



CONCEITO DE CENTRALIDADE URBANA: ESTUDO NO MUNICÍPIO DE PELOTAS, RS¹

GLUSZEVICZ, Ana Cristina²

MARTINS, Solismar Fraga³

RESUMO

Este artigo tem por objetivo realizar um levantamento conceitual referente ao verbete *centro*, no entendimento do significado mais amplo e gramatical do termo, ao mais específico, inserido no campo da Geografia Urbana. Dessa forma, tem-se por meta a análise e diálogo do conceito trazendo interlocutores que embasem a discussão no âmbito geográfico e que definem *Área central* e *Centralidade*, abordando desde a gênese da terminologia até os fenômenos geográficos que estão diretamente relacionados a esta constituição e dinâmica no espaço urbano. Perpassa por um breve estudo da centralidade no caso de Pelotas (RS/Brasil), o qual tem modificadas sua interação espacial urbana e estruturação interna de organização do comércio. Esse fato aponta para a emergência de novos centros e estratégias de localização das atividades econômicas geradoras de mudanças na produção da cidade em diversas escalas.

Palavras-chave: Conceito geográfico; Centralidade; Comércio.

ABSTRACT

The purpose of this article is to research the concept of city center, to understand the broader meaning and grammar of the term, to the more specific, inserted in the field of Urban Geography. Thus, the object of analysis and discussion of the concept brings interlocutors whom bases the geographic scope and define the *City center* and *Centralization*, approaching from the genesis of the terminology to the geographic phenomena that are directly related to the formation and dynamics in the urban space. The article provides a brief case study of the centrality of Pelotas (RS/Brazil), which has modified its interaction urban spatial structure and internal organization of trade. This fact points to the emergence of new centers and localization strategies of economic activities that generate changes in the production of town on different scales.

Keywords: Geographical concept; City center; Pelotas.

¹ EIXO TEMÁTICO: O urbano em suas diferentes escalas.

² Mestranda do Programa de Pós-graduação em Geografia (PPGEO-FURG), anacristina.geografia@gmail.com

³ Prof^a. Dr., Universidade Federal do Rio Grande (FURG-RS), Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Geografia, Departamento de Geografia, solismarfm@terra.com.br



1. INTRODUÇÃO

Ao conceituarmos um fato, processo ou fenômeno geográfico, geram-se muitos questionamentos quanto a definição e escolha dos termos que nortearão a pesquisa, porém, é uma ação essencial para situar a produção científica entre os sujeitos envolvidos no processo.

O artigo apresenta considerações gerais sobre o termo *centro*. Na medida em que o conceito se expressa através da linguagem, é discutido primeiramente, a palavra na língua portuguesa e, mais especificamente, na área urbana proposta, com respectivos interlocutores.

Cidade dual, fragmentada, centro ou espaço urbano, centralidade, cidade-espetáculo, cidade-mercadoria, metrópole, sítio ou anticidade, são muitos os conceitos no cenário da Geografia Urbana, que buscam entender e explicar este objeto de estudo no contexto contemporâneo.

Nosso objetivo é focar o estudo na análise de *centro*, visto que, a percepção dos vários elementos e fenômenos que compõem o espaço urbano, como categoria que rege o conceito delimitado, é essencial para entender a adaptação dos centros às transformações sociais, econômicas, culturais e políticas que neles se operam, ao longo de diversos períodos temporais que imprimem suas características no *centro*, e por isso o definem e rotulam como tal, centro econômico, centro administrativo, centro político, centro histórico e a emergência de novos centros intra-urbanos, nos tempos mais recentes. O município de Pelotas se enquadra nesse panorama, como abordaremos no decorrer deste artigo em um estudo de caso onde se destaca o centro principal e as demais centralidades identificadas e que acompanha a expansão horizontal da cidade.

A verificação realizada é pela definição conceitual original em essência, sem arrolar as diversas questões de pesquisas aferidas e desenvolvidas com relação ao objeto de estudo destacado como centro.

2. DESENVOLVIMENTO

Nas últimas décadas os estudos geográficos voltados às pesquisas de caráter urbano, desenvolveram uma tendência de análise mais profunda sobre os complexos fenômenos e processos espaciais que envolvem o conceito *centro*, como também, criaram termos que são diretamente ligados ou derivados deste conceito-chave para a Geografia Urbana, a exemplo de



metrópole, cidade, núcleo ou área central, centralidade, descentralização, multicentralização, como também, a expressão de centralidades em múltiplas escalas.

Em seu artigo referente aos conceitos geográficos, Suertegaray (2001, p. 1) expõe a importância de definição dos conceitos para as análises geográficas:

A preocupação relaciona-se com a necessidade de uma compreensão mais objetiva e sistemática dos conceitos que denomino balizadores da Geografia. [...] a partir de uma conceitualização, construímos um corpo referencial que expresse possibilidades analíticas da Geografia [...]. Nosso pensamento é de que a Geografia se expressou e se expressa suportada por um conjunto de conceitos que, por vezes, são considerados como equivalentes, a exemplo do uso do conceito de espaço geográfico como equivalente ao de paisagem, entre outros. De nossa parte percebemos que os conceitos geográficos expressam níveis de abstração diferenciados e, por consequência, possibilidades operacionais também diferenciadas.

2.1 Análise Conceitual

A área central da cidade tem sido objeto de estudos variados por parte de pesquisadores de diferentes domínios científicos, como da arquitetura, sociologia, economia, da própria geografia, entre outros, que buscam compreender a desigualdade na distribuição dos fenômenos, identificada a existência de locais que registram diferentes níveis de concentração de pessoas, equipamentos e atividades, dentre as quais, as atividades econômicas, averiguadas em esfera produtiva, de circulação e consumo.

No campo da Geografia urbana, temos conceitos como *centro*, delimitado para esta análise, cuja definição em sua essência encontra-se no Dicionário HOUAISS, “**centro** s. m.1 GEOM ponto em relação ao qual eqüidistam os pontos de uma circunferência ou de uma superfície <o c. da Terra> [...] **4.1** parte localizada no interior de cidade, região, país etc. **5** ponto de convergência de pessoas, olhares, veículos etc.” (HOUAISS, 2004, p. 673).

Ainda na análise do termo *centro* no Dicionário, temos a definição construída na área urbana o que possibilita perceber uma pluralidade de tipos de centralidades existentes no que se refere ao próprio conceito urbano (ibid., 2004, p. 673):

[...] **17** URB área ou parte central de (bairro ou cidade) onde se concentram atividades comerciais, burocráticas e de serviços <c. bancário> <c. da cidade> **17.1** URB área ou parte de uma cidade ou região onde se



concentram empresas dedicadas a atividades industriais de grande porte <o c. do Brasil é o Sudeste> 17.2 p. ext. URB qualquer área, região etc. Que concentre a produção e/ou comercialização de certos produtos em níveis significativos ou que concentre certas atividades de lazer ou de cultura <c. náutico> <c. cultural>.

Nas múltiplas adjetivações ao conceito centro, trazidas pelo Dicionário nas mais variadas áreas (a exemplo de *c. acadêmico*, *c. de gravidade*, *c. de inércia*, *c. cirúrgico*), destaca-se a explicação que compete à função terciária desempenhada no espaço urbano, ressaltada neste artigo “[...] **c. comercial** COM⁴ grupo de lojas varejistas reunido em um conjunto de imóveis ou em um só imóvel, ger. de grande extensão; *shopping center*”. (ibid., 2004, p. 673).

Nesta mesma perspectiva, encontramos na classificação de *Geografia econômica* do Dicionario Akal de Geografía, por Pierre George, um sentido que dialoga com a acepção de *centro comercial*, e que traz a categoria de escala em seu significado “**CENTRALIDAD** Geogr. econ. – Se aplica a los núcleos de negocios y de intervención económica importante, calificados de *centros*, que ejercen su influencia sobre un entorno más o menos amplio, designado con el término de *periferia*: aplicable a diferentes escalas”. (GEORGE, 2004, p. 101). Esta contraposição na abordagem *centro-periferia*, também é vista na mesma obra, no que fere a *Geografia e História econômica*, ramo que traz a formulação (ibid., 2004, p. 101):

CENTRO Geogr. e hist. Econ. – Lugar donde se ejerce un poder de decisión y de dominación, que atrae las actividades más cualificadas, que extiende su influencia a un entorno más o menos amplio, región, subcontinente, conjunto multicontinental, que constituye su periferia (*Economies- centres* de F. BRAUDEL⁵).

Neste significado, está explícita a influência que predomina em escalas espaciais variadas do entorno, ou seja, campo periférico. Em um enfoque mais específico da *Geografia urbana* na obra referida, este mesmo conceito remete a núcleo concentrador de atividades próprias da cidade, caracterizado como monopólio de funções urbanas e associado a fenômenos geográficos como narra a seguinte definição de Pierre George (2004, p. 101-2):

CENTRO (de ciudad) Geogr. urb. – A la noción descriptiva de centro se asocia la de núcleo original, histórico y funcional. Una serie de términos

⁴ COM.: Definição no campo de COMÉRCIO, delimitado no Dicionário.

⁵ Fernand Braudel: Formado em História pela Universidade de Sorbone (Paris). Bibliografia referente: BRAUDEL, Fernand. *La Dynamique du capitalisme*. Éd Arthaud: Paris, 1985.



homólogos en lengua francesa y en otras lenguas europeas designan la parte inicial de la ciudad, que monopoliza de manera más o menos absoluta las *funciones urbanas superiores* (V. *funciones urbanas*): actividades políticas y administrativas (especialmente en las capitales), actividades bancarias, actividades de gestión comercial, agencias de viajes y equipamiento de gran turismo, centro cultural, comercio al por menor de los productos y objetos de lujo, [...] La sublimación de las funciones de centro, por reunión de todas las actividades características y eliminación correlativa de las funciones secundarias y de residencia, da lugar al fenómeno de <<city>>, por extensión a un plano general de la situación ocurrida en la <<City>> de Londres durante la mitad del siglo XX. El centro de la ciudad es el punto de convergencia de las vías de acceso en todas las ciudades con plano radiocéntrico⁶. Las crecientes dificultades de desarrollo de las funciones de centro conducen a diversas operaciones espontáneas o dirigidas: *desmultiplicación del centro*, por la creación de centros-relevo que atraen las funciones centrales más nuevas, *descentralización*⁷ por redistribución de las funciones centrales en diversos puntos de la ciudad e incluso de la aglomeración.

Assim como a obra analisada anteriormente, esta também traz uma distinção de centros em seus contextos conceituais distintos. Como objetivo proposto, qualificamos a expressão *centro comercial* para comparação (ibid., 2004, p. 102):

Centro comercial. Término de acepción muy general, que designa una ciudad o localidad donde la función comercial está suficientemente mancada para calificarla de manera global y sugerente. El centro comercial evoca conjuntamente el lugar preciso donde se ejerce esta función comercial de manera dominante (calle, conjunto de calles y plazas), y coincide generalmente con el centro urbano tradicional. Por extensión, el término puede aplicarse a toda forma de agrupamiento de actividades comerciales, situadas en el centro o no (centro comercial de barrio). La expresión precisamente ha sido retenida por los urbanistas y los operadores económicos para designar equipamientos comerciales cuyo número, formas de agrupamiento y de implantación y los procesos de instalación son generalmente concertados (renovación, nueva urbanización). En los países industriales que registran un fuerte crecimiento de la urbanización, han aparecido nuevas formas de centros comerciales, en la periferia de las aglomeraciones, según procesos, generalmente espontáneos. [...] *Centro comercial mayorista*: agrupamiento organizado y voluntario de empresas, en la periferia de una ciudad, con accesos a las grandes vías de comunicación, en un espacio dotado de las infraestructuras viarias necesarias, donde pueden

⁶ Este tipo de malha é comum na maioria das cidades européias. Geralmente, possuem função defensiva, tipicamente em muralha, que remonta à Idade Média. À medida que a cidade crescia, as muralhas eram destruídas e substituídas por outras com um raio maior. No lugar das antigas muralhas construíam-se vias transversais de acesso que convergem para o centro da cidade. O plano radiocêntrico é caracterizado por vias de atração e de envolvimento, segundo “arcos de nível”.

⁷ Ver o conceito *descentralización* por CORRÊA, R. L. (2003, p. 45).



recibir y expedir fácilmente las mercancías y desarrollar sus actividades de forma funcional. El *cash and carry* (libre-servicio puesto a disposición de los comerciantes minoristas que van a aprovisionarse en los mayoristas) es una forma cada vez más practicada en los centros comerciales al por mayor.

Esta elocução tem sua função relacionada à cidade como centro urbano tradicional, embrião ou sítio de origem da cidade, inclusive a outros centros que se constituem pela concentração de atividade comercial em um bairro, por exemplo, transcorrido em um panorama de forte crescimento urbano e demográfico que se expandiu rumo à periferia em bairros residenciais, desenvolvendo um comércio condizente com a situação econômica do local, atendendo às demandas de consumo básicas da população⁸.

Seguindo a abordagem conceitual anterior, a elocução adjetivada *centro de negócios*, apresentada no Dicionário Akal de Geografía Humana (JOHNSTON *et al.*, 2000, p. 69) relaciona a concentração comercial ao valor do solo e à acessibilidade da cidade, expondo fenômenos de ordem espacial como aglomeração e descentralização:

CENTRO DE NEGOCIOS (CBD)⁹ Núcleo central de un área urbana que contiene la mayor concentración de usos del suelo comerciales (tiendas, oficinas y almacenes). Esta concentración se asocia – como causa y como efecto – tanto al lugar de mayor accesibilidad de la ciudad como al de mayor valor del suelo (véase MODELO DE ALONSO¹⁰). El CBD presenta la concentración de mayor densidad de usos del suelo y los edificios no residenciales más altos de la ciudad, y está estructurado espacialmente en su interior, con diferentes usos del suelo y categorías de uso (por ejemplo, tiendas de ropa) concentradas en ciertas áreas para beneficiarse de las ECONOMÍAS EXTERNAS asociadas con la AGLOMERACIÓN. [...] La mayoría de los centros de negocios se encuentran en un relativo, o absoluto, declive, debido a que sus característicos se están descentralizando cada vez más hacia localizaciones suburbanas y externas, y al crecimiento de centros

⁸GLUSZEVICZ, Ana Cristina; BORGES, Emilene Silveira; PINTO, Vinicius Lacerda; VIEIRA, Sidney Gonçalves. **Composição e Organização Espacial do Comércio e Serviços no Bairro Simões Lopes, Pelotas - RS.** In: Sidney Gonçalves Vieira (Org.). *Caderno de Estudos Urbanos e Regionais - Comércio e Consumo Urbano*. 1 ed. Pelotas: Editora e Gráfica Universitária - UFPel, 2009, v. 1, p. 73-77.

⁹ A expressão do poder da cidade é a existência de um centro de negócios. O CBD (Central Business District) das cidades anglo-saxônicas é, segundo Beaujeu-Garnier: “o local onde se reúnem as atividades que dirigem e que relacionam, tal como as que visam dar à população a possibilidade de satisfazer as suas mais elevadas exigências. Objeto de intensa concorrência, o solo atinge, aí, os mais elevados preços que repelem a função residencial e só podem ser suportados”. Ver: BEAUJEU-GARNIER, J. *Geografia Urbana*. 2 ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1997.

¹⁰ Em 1960, William Alonso disserta a ampliação do modelo de Von Thünen aos usos de terra urbanos. Seu modelo atribui o uso de terra, o aluguel, intensidade do uso de terra, a população e o emprego em função da distância ao CBD da cidade como teoria de um equilíbrio econômico para o mercado e o espaço.



comerciales planificados y de parques empresariales próximos a los principales cruces de carreteras. (Véase también FUERZAS CENTRÍFUGAS Y CENTRÍPETAS).

A dinâmica urbana de Concentração ou Centralidade espacial é apresentada por Johnston *et al.* (ibid., 2000, p. 96) na mesma perspectiva que abrange os conceitos de atividade econômica e centro urbano com os fenômenos geográficos de aglomeração, localização periférica, crescimento centro/periferia e a circulação do capital:

CONCENTRACIÓN Y CENTRALIZACIÓN Tendencia a localizar la actividad económica en y alrededor de un número relativamente pequeño de centros urbanos. Este fenómeno también se conoce como polarización o AGLOMERACIÓN. Se produce por la concentración del mercado, de las fuentes de información, de los centros de control y de toma de decisiones, de las relaciones entre actividades y de otras ECONOMÍAS EXTERNAS. La concentración y la centralización incrementan las desventajas de las localizaciones periféricas y contribuyen a las carencias económicas y sociales que suelen darse con la mayor distancia al centro (véase MODELO CENTRO-PERIFERIA). [...] La concentración y centralización espaciales se asocian con la tendencia que tiene la actividad económica a organizarse en unidades de tamaño creciente y dentro de una estructura organizada jerárquica. [...] La concentración geográfica de ciertas actividades económicas facilita la circulación de capital entre diferentes actividades, así como el ritmo de circulación y el movimiento del que dependen los beneficios.

Os conceitos trabalhados até o momento integram a análise a partir de vocábulos de Dicionários, inicialmente abordando o sentido léxico da língua portuguesa, seguido da especificação na área geográfica, como Ciência Social. Esta base é importante para que haja uma fundamentação com os significados citados que possibilite o confronto com as definições de interlocutores elegidos para integrar essa discussão.

2.2 Estudo teórico no campo da Geografia Urbana

O estudo de *centro* e conceito de *centralidade*, apresentado por Roberto Lobato Corrêa (2003), perpassa pela análise das categorias¹¹: *processos* e *formas* espaciais, o qual intitula o capítulo da sua obra, e remete a ideia dos processos de acumulação de capital e reprodução

¹¹ Neste contexto, os vocábulos processo e forma são entendidos como categorias de análise geográfica e compõem as categorias: *forma*, *estrutura*, *função* e *processo*, trabalhadas por Milton Santos e já trabalhadas na obra de Henri Lefèbvre, *La production de l'espace*.



social como importantes na criação de funções e formas espaciais, ou seja, geram atividades e suas materializações, cuja distribuição espacial constitui a própria organização espacial urbana.

Para Corrêa (2003, p. 37), *Centralização e a Área Central*, constituem um processo espacial¹² e sua respectiva forma:

A partir do começo do século XX o processo de centralização e a sua correspondente forma espacial, a Área Central passaram a ser sistematicamente considerados pelos estudiosos do fenômeno urbano. [...] De fato, a Área Central constitui-se no foco principal não apenas da cidade, mas de sua hinterlândia. Nela concentram-se as principais atividades comerciais, de serviços, da gestão pública e privada, e os terminais de transportes inter-regionais e intra-urbanos. Ela se destaca na paisagem da cidade pela sua verticalização.

Segundo o autor, economistas como Hurd Haig e sociólogos como Mackenzie trabalharam com este conceito, de modo que tal interesse demonstrasse a dimensão do processo e da forma espacial, bem como seu significado à cidade.

Preocupado em aprofundar o conceito em destaque, Corrêa analisa a gênese da *área central* considerando a intensidade dos processos de fluxos de capital, mercadoria, pessoas e ideias no dinamismo da circulação que ampliou-se exponencialmente em termos de qualidade e quantidade dos transportes inter-regionais através dos terminais ferroviários, a partir da segunda metade do séc. XIX. Isto incluía os terminais marítimos e acabava minimizando os custos de transbordo e concentrando a localização nascente de atividades como comércio atacadista, indústria, escritórios.

A formação do centro pode ser entendida como ponto de convergência de uma grande parcela da população que diariamente circula por seu espaço, ou mesmo que o centro existe pelo grande número de comércio e serviços presentes, ou ainda, constituir um centro administrativo. Dessa forma, desencadeiam-se fenômenos como larga expansão e maior acessibilidade dentro da grande cidade (ibid., 2003, p. 39):

A acessibilidade, por sua vez, atraiu as nascentes lojas de departamentos e de outros gêneros do comércio varejista, bem como numerosas atividades

¹² *Processo espacial*: “constitui-se em um conjunto de forças atuantes ao longo do tempo, postas em ação pelos diversos agentes modeladores, e que permitem localizações e realocações das atividades e da população na cidade. [...] Trata-se de uma expressão empregada por geógrafos para tentar dar conta do que ocorre no espaço ao longo do tempo”. (CORRÊA, 2004, p. 36-7).



instaladas em escritórios. O mercado de trabalho foi ampliado mais ainda e os transportes intra-urbanos passaram a servir a este setor da nascente Área Central.

Assim, a *área central* insurgiu como resultado do processo de centralização, onde acessibilidade e demais fatores abordados tornaram-se preponderantes na construção e definição deste conceito. Como aponta Corrêa “Verifica-se uma certa sincronia entre o emergir do capitalismo em sua fase plenamente industrial e o aparecimento da Área Central. *Processo, forma e também as funções*¹³ estão assim conectados” (2003, p. 39).

Seguindo as coordenadas que caracterizam o processo de *centralização*, este sofre uma decadência em seu desempenho passado, na segunda metade do séc. XX, momento emergente do núcleo central. O mesmo autor que anteriormente nos define área central e centralidade, se referencia nos aspectos apontados por Horwood e Boyce¹⁴ para explicar o que motivou essa emersão (Horwood e Boyce apud Corrêa, 2003, p. 40):

- a) Área Central da cidade com uso intensivo do solo, com maior concentração de atividades econômicas, sobretudo do setor terciário [...]
- b) Ampla escala vertical [...]
- c) Limitada escala horizontal [...]
- d) Limitado crescimento horizontal [...]
- e) Concentração diurna, durante as horas de trabalho, da população, sobretudo pedestres [...]
- f) Foco de transportes intra-urbanos [...]
- g) Áreas de decisão [...]

Esses fatores apontam uma caracterização à tendência da *área central*, especialmente do núcleo central, de sua redefinição funcional, tornando-se o foco principal de atividades administrativas, enquanto o comércio varejista e certos serviços encontram-se dispersos pela cidade.

Já na análise de Villaça (1998), a definição de *centro* e *centralidade* nem sempre remetem ao contexto de ponto geográfico, redefinido inicialmente no artigo. Villaça considera que o centro pode ser produção das primeiras delimitações, ou sítio histórico onde a cidade se originou, mas a centralidade é conduzida pelo fator deslocamento, dialogando com as concepções de Lobato Corrêa.

¹³ (Grifo nosso).

¹⁴ HORWOOD, E. M. & BOYCE, R. R. *Studies of the central business district and urban freeway development*. Seattle, University of Washington, 1959.



Ao trabalhar o aspecto de formação do centro da cidade e seu crescimento, os argumentos de Villaça (1998) conceituam o *centro*, local de dominação histórica do espaço urbano pelas classes de maior renda, onde se procura definir como o centro se estabelece e a sua formação histórica. Outro parâmetro é considerar o *centro comercial*, como concentrador da atividade varejista. Ao estabelecer esses parâmetros, podemos entender porque o mesmo responde pela centralidade que constitui. Conceitualmente, o centro é compreendido como único, pois “toda aglomeração socioespacial humana – da taba indígena a metrópole contemporânea, passando pelas cidades medievais e as pré-colombianas – desenvolve um e apenas um centro principal.” (Villaça 1998, p. 237).

Contudo, o centro não é explicado por proposições isoladas, mas sim, resulta de uma construção histórica, como Villaça (1998, p. 242) relata:

Os centros não são centros por que neles se localizam os palácios, as catedrais ou os bancos. Vimos que o oposto também é verdadeiro. Não é verdade que os palácios, catedrais ou bancos se localizam nos centros porque eles são centros. E por que eles são centros? Fica claro o circulo vicioso. Qual origem ou fonte da centralidade? Esta na possibilidade de minimizarem o tempo gasto, os desgastes e os custos associados aos deslocamentos espaciais dos seres humanos.

A dinâmica da área central no interior da cidade não significa que esta esteja no centro geográfico ou seja constituída pela ocupação de origem histórica da mesma, mas sim, caracteriza-se pelo ponto de convergência e divergência de pessoas e atividades urbanas, inseridas no processo de circulação. Por isso, Villaça (1998 p. 242-243), considera o centro como construção histórica e permite considerar que:

Admitimos agora a comunidade maior e contemporânea, com centenas ou milhares de famílias organizadas em classes sociais, com distinções de renda e de poder político e fazendo uso de diferentes meios de transporte. Em uma sociedade de classes, essas famílias disputam as localizações e desenvolvem mecanismos sociais para regular essa disputa ao mesmo tempo que lutam pelo domínio dos meios e condições de transporte e procuram produzir espaços urbanos moldados por esses meios e condições. Acabam por produzir espaços urbanos diferenciados.

Essa concepção nos auxilia sobre os valores de centralidade vinculados não somente ao comércio, mas sim, ao comércio acompanhando a expansão da centralidade, como um



movimento duplo, primeiro residencial, e depois, com o comércio varejista. Nesse ponto, se define a expressão da *centralidade* como sendo um movimento do comércio, proveniente da própria dinâmica com determinada autonomia do centro histórico e administrativo. No que tange este ponto, Balsas (1999, p. 53) explica:

O que distingue o centro das cidades das zonas periféricas é a sua multifuncionalidade e a sua mistura orgânica de funções¹⁵, podendo encontrar-se mercados públicos, centros de negócios, escolas e universidades, instituições de saúde e salões de beleza, locais para reuniões, galerias de arte, cultura e lazer; locais para visitar, transportes e áreas residenciais. No entanto, o seu principal papel é a venda a retalho. Um centro de cidade é mais que um centro comercial. No entanto, se perder a sua atractividade como centro de comércio, dificilmente pode sobreviver como um centro em sentido lato.

O centro se distingue pela multifuncionalidade de elementos e obras que o compõe, afirmando seu valor como centralidade também pelo aglomerado de várias funções distintas que aí se encontra, contudo, as temporalidades diferentes não ofuscam a importância competida ao comércio por varejo que sustenta a dinâmica do centro formando uma teia urbana.

O fenômeno da centralidade, associado à estagnação do centro tradicional das cidades, atingiu as cidades européias depois das operações de reconstrução da Segunda Guerra Mundial (Fernandes, 1995). Os grandes centros comerciais europeus foram construídos sobretudo na década de 80 e inícios da década de 90. Este período comercial só chegou aos países do sul da Europa, e Portugal em particular, durante os anos 90 (Balsas, 1999). Porém, suas consequências foram gravemente sentidas pelos estabelecimentos comerciais mais antigos localizados nos centros urbanos, no continente Sul Americano.

Estas tendências de suburbanização também foram sentidas durante as duas últimas décadas. Vargas (2000)¹⁶ descreve o impacto do comércio no ambiente urbano de São Paulo como sendo um fenômeno relativamente recente. Essa percepção demonstra a universalidade do desenvolvimento comercial e de centralidades periféricas e a necessidade de encontrar respostas adequadas para o fato. Sobre esse fenômeno, Fernandes (1995, p. 106) explica,

¹⁵ (Champion e Daves 1983, Robertson 1995, Moss, 1997).

¹⁶ Ler: VARGAS, Heliana Comim. **O Comércio Varejista e Políticas Urbanas**. São Paulo: Ed. Sinopses, 2000. (20-30).



Vários factores se combinaram para fazer com que aquele que foi o único centro da cidade, comece a ser visto apenas como um dos centros da cidade. Por um lado, porque em alguns casos o centro comercial se definiu no exterior de um outro centro, o histórico, por outro, porque se difundiram conceitos, termos e concretizações associados à especialização de espaços e construções, como os de centro cultural e desportivo ou centro comercial, por outro ainda, porque um vasto conjunto de factores permitiu que aquele que era, pelo menos economicamente, “o” centro, passasse à condição de “centro tradicional”, em vista do aparecimento de “novas centralidades” no interior ou na envoltura das maiores cidades.

2.3 Pelotas, estudo de caso de Centralidade em cidade média

Na conjuntura de Pelotas, o município constitui-se como pólo econômico e exerce função de atratividade, mais especificamente, com o setor terciário, como referência comercial no Rio Grande do Sul, segundo os dados do IBGE¹⁷, Pelotas possui 328.275 hab. o que o caracteriza como cidade de porte médio e tem o PIB com o valor do setor terciário corresponde a 77,8% do total do município.

Durante muito tempo, a concentração dos estabelecimentos comerciais em Pelotas agrupava a maior diversidade de ofertas de bens, produtos e serviços sendo restrita à área central, que recebe várias adjetivações como centro histórico, tradicional, político-administrativo, entre outras, atribuídas devido a sua importância em diversos contextos como sítio da cidade. No restante da cidade - área periférica, como relacionado nas definições conceituais anteriores - ocorria uma dispersa distribuição de estabelecimentos destinados à satisfação das necessidades imediatas da população.

A cidade se especializa no comércio de varejo após o declínio do período industrial, assim, a atividade comercial tem participação preponderante na organização do espaço urbano de Pelotas. A estagnação e decadência de áreas consideradas centrais e históricas, e a valorização de novas áreas que se destacam, situadas na periferia, é um típico fenômeno que interfere na dinâmica do traçado urbano, influenciado pela dinâmica do comércio. Também, a

¹⁷ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Dados retirados dos Infográficos do site: < <http://www.ibge.gov.br> >. Em parceria com os Órgãos Estaduais de Estatística, Secretarias Estaduais de Governo e Superintendência da Zona Franca de Manaus - SUFRAMA.



globalização e as exigências do mercado, com suas novas demandas, determinam um tipo de espaço, caracterizando-o para atender a essas necessidades comerciais.

No entanto, o crescimento da cidade, tanto em população quanto em espaço físico, proporcionou o desenvolvimento de uma reestruturação interna na organização espacial urbana e comercial que aponta para a emergência de novas centralidades e novas estratégias de localização das atividades econômicas, que engendram mudanças na produção da cidade e nas práticas de consumo de seus moradores.

Situados no contexto histórico, se começa a compreender a dinâmica de produção das centralidades atuais até os anos de 1980, em que a organização da estrutura comercial respeitava a posição hierárquica do centro, em equilíbrio entre as lojas locais e as redes. Na análise de Vieira (1997, p. 153):

O período de 1978 a 1982 foi, portanto, para Pelotas, um período pleno em investimentos urbanos que, efetivamente, foram capazes de mudar a estrutura da cidade. Considera-se dessa época a melhoria em uma série de infra-estruturas urbanas que representou a modificação em padrões de valor do solo para melhoria de determinadas áreas.

Nesse período anterior à década de 80, a economia local, o centro único e as políticas de concentração do comércio no centro preservavam a capacidade de reprodução dessa centralidade exclusiva.

Já no contexto atual, facilmente se reconhecem concentrações significativas de comércio em áreas administrativas condizentes com os bairros de Pelotas: Areal, Três Vendas e Laranjal¹⁸. No mesmo sentido, um alargamento do centro comercial em direção à Zona Norte do centro de Pelotas e uma importante centralidade no “Bairro-cidade”: Fragata. Esse fato permite perceber a constituição de novas centralidades comerciais e de serviços com autonomia na periferia urbana em que se encontra instalada em comparação à área central.

Com relação à localização das novas centralidades comerciais, emergentes na periferia do centro tradicional, Cachinho (1991, p. 173) esclarece:

A influência que os centros comerciais exercem na configuração dos padrões espaciais do comércio a retalho provém em grande parte da sua localização. Em função do local da implantação, estes têm

¹⁸ Áreas Administrativas delimitadas no Mapa da Área Urbana do município de Pelotas (download-versão imprimir). Disponível no site: <http://www.pelotas.com.br/politica_urbana_ambiental/planejamento_urbano/mapas_municipio/mapa_urbano.htm> Prefeitura Municipal de Pelotas. Acesso em 11 abr. 2012.



demonstrado ao longo do tempo em vários países, que tanto são susceptíveis de participar do movimento de descentralização da actividade comercial, com consequências nefastas para o centro da cidade, como pelo contrário contribuir para a sua concentração, reforçando o poder de atração da área central.

Cachinho (1991) define que esses centros de comércio e serviços são por excelência a forma de distribuição das periferias urbanas, pois nascem nestas periferias e pretendem amenizar conflitos, respondendo a problemas urbanos tão vastos, como a exemplo do centro de Pelotas: a dificuldade de estacionamento e a escassez de espaço para a expansão do comércio varejista.

Os centros tradicionais costumam ter áreas exclusivas para pedestres e grande fluxo de ônibus, já que estas áreas ainda são centrais em termos de emprego e de consumo. Acontece que esta aglomeração do centro dificulta o consumidor, que preza o estacionamento facilitado e a tranquilidade na hora da compra. Somado a isso, o próprio avanço dos centros comerciais sobre os residenciais, motiva menor interesse por estes, como moradia. Em poucos anos uma nova ordem comercial se instalou nas periferias urbanas e com elas nasceram novas paisagens, empresas, comerciantes e um novo público consumidor, constituindo uma imagem da capacidade do aparelho comercial.

Apesar do processo descontínuo e incompleto, no tocante à distribuição das atividades econômicas, as centralidades identificadas como de pequeno e médio porte são referências constituintes do cenário local, Pelotas. De fato, estudar essa questão é de fundamental importância à ciência geográfica e na interpretação da realidade espacial na qual estamos integrados, fornecendo assim, elementos para entendimento dos arranjos espaciais e da conformação atual de ordem espacial, reestruturado com processos urbanos e uma teia de contradições de fator socioeconômica.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Retomando as considerações iniciais embasadas nas proposições de Suertegaray sobre os conceitos geográficos, de um modo mais amplo, ressalta-se a importância de se definir e entender o corpo conceitual da pesquisa desenvolvida como termos norteadores do trabalho e



suporte para definição do objeto estudado, condizente com seu domínio de pesquisa e/ou dos fenômenos geográficos identificados.

A nova dinâmica de área central, centralização urbana e centro comercial, foi acompanhada por uma reorganização dos lugares de compra e de abastecimento das famílias e pela redefinição da hierarquia dos novos centros de comércio nas cidades médias. No caso analisado de Pelotas, a atividade do centro histórico, sobretudo do seu setor mais antigo da cidade e o desenvolvimento de áreas centrais de comércio, presentes no subúrbio, de localização dos bairros, constituem-se nos aspectos mais marcantes da mudança da geografia comercial da cidade.

O processo de descentralização da atividade comercial e o aparecimento de centralidades de comércio na periferia, constituem em grande parte, uma consequência gerada pela ampliação do comércio urbano, em tendência crescente, visto que a descentralização ocorre através da implantação de grandes superfícies ou estabelecimentos comerciais que ofertam produtos que podem ser encontrados no centro tradicional aos consumidores, como também, ambientes e experiências de consumo mais consistentes com os seus estilos de vida e prioridades de consumo.

Assim, fica demonstrada a tendência observada amplamente em nível internacional que aponta para a produção de uma cidade cada vez menos referida ao modelo centro-periferia, típico da cidade moderna e industrial, em uma ordem hierárquica simples. Tal modelo tende a ser substituído, cada vez mais pelos parâmetros apontados por uma sociedade pós-industrial e pós-moderna, típica do hiperconsumo, que aumenta o desenvolvimento de lugares e centralidades isoladas, justapostas no espaço, mas fragmentadas em seus relacionamentos.

Por fim, a abordagem conceitual de Corrêa tem suas considerações com uma pertinente questão de reflexão em escala nacional: “E a *Área Central* da cidade brasileira?”. O espaço urbano constitui um cabide de conceitos geográficos para investigação, que é explorado por vários interlocutores, em destaque Milton Santos e seu estudo sobre o centro de Salvador, Aluísio Duarte sobre Rio de Janeiro. Villaça (1998) demonstra o abandono das classes de alta renda e a formação de novas centralidades em São Paulo, Porto Alegre, Rio de



Janeiro e Belo Horizonte. Vieira (2001, 2002)¹⁹, ao estudar a requalificação do centro de São Paulo demonstra o movimento do comércio e dos serviços registrados ao longo do tempo e do espaço. Balsas (1999) também analisa o fenômeno em Portugal e na Inglaterra, mostrando estratégias utilizadas, na Inglaterra e nos Estados Unidos, com a finalidade de recuperar as áreas abandonadas. Também Cachinho (1992, 2002)²⁰, e Fernandes (1993, 1995, 1997)²¹ analisam o fenômeno em Portugal, entre outros.

De fato, o estudo da área central associado à formação de *centralidades* é um fenômeno já constatado em outras cidades grandes e médias e com estudos já avançados na literatura sobre a cidade. Assim, devido à complexidade e às aceleradas transformações ocorridas no espaço urbano e, mais especificamente nos centros, juntamente com o tipo de abordagem, sítio e época de realização, identificam-se várias situações e problemáticas de pesquisa em pleno desenvolvimento na Geografia Urbana.

REFERÊNCIAS

BALSAS, Carlos José Lopes. **Urbanismo comercial em Portugal e a revitalização do centro das cidades**. Lisboa: Ministério da Economia, 1999.

CACHINHO, Herculano. **Centros Comerciais em Lisboa: os novos espaços de consumo**. Lisboa : Gepe, 1991.

CORRÊA, Roberto Lobato. **O Espaço Urbano**. 4. ed. São Paulo: Átila, 2003.

FERNANDES, José Alberto Rios. **Urbanismo Comercial – A Experiência Portuguesa**. Revista da Faculdade de Letras, X/XI, 1994-95. (105-125).

¹⁹ Ler: VIEIRA, Sidney Gonçalves. **Espaço terciário. O lugar, a arquitetura e a imagem do comércio**. São Paulo: SENAC, 2001. (49 – 90).

VIEIRA, Sidney Gonçalves. **O centro vive. O espetáculo da revalorização do centro de São Paulo**. Tese de Doutorado. Rio Claro: Geografia, 2002.

²⁰ CACHINHO, Herculano. "L'urbanisme commercial: um instrument au service de l'aménagement des activités commerciales." In: BARATA SALGUEIRO, Teresa (org). **Commerce, aménagement et urbanisme commercial**. Lisboa: GECIC, 1992.

CACHINHO, Herculano. **O comércio Retalhista Português. Pós-Modernidade, Consumidores e Espaço**. Lisboa: Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica. Ministério da Economia (GEPE), 2002.

²¹ Ler: FERNANDES, José Alberto Rios. **Porto: Cidade e Comércio**. Tese de Doutorado. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 1993.

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



GEORGE, Pierre. **Diccionario Akal de Geografía**. Madrid: Akal Ediciones, 2004. p. 101-102.

HOUAISS, Antonio. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2004. p. 673.

JOHNSTON, Ronald John; *et al.* **Dicionário Akal de Geografía Humana**. Barcelona: Akal Ediciones, 2000. p. 69, 96.

SOARES, Paulo Roberto Rodrigues. **Del proyecto urbano a la producción del espacio: morfología urbana de la ciudad de Pelotas, Brasil**. Tese de Doutorado sob a Orientação do Dr. Horacio Capel. Barcelona, junho de 2002.

SUERTEGARAY, D. **O espaço geográfico uno e múltiplo**. Scripta Nova. Barcelona, n. 93, 2001.

VIEIRA, Sidney Gonçalves. **A fragmentação social do espaço urbano. Uma análise da (re) produção do espaço urbano em Pelotas, RS**. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: PROPUR/FAUrb/UFRGS, 1997.

VILLAÇA, Flávio. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel: FAPESP: Lincoln Institute, 1998.