurança é permanente, existe um estacionamento e a aparência proporcionada pelas vitrines funciona como um chamativo e também como uma forma de estabelecer uma relação própria dessa sociedade, que é o consumo vivenciado de inúmeras formas.

De acordo com RYBCZYNSKI (1996), no período entre 1960 e 1970, foram abertos nos Estados Unidos mais de oito mil shoppings. Mas é na primeira década do século XX que surgem os *“shopping Vilagge”*, idealizados e organizados com um conjunto de lojas e amplas áreas de estacionamento gratuitos. Ou seja, os shoppings não são algo que devemos tratar como novidade em uma economia capitalista, pois sua história demonstra que esse tipo de

equipamento comercial já tinha adeptos e futuro certo em décadas bem anteriores.

Outro detalhe foi a evolução da idéia de shopping, pois, inicialmente, esses empreendimentos não passavam de um conjunto de lojas agrupadas, embora não planejados de maneira muito eficiente. O mesmo autor ainda destaca algo importante para entendermos a evolução dos shoppings, pois eles surgem próximos a grandes avenidas e rodovias que ligam o subúrbio ao centro das cidades. Isso gera a facilidade no seu uso, pois na medida em que os deslocamentos ocorrem em direção ao centro, o shopping atende perfeitamente às necessidades imediatas de uma parcela da população.

3.1. Shopping Centers: definições e condições de surgimento

Para PSILLAKIS:

> *"... os shopping centers apresentam-se como um sistema de distribuição varejista planejado, controlado e equilibrado, composto de lojas harmoniosamente distribuídas, que oferece conforto, prazer e eficiência àqueles que se servem desta instituição".* (1984, p.11)

Nesse contexto, podemos assinalar que esse empreendimento é resultado de um planejamento prévio que reúne um aglomerado de lojas variadas, colocando à disposição dos consumidores e usuários um conjunto de produtos capazes de satisfazer as necessidades de sua clientela.

O planejamento faz com que tal aparelho comercial seja um sistema de distribuição controlado, de forma permanente e ativa, possibilitando assim uma dinâmica de informações que se amolda ao tempo, à demanda e à variedade a ser oferecida. (PSILLAKIS, 1984)

O conceito de bem-estar pode também ser aliado à definição, pois esse empreendimento busca suprir, de forma técnica e bem planejada, as

necessidades de seu público, tanto que oferece amplas áreas, estacionamento, facilidades de tráfego, uma rede de lojas que inclui serviços, alimentação, lazer, etc. São lojas distribuídas de forma a possibilitar uma boa circulação, num ambiente agradável, seguro e climatizado, sem as intempéries do tempo, o que deixa o consumidor à vontade.

Estudos feitos, o autor demonstra uma forte preocupação com as escalas administrativas e econômicas, sobretudo, com a viabilidade associada ao capital financeiro e imobiliário.

PINTAUDI (1987) afirma que o shopping center é um empreendimento imobiliário e comercial que “permite” a reunião, em um ou mais prédios contíguos, das mais variadas lojas de vendas a varejo, diferentes umas das outras não só pelo tipo de mercadoria que comercializam, como também pela sua natureza. Essa reunião permite uma materialização espacial capaz de transformar os locais onde tais lojas estão inseridas, resultando na combinação do uso do tempo e do lugar que possibilita a circulação, a articulação e a reprodução do capital no setor imobiliário.

Conforme SANTOS (1999), a grande fluidez das metrópoles industriais altamente expandidas no espaço, no Sudeste brasileiro, em especial em São Paulo, por um lado, e a difusão do uso do automóvel e do transporte de massa, por outro, facilitaram a incorporação do shopping center ao dia-a-dia de muitos brasileiros. Esse fator não se dá apenas no Brasil, mas em todos os lugares do mundo, como já foi mencionado.

Dessa forma, podemos destacar que o surgimento e a expansão dos shoppings no capitalismo acompanha uma estratégia de vendas bem consolidada

ao longo do tempo. Sua atuação esta estreitamente relacionada com diversos agentes dinâmicos na produção do espaço urbano.

Paralelamente temos, junto ao surgimento do shopping, um elevado crescimento populacional nas cidades; a mudança no consumo proporcionada pelas inovações da produção e técnicas de vendas que transformam o varejo em um segmento econômico extremamente importante para a sociedade moderna.

Vários estudos no Brasil foram realizados no sentido de compreender a dinâmica e a evolução do varejo. Dos grandes hipermercados, lojas de departamento, conveniências, dentre outros, procuraram entender a lógica de crescimento, a expansão e a localização no espaço. Tais formas de varejo surgem com a intensificação da industrialização, a rápida modernização nos meios de comunicação e conseqüentemente com a mudança do comportamento da sociedade frente ao consumo.

Nos Estados Unidos, o crescimento do varejo é rápido, principalmente, em função da urbanização, da elevada produção e também por se apresentar como uma forma econômica que vai se tornando planejada ao longo do tempo.

Pela análise da tabela 7, verificamos que a evolução do varejo nos Estados Unidos antecede as mudanças no varejo brasileiro, notamos que as alterações entre 1860 e 1880 demoraram mais para acontecer, no entanto a partir de 1900 e nas décadas seguintes, foi rápida a transformação nas novas técnicas de varejo.

TABELA 7:

BRASIL - ESTADOS UNIDOS (1860 – 1960)

PARALELO DA EVOLUÇÃO VAREJISTA

	Ano/Período					
Lojas	**1860**	**1880**	**1900**	**1920**	**1940**	**1960**
Geral	●	◆				
Especializada		●	◆			
Departamentos			●	◆		
Cadeia de Lojas				●	◆	
Supermercado					●	◆
Shopping						● ◆
● **Estados Unidos** ◆ **Brasil**						

Fonte: PSILLAKIS, 1984
Org.: SILVA, Nelson Cesário.

Outro ponto importante é considerarmos as transformações na sociedade norte-americana e também no mundo, no que se refere aos hábitos de consumo. A recessão na década 1930 fez com que o Estado controlasse os meios de produção, organizando e impedindo uma elevada oferta dos produtos. Por outro lado, a II Guerra Mundial vai criar condições para o aumento do consumo, porém, agora essa produção é mais sistematizada.

O período entre 1940 e 1960 marca o início de atuação das redes de supermercados, bem como dos shoppings nos Estados Unidos, e também no Brasil. Os sistemas de atendimento modificam-se e formam-se altamente controlados para atender a uma clientela cada vez mais exigente. Mudam-se as

relações de comércio, formas de pagamento, entrega e acesso a esses empreendimentos. Verificamos ao longo do tempo a significativa melhoria no aspecto interno dos supermercados, a organização dos produtos, mas são os shoppings que modificaram toda a estratégia locacional de vendas nas cidades.

O shopping representa um “fenômeno” do varejo marcado por ser um equipamento comercial e econômico altamente controlado e planejado, mas sua evolução nos mostra que sua capacidade de transformação, seja ela econômica ou espacial, é flexível e adapta-se aos diferentes contextos de cidades.

O shopping terá uma estreita relação com as mudanças significativas nos chamados “novos centros”, marcados pela modernização e, sobretudo, pelo avanço da industrialização em diferentes espaços.

De acordo com SPOSITO (1991), os shopping centers são atividades tradicionalmente centrais, tendo sua disseminação no território brasileiro iniciada nos anos 70 e já na década de 80 se generalizando em capitais e cidades de médio porte. Tais empreendimentos se constituíam de atividades comerciais que ocupavam o centro principal, mas que nesse momento faziam parte da nova centralidade, oferecendo serviços variados, sobretudo os ligados ao lazer.

Os shoppings são alocados próximos a vias expressas e conjugam grandes áreas de estacionamento. Sendo assim, torna-se fácil o acesso a uma clientela que possui automóvel. Contudo, Sposito frisa que esses locais passaram a ser a opção de lazer para as faixas sociais de menor poder aquisitivo, principalmente, nos finais de semana. Quando o shopping se instala em áreas que não são providas de obras, ocorre então a ação do poder público no planejamento de estruturas que direcionem o fluxo para tal empreendimento.

Tal dinâmica pode ser percebida pelos fluxos criados em função do fixo (shopping), com a criação de novas vias de acesso e a circulação contínua e cada vez maior do transporte urbano que liga os bairros mais distantes ao novo centro, o que pode não se confirmar em todos os centros urbanos, mas que deixa evidente que tais atividades irão demandar uma identificação do tipo de shopping e sua área de abrangência.

Dessa forma, ao compararmos os símbolos introduzidos pelos shoppings e as análises anteriormente citadas, deparamo-nos com indicativos que demonstram facilmente a inserção e os impactos desses empreendimentos nos centros urbanos. Contudo, não são visíveis a forma e a maneira como tais investimentos são produzidos e alocados nas cidades. Há a participação de segmentos interessados na evolução dessa categoria de investimento, assim como já foi mencionado, mas pequenas parcelas têm acesso a essa difusão. Tratamos aqui dos construtores do espaço urbano.

Assim, recorremos ao que CORRÊA (2002) identifica como os proprietários dos meios de produção, os proprietários fundiários, os promotores imobiliários, o Estado (setor público) e as camadas populares ou grupos sociais excluídos.

Em diferentes pontos desses segmentos ou agentes citados, as decisões serão mais ou menos preponderantes, no entanto, é perceptível que determinados grupos aliam-se como forma de assegurar o que é comum no capitalismo, a reprodução do capital. Ou seja, o shopping surge como equipamento comercial envolto e formado pela união de segmentos internos da sociedade que conseguem reproduzir em todos os sentidos o capital, seja pela “valorização” de áreas consideradas degradadas, pela iniciativa e financiamento

do empreendimento ou também pelo funcionamento e pela venda de parcelas internas e externas ao shopping.

Dessa forma, nota-se que as áreas do entorno desse equipamento são repletas de símbolos capazes de assegurar a reprodução do capital a parcelas da população beneficiadas com a localização.

3.2. Os shoppings no Brasil

O aparecimento do shopping center no Brasil acompanhou o processo de industrialização, a modernização da indústria e o crescente aumento populacional nas cidades. No final da década de 1960, os shoppings instalaram-se no estado de São Paulo e na década de 1970, foram para os estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro, Paraná, Bahia e Goiás. Nas últimas décadas, concentraram-se não só nas capitais dos estados, como nas chamadas cidades de porte médio.

Assim, a partir da década de 1980, portanto, os shoppings começam a adentrar as cidades de porte médio. Esse foi o momento de sua grande ascensão nas cidades brasileiras. Atingiram outros estados brasileiros como Ceará, Paraíba, Alagoas e Rio Grande do Sul. No final da década de 1980, chegaram aos estados de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul.

Percebemos que a maior concentração desses empreendimentos está na região Sudeste, fato esse marcante pela maior existência dos empreendimentos no estado de São Paulo. Na década de 1980, a concentração de shopping centers no estado de São Paulo e Rio de Janeiro é expressiva e se dá acompanhada de mudanças nas dinâmicas de uso do solo das grandes cidades. (MONTESSORO, 1999)

Cabe destacarmos que enquanto os shopping centers expandiam suas atividades, na região Norte, bem como em alguns estados da região Nordeste, ainda não existiam esses empreendimentos. A distribuição dos shoppings se concentrará, principalmente, nos estados do Sudeste. (ver Figura 3)

Campo Grande, como capital, sediou o primeiro shopping center do estado, num momento de redefinição das atividades econômicas, uma vez que passava a ser o centro administrativo e comercial de toda a região do estado.

Fazendo uma análise dos diferentes trabalhados realizados sobre a temática, percebemos que a dinâmica de desenvolvimento dos shoppings nada tem de casual, pois eles irão concentrar-se nas áreas mais densamente ocupadas ou industrializadas do país. Isso pode ser percebido, quando se sabe que, dos 84 shopping centers instalados até o ano de 1991, 64,29% surgiram nos anos 80, sendo que em São Paulo encontravam-se 35 (41,67%); 12 (14,29%) no Rio de Janeiro, 4 em Minas Gerais, Paraná, Distrito Federal e 2 em Salvador (PINTAUDI, 1992).

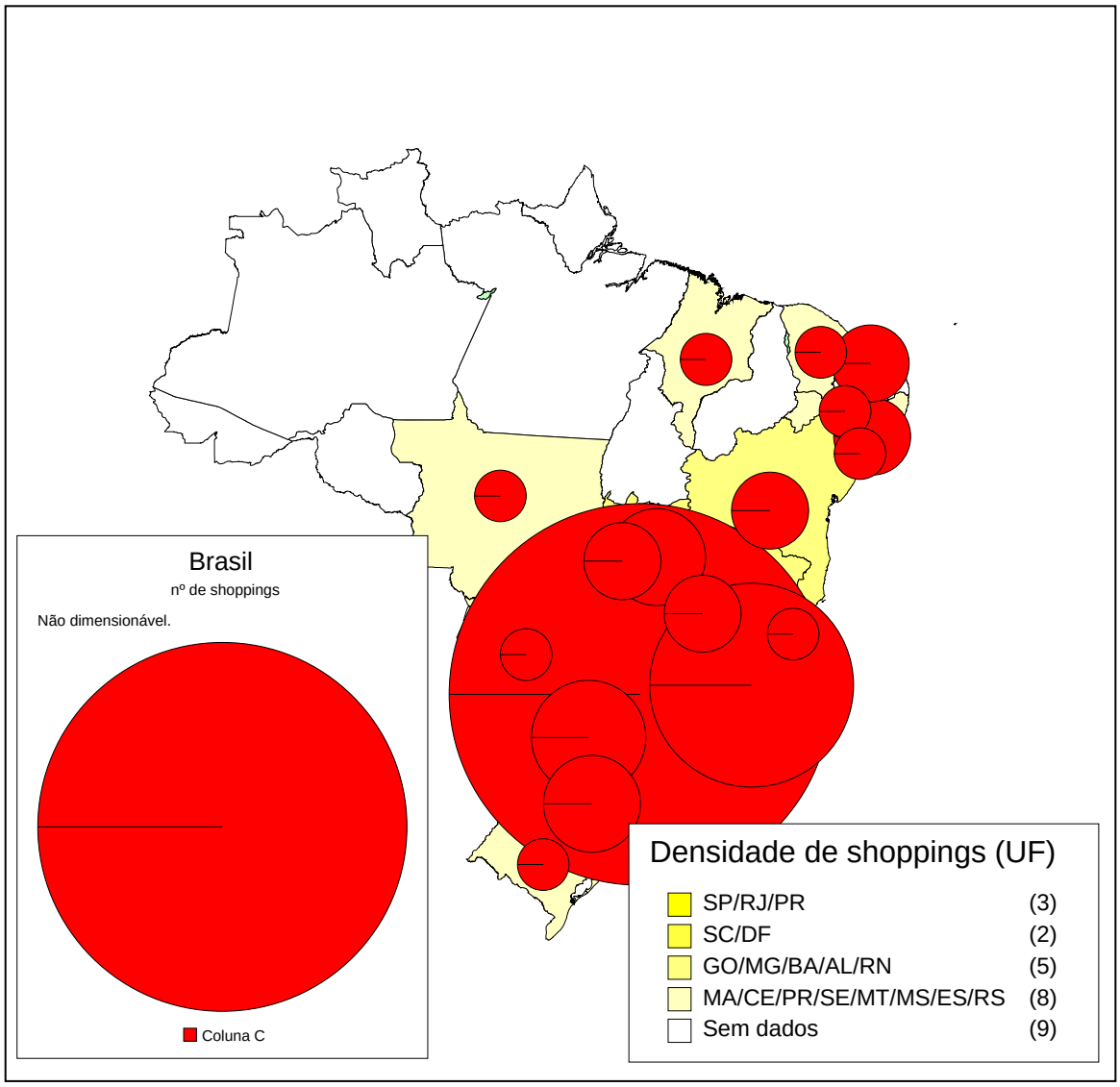
A autora salienta que tais empreendimentos não podem ser vistos como objetos homogêneos, uma vez que suas dimensões estão condicionadas ao tamanho das cidades e ao público específico. Outro destaque nas considerações da autora refere-se à concentração e centralização desses empreendimentos em um período histórico da economia brasileira.

Mesmo com a ocorrência de falências nos períodos que vão da década de 1970 à de 1980, os shopping centers se mantiveram onde já estavam instalados e continuaram sua expansão pelo país, o que não se deu por acaso, mas exigiu uma série de estratégias no sentido de manutenção da qualidade e de preços acessíveis a uma população que a cada dia empobrecia.

FIGURA: 03

BRASIL (1989)

DISTRIBUIÇÃO DOS SHOPPING CENTERS



Fonte: PINTAUDI, Silvana M. (1989)
Org.: Silva, Nelson C.

Ainda de acordo com PINTAUDI (1987), os shopping centers se expandiram durante a década de 1980 em meio a um processo inflacionário acelerado, porém destaca que, contraditoriamente, o crescimento acontece como resultado do processo de monopolização, entrada do capital financeiro

multinacional associado às transformações do varejo e participação do governo por meio de fontes de financiamento de bancos públicos.

Em detrimento das condições elencadas, é possível destacarmos que a indústria dos shoppings continuará tanto a concentração e a expansão pelo país. Já em 1996, o Brasil contava com um total de 132 shoppings espalhados pelas regiões brasileiras. (ABRASCE, 1996).

A Associação Brasileira de Shopping Centers – ABRASCE não tem como filiados todos os shoppings do país, pois existem critérios como a presença de lojas-âncora ou um número mínimo de vagas e área locável dentro dos padrões estabelecidos pela associação.

Dessa forma, verificamos que os shoppings de Mato Grosso e de várias capitais do Nordeste não constam como associados. Pela análise do mapa, verificamos no Norte apenas os estados do Amazonas e do Pará com shoppings filiados. (ver Figura 4)

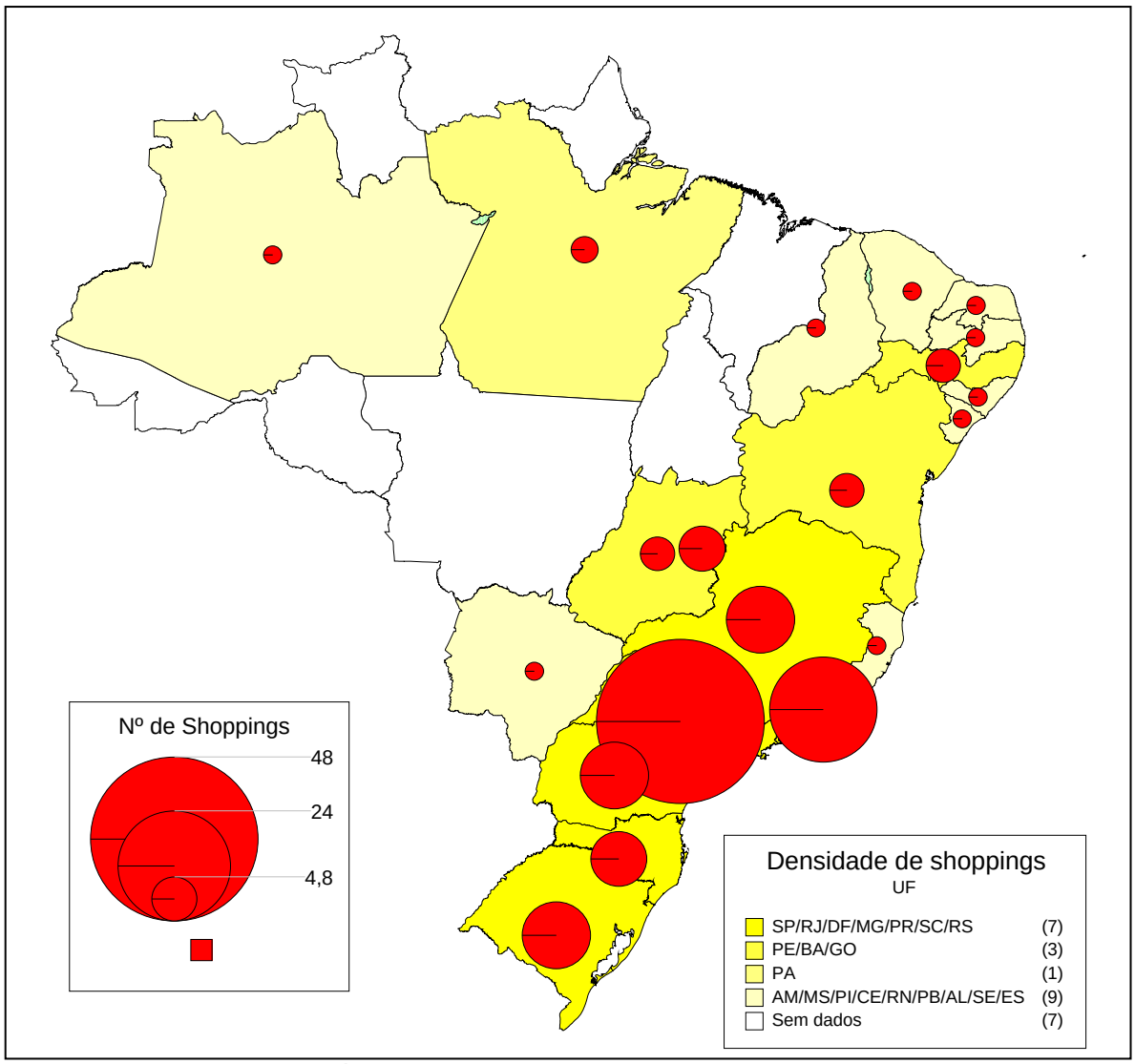
A comparação dos mapas de distribuição de shopping centers no Brasil nos permite considerar que a atuação da ABRASCE é maior no Sudeste, embora tenha realizado a expansão para estados da Região Norte e fortalecido a participação nos estados do Sul com a ampliação de empreendimentos. (ver Figura 4)

No ano de 1989, existiam 48 shopping centers em funcionamento e 24 estavam em fase de conclusão ou construção. (PINTAUDI, 1989)

FIGURA: 04

BRASIL (1996)

DISTRIBUIÇÃO DOS SHOPPING CENTERS FILIADOS A ABRASCE



Fonte: MONTESSORO, Cláudia C. Lopes. (1999)
Org.: Silva, Nelson C.

É conveniente lembrarmos que do total de shoppings existentes na década de 1980 para o total existente em 1996, o percentual quase dobrou, sem contar os empreendimentos que não são filiados, conforme descrito anteriormente.

Dessa forma, é importante salientarmos que tal dinâmica vem de encontro com a ação de diferentes agentes empreendedores. Se de um lado está a contribuição dos bancos estatais, por outro lado, temos também a ação do capital imobiliário. O investimento necessário à implantação dos shoppings pode surgir da conjunção de interesses individuais e de uma coletividade representada pelos empresários de diferentes segmentos da sociedade.

O crescimento dos shoppings no Brasil continua, embora de forma mais lenta, na década de 1990 e até o ano de 2005, quando verificamos um novo aumento no quantitativo dos empreendimentos pelo país.

Percebemos pela análise da figura 5 que houve tanto o reforço de concentração das atividades nos grandes centros, como também ocorreu o processo de interiorização das atividades. As cidades médias mais próximas de centros metropolitanos recebem esses empreendimentos, mas nesse último período verificamos a presença em capitais e cidades do interior das regiões Centro-Oeste, Nordeste e Norte.

Ocorreram algumas alterações importantes, como a intensificação na distribuição de lojas-âncora e salas de cinema no modelo multiplex. A inserção de grandes lojas de departamento de capital estrangeiro se intensificou, também ocorreu a participação de empresas brasileiras.

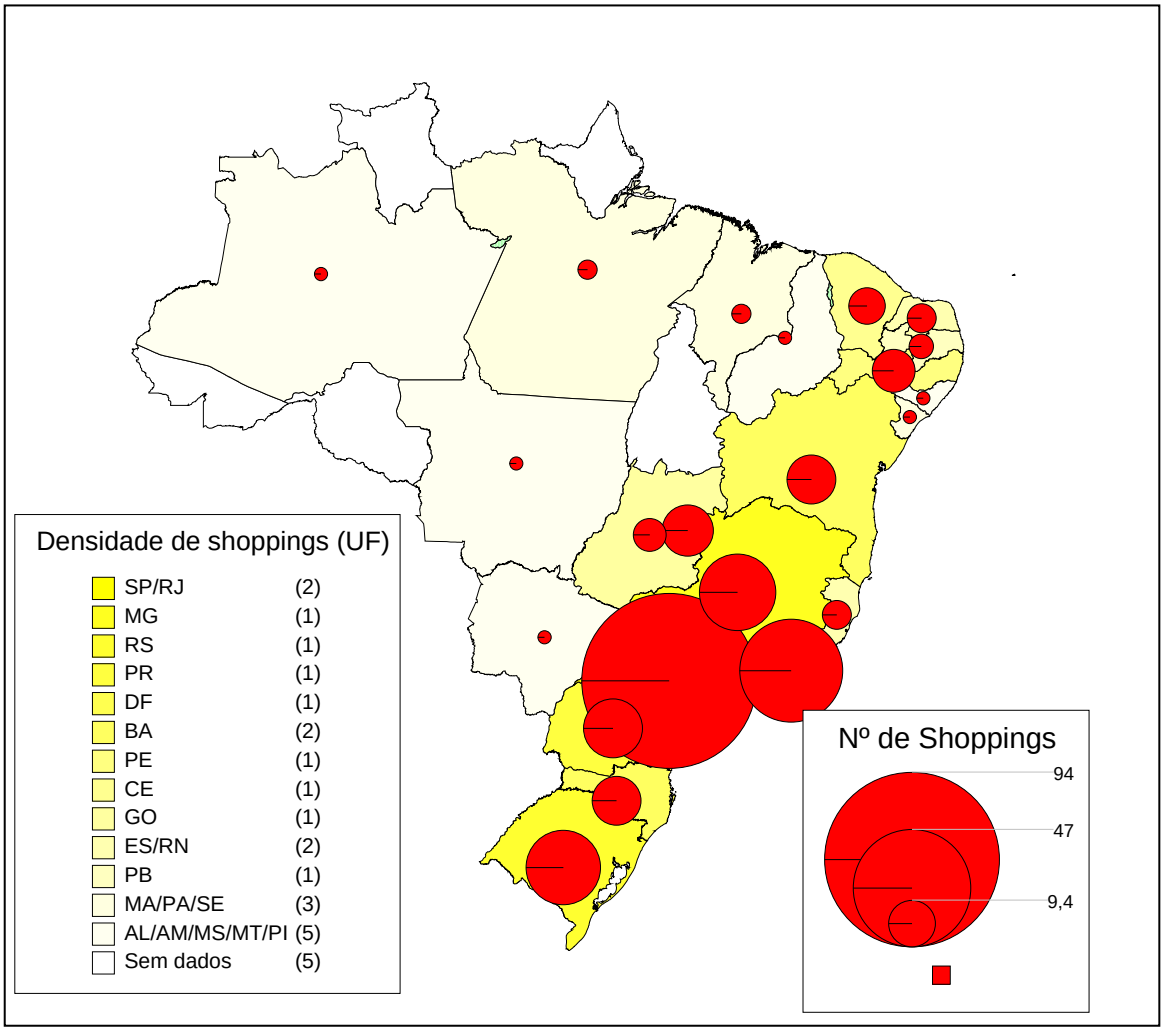
Conforme a tabela 8, notamos que o crescimento dos shoppings se mantêm, bem como em área bruta locável, área construída ou área do terreno. No entanto, o que nos chama a atenção é a diminuição de lojas-satélite e o aumento de lojas-âncora. O lazer representado pelas salas de cinema também demonstra um crescimento a maior nesses últimos anos.

Esse crescimento não ocorreu ao acaso, muito pelo contrário, observamos que a dinâmica dos shoppings vem se alterando nesses últimos anos e a procura por diferentes camadas sociais, seja a classe A, B ou C, são buscadas por esses empreendimentos.

FIGURA: 05

BRASIL (2005)

DISTRIBUIÇÃO DOS SHOPPING CENTERS FILIADOS A ABRASCE



Fonte: ABRASCE (2005)

Org.: Silva, Nelson C.

TABELA: 8

NO BRASIL (2005)

DADOS GERAIS SOBRE OS SHOPPING CENTERS

Dados	2001	2002	2003	2004	Jul/2005
Número de Shopping Centers	167	166	164	165	163
Área Bruta Locável (milhões/m2)	3,8	4,1	4,3	4,4	4,4
Área Total Construída (milhões/m2)	9,4	9,8	10,3	10,8	10,7
Área Total dos Terrenos (milhões/m2)	8,9	10,0	10,7	11,1	10,9
Shoppings em Construção (incluídos no total acima)	1	2	2	2	2
Área Bruta Locável dos Shoppings em Construção (incluídos no total acima - mil/m2)	29	47	51	51	51
Vagas para Carros (mil)	273	296	301	308	294
Satélite	28.248	29.087	29.342	30.028	29.461
Lojas Âncora	465	512	557	611	618
Salas de Cinema	659	709	740	785	764

FONTE: Shoppings Filiados em Números, ABRASCE.

Disponível em: http://www.abrasce.com.br (acesso: 10/julho/2005)
Org.: SILVA, Nelson Cesário

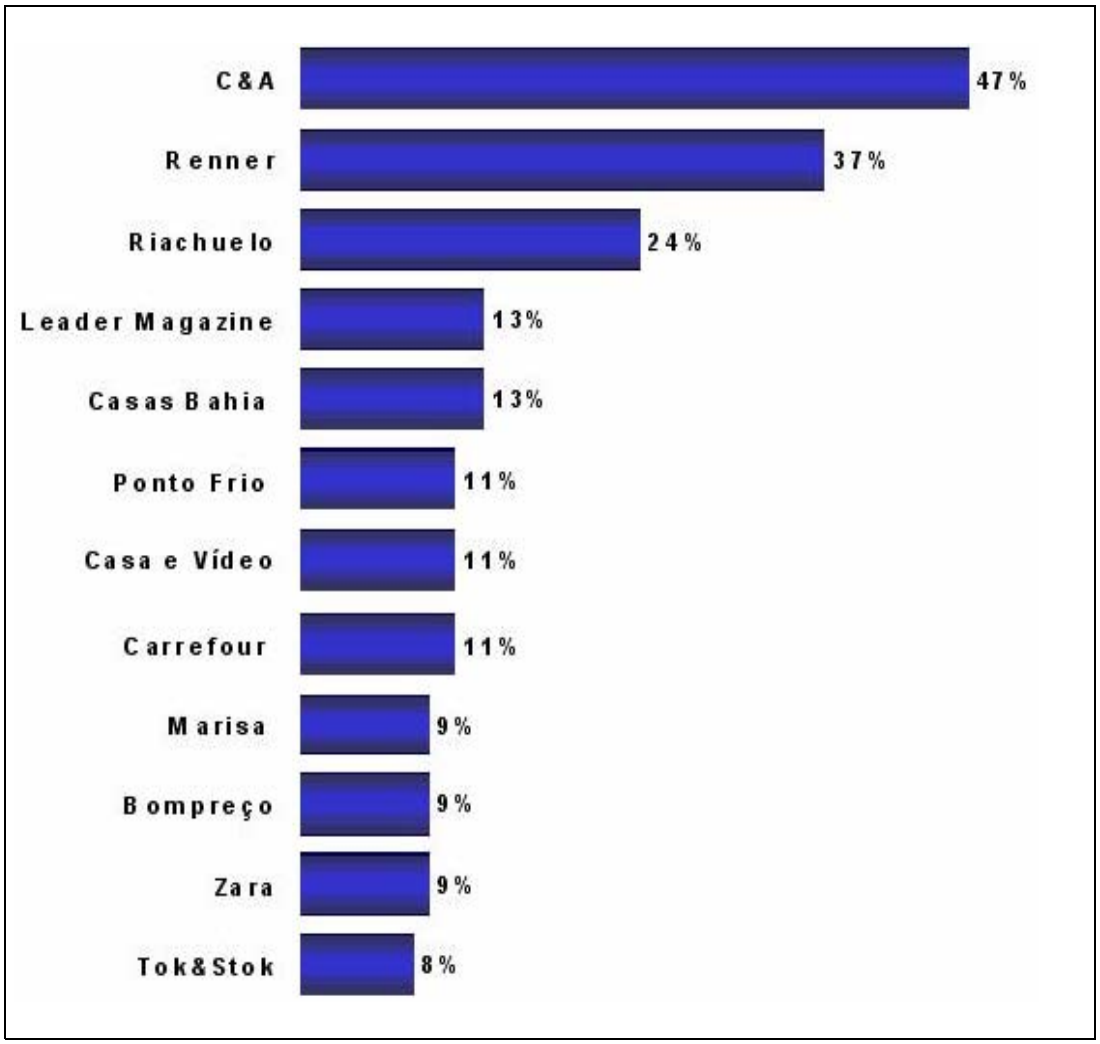
Empresas como a Riachuelo, C&A, Renner, Carrefour, Casas Bahia, Pernambucanas, Marisa, dentre outras, aumentaram sua participação no varejo dos shoppings no Brasil. Essas lojas atendem aos diferentes segmentos sociais, no entanto, a busca por consumidores de classes de renda baixa é muito grande em função da possibilidade de crediário e o uso de cartões de créditos administrados pelas próprias empresas.

As lojas com maior participação são C&A, Renner e Riachuelo, que trabalham com uma oferta de produtos que abrangem vestuário e acessórios, bem como possuem formas de pagamento próprias por meio de cartões administrados pela loja e que fazem uso de um forte esquema da mídia para atingir seu público alvo. (ver Figura 6)

FIGURA: 06

BRASIL (2004)

TOTAL DE LOJAS-ÂNCORA



FONTE: Radiografia do Setor/ ABRASCE/AC Nielsen
* Participação no total de shoppings que possuem lojas âncoras.
Disponível em: http://www.abrasce.com.br (acesso: 10/julho/2005)
Org.: SILVA, Nelson Cesário.

As “âncoras” estão tendo um papel importante na estabilidade de fluxo de consumidores dentro dos shoppings brasileiros, tendo em vista as transformações do consumo e varejo, verifica-se que as “âncoras” conseguem atrair um grande público em função de sua capacidade de divulgação, a diversidade de loja e oferta de produtos e as facilidades de pagamento com cartão de crédito, que já foi citado.

CAPÍTULO 4

SHOPPING CENTER COMO EXPRESSÃO DE NOVA CENTRALIDADE E O PROCESSO DE REPRODUÇÃO DO ESPAÇO

A localização de um shopping no espaço urbano de uma cidade capitalista não acontece ao acaso, muito pelo contrário, é fruto de uma intensa análise das condições de infra-estrutura, mercado consumidor, acessibilidade, ou seja, o lugar deve apresentar a centralidade para o desenvolver das atividades desse tipo de empreendimento comercial, financeiro e imobiliário.

Em Campo Grande, a localização do Shopping Center Campo Grande converteu-se em uma das áreas mais “valorizadas” da cidade. Ele está situado na esquina das avenidas Dr. Paulo Coelho Machado (Furnas) e Afonso Pena, numa área de declividade ou um fundo de vale, com a passagem de um dos córregos importantes da cidade, o Córrego Prosa.

Essa área era tolamente desvalorizada em função da pouca ocupação e também pelas dificuldades naturais do local, sendo ocupada somente até a Rua Ceará, parte do mini-anel da cidade no passado.

A localização do shopping atende a uma lógica estabelecida pelos agentes produtores do espaço urbano, em maior escala a participação dos loteadores, imobiliárias, financiadores, a presença do estado, enfim, nada há de

casual, embora para uma grande parcela da população essas informações não estejam nítidas ou demonstradas explicitamente.

O conjunto de fatores, como a acessibilidade e a localização, mostram-nos a lógica da instalação do shopping em Campo Grande. A começar pela avenida Afonso Pena que é considerada uma via estrutural, liga à saída de Aquidauana até o Parque dos Poderes, passando pelo shopping. A Avenida Mato Grosso, paralela a avenida anterior, liga o centro antigo da cidade (proximidade com a antiga Estação Ferrovia) com o Parque dos Poderes.

Entre o centro da cidade e o shopping localiza-se o bairro nobre mais tradicional, o Jardim dos Estados, que nesses últimos anos vem sofrendo uma intensa ocupação de atividades comerciais e de serviços. As antigas residências vão dando lugar às galerias, empresas, escritórios, consultórios, dentre outras atividades.

Dessa forma, temos como fatores de suma importância na localização do shopping a presença da Sede do Governo Estadual (Parque dos Poderes) em um extremo e a sede da Prefeitura Municipal, na avenida Afonso Pena, estando o shopping no meio, aliado à presença de vias de acesso, como as citadas anteriormente.

Além das condições elencadas, verifica-se que a instalação do shopping na cidade estabeleceu uma estreita relação com a dinâmica imobiliária local, estabelecendo uma nova dinâmica de assentamento urbano e de uso do solo. Refletem-se aqui as condições de surgimento das novas centralidades, criadas a partir do próprio centro comercial, como também na expansão da malha urbana.

De acordo com EBNER (1997), a construção do Parque dos Poderes iria dinamizar a ocupação das áreas na porção Leste da cidade, pois até a década de 1970, percebia-se que a densidade populacional nessa área era baixa.

Dessa forma, a instalação do Parque dos Poderes contribuiu para a ocupação, mas a autora salienta que o padrão de ocupação seria destinado às camadas mais privilegiadas da sociedade.

Conforme já descremos anteriormente, a participação do poder público na redefinição do tecido urbano foi fundamental e essencial para compreender a atual configuração da cidade. Lembramos aqui o contexto socioeconômico vivenciado pela cidade nesse período, com um expressivo aumento da população urbana e assentamento de contingentes de trabalhadores nos loteamentos e conjuntos mais afastados do centro, junto às grandes vias de acesso e saída da cidade.

A crescente demanda populacional evidenciada nas décadas de 1970 e 1980, a criação do estado e da nova capital foram condições que provocaram o surgimento de uma expressiva massa de trabalhadores que ocuparam as novas estruturas do governo.

Ocorrem assim a procura, por parte da classe de renda média, de moradias e terrenos o que ocasionaram o crescimento da malha urbana. Tem-se nesse período, diante das condições econômicas, um processo especulativo na terra urbana, a busca por áreas e investimentos no espaço urbano foi expressiva, provocando assim, um espraiamento do tecido urbano e o surgimento também de grandes vazios urbanos. (EBNER, 1997)

A configuração urbana vai, dessa forma, favorecer um intenso processo de descentralização na ocupação do espaço, mas por outro lado criou uma

elevada concentração populacional em loteamentos distantes do centro, como é o caso das Moreninhas e da Coophavila.

Nesse sentido, verificamos a configuração de uma malha urbana radial, reforçada pela intensificação do centro da cidade como o local de maior concentração de atividades de comércio e serviços. A maior densidade populacional está no centro com a criação dos primeiros empreendimentos verticais.

A convergência dos fluxos de diferentes pontos da cidade em direção ao centro fica evidente na atualidade com o transporte coletivo. As grandes avenidas que fazem a ligação dos bairros ao centro que vão se estabelecendo como novas áreas de comércio.

De acordo com EBNER (1997), os planos de Jaime Lerner incentivaram a desconcentração de atividades comerciais e de serviços. A lei de uso do solo nº 1747, de 1978, propôs a ocupação das avenidas Bandeirantes, Coronel Antonino e Costa e Silva com atividades comerciais e serviços, estabelecendo o uso misto e a elevada concentração populacional nessas avenidas.

Verificamos que a constituição das avenidas, bem como do espraiamento da cidade, são processos que terão uma ação programada por parte do poder público. Nesse sentido, vale destacarmos que a atuação do poder público estadual e municipal tem um papel significativo na produção do espaço urbano de Campo Grande.

A ocupação da região Leste da cidade foi sendo programada de forma gradual e regulada pelos interesses dos agentes produtores do espaço urbano. A criação da lei de uso do solo contribuiu nesse processo, de forma que o surgimento de um conjunto de obras nessa área provocaram uma intensa

“valorização” do espaço urbano, com a construção do Parque dos Poderes, abertura de novas avenidas, bairros com infra-estrutura, áreas de lazer, dentre outros fatores que colaboraram de forma a favorecer essa expansão.

Refletindo sobre essas transformações, reportamos-nos às considerações de SPOSITO (1991) que destaca a importância de se analisar o centro e as novas centralidades juntamente com a estrutura urbana. As mudanças ocorridas na estrutura urbana vão ao encontro da dinâmica de concentração econômica e ampliação do consumo. Consumo de mercadorias, bens e serviços, e produção e consumo do espaço, ou seja, o espaço que se torna mercadoria.

A reestruturação urbana que ocorre com o passar dos anos nos mostra que o surgimento das novas formas/expressões de centralidade criam na verdade um processo de segregação socioespacial. Os interesses se divergem em meio a uma sociedade que estimula progressivamente o uso e ocupação das áreas em função das dinâmicas engendradas nesse espaço, ou seja, a valorização provoca a expulsão gradativa das classes de menor pode aquisitivo, por outro lado, as classes de renda média vão progressivamente ocupar as áreas centrais, ou o entorno das formas de centralidade.

Para compreender a lógica estabelecida no urbano, devemos centrar a análise na produção do espaço, ou seja, compreender os agentes que produzem a espacialidade. Dessa forma, VILLAÇA (2001) destaca que o controle da produção e o consumo do espaço urbano está nas mãos da classe dominante, traduzindo-se em ações no sentido de manter o controle sobre o espaço. Nesse sentido verificamos que

> *“O processo de abandono do centro principal e de produção de um ‘novo centro’ se concretiza no mercado imobiliário, na medida em que as localizações centrais imobiliariamente mais valorizadas, seguindo o*

> *deslocamento dos bairros de alta renda, mudam radicalmente, passando do 'Centro Velho' para o 'Centro Novo'. Controlando o mercado imobiliário a classe dominante controla não só o crescimento (ou a falta de crescimento) do centro principal, mas também a forma (contínua ou descontínua) e a direção desse crescimento." (1999, p.230)*

O controle da ocupação do espaço urbano em Campo Grande passa nitidamente por aqueles que controlam o mercado imobiliário, ou seja, a produção de loteamentos afastados e, por outro lado, a centralização de áreas nobres em torno do shopping nos mostra claramente essa situação.

Mas a lógica estabelecida pelo autor mantém também a forte ligação com as ações do estado sobre o espaço. Percebe-se, em Campo Grande, a conjunção de alguns fatores que nos mostram claramente isso, sendo a localização das obras de infra-estrutura, a localização dos órgãos do estado e a o controle sobre a legislação de uso do solo.

Também não podemos desconsiderar como a ideologia está presente no processo de ocupação do espaço urbano. VILLAÇA (1999) destaca dois aspectos importantes ao verificar o papel da ideologia da classe dominante sobre o urbano. O primeiro diz respeito ao fato de se tornar natural a aceitação das transformações e do envelhecimento de determinadas áreas. O segundo aspecto diz respeito à universalização do particular, ou seja, os interesses da classe dominante identificam os valores da cidade fazendo com que tudo se mova em torno dessa nova realidade.

O espaço urbano de Campo Grande, como de qualquer cidade capitalista, mantém essa lógica, ou seja, os interesses do pode público, do setor imobiliário e das classes dominantes que estão presentes na configuração urbana.

A lógica que se percebe na produção, estruturação e criação de novas centralidades pode ser percebida de forma ampla em três aspectos, sendo o

primeiro na ideologia dos novos componentes sociais, o segundo na manutenção dos fluxos e fixos, por meio do uso de transportes individuais e coletivos e em terceiro o processo de segmentação/fragmentação do espaço.

De acordo com LE BOURLEGAT (2000) a nova configuração socioespacial da cidade entre as décadas de 1970 e 1990 com a presença significativa de camadas sociais de renda média provocam uma mudança no conteúdo urbano, ou seja, a busca por um “novo estilo de vida urbano” almejado pelos grupos de profissionais liberais, comerciantes, funcionários públicos, dentre outros.

A presença significativa de proprietários fundiários, empresários, agricultores, dentre outros grupos que estavam ligados à economia agrária do estado, vão buscar na cidade o novo estilo de vida. (LE BOURLEGAT, 2000)

O processo de espraiamento do tecido urbano provocou um elevado distanciamento dos bairros da cidade em relação ao centro, dessa forma notamos que a criação de linhas de transporte coletivo que vão ao longo do tempo sendo integradas através de terminais vai facilitar a mobilidade dos segmentos sociais de menor poder aquisitivo. (LE BOURLEGAT, 2000)

Por outro lado, a classe média irá utilizar-se do transporte individual cada vez mais. A popularização do automóvel condiciona também uma mudança gradativa nos eixos viários da cidade, fazendo-se necessário o planejamento de novas vias de fluxos entre os bairros e o centro. Nessas vias, o comércio se intensifica, surgindo assim, novas centralidades para atender esses fluxos.

Conforme já apresentado anteriormente, a população de menor poder aquisitivo localiza-se em bairros distantes do centro, provocando assim uma segmentação do espaço urbano. As camadas de maior poder aquisitivo vão para

as áreas de mais “valorizadas”, ou seja, a atual região do Prosa, em particular os bairros próximos ao shopping. Ocorre, dessa forma, um intenso processo de fragmentação do tecido urbano, relevado não apenas pelo uso dos espaços, mas principalmente pela produção da diferenciação dos lugares dentro da cidade.

Assim, estamos diante da produção de novas formas de ocupação do espaço, da centralização e descentralização, da reprodução de novos conteúdos para o urbano, o que provoca uma lógica encadeada pelos agentes descritos anteriormente na produção da cidade, como também irão condicionar novas práticas, ações que irão reforçar a centralidade e determinar o distanciamento socioespacial.

Para CALIXTO (2004), a fragmentação faz com que a diferenciação sócio-espacial aponte de forma cada vez mais acentuada para a segregação sócio-espacial, tornando assim o espaço repleto de contradições engendradas por diferentes processos. A autora destaca também a mobilidade dos segmentos sociais de nível médio e alto no processo de redefinição dos lugares, na composição de novas ideologias, e claro, na segmentação das relações econômicas.

Nesse sentido, temos a emergência do shopping no espaço urbano de Campo Grande como expressão de uma nova centralidade, provocando juntamente com outros fatores um processo intenso de redefinição do espaço urbano, delineado pela centralidade econômica e social, pelos fluxos e pela paisagem alterada constantemente com o propósito de “valorizar” esse novo centro.

O surgimento dessa nova expressão de centralidade vem provocando nesses últimos anos alterações na disposição das atividades comerciais, de

serviços e no uso do solo em seu entorno. Tal dinâmica é acompanhada da expansão de atividades em direção ao novo centro, paulatinamente novos centros de compras vão alocando nessas áreas, provocando uma intensa redefinição dos papéis desempenhados por determinadas ruas.

4.1. A instalação do shopping e os reflexos sobre o centro principal

O Shopping Campo Grande apresenta-se como uma estrutura comercial completa no tocante ao oferecimento de serviços, compras, lazer, dentre outras oportunidades acessíveis.

No desenvolvimento dessa pesquisa não tivemos acesso a todas informações necessárias, uma vez que o empreendimento se limita a informar apenas aquilo que está no *site* de divulgação da empresa. Dessa forma, contamos com informações a partir dos dados levantados no *site* do shopping. (ver Anexo A)

A construção do empreendimento levou cerca de 13 meses e foi entregue pela Hochtief do Brasil S.A., tendo como empreendedora a ECISA – Engenharia, Comércio e Indústria S.A. e gerenciadora a LINDI – Serviços de Engenharia LTDA. Tanto a ECISA, como a LINDI, contam com uma experiência e possuem obras e investimentos distribuídos por várias cidades e shoppings brasileiros.

Tais informações nos mostram que a instalação do shopping teve a articulação de diferentes grupos e investimentos, paulatinamente, tais investimentos já eram feitos em outras cidades brasileiras, o que demonstra uma estratégia importante quanto à dimensão dos investimentos.

A instalação do shopping provocou uma intensa mobilização por parte dos comerciantes da cidade que se viram preocupados com a nova concorrência. No

período de alguns dias que antecedia a instalação do shopping, a Associação Comercial de Campo Grande buscou a contratação de agências de publicidade para conter a possível perda de vendas. (ver Anexo B)

As preocupações do comércio local estavam no fato de o empreendimento novo abrigar empresas (âncoras) que compunham rede de lojas com poder de atração de consumidores, como é o caso das Lojas Americanas, Mesbla, Pernambucanas e o Hipermercado Eldorado. Cabe destacar que as Lojas Americanas não chegaram a se instalar inicialmente no shopping, mas as outras "âncoras" foram instaladas desde o início. (ver Anexo C)

No caso da Mesbla, é importante considerar a área ocupada, cerca de 4.900 metros quadrados, e sua objetividade quanto ao público a ser atingido que era as classes A e B. A Mescla acabou sendo substituída anos depois pela Riachuelo. (ver Anexo D)

Logo no início das atividades, dia 18 de outubro de 1989, não foram todas as lojas que abriram suas portas, dentre os problemas encontrados estava a falta de material e mão-de-obra qualificada para o novo empreendimento, conforme foi noticiado pelos jornais na época. (ver Anexo E)

As lojas instaladas no shopping, cerca de 170, compunham nomes de empresas locais e de marcas nacionais. Dentre as empresas locais que já atuavam no centro principal da cidade estavam Gabura's, Dunil, Bougainville, Roberto Som, Avelino dos Reis, dentre outras. (ver Anexo F)

O que chama a atenção na atualidade é que do total de lojas que estavam no shopping no período de inauguração, poucas permanecem até hoje, outras já foram fechadas e reabertas com franquias compradas por outros empresários,

como é o caso da *Mr Cat*, uma das lojas de calçados. No setor de alimentação, a Lalai está presente desde o início.

De acordo com o superintendente do shopping, Silas Paes Barbosa[1], o rodízio de lojas é normal e destaca que em dez anos de atuação do empreendimento, cerca de 50% das lojas continuam seus investimentos, inclusive com alguns empresários que chegam a ter mais de uma loja.

Tal fato chama a atenção, pois se percebe que algumas lojas conseguem se manter em função dos investimentos, pela alta rotatividade de produtos, pelo setor ou também pela localização interna no shopping.

Dessa forma, buscamos em uma entrevista, perceber as transformações internas do shopping. A pesquisa realizada com a empresária Marisa Mujica[2] serviu para obter informações que, em princípio, poderiam ser prestadas pelo shopping.

A empresária afirmou que ao iniciar as suas atividades, o shopping atendia a classe A, o que não acontece hoje, e destaca que no início das atividades, o impacto do empreendimento foi grande para o comércio local. Disse também que já possuía uma loja no centro e acabou ficando apenas com a do shopping, e que nesses últimos anos, instalou novamente uma loja no centro e declara que *nos dias atuais o centro vende mais*.

Verificamos através da tabela 9 a diversificação de lojas constituídas pela empresária ao longo dos anos de instalação do shopping. São um total de 14 lojas, uma fechada recentemente, distribuídas entre o público feminino e masculino e uma concentração de lojas de perfumes importados (Front Line) e

[1] Entrevista concedida ao Jornal Folha do Povo em 25 de outubro de 1999, Caderno Economia. p.6
[2] Entrevista realizada em 20/06/2005 na Loja Portium, de propriedade da empresária.

que, conforme a empresária, a que apresenta maior fluxo de vendas é a loja localizada no centro.

Dentre as dificuldades apontadas pela empresária durante a entrevista, é válido ressaltar alguns fatores como o elevado custo para se manter no shopping. Na atualidade o comércio no shopping não representa grandes ganhos, *muitas lojas-âncora representam um exagero*, *são muitas âncoras em um único shopping*. Tal fato nos mostra a popularização do empreendimento e a necessidade de melhorias na infra-estrutura interna, que precisa de sérias mudanças.[3]

Um dos pontos importantes na entrevista é fato de a empresária ressaltar que muitas lojas são instaladas no shopping pelo interesse do próprio empreendimento, uma vez que várias áreas vazias não conseguem ser locadas rapidamente, fazendo com que o shopping convide e banque, de certa forma, a instalação da loja. Essa é uma forma de manter os pontos e a oferta de lojas, mas é possível perceber nas visitas ao empreendimento, algumas portas fechadas e algumas em que nem mesmo os móveis e vitrines foram trocados.

No tocante à popularização do shopping é interessante ressaltar que desde o ano de 1999 foi criado o "ponto *mix*", dia em que as lojas vendem seus produtos com descontos para acabarem com os estoques. O ponto *mix* é realizado no primeiro e no segundo semestre e movimenta uma grande quantidade de pessoas, coincidindo com o término das coleções de verão e inverno.

[3] A empresária coloca que em outros shopping centers brasileiros não há tantas lojas âncoras. Destaca também que é necessário uma reforma nas instalações do empreendimento como um todo.

TABELA 9

CAMPO GRANDE (2005)

CONJUNTO DE LOJAS DE UMA MESMA EMPRESÁRIA NO SHOPPING

Loja	Ramo/Setor	Tempo de atuação
Bougainville	Roupas femininas	14 anos
Front Line*	Perfumaria	14 anos
Ferabasca	Roupas femininas	13 anos
Portium	Roupas femininas	12 anos
Yellow	Roupas masculinas	12 anos
Yellow Man	Roupas masculinas	12 anos
Easy Rider	Roupas e acessórios	11 anos
Metrópole	Roupas masculinas	5 anos
Miss Girl	Roupas femininas	2 anos
Ricolleta	Acessórios femininos	Fechada

Fonte: Entrevista realizada em 20/06/2005 na Loja Portium.
Org.: Silva, Nelson Cesário.
* São três lojas Front Line no Shopping e uma no centro da cidade.

O impacto do shopping no comércio local foi percebido logo em seu início e também nesses últimos anos com a instalação de lojas-âncora de vários setores. No ano de 1999, houve a instalação do complexo de salas de cinema, Cinemark, que provocou conseqüentemente o fechamento dos dois cinemas que existiam do lado de fora do shopping. Paulatinamente foi instalada a loja Riachuelo no lugar da Mesbla, sendo que tanto a Riachuelo como também as lojas Pernambucanas, possuem loja no centro da cidade.

O que pode ser observado nesses últimos anos é o fechamento de lojas que eram antigas no shopping, como o caso da Olímpica Esportes, Franzines, Dunil. Essa última ocupava uma localização privilegiada no interior do shopping.

A intensificação da popularização do empreendimento também foi ponderada durante a entrevista no fato de que, atualmente, as lojas vendem com prazos mais longos, o que antes não acontecia.

Com esse processo de popularização é possível verificar que várias lojas e boutiques vão procurar locais para atender a uma clientela mais exigente,

surgindo assim áreas em torno do shopping com concentração de lojas para atender um outro tipo de consumidor.

Conforme pesquisa realizada, SILVA (1999) a popularização dos espaços do shopping foi acompanhada pela intensificação de usuários e consumidores que fazem uso do transporte coletivo, juntamente com o crediário, a venda de produtos em promoções e a existência do domingo livre, no qual a população não pagava transporte coletivo.

Para OLIVEIRA NETO (2003) houve nessa última década uma intensificação das atividades comerciais no centro da cidade, também a valorização comercial e a preferência de várias lojas de manterem suas atividades no centro. Outras lojas que surgiram no shopping, como a Maffia, Jet Line, Bumerang, abriram filiais no centro.

Essas constatações nos fazem refletir sobre as atividades comerciais e de serviços e a interação existente entre os espaços de consumo do centro e do shopping.

Nesse sentido é de suma importância perceber que as atividades do shopping ganham mais intensidade nos finais de semana, feriados e períodos noturnos, o que se deve essencialmente ao fato de estarem fechadas as lojas do centro, transferindo assim a centralidade para o entorno do shopping. (OLIVEIRA NETO, 2003)

Percebemos que o centro principal da cidade teve suas atividades reforçadas nesses últimos anos, porém houve um processo de fragmentação das atividades centrais, ocorrendo juntamente com uma reestruturação das funções e atividades exercidas por esse centro.

O atendimento cada vez maior da população que faz uso do transporte coletivo, a dinamização das lojas da rua 14 de julho com o investimento em novas fachadas, o atendimento aos consumidores em lojas de 1,99 e de multi-utilidades nos mostram essas transformações nas atividades, e por outro lado, ocorre em diferentes pontos da cidade o surgimento de atividades no sentido de atenderem ao público que faz uso do transporte coletivo.

4.2. O processo de redefinição socioespacial das áreas adjacentes

Pensar sobre as transformações engendradas no urbano requer uma compreensão acerca da lógica do consumo do espaço sobre o viés da produção da concentração urbana, da centralidade do consumo, da produção do lugar e a reprodução dos espaços no capitalismo.

Dessa forma, nos reportamos ao que SOJA (1993) considera ser primordial na análise da produção do espaço, ou seja, a crescente ação do poder público, delineando um planejamento voltado para atender os interesses do capital e das classes dominantes. A cidade é vista como o centro de produção e acumulação, de controle da reprodução, troca e dos padrões de consumo.

A inserção do capital financeiro no espaço urbano redefine as funções de centralidade de cada espaço. Tal situação será possível pela coalizão entre poder público e capital, o primeiro com a regulação e reestruturação dos lugares e o segundo com a intensificação do consumo. A conseqüência dessa união será a produção e intensificação da diferenciação, da fragmentação social e segmentação ocupacional da classe trabalhadora. (SOJA, 1993)

Nesse sentido, verificamos pela análise do autor que ação do poder público juntamente com o capital, irá produzir novos espaços, reutilizar, concentrar ou segregar em função das necessidades de reprodução capitalista.

A capacidade de consumo, da ampliação da diferenciação no uso do espaço em parceria com os programas orientados pelo poder público na produção da cidade darão as condições para o surgimento de novas centralidades, da reestruturação dos espaços e, conseqüentemente, de seu consumo.

Concordando com CARLOS (1992), a cidade, assim como o urbano, é resultado da construção humana, portanto à medida que a produção ocorre de forma contraditória, temos o acesso diferenciado aos inúmeros equipamentos ofertados, porém a capacidade de consumo determina o acesso. Surge dessa forma a contradição, expressa claramente pela diferenciação no uso dos espaços, da espacialidade vivenciada no cotidiano de cada cidadão.

Nesses termos, temos que a produção do espaço urbano em Campo Grande, mais precisamente no entorno do shopping, ocorre sob o viés dessa lógica. A ação do poder público como agente produtor, regulador e transformador dos diferentes espaços. Em parceria com o privado, o tecido urbano é produzido e apropriado por diferentes frações da sociedade.

A lógica, portanto, concentra-se na estruturação do espaço executado pela inserção no espaço urbano em Campo Grande de novas formas de centralidade, de forma que irão alterar os padrões espaciais de ocupação e “valorização” do espaço urbano.

Dentre as formas espaciais, temos a implantação do Parque do Poderes, que irá atrair os fluxos e dinamizar uma nova reestruturação de vias urbanas com a criação das avenidas Mato Grosso e Afonso Pena. Soma-se a isto a

implementação de bairros e conjuntos habitacionais para os segmentos sociais de renda média no sentido do Parque, como o Conjunto Ipanema, Residencial Cachoeirinha, Coophafé, dentre outros.

A inserção do shopping em uma área, como já descrita anteriormente, só será possível com a parceria do setor privado com o poder público, ou seja, a participação deste último como regulador e ordenador na infra-estrutura criando condições para instalação do empreendimento.

Por fim, a alteração gradativa da paisagem confunde-se com a própria natureza, ou seja, a produção de áreas de lazer como medida de minimizar os impactos dados pela urbanização. A criação do Parque das Nações Indígenas atende perfeitamente aos interesses de “valorização” das áreas no entorno do shopping. A localização do parque, entre a sede de governo e o empreendimento comercial, cria e reproduz a “valorização” do espaço, outrora sem “valor”, pelo menos para o capital imobiliário.

A tríade formada pela localização do Parque dos Poderes, Parque das Nações Indígenas e Shopping dará condições para a reprodução da segmentação do espaço urbano, bem como da fragmentação no uso do solo. As terras e loteamentos previamente estocados servirão agora para a reprodução do capital e serão “valorizados”, reproduzindo assim a diferenciação socioespacial no uso do solo urbano.

Como efeito dessa dinâmica, entendemos que os padrões espaciais presentes na produção do espaço e os processos sociais estão diretamente relacionados, ou diríamos, dialeticamente embricados. Verificamos tal fato pelo conjunto de ações engendradas na produção da localização subjacente à área.

Surgem assim posteriormente formas/expressões da segmentação/fragmentação do uso do solo urbano, ou seja, a presença na área de novos loteamentos voltados essencialmente para os segmentos sociais de elevado poder aquisitivo, como o bairro Cachoeirinha, Carandá, dentre outros, que servirão agora como um novo lugar para moradia. Mas também servirão como forma de reproduzir as centralidades, novos espaços de consumo, dentre outros.

Notamos no entorno do shopping a presença significativa de condomínios residenciais de luxo, sejam esses horizontais ou verticais, nas áreas que se verificam hoje como as de melhor centralidade.

Durante a pesquisa, notamos que os moradores das áreas próximas ao shopping alegam que não sabiam dos projetos pensados para os bairros, nem mesmo da instalação de um shopping. Muitos deixaram de comprar empreendimentos que não tinham “valor”, como o caso do conjunto de apartamentos Residencial Itacolomi, mas que com a saída do shopping passara a ter um outro significado. (ver Anexo G)

Logo após a inauguração do shopping foi lançado um empreendimento moderno na área, um condomínio fechado, exclusivo para atender a segmentos sociais poder aquisitivo elevado. A criação do condomínio *Golden Gate Park* ampliou ainda mais o processo de “valorização” e reprodução no uso do solo nessa área.

Paulatinamente novas vias de acesso vão sendo criadas para atender os fluxos gerados pela concentração de residências, comércios, serviços, instalação de escolas de grande porte, boates, instalação de novos empreendimentos

imobiliários, dentre outros aspectos, como a transformação das áreas numa das atrações de lazer e turismo, gerando fluxos cada vez maiores.

4.3. A nova centralidade e seus desdobramentos

Para melhor compreendermos as transformações e delinear o processo de reestruturação do espaço urbano em nossa área de pesquisa, tomamos como recorte territorial o quadrante entre as Avenidas Afonso Pena, Furnas (atual Av. Dr. Paulo Coelho Machado), Mato Grosso e Rua Ceará.

Inicialmente procedemos a análise observacional do recorte, pontuando as características gerais encontradas nessa área, iniciamos então a análise dos dados de mapeamento das atividades e uso do solo.

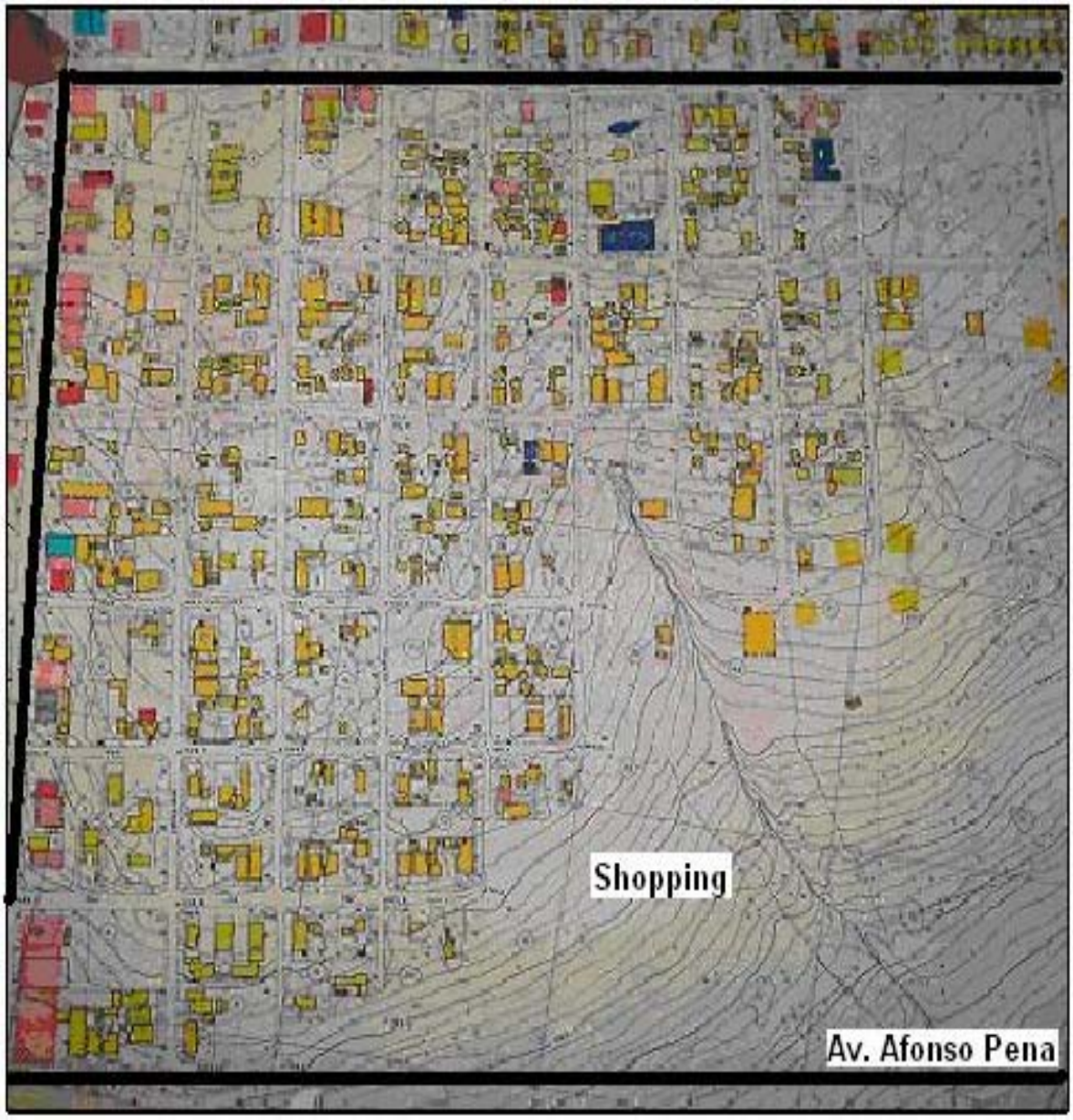
A figura 7 nos mostra as atividades localizadas na área de estudo no período de 1987/1988, levantamento executado anteriormente à instalação do shopping. Notamos que as atividades comerciais e de serviços estavam concentradas na Rua Ceará, enquanto que na Avenida Mato Grosso se concentravam em menor quantidade. Quanto à Avenida Afonso Pena, ela ainda não tinha seu prolongamento em direção ao Parque dos Poderes. Vale salientarmos pela análise da figura, que a área do shopping era um terreno com declive e a ocupação do solo era evidenciada pelo uso residencial.

Com a comparação da figura 8, percebemos a intensa modificação no uso do solo. O levantamento anterior com uma diferença de dez anos para esse mostra que em uma década houve uma intensa ocupação na área de pesquisa. A instalação do shopping na área com declividade, a abertura das ruas e o preenchimento dos loteamentos que não eram densamente ocupados.

FIGURA: 07

CAMPO GRANDE (1987 – 1988)

USO DO SOLO URBANO*



Fonte: PLANURB/PMCG (1988)
Org.: SILVA, Nelson Cesário.
* Os tons em amarelo representam unidades residenciais. Os tons vermelhos e rosas representam respectivamente comércio e serviços. Tons em azul representam áreas essenciais ou de uso religioso.

As maiores alterações percebidas estão na intensificação das áreas comerciais, principalmente, na Rua Ceará e Avenida Mato Grosso. Ocorrem atividades comerciais e de serviços, além das avenidas, nas ruas praticamente

em quase todas, principalmente nas esquinas. O que fica mais evidente na área mapeada é a presença do shopping, do Supermercado Comper Jardim dos Estados na esquina da avenida Mato Grosso com a rua Ceará, e uma grande presença de lotes sem informação[4]. Tal fato se dá pela falta de registro de alguma atividade ou pela falta de regularização do imóvel junto à prefeitura. Notamos que o uso maior em termos de unidades territoriais é o de residências, porém existem casos em que no mesmo local de residência ocorre a presença de atividades de comércio e serviço, como é o caso do cruzamento da rua Nortelandia e da Avenida Mato Grosso.

Convém destacarmos pela figura 8, a posição central do shopping em relação ao eixo de avenidas que cruzam a área de estudo, pois as vias paralelas estão acessíveis através de novas avenidas, como é o caso da Ricardo Brandão e Arquiteto Rubens Gil de Camilo, assim como com a abertura da Via *Park* e a extensão da avenida até o projeto Sóter, que liga a região Leste ao Norte da cidade.

Algumas ruas paralelas, a Avenida Mato Grosso, sofreram alterações, como o alargamento de pista para escoamento dos fluxos de veículos, bem como a modificações no direcionamento do trânsito na rua Nortelandia (vai em direção ao shopping) e a Avenida Dr. Paulo Machado (vai do shopping para a Mato Grosso) para dinamização do tráfego de veículos na área. Tal mudança provocou o aumento de veículos nessas ruas e muitos moradores já estão se mudando ou alugando as casas para atividades de serviços e comércio.

[4] No mapeamento da prefeitura ocorre no sistema de informações geográficas a presença de unidades (terrenos) sem informação. Estão cadastrados dessa forma por apresentarem algum problema no mapeamento ou em regularizações junto ao órgão competente. Cabe destacar que existe a ocupação do local, em alguns casos, com atividades formais, porém não estavam no sistema de mapeamento.

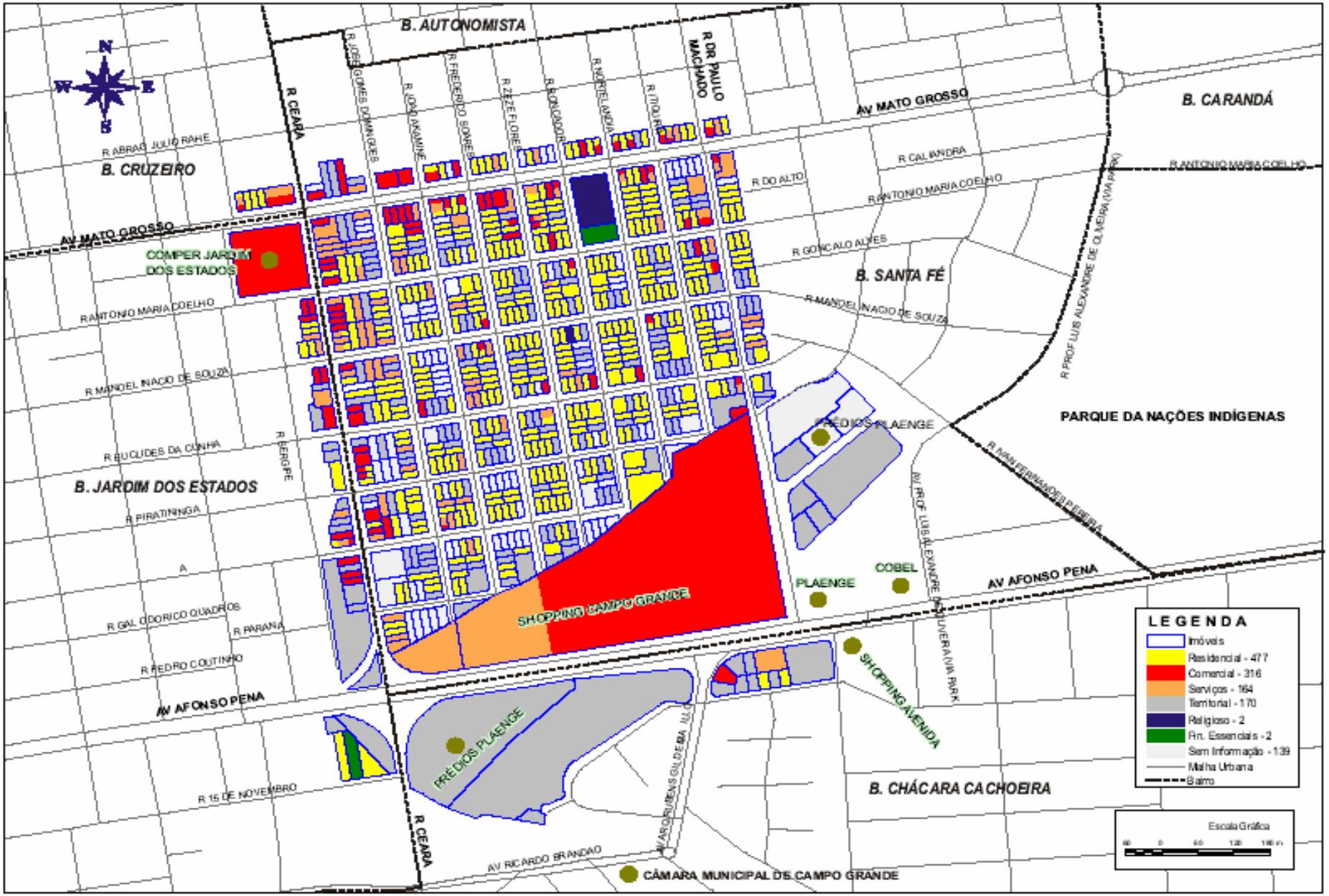


FIGURA 08 - Campo Grande (2004), Uso do Solo Urbano
FONTE: Campo Grande - MS 2004 - Sistema de Informações Geográficas
ORG.: Silva, Nelson Cesário

Pelas observações realizadas no local, e conversa com os moradores e donos de lojas presentes na área de pesquisa, tomamos para levantamento três ruas que, em princípio, tinham uma maior dinâmica econômica e fluxos de veículos, pessoas, dentre outros. Tomamos como ponto de partida a Avenida Mato Grosso, rua Ceará e Antonio Maria Coelho[5]. Dessa forma, temos a primeira via associada aos fluxos gerados pela criação do Parque dos Poderes, a segunda que faz parte da limitação a da Região Urbana do Centro e a última rua que percebemos ter mudado sua dinâmica com a construção do Shopping.

No levantamento, tomamos como base as informações concedidas pelo morador, dono do comércio, ou responsável. No entanto, verificamos uma dificuldade no levantamento, pois muitos não eram encontrados no local, ou preferiam não responder a pesquisa[6].

SILVA (1971) alerta sobre a necessidade de controle dos dados obtidos, a formulação das hipóteses e a lógica entre respostas obtidas. Também destaca que são variados os métodos e atendem a diferentes posicionamentos, porém concordamos com o autor que a seleção, a organização, a identificação e os refinamento dos dados através de tabelas e cartogramas já representam uma orientação no sentido de se estabelecer uma investigação e interpretação.

Nesse sentido, buscamos realizar o levantamento de forma a colher informações concernentes ao uso do solo, tempo de atividade ou moradia, percepção quanto à disposição do imóvel, razão de escolha do local e observações anotadas pela fala dos entrevistados.

---

[5] A área de pesquisa selecionada foi o início da Rua Ceará com a Avenida Afonso Pena até o Avenida Mato Grosso, desse ponto até a Avenida Dr. Paulo Machado. A Rua Antonio Maria Coelho foi pesquisada da Rua Ceará até a Avenida Dr. Paulo Machado.

[6] O posicionamento de muitos moradores para não responder as perguntas está no fato de terem muitas atividades informais nas residências, portanto os moradores acreditam que a pesquisa está relacionada com algum levantamento feito a serviço da prefeitura.

É importante ressaltarmos que não pretendemos aqui traçar um perfil estatístico da amostragem selecionada entre as ruas pesquisadas, mas sim demonstrar e formular questões a respeito da redefinição no uso do solo na área de estudo.

Dessa forma, com base na tabela 10, percebemos uma elevada concentração de atividades terciárias entre as três ruas em relação ao total de lotes pesquisados, atingindo cerca de 71,97%. Se levar em consideração o total de atividades, teremos cerca de 58,74%, que é um percentual elevado quando observamos que a rua Antonio Maria Coelho não tem a mesma função das outras avenidas citadas.

Outro dado importante a ser considerado é a presença de lotes com uso misto, ou seja, lotes que apresentam mais de uma função no seu uso. Não mensuramos durante a pesquisa especificamente o uso misto por classes, mas se analisou os empreendimentos e residências que apresentam mais de um uso.

Dessa forma, na observação durante o levantamento dava, pudemos ter uma idéia dos usos mistos, como exemplo, percebemos que na avenida Mato Grosso, o uso misto se refere muito mais às atividades de comércio e serviços, como a presença de lojas de celulares, tapeçaria e venda de móveis, floriculturas, lojas de informática, dentre outras atividades. Ocorrem edificações com dois pavimentos em vários trechos da avenida, com várias atividades de prestação de serviços como escritórios, consultórios e outros.

Percebemos também que a existência de atividades anteriores a instalação do shopping deu-se em grande número nessa avenida, principalmente de atividades como mercados/mercearias, drogarias, lanchonetes, que estão no local há cerca de 20 anos.

TABELA: 10

CAMPO GRANDE (2004)

PESQUISA SOBRE O USO DO SOLO EM RUAS SELECIONADAS

USO	AV. CEARÁ	AV. MATO GROSSO	RUA ANTÔNIO M. COELHO	TOTAL
Serviços	24	23	15	62
Comércio	27	31	11	69
Residência	16	13	45	74
Terreno	4	2	8	14
Indústria	1	0	0	01
Institucionais	0	2	1	3
Uso Misto	12	14	11	37
Total de lotes por rua	56	57	69	Total de atividades
Total das ruas	182			223

Fonte: Trabalho de Campo
Org.: Silva, Nelson Cesário.

Na rua Ceará observamos uma mudança gradativa nas atividades existentes no local. É possível verificarmos que existem vários galpões antigos na região, que em décadas anteriores serviam para as atividades atacadistas, depósitos, dentre outros. Um dos empreendimentos mais antigos da rua é a loja de materiais de construção Cortez Center, que está no local há cerca de 25 anos.

Existem também outras atividades que estão presente na área antes da instalação do shopping, como é o caso de uma clínica veterinária há 26 anos instalada.

A rua Antonio Maria Coelho teve algumas alterações no traçado, fazendo com que a mesma fosse alargada, melhorando o fluxo de veículos. Dessa forma, escolhemos fazer o levantamento, observando a reestruturação no uso dos espaços dessa rua. Até o momento da pesquisa, verificamos que o uso residencial ainda é predominante, constatando um percentual de 65,21% nesse trecho, o que seria maior se tomássemos a continuidade da rua em direção às ruas próximas da "Via *Park*", com destaque para casas de elevado padrão.

O concentração de lotes vagos ou de lotes não edificados que estão sem um uso especifico concentram-se nessa rua e também uma expressiva quantidade de residências antigas e que estão sendo aos poucos substituídas por empreendimentos com dois pavimentos caracterizados por apresentar diferentes usos.

Outro fato a ser considerado é que durante o período da pesquisa (2003/2004) foram construídos três conjuntos de lojas que são locadas para boutiques, lojas de acessórios, prestação de serviços como as lojas de Internet, dentre outras. Essa forma de empreendimento tem se destacado na área, tanto pela arquitetura que contrasta com os imóveis antigos, como também pela disponibilidade de estacionamento e a localização em esquinas com elevada circulação de veículos. (ver Foto 1)

FOTO 1 – Conjunto de lojas na rua Antonio Maria Coelho
Foto: SILVA, 2005.

A realidade destacada contrasta também com uma outra situação:, existem várias atividades de serviços, contudo muitas não foram levantadas pelo fato de os moradores não aceitarem responder a pesquisa. Numa rápida observação durante a pesquisa, notamos a movimentação de pessoas e carros, o que nos faz levantar a hipótese da existência de atividades informais. A pesquisa com alguns moradores demonstrou que de fato isso acontece e que muitos se escondem da fiscalização da prefeitura, em função da elevada carga de tributos.

Em uma das entrevistas, a Sra Nazira[7] afirma que a área em torno do shopping mudou muito, "*a rua já não apresenta o mesmo "sossego" de outrora"*, e coloca que várias vezes surgiram oportunidades para vender a casa e o terreno, mas afirma que não pretende sair do local. Estando desempregada já há algum tempo, a moradora diz que desenvolve atividades informais, mas prefere não falar

[7] Moradora do bairro a cerca de 35 anos, pois seus pais moram no local desde o tempo em que ainda era uma chácara. Desenvolve como forma de trabalho informal um salão de beleza. Entrevista concedida em 13/03/2004.

muito pois já recebeu a visita de fiscais para regularizar a atividade. Ela diz que várias pessoas estão desenvolvendo essas atividades e que agora o bairro tende a aderir as novas funções que surgem e considera isso bom. Ao ser questionada sobre a implantação do shopping, afirma que nunca soube e que muitos vizinhos se arrependem de ter vendido seus lotes, pois não sabiam que o local iria "valorizar" tanto.

Durante as entrevistas, notamos que nenhum morador antigo sabia da instalação do shopping. Atualmente a maioria dos moradores mudou para o local em busca da proximidade com o shopping, pelos serviços, acesso, local de trabalho dentre outras questões.

Dentre as lojas de comércio e serviços visitadas durante a pesquisa, a maioria declara que a proximidade com o shopping, bem como o fato de ser uma área "central", com grande fluxo de pessoas pela presença do shopping, o Parque dos Poderes, Comper Jardim dos Estados[8], conjuntos empresariais, conjunto de lojas e uma gama de outras atividades presentes, fazem com que essa área seja hoje escolhida para instalação de atividades diversas. (ver Fotos 2 e 3)

Podemos observar também que as atividades desenvolvidas na rua Antonio Maria Coelho estão provocando a alteração na configuração urbana local, como exemplo, temos a construções de sobrados com diferentes usos, como se vê na foto 4, a loja no piso térreo e no primeiro piso o uso como residência.

[8] Os comerciantes colocam que após a colocação do mercado aumentou a circulação de pessoas e por funcionar 24:00, tal fato dinamizou mais os serviços no em torno, como atividades de oficinas mecânicas, lojas de móveis, entre outras.

FOTO 2 – Conjunto Empresarial na rua Antonio Maria Coelho
Foto: SILVA, 2005.

FOTO 3 – Conjunto de Lojas próximo ao Shopping
Foto: SILVA, 2005.

FOTO 4 – Sobrado com Loja e Residência.
Foto: SILVA, 2005.

Assim como em vários pontos da rua, percebemos novas construções dividindo espaço com casas antigas, de madeira que em alguns casos, o morador prefere não se mudar. Dessa forma, verificamos que à medida que transformações vão acontecendo, ocorre uma redefinição nos usos, com a inserção de serviços, com sobrados ocupados por diversas atividades ligadas a profissões liberais. (ver Foto 5)

Conforme apresentamos anteriormente, as atividades informais surgem paralelamente ao processo de redefinição no uso do solo, mas em alguns casos, a atividade se intensifica e podemos verificar as mudanças na fachada de residências para atender aos serviços e clientela, ou ocorre a mudança no uso para locação. (ver Foto 6)

FOTO 5 – Novos Serviços em Contraste com Residência Antiga.
Foto: SILVA, 2005.

FOTO 6 – Alteração da Fachada e Locação dos Espaços.

Foto: SILVA, 2005.

Cabe destacarmos que em alguns pontos de maior fluxo de veículos já existiam anteriormente um conjunto de lojas, mas com atividades tipicamente mais antigas ou com o uso do “ponto” para atividades como depósitos, conveniências, pequenos comércios sem uma arquitetura moderna ou com a exposição da marca. Vemos, dessa forma, o contraste entre atividades mais antigas na rua Antonio Maria Coelho de esquina com a avenida Dr. Paulo Machado, sendo na mesma avenida, uma quadra abaixo, um novo conjunto de lojas, mas com uma arquitetura renovada e com áreas para estacionamento. (ver Figuras 7 e 8)

Na avenida Mato Grosso, o que nos chama mais a atenção é a presença de lojas voltadas para a venda de calçados, embora tenhamos nessa área outro conjunto de lojas. No entanto, cabe salientarmos que tais lojas ocupam áreas relativamente maiores que as galerias ou conjuntos de lojas, conjugam estacionamento e estão muito próximas.

FOTO 7 – Conjunto de Lojas com Arquitetura Antiga.
Foto: SILVA, 2005.

FOTO 8 – Conjunto de Lojas com Arquitetura Moderna.
Foto: SILVA, 2005.

O exemplo da Anita Calçados é interessante, pois começou no bairro como uma atividade informal[9] e ocupa um espaço privilegiado, sob esquina e com ampla área de estacionamento, tem atualmente oito lojas em Campo Grande distribuídas no centro e no shopping. Desde o ano de 2003, instalou-se em outra quadra, uma das lojas de grande concorrência que é a Gabriela, também com lojas no centro e no shopping. A outra loja é a Olímpica Esportes, que já teve um número maior de lojas e hoje concentra-se no centro e abriu há cerca de menos de um ano, uma loja na Avenida Mato Grosso. (ver Fotos 9, 10 e 11)

[9] O relato de moradores e dos comerciantes locais enfatizam o sucesso da loja, pois trata-se de uma das lojas mais antigas do bairro, cerca de 20 anos, que iniciou a venda nas portas ou atendendo na residência. Depois das transformações no bairro a loja foi ganhando cada vez mais notoriedade no local, estando hoje com outras lojas no centro e no shopping, e também com uma loja em Cuiabá/MT.

FOTO 9 – Vista Parcial da Loja da Anita Calçados na Avenida Mato Grosso.
Foto: SILVA, 2005.

FOTO 10 – Loja Gabriela Calçados e Estacionamento na Avenida Mato Grosso.
Foto: SILVA, 2005.

FOTO 11 – Olímpica Esportes na Avenida Mato Grosso.
Foto: SILVA, 2005.

Embora o centro principal da cidade tenha uma dinâmica expressiva, não podemos deixar de ponderar que as transformações no uso do solo na área de estudo, bem como no entorno, vêm passando por uma redefinição e que pelas características observadas a nova centralidade urbana se reforça a cada instante com a concentração de atividades terciárias.

A concentração vista pelo viés da dinâmica econômica local tende a se estabelecer como fator preponderante nas questões que envolvem não só a área de estudo, mas é possível pontuar que as novas atividades no local tendem a se intensificar, provocando dessa forma uma expressão de centralidade dinâmica nessa área.

Outro processo a ser considerado como elemento delineador das mudanças engendradas é processo de verticalização verificado nesses últimos anos. A “valorização” dos imóveis, bem como, a busca por novas opções de localização se intensificam ainda mais com as transformações verificadas no entorno do shopping.

Trata-se não somente de um processo de verticalização, mas da disseminação de empreendimentos horizontais, ou seja, condomínios fechados, porém com outra lógica de funcionamento. Tais empreendimentos se constituem opções mais baratas se comparadas aos grandes condomínios de elevado padrão, no entanto possuem uma organização interna com guarita e segurança.

Embora não seja esse nosso foco de estudo, cabe destacar que os loteamentos nas áreas ao redor do shopping, ou do Parque das Nações Indígenas, tem se constituído em áreas de grande procura dessas novas formas de localidade. Um exemplo que poderá ser estudado com maior detalhamento

nesses próximos anos será a concentração de condomínios horizontais, ou de sobrados, em bairros nessa região.

Uma das empresas responsáveis pelos empreendimentos, a Terra Nova Empreendimentos tem atuado nesses últimos anos na área na construção de condomínio horizontais, também expande suas atividades para a construção de um hotel em frente ao Parque das Nações Indígenas. Um dos empreendimentos entregue pela empresa há cerca de três anos, é o Condomínio Residencial Parque das Nações Indígenas, localizado em frente ao Parque na rua Antonio Maria Coelho. A empreendedora possui outros empreendimentos que estão em fase de finalização, mas em função de problemas com a captação de recursos financeiros[10], tem atrasado a entrega das novas unidades.

Nos levantamentos realizados no local, constatamos uma grande quantidade de condomínios sob a responsabilidade da Construtora Plaenge, principalmente aqueles que serão entregues no condomínio Jardins do Jatobá, localizado no encontro da Rua Ceará com a Avenida Afonso Pena. Esse empreendimento é o maior de todos em relação à área e à infra-estrutura disponível internamente nos condomínios.

No total de dez empreendimentos, percebemos que a Plaenge vem nesses últimos anos tendo uma maior atuação na área.

A Progemix tem atuado na região, mas não administra as construções, pois os investimentos são feitos em forma de consórcio entre os moradores.

Pela análise da tabela 11, verificamos que o processo de verticalização no em torno do shopping começou há cerca de 6 anos e dessa forma, podemos

[10] De acordo com informações de corretores e pela mídia local, a empresa aguarda recursos junto ao BNDES. Em um levantamento com moradores no local, alguns informam que desistiram de comprar com a empresa e encerraram o contrato, comprado com outras empresas em outros lugares da cidade.

considerar que tais investimentos coincidiam com um período de uma década de instalação do shopping. Os edifícios, em sua maioria, situam-se em ruas nos fundos do shopping, porém não se pode entrar no estacionamento do mesmo por não haver acesso por essas ruas.

Um dos condomínios citados na tabela 11, o Tom Jobim, possui uma escadaria de sua área de lazer que dá acesso ao estacionamento do shopping, ou seja, é como se fosse uma extensão do condomínio, com área de lazer, compras, dentre outras coisas[11].

TABELA 11:

CAMPO GRANDE (2005)

CONDOMÍNIOS RESIDENCIAIS PRÓXIMOS AO SHOPPING

Condomínio	Construtora	Tempo / anos
Casa Grande	Progemix	6
San Diego	Encol	5
Tom Jobim	Plaenge	3
Casa Nobre	Progemix	3
Parque das Nações	Encon	1
Monalisa	Sem dados	*
Palma de Mallorca	Sem dados	*
Renoir	Plaenge	1
Monet	Plaenge	**
Jardim dos Jatobás	Plaenge	***

Fonte: Trabalho de Campo
Org.: Silva, Nelson Cesário.
* Não conseguimos informações junto ao condomínio.

** Inaugurado no mês de abril.

*** O condomínio compõe um total de quatro torres, sendo que um já foi entregue.

[11] Relato dado por um dos moradores do condomínio.

Além de dois condomínios dos quais não conseguimos informações, reiteramos que, durante a pesquisa, dois empreendimentos estavam em fase de construção, o que nos faz pensar que a tendência para os próximos anos é ampliar o processo de verticalização na área.

O entendimento de que a verticalização irá aumentar se dá pelo fato de que durante a pesquisa, entrou em discussão, na Câmara de Vereadores da cidade, a nova Lei de Uso do Solo. Não podemos aqui delinear as alterações, mas a grande questão que colocamos é justamente o fato de se regularizarem os empreendimentos da área em questão, pois pela antiga lei havia restrições quanto à construção de empreendimentos verticais no local.

Contudo, devemos analisar, dentre outras coisas, que o processo que está em andamento nessa área não é novo nas cidades brasileiras, pois o que verificamos é que conforme ocorre o aumento da área urbana, a renovação das áreas influenciadas por novas centralidades tendem a “valorizar” e provocar de forma ampliada a diferenciação socioespacial. Ocorre também a busca por lugares privilegiados, com segurança e, sobretudo, qualidade de vida. Nesse sentido, a verticalização ampliaria desdobradamente a aferição de lucros advindos da localização.

Esse processo de redefinição do valor de troca do solo urbano, é marcado por um distanciamento dos que não podem arcar com os novos preços estabelecidos ou que não podem pagar pela renda da terra.

Destacamos também que a verticalização indica a possibilidade de retorno lucrativo do investimento, a medida em que amplia o uso e a ocupação do solo e conseqüentemente a renda extraída. Lembramos que esse processo não

ocorre em qualquer ponto da cidade, mas em “pontos” ou áreas onde se torna possível a auferirão da chamada renda de monopólio.

Uma observação nas transformações ocorridas ou que estão em andamento no entorno do shopping, nas propagandas, *outdoor*, dentre outros meios de comunicação, podemos verificar que a paisagem do lugar, a vista para uma área de lazer, o acesso aos empreendimentos do poder público, ao comercial, de forma geral, funcionam como um bom atrativo para que os possíveis compradores resolvam optar por essa localização.

Diante de tais dinâmicas, a cidade está sempre se refazendo, nos papéis, na configuração, na função e na representação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa objetivou oferecer uma contribuição acerca do entendimento da dinâmica de reestruturação do espaço intra-urbano de Campo Grande, a partir da apreensão dos processos de descentralização, centralização e redefinição das novas formas e expressões da centralidade.

A busca por um referencial teórico capaz de elucidar os agentes e fatores historicamente envolvidos no processo de produção do espaço urbano, nos levou a pensar sobre a dinâmica de expansão dos shopping centers no Brasil e sua relação com uma nova expressão de centralidade em Campo Grande.

O entendimento das condições/determinações envolvidas no processo de redefinição da configuração espacial urbana de Campo Grande nos fez avaliar os contexto socioeconômico de criação da capital no novo estado, no entanto nos revelou a dinâmica de centralização e descentralização das atividades comerciais e do assentamento dos loteamentos destinados aos diferentes segmentos sociais. Nessa dinâmica é importante destacar o papel do poder público como agente envolvido no processo de produção e consumo do espaço urbano, juntamente com os interesses do setor imobiliário.

Vale ressaltar que a implantação do shopping center na cidade deve ser vista não apenas como um equipamento comercial de modernização do espaço

urbano, mas como uma estratégia planejada e estruturada ao longo da evolução capitalista, revelando o caráter contraditório das relações envolvidas no processo.

Em Campo Grande, o shopping center provocou uma nova dinâmica de centralidade no interior da cidade, desencadeando, dialeticamente, práticas sociais, a partir da configuração de novas formas e padrões espaciais.

É possível considerar que no processo de reestruturação do espaço urbano, e da redefinição dos papéis e funções exercidas pelas novas centralidades, prevaleceu a lógica de segmentação e fragmentação do tecido urbano. Tal dinâmica pode ser considerada a partir das transformações verificadas na área do entorno do shopping, seja pela ampliação da participação do setor privado no processo de produção do espaço, seja pela intervenção do poder público, desencadeando uma nova configuração socioespacial.

A infra-estrutura implantada para a instalação do shopping center terá um papel importante na redefinição das formas e padrões espaciais da área de estudo, reforçando a ampliação e concentração de novas atividades comerciais em sua direção. Embora o centro principal não tenha perdido seu papel, cabe salientar que as transformações verificadas no entorno do shopping revelam uma tendência expressiva de redefinição no uso do solo e do padrão ocupacional nessa porção da cidade.

Por outro lado, entendemos que os novos papéis desempenhados pela área nos mostra que a dinâmica produzida conjuntamente a partir da implantação do shopping, do Parque dos Poderes e do Parque das Nações Indígenas, reforçam a reprodução da segmentação no interior do espaço urbano.

Em sua atuação, o poder público também direcionou o assentamento do segmento social de menor renda para as avenidas e vias de acesso ao centro da

cidade, portanto, é possível verificar o surgimento de novas expressões de centralidade ou sub-centros nesses locais.

A produção verticalizada, incrementada sobretudo nos últimos dez anos no entorno do shopping, também expressa as novas formas e padrões de ocupação do espaço, sendo estabelecidas, conforme já apontado, tanto pela atuação do setor privado, quanto do poder público alterando a Lei de Uso do Solo e criando as condições necessárias para o processo de redefinição do uso.

Embora a reflexão aqui desencadeada não esgote o assunto, a discussão propiciou resgatar as inter-relações estabelecidas no espaço urbano, mais precisamente no processo de reestruturação, centralização e redefinição da área de pesquisa e conseqüentemente da cidade como um todo, a partir da dinamização dos fluxos.

Nesse sentido, nossa contribuição caminha no intento de apontar as novas formas, usos e padrões de ocupação estabelecidos no interior da cidade, servindo de subsídio para possíveis debates e para o próprio processo de planejamento, ou seja, a pesquisa aponta um caminho para reflexões que venham a surgir acerca da temática.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ANUÁRIO ESTATÍSTICO DE MATO GROSSO DO SUL – 1991/1994: SEPLAN/MS.

ARCA – REVISTA DO ARQUIVO HISTÓRICO DE CAMPO GRANDE/MS. Nº 09, 2003.

BIENESNSTEIN, Glauco. **Shopping Center: O fenômeno e sua essência capitalista**. In: Geographia – Revista da Pós-Graduação em Geografia da UFF, Niterói/RJ, ano 03, nº 06, 2002. p.71-97.

CABRAL, Paulo Eduardo. **Formação Étnica e Demográfica**. In: CAMPO GRANDE – 100 anos de construção. Campo Grande: Matriz Editora, 1999.

CALIXTO, Maria José M. S. As articulações Político-Ideológicas do Poder Público no Processo de (Re) Definição da Diferenciação Socioespacial**. Boletim Paulista de Geografia**, São Paulo, nº 78. p.77-96, 2001.

_____ **Produção, apropriação e consumo do espaço urbano – Uma leitura geográfica da cidade de Dourados-MS**. Campo Grande: Ed. UFMS, 2004.

CAMPO GRANDE. **Campo Grande – 100 anos de construção**. Campo Grande: Matriz Editora, 1999.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **A (Re) Produção do Espaço Urbano**. São Paulo: Edusp, 1994.

_____. A Mundialidade do Espaço. In: MARTINS, Jose de Sousa.(org.) **Henri Lefebvre e o Retorno a Dialética**. São Paulo: Hucitec, 1996.

CARLOS, Ana Fani Alessandri (org.). **Ensaios de Geografia Contemporânea – Milton Santos obra Revisada.** São Paulo: Hucitec, 1996.

_____. **A cidade**. São Paulo: Contexto, 1992.

CASTELLS, Manuel. **A Questão Urbana**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CLARK, David. **Introdução à Geografia Urbana.** (trad. de Lucia Helena de Oliveira Gerardi e Silvana Maria Pintaudi) São Paulo: DIFEL, 1985.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Região e organização espacial**. São Paulo: Ática, 1998.

_____. **O espaço urbano**. São Paulo: Ática, 2002.

_____. Rede Urbana e Formação Espacial – uma Reflexão Considerando o Brasil. In: **Território/LAGET**, UFRJ. Ano V, nº 8. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.

COSTA, Celso**.** Evolução Urbana. In: **CAMPO GRANDE – 100 anos de construção**. Campo Grande: Matriz Editora, 1999.

DIAGNÓSTICO SOCIOECONÔMICO DO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL – 2003. SEPLANCT/MS.

EBNER, Íris de Almeida Rezende. **Vazios urbanos – Uma abordagem do ambiente construído**. São Paulo, 1997. Dissertação (Mestrado em Estruturas Ambientais Urbanas), USP.

FRÚGOLI JR., Heitor. **Espaços Públicos e Interação Social.** São Paulo: Marco Zero, 1995.

GOTTDIENER, Mark. **A produção Social do Espaço Urbano**. (tradução de Geraldo G. de Souza) São Paulo: Edusp, 1993.

_____. A Teoria da Crise e a Reestruturação Sócio-Espacial: O Caso dos Estados Unidos. In: VALLADARES, Licia e PRETECEILLE, Edmond.(coord.) **Reestruturação Urbana: Tendências e Desafios**. São Paulo: Nobel/IUPERJ, 1990.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTICA. **Censo Demográfico de Mato Grosso do Sul.** 2000.

INSTITUTO MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO URBANO E MEIO AMBIENTE. **Perfil Socioeconômico de Campo Grande**. Campo Grande, 1997.

INSTITUTO MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO URBANO E MEIO AMBIENTE. **Perfil Socioeconômico de Campo Grande**. Campo Grande, 2002.

INSTITUTO MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO URBANO E MEIO AMBIENTE. **Perfil Socioeconômico de Campo Grande**. Campo Grande, 2003.

INSTITUTO MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO URBANO E MEIO AMBIENTE. **Novos Bairros de Campo Grande. Você Mudando a Cidade.** Campo Grande, 2001.

INSTITUTO MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO URBANO E MEIO AMBIENTE. **Região Urbana do Prosa – Características do espaço regional e potencialidades de desenvolvimento. Documento Base para o Plano Local.** Campo Grande, 1998.

KOSMINSKY, Ethel V. e ANDRADE, Margarida M. de. O Estado e as Classes Sociais. In: MARTINS, Jose de Sousa.(org.) **Henri Lefebvre e o Retorno a Dialética**. São Paulo: Hucitec, 1996.

LE BOURLEGAT, Cleonice Alexandre. **Mato Grosso do Sul: articulações espaço-temporais.** Presidente Prudente, 2000. Tese (Doutorado em Geografia), FCT – UNESP.

LEFEBVRE, Henry. **O direito a Cidade**. São Paulo: Centauro, 2001.

_____ **A Revolução Urbana**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002.

MACHADO, Paulo Coelho. **Pelas ruas de Campo Grande: A Grande Avenida**. Campo Grande: PMCG/FUNCESP/UBE, 2000.

MARICATO, Ermínia. **Habitação e Cidade**. São Paulo: Atual, 1997.

MARTINS, José de Sousa.(org.) **Henri Lefebvre e o Retorno a Dialética**. São Paulo: Hucitec, 1996.

MONTESSORO, Cláudia C. Lopes. **Shopping Centers e (Re)Estruturação Urbana em Presidente Prudente – SP**. Presidente Prudente, 1999. Dissertação (Mestrado em Geografia), FCT/UNESP.

MORAES, Antonio C. Robert. **Geografia – Pequena História Critica**. São Paulo: Hucitec, 1987.

_____. **Ideologias Geográficas**. São Paulo: Hucitec, 1996.

MORAES, Antonio C. Robert e COSTA, Wanderley Messias da. **Geografia Crítica: A Valorização do Espaço.** São Paulo: Hucitec, 1987.

MOREIRA, Rui. **O que é Geografia**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

MORO, Dalton Áureo (org.). **Maringá Espaço e Tempo – Ensaio de Geografia Urbana.** Maringá: UEM, 2003.

MUMFORD, Lewis. **A Cidade na História: suas origens, transformações e perspectivas.** (tradução Neil R. Da Silva) São Paulo: Martins Fontes, 1998.

OLIVEIRA NETO, Antônio Firmino de. **Nas ruas da cidade – Um estudo geográfico sobre as ruas e calçadas de Campo Grande**. Campo Grande: Ed. da UFMS, 1999.

_____. **Campo Grande e a rua 14 de julho – Tempo, espaço e sociedade**. Presidente Prudente, 2003. Tese (Doutorado em Geografia), FCT – UNESP.

PEDROSSIAN, Pedro. **Três Governos, dois estados, uma trajetória. Campo Grande**: Projeto Editorial B&W3, 1995.

PINTAUDI, Silvana M**.** Os shoppings centers brasileiros e o processo de valorização do espaço urbano. **Boletim Paulista de Geografia**. São Paulo, vol.65, p.28-49, 2º sem. 1987.

_____. **O Templo da Mercadoria: Estudo Sobre os Shopping Centers do Estado de São Paulo**. São Paulo, 1989. Tese (Doutorado em Geografia), FFLCH/USP.

PSILLAKIS, Homero M. ***Shopping* e o varejo brasileiro**. São Paulo, 1984. Relatório de pesquisa. Administração de Empresas. Fundação Getúlio Vargas.

RAMIRES, J. C. de L. A verticalização e centralidade: o significado de morar na área central de Uberlândia. In: **Boletim de Geografia Teorética**, Vol. 23(2), 1998. p. 35-51.

RODRIGUES, Arlete Moysés. **Moradia nas cidades brasileiras**. São Paulo: Contexto, 1994.

RYBCZYNSKI, Witold. **Vida nas cidades – expectativas urbanas no novo mundo.** Rio de Janeiro: Record, 1996.

SANTOS, Milton e Souza, Maria Adélia de. (org.) **O Espaço Interdisciplinar**. São Paulo: Nobel, 1986.

SANTOS, Milton. **Manual de Geografia Urbana**. São Paulo: Hucitec, 1989.

_____. **Por uma geografia nova**. São Paulo: Hucitec, 1990.

_____. **Espaço e Método.** São Paulo: Nobel, 1992.

_____. **A urbanização brasileira**. São Paulo: Hucitec, 1993.

_____. **Metamorfoses do espaço habitado**. São Paulo: Hucitec, 1997.

_____. **A Natureza do Espaço: técnica e tempo. Razão e emoção.** São Paulo: Hucitec, 1999.

SCARLATO, Francisco Capuano. **População e Urbanização Brasileira**. In: ROSS, Jurandir L. Sanches (org.). **Geografia do Brasil**. São Paulo: Edusp, 2000.

SILVA, Armando Corrêa da Silva. **Notas sobre o método e a observação em geografia**. São Paulo: USP/Instituto de Geografia, 1971.

SILVA, Nelson Cesário da. **Freqüentadores do Shopping Campo Grande que fazem uso do transporte coletivo**. Campo Grande, 1999. Monografia (Graduação em Geografia), UCDB.

SODRÉ, Nelson Werneck. **Introdução a Geografia**. Petrópolis: Vozes, 1977.

SOJA, Edward W. **Geografias pós-modernas – a reafirmação do espaço na teoria social**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1993.

SOUZA, Marcelo Lopes de. **ABC do Desenvolvimento Urbano**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

_____. **Urbanização e Desenvolvimento no Brasil Atual**. São Paulo: Ática, 1996.

SOUZA, Maria Adélia de. **Governo Urbano**. São Paulo: Nobel, 1988.

_____. **A identidade da Metrópole**. São Paulo: Hucitec/Edusp, 1994.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. O centro e as formas de expressão da centralidade urbana. In: **Revista de Geografia**, São Paulo, 1991. p.1-18.

_____. **Capitalismo e Urbanização**. São Paulo: Contexto, 1998.

_____. **Produção do Espaço Urbano: notas para um debate**. (texto mimeografado) s.d.

_____. Espaços Urbanos: Territorialidades e representações. In: Sposito, Eliseu. (org.) **Dinâmica Econômica, Poder e Novas Territorialidades**. Presidente Prudente: UNESP/FCT/GASPERR, 1999. p. 13-29.

VALLADARES, Licia e PRETECEILLE, Edmond.(coord.) **Reestruturação Urbana: Tendências e Desafios**. São Paulo: Nobel/IUPERJ, 1990

VERRUCK, Jaime Elias. O processo de desenvolvimento de Campo Grande**.** In: **Campo Grande – 100 anos de construção**. Campo Grande: Matriz Editora, 1999.

VILLAÇA, Flávio. **Espaço Intra-Urbano no Brasil**. São Paulo: Estúdio Nobel/FAPESP, 2001.

_____. Efeitos do espaço sobre o social na metrópole brasileira. In: SOUZA, Maria Adélia Aparecida *et alli*. **Metrópole e Globalização – conhecendo a cidade de São Paulo**. São Paulo: CEDESP, 1999.

WEINGARTNER, Alisolete A. dos S. Campo Grande – O impulso do desenvolvimento nas rotas de gado, nos trilhos do trem e nos caminhos do Mercosul. In: **Revista ARCA**, Campo Grande, nº 05, out. 1995. p. 3-9.

ZARDO, Edgard. **De prosa e Segredo Campo Grande Segue seu Curso. Campo Grande: Tributo ao Centenário**. PMCG/FUNCESP/Fundação Lions, 1999.

ANEXO A – Dados do Shopping Campo Grande, 4 de maio de 2005.

O Shopping Campo Grande é o mais completo centro de compras e lazer de Campo Grande, a capital de Mato Grosso do Sul, estado brasileiro que abriga 75% da área do Pantanal, um dos mais importantes sítios de biodiversidade do planeta.

Localizado na Avenida Afonso Pena, principal via urbana de Campo Grande, o Shopping Campo Grande oferece uma estrutura completa num prédio climatizado de dois pisos com iluminação zenital, escadas rolantes, elevador, segurança e o conforto de estacionamento eletrônico controlado para 1.900 vagas simultâneas.

As portarias do Shopping abrem diariamente às 10h, mesmo nos feriados. E só fecham após o término da última sessão do Cinemark.

Horários de funcionamento das lojas:	
segunda a sábado	das 10h às 22h
domingos	das 14h às 20h

O mix do Shopping Campo Grande é atual e, de moda a utilidades, tem lojas como Carrefour, Casas Bahia, Tecelagem Avenida, Riachuelo, Pernambucanas, C&A e Lojas Americanas, além de reunir as melhores marcas regionais e nacionais, agências bancárias e correios.

Ao completar dez anos, o público ganhou do Shopping dez salas de cinema multiplex com telas de parede a parede, som e imagem digital e o conceito Cinemark de cinema.

· **Números do Shopping:**
· 167 Lojas satélites
· Âncoras: Casas Bahia, Tecelagem Avenida, Pernambucanas, Riachuelo, Lojas Americanas e C&A.
· Hipermercado Carrefour
· Cinemark: 10 salas tipo "Stadium"
· Praça de Alimentação
· 03 agências bancárias
· Bancos Dia e Noite
· 2.110 vagas no estacionamento

· ABL: 56.889,23 m²
· Área construída: 83.828,19 m²

· 2 pisos com 6 escadas rolantes
· 1 elevador

· Veículos: 3,4 milhões (dados de 2004)

· Freqüentadores: 10,1 milhões (dados de 2004)

· Média: 840 mil freqüentadores/mês

· **Inauguração:** Out/89

· **Endereço:**
Av Afonso Pena , 4.909 , CEP 79.031-900 - Campo Grande/MS
Fone: (0xx) (67) 389-8000 ; Fax: (0xx) (67) 389-8005

Comercialização: DACOM

Locação de lojas, Quiosques e Merchandising: DACOM

Fonte: http://www.shoppingcampogrande.com.br/lojas/index.asp (acesso: 4/05/2005)

ANEXO B – Shopping provoca mobilização dos comerciantes do centro, 13 de outubro de 1989.

Shopping provoca mobilização dos comerciantes do centro

(Foto Arquivo)

Comércio da área central da cidade vai se mobilizar contra possível desaquecimento das vendas

Há uma semana da inauguração do shopping Campo Grande os comerciantes da área central da cidade realizam hoje um encontro para discutir medidas que impeçam a diminuição das vendas através de uma grande campanha publicitária. A Associação Comercial de Campo Grande já contratou duas agências de publicidade e está convocando para a reunião, mais de 800 pequenos, médios e grandes comerciantes.

Essa será a primeira vez que o comércio campo-grandense irá trabalhar com um forte aparato publicitário. "Devemos reconhecer que esse é um trabalho pioneiro", disse ontem o presidente em exercício da Associação Comercial de Campo Grande, Odacil Virgílio.

O projeto não é dirigido apenas para grandes empresas. Ele incluiu também pequenas e médias. Segundo o presidente da Associação Comercial "a campanha atacará a população por todos os lados. Iremos utilizar out-doors, jornais, tvs, rádios e panfletos volantes".

O presidente da Associação Comercial admite que a abertura do Shopping Campo Grande causará "impacto nas vendas do comércio local". Disse também que "o Shopping é bem-vindo, porque representa a modernização desejada por todos. Devemos recebê-lo bem, mas teremos de nos adaptar ao novo estilo, para não ficarmos atrás".

O presidente em exercício da Associação Comercial não quis adiantar os valores desse projeto. Ele apenas garantiu que "o mesmo é vantajoso, porque dará oportunidade à todos os comerciantes de fazerem propaganda conjuntamente, independente do porte da sua empresa".

NÃO-SÓCIOS

Para a reunião de hoje, que se realiza a partir das 18h30 na sede da Associação, foram expedidos mais de 800 convites. Mesmo os não sócios da entidade estão sendo convidados. A Associação Comercial relacionou todos os comerciantes da zona compreendida entre a Avenida Mato Grosso e a Fernando Correa da Costa, e Pe. João Crippa e Avenida Calógeras.

A principal preocupação dos comerciantes é com relação as vendas dos próximos três meses, período do Natal e Ano Novo. Como o Shopping Campo Grande deverá trazer grandes novidades, os comerciantes tradicionais da capital, acostumados com a monotonia das vendas, porque até então não precisavam de maior divulgação, já estão pensando na divulgação de grandes promoções a fim de não perder a clientela.

Para a elaboração do projeto, a Associação Comercial de Campo Grande chamou a Associaç dos Agentes Publicitários de Campo Grande. Eles por sua vez, indicaram duas agências que elaboraram o projeto que será analisado e aprovado na noite de hoje.

ANEXO C – Shopping muda hábitos da cidade, 17 de outubro de 1989.

Shopping muda hábitos da cidade

A inauguração do Shopping Center Campo Grande — que começa a funcionar às 10 horas de amanhã — obrigará a cidade a se transformar e se adaptar à novidade que representará o novo centro de compras. Todo shopping center é considerado um "templo ao consumo", onde o visitante encontrará todas as novidades oferecidas em várias áreas, como roupas, perfumes, móveis ou eletrodomésticos.

A presença do shopping é algo semelhante à colocação de um animal exótico num ecossistema, onde provoca desequilíbrios e reações contrária até que o meio o absorva como natural ou destrua-o. O comércio de Campo Grande está, naturalmente, reagindo à presença do concorrente que, aparentemente, tem muito mais poder de fogo. É um fato parecido à inauguração de um supermercado numa cidade pequena, quando os outros lojistas, com olhares invejosos, prevêem o "Apocalipse" para seus negócios.

Um supermercado numa cidadezinha têm a potencialidade devastadora de um shopping center em uma cidade do porte de Campo Grande. Ele chega como uma novidade que obriga a cidade a se adaptar a ela. É o que já está acontecendo em Campo Grande, onde as lojas do shopping center "roubaram" os comerciários mais competentes do Centro, o que obrigará os comerciantes a promoverem uma reciclagem em seus funcionários, além de uma campanha publicitária oferecendo atrativos ao consumidor.

O gerente de marketing do Shopping, Paulo Resende, acredita que a presença do novo centro de compras tem o lado positivo de criar uma nova concorrência "que vem trazer grandes marcas e oferecer mão-de-obra aprimorada e profissional". Serão criados 3.250 novos empregos diretos, com a inauguração de 170 lojas comerciais e quatro "âncoras" (Hipermercado Eldorado, Mesbla, Pernambucanas e Lojas Americanas), que funcionarão em 75 mil metros quadrados de área construída.

QUARTA ÂNCORA

A presença da Lojas Americanas como quarta "âncora" só foi anunciada recentemente. Paulo Resende garante que ela estava prevista desde o começo e só não foi anunciada antes porque não tinha terminado a fase de negociação, que poderia ser estragada com um anúncio precipitado. A quarta "âncora" ficará em um andar térreo dividindo espaço com o depósito do Hipermercado Eldorado, que funcionará em todo o andar superior.

Outra mudança significativa será no comportamento dos adolescentes, que chegarão em grande número em busca do ar condicionado, dos lanches e das promoções culturais que acontecerão. Além disso, o local se tornará um ponto onde todos se encontrarão, aproveitando as horas de folga. O shopping será uma versão moderna das praças, que no passado serviram de ponto de encontro da juventude.

"BATMAN"

No local também funcionarão dois cinemas, que serão inaugurados no dia 26 de outubro, quando será lançado nacionalmente o filme "Batman". Com isso, as extensas filas que se formam em frente aos cines Campo Grande I e II deverão diminuir. Essas duas novas salas estarão catalogadas ao circuito nacional para lançamentos de filmes, o que não acontece hoje em Campo Grande.

Até a Prefeitura teve que se adaptar à novidade. Apesar do déficit de ônibus na cidade, foi necessário a criação de uma linha especial saindo do Centro para atender o shopping center. Por enquanto, só dois veículos da Viação São Francisco estão cumprindo a trajeto, mas o número inevitavelmente será ampliado, porque, além dos 3.250 funcionários, muita gente irá até o shopping de ônibus. A linha "Circular-2", da Cidade Morena, será modificada e também passará pelo shopping.

ANEXO D – Mesbla busca classes A e B, [s.d.].

Mesbla busca classes A e B

A Mesbla entra no mercado de Campo Grande, disposta a conquistar os segmentos A e B, um público de alto poder aquisitivo e mais exigente, constituído majoritariamente (87%) por mulheres. A empresa investiu 3 milhões de dólares na construção e implantação de uma loja de 4.900 metros quadrados distribuídos em dois pavimentos, empregando 360 funcionários. Segundo a diretora-executiva da empresa, Leila Lória, a loja da Capital — a exemplo das demais filiais — vai ser um centro referencial de moda, não apenas um centro de compras. "Nela — afirma — a mulher vai se inteirar sobre o que está na moda",

O conceito de moda do Grupo Mesbla — que ano passado faturou 1,25 bilhão de dólares — não fica restrito apenas ao vestuário simplesmente. É bem mais abrangente, incorporando até a moda do lar, que deve seguir, segundo Leila Lória, um padrão em termos de estilo, cores. "Até panela entra na moda", exemplifica Lória, lembrando o "verdadeiro escândalo" que foi o lançamento de uma panela pela Mesbla, fora dos padrões convencionais.

A loja de Campo Grande — a 49ª da rede no País — utiliza as mais avançadas técnicas de atendimento. Além disso, a Mesbla mantém sua estratégia de segmentação, buscando estabelecer um elo de intimidade com o cliente. "A loja não pode ser uma banheira grande". Assim é que o consumidor encontrará um local que tem haver consigo próprio, com sua idade. A mulher, por exemplo, na seção de lingerie, terá um nicho próprio de provas.

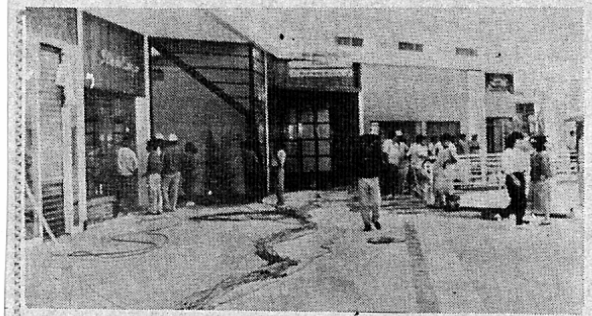
SHOPPING: É O FUTURO

Para a diretora-executiva da Mesbla, o futuro do comércio está nos shoppings, por oferecerem maiores facilidades de acesso, não haver problemas de estacionamento. Além disso, na maioria das cidades, é impossível conseguir um terreno capaz de abrigar uma loja com quase 5 mil metros quadrados de área construída. "O centro não oferece condições de crescimento", afirma Leila Lória. Mesmo assim, acha possível uma convivência harmônica, porque "o centro não vai desaparecer enquanto área comercial". O provável é que a área central das cidades, se consolidem como áreas de compras de conveniências, aquelas aquisições urgentes, que o consumidor faz até mesmo durante o expediente de trabalho. "Já o shopping, muito mais que um centro de compras, é uma opção de lazer", acredita. Tanto assim, que aos domingos, quando apenas o setor de alimentação e os cinemas funcionam, quando há uma freqüência muita grande de público.

Loja tem 4.900 metros quadrados

ANEXO E – Shopping teve um dia movimentado, 18 de outubro de 1989.

Shopping teve um dia movimentado



Ontem foi um dia de muito trabalho, com os últimos retoques

Muitos lojistas tiveram que levar a pé, parte do estoque

Muitos curiosos circulando pelos corredores

(Fotos Moisés Silva)

Um princípio de tumulto chamou atenção dos operários

Mesmo com muitas reclamações dos lojistas pela falta de material e de mão-de-obra especializada, Campo Grande entra a partir de hoje na "era do shopping center", que chega prometendo a modernidade na área comercial e de comportamento. A construção do Shopping Center Campo Grande pegou a cidade desprevenida, onde faltou gente especializada, material de construção e até vaga nos hotéis para receber também gente de fora. Apesar de todas essas dificuldades, o novo ponto turístico da cidade abre suas portas às 10 horas de hoje, um ano após o início das obras.

Além das dificuldades encontradas para a montagem final das lojas, a maioria dos comerciantes reclamou da direção do shopping porque foi obrigada a transportar nas costas, por uma distância de até um quilômetro, as mercadorias que estarão em exposição hoje, porque nos últimos dias foi proibida a entrada de veículos no estacionamento.

Um forte esquema de segurança foi montado, com guardas colocados em diversos pontos fazendo triagem das pessoas. Sem crachá, fornecido pela administração, ninguém entrava. Houve até agressões físicas, quando um vigilante tentou impedir a entrada de um lojista. Segundo o superintendente do Shopping, Antonio Arbex, "isso é normal porque, a um dia da inauguração, os ânimos se alteram em virtude da finalização dos trabalhos, com todos querendo provar que a sua loja é a melhor".

Apesar do forte esquema de segurança, a proprietária de uma das lojas, que se identificou apenas como Marisa, denunciou que roubaram de seu estabelecimento uma caixa de chapéus. Garantiu ainda, que na loja ao lado, havia desaparecido uma caixa de camisas.

Vários lojistas foram prejudicados pela falta de material de decoração para suas lojas. Muitos tiveram dificuldades inclusive para a colocação do piso, porque não existia material no mercado. Vilmar Vendramini, um dos diretores das Lojas Centauro, a terceira maior a ser inaugurada hoje, disse que faltou equipamentos desde a parte elétrica, até para instalar prateleiras. Mesmo tendo contratado uma empresa particular, as obras não tiveram curso normal. O pessoal foi obrigado a permanecer durante 24 horas no trabalho, para que a loja pudesse ser aberta hoje.

SEM ENERGIA

Muitos lojistas reclamaram da data da inauguração. Eles disseram que se precisaria no mínimo de mais 10 dias. Em grande parte das lojas, na manhã de ontem, não havia energia elétrica porque estava sendo substituída a instalação provisória, pela difinitiva.

A falta de mão-de-obra especializada para os trabalhos do Shopping era a principal reclamação dos lojistas. Somente as grandes lojas não tiveram problemas. Muitas delas contrataram empresas especializadas com antecedência de até seis meses, caso da Mesbla.

Muitas lojas, como a Dimpus, não abrirão agora porque não conseguiram terminar os trabalhos de montagem. Segundo o projetista da loja, Caio Menezes, a Polícia Federal prendeu os caminhões que transportavam as mercadorias da loja que vinham do Rio e Belo Horizonte. Até as luminárias ficaram presas no Aeroporto Internacional de Campo Grande. Para não serem multados pela administração do shopping, será montada a vitrine.

90% INAUGURADAS

A Superintendência do Shopping garante que 152, das 170 lojas estarão com suas portas abertas hoje, ou quase 90% do total. Na praça da alimentação, estarão funcionando 85% das lanchonetes e restaurantes. O superintendente Arbex disse que encontrou vários problemas pela frente, mas, segundo ele, "os resultados surpreenderam, pensei que seria pior".

Antonio Arbex garantiu que ao acompanhar a abertura de outros shoppings pelo Brasil, "os problemas foram bem maiores". Ele admite que houve dificuldades para obtenção de mão-de-obra especializada em Campo Grande. Disse que isso se deve a necessidade de uma qualificação melhor para esse tipo de serviço.

Consumidor terá muitas atrações

"O grande artista de hoje é o shopping". Assim o superintendente do Shopping Campo Grande, Antonio Arbex, se manifestou sobre as atrações que o shopping estará oferecendo hoje ao público que participar da inauguração do mais novo e moderno centro de compras do país.

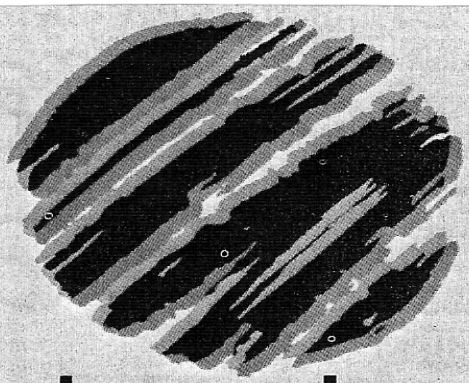
Na Mesbla, a maior loja do shopping, estarão presentes a modelo Luiza Brunet e a dupla Kadu Moliterno e André de Biasi - Juba & Lula -. Além de distribuírem autógrafos, Luiza Brunet e a dupla Juba & Lula lançam sua grife.

VITRINE VIVA

Na Magazine Pernambucanas, a segunda maior loja do shopping, todos os consumidores que gastarem mais de NCz$ 150,00 terão direito a participar do "toque da sorte". Os clientes poderão ganhar vários brindes, entre eles, camisetas e toalhas. Também serão sorteados vales-mercadorias com valores variando entre NCz$ 35,00 e NCz$ 300,00. A loja irá montar vitrine com manequins vivos.

A Vide Bula montou um telão onde irá exibir clips permanentemente. Essas são apenas algumas das atrações. Todas as lojas que abrem hoje, prometem promoções especiais ao público consumidor. O superintendente do shopping garante que "a população ficará surpresa com a beleza do local"

ANEXO F – Lojas do Shopping Campo Grande, [s.d.].



shopping campo grande

Onde a gente se vê.

Casas Chamma
Casa José Silva
Cockpit
Skin Over
Marcelle
Mr. Kitsch
Josimar Discos e Fitas
Arapuã
NDA
Blue Jeans
Modas Kim
Livari
Re & Gina
Joalheria Philbois
Mercúrio Cromo
Banco Bamerindus
Pagnoncelli
Gabura's
L'Acqua di Fiori
Ika
Time
Lápis, Papel & Cia.
Deluxo
Balão Mágico
Actual
Paloma Boutique
Ano Luz
Tube
Tecidos Tamintex
Fofa's
Olímpica Esportes
Yachtsman
Puro Lazer
By Rizzo
Acquamarina
Folia
Next
Guaraná Brasil
Paulo Roberto Falcão
Dunil
Edmond
Perphum ria Brazil
Natan
Fiorucci
Forum
Di Passo
After Six
Immanuelle
New Gipsy
Lucy Modas
Hugo Boss
Bougainville
Benetton
Cirandinha
Tkts
Ótica Menezes
Vip 2000

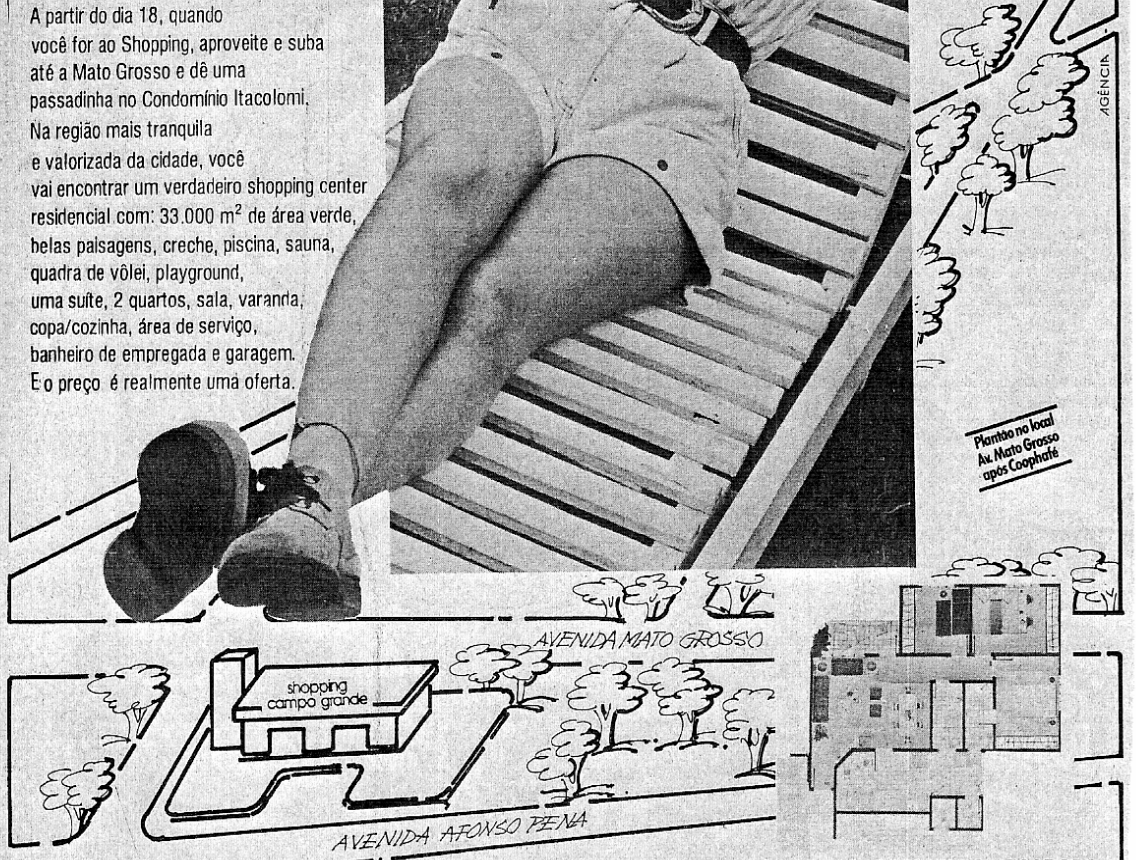
Sucal
Raiki
Polo Spryder
Sérgio Cabeleireiro
Dalinju
Colorclic
O Boticário
Faz de Conta
M. Officer
Banco do Brasil
Drogaria São Bento
Ship Shop
Pé de Meia
Ssil Modas
Red Green
Giovanna Baby
Fendi
Zoomp
Mr. Class
B & B
Lojas Centauro
Papel Arte
Roberto Som
Pietra/New York
Philippe Martin
Thenda Marush
Blu 4
Sinergia
Long Time
PS
Bridge
Ellus
Codinome 77
Uluwatu
Papelaria Dux
Bunny's
Amor Perfeito
Calvin Klein
Coisa e Tal
Arte & Manhas
Cia. da Terra
Kassarela
MR Acessórios
Child's Play Brinquedos
Blue Man
Franco Giorgi
Casa Moysés
Passo a Passo
Uê & Uai
Video Shopping
Sancy Joalheiros
John Sommers
Work-out
Via Férrea
Sapasso
Carmim
Hyper Hyper

Avelino dos Reis
Dimpus
Pé do Atleta
Chocolate
Bill Bros
Folic
Vide Bula
Kaiaki
Água de Cheiro
Kopenhagen
Naturalmente
Mr. Pizza
Cupim Pão de Batata
Taifa
Mac d'Oliver
Chipper's
Geraes Grill
Optimus
Lalai Doces
Pizza Today
Casa da Pamonha
Pastel Mel
Café do Ponto
Quarto de Vestir
Visótica
OP
Oliver
K3 Sport Wear
Toka
Alphândega
Túnel Delikatessen
Play Land
Cinema 1
Cinema 2
Safari
Teleshopping
Papel Principal
Mr. Magic
Saint Ghilan
Érika
Barbarella
Nella
Du Corps
Polo by Kim
Wrangler
Quarto, Sala & Cia.
H & M
Patrícia Fair
Chicletaria
Couros e Brilhos
Livraria Curió
Redley
Polo Play
Oh Yes
Flor do Campo
Mr. Cat

ANEXO G – O Shopping a seus pés, [s.d.].

O Shopping a seus pés

A partir do dia 18, quando
você for ao Shopping, aproveite e suba
até a Mato Grosso e dê uma
passadinha no Condomínio Itacolomi.
Na região mais tranquila
e valorizada da cidade, você
vai encontrar um verdadeiro shopping center
residencial com: 33.000 m² de área verde,
belas paisagens, creche, piscina, sauna,
quadra de vôlei, playground,
uma suíte, 2 quartos, sala, varanda,
copa/cozinha, área de serviço,
banheiro de empregada e garagem.
E o preço é realmente uma oferta.



VISITE APARTAMENTO DECORADO

Pronto para morar.
Próximo ao Shopping, Jumbo, Ferinter, Reserva Ecológica
e com acesso fácil a todos os pontos da cidade.

R·E·S·I·D·E·N·C·I·A·L
ITACOLOMI
CONDOMÍNIO
AGORA COM SHOPPING

FINANCIAMENTO
BANCO REAL

CONSTRUÇÃO E INCORPORAÇÃO
INCCO
Crea 002 MS

VENDAS
seta
ASSESSORIA IMOBILIÁRIA LTDA
Pedro Celestino, 958
382-4848
Creci 18-J