
LÓGICAS DE LOCALIZAÇÃO DOS *SHOPPING CENTERS* DE PRESIDENTE PRUDENTE – SP.

Priscila Estevam **ENGEL**

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Faculdade de Ciências e Tecnologia da UNESP, campus de Presidente Prudente-SP.

pri-engel@hotmail.com

<http://lattes.cnpq.br/5024787438871345>

Resumo: O presente trabalho pretende explicar algumas reflexões acerca do atual processo de estruturação e reestruturação do espaço urbano, a partir da disseminação dos *shopping centers*. Para tanto, tomamos como objeto de estudo a cidade de Presidente Prudente – SP e propomos, como objetivo geral, analisar as lógicas de localização desses empreendimentos na cidade e assim, avaliar a reestruturação urbana a partir deste equipamento de consumo e sua possível relação com a diferenciação socioespacial. Para atingir tal objetivo realizamos trabalhos de campo a fim de contabilizá-las as placas dos automóveis encontrados nos estacionamento de cada *shopping center*, buscamos o conhecimento do *mix* de lojas desses centros de compras, além de termos contato direto com os dados do IBGE, mais especificamente sobre a Região de Influência das Cidades (REGIC). Como resultado principal, confirmamos a importância regional de Presidente Prudente como uma cidade média, que também através de seus espaços de consumo, como os *shopping centers*, tem seu papel de polo atrativo dinamizado.

Palavras-chaves: *Shopping Centers*. Cidades Médias. Aspectos locacionais e rede urbana.

LOGICAL LOCATION OF SHOPPING MALLS IN PRESIDENTE PRUDENTE

Abstract: This paper intends to show some reflections on the current process of structuring and restructuring in urban space, from the spread of shopping malls. For this, we take as the object of study the city of Presidente Prudente and propose, as a general objective, to analyze the logical location of these ventures in the city and thus, assess urban restructuring from this consumer equipment and its possible relationship with the socio differentiation. To achieve this goal, we realized field work in order to measure the car plates found in every shopping malls parking, seek the knowledge of the stores mix of these shopping centers, in addition to having direct contact with the IBGE data , more specifically on Region of Influence of Cities (REGIC). As main result, we establish the regional importance of Presidente Prudente as an medium-sized city, also through their consumption spaces such as shopping malls, has a role of attractive streamlined polo.

Keywords: *Shopping Centers*. Medium-sized Cities. Urban network and locational aspects

UBICACIÓN LÓGICA DE LOS CENTROS COMERCIALES EN PRESIDENTE PRUDENTE.

Resumen: Este artículo pretende explicar algunas reflexiones sobre el actual proceso de estructuración y reestructuración del espacio urbano, a partir de la difusión de los centros comerciales. Para ello se toma como objeto de estudio la ciudad de Presidente Prudente y propone, como objetivo general analizar la ubicación lógicas tales empresas en la ciudad y por lo tanto evaluar la reestructuración urbana de este equipo de consumo y su posible relación con la diferenciación socio . Para lograr este objetivo se realizó el trabajo de campo con el fin de medir las placas del motor se encuentran en cada estacionamiento del centro comercial, buscar el conocimiento de la mezcla de tiendas de estos centros comerciales, además de tener contacto directo con los datos del IBGE, más específicamente en Región de Influencia de las Ciudades (Regic). Como resultado principal, sino que confirmamos la importancia regional de Presidente Prudente como una ciudad media, también a través de sus espacios de consumo, tales como centros comerciales, tiene un papel de atractivo polo aerodinámico.

Palabras clave: Centros Comerciales. Ciudades de tamaño medio. La red urbana y los aspectos de localización.

INTRODUÇÃO

Com o intuito de analisar o processo de reestruturação urbana e das cidades a partir da disseminação dos *shopping centers* em cidades médias, propomos, como objetivo geral deste estudo, analisar as lógicas de localização desses empreendimentos em Presidente Prudente - SP e assim, avaliar a reestruturação urbana a partir deste equipamento de consumo e sua possível relação com a diferenciação socioespacial.

Afim de responder esta questão, elencamos como objetivos específicos: 1) avaliar o processo de reestruturação urbana a partir da disseminação dos *shopping centers*, 2) entender a constituição de uma cidade diferenciada a partir dos equipamentos de consumo, e 3) analisar a conformação destas novas áreas centrais na cidade estudada e seu alcance espacial.

Optamos por analisar as relações entre *shopping centers* e espaço urbano, pois, esse tipo de empreendimento é de considerável importância para o entendimento de novas lógicas urbanas dentro do contexto das cidades médias brasileiras, em especial, das cidades médias paulistas, nas dimensões inter e intraurbana, analisando-se um processo de reestruturação espacial por meio das modernas formas comerciais e das práticas de consumo por elas engendradas.

Entendendo a crescente relevância das cidades médias na atual estrutura da rede urbana brasileira, estas merecem destaque. Compreendemos estas como sendo um polo regional que deve atender a um determinado número de cidades e pessoas com oferta de bens e serviços, fortalecendo assim, seu papel de intermediação entre si, os centros urbanos menores de sua *hinterlândia* ou ainda com os grandes centros, notadamente as metrópoles. Ou

seja, as especializações funcionais dessas cidades, além do tamanho demográfico, denotaram também importante critério para sua definição (CORRÊA, 2007).

Sendo assim, analisamos e confirmamos a importância regional de Presidente Prudente - SP como uma cidade média, que também através de seus espaços de consumo, como os *shopping centers*, tem seu papel de polo atrativo dinamizado, uma vez que os *shopping centers* são relativamente novos centros de compra, e sua força motriz está pautada no consumo, buscando os lugares que se apresentam como nós de circulação, gerando e dinamizando o tráfego de pessoas, alterando as escolhas locais de novos empreendimentos, influenciando e sendo influenciado pela nova ordem urbana derivada da atual reestruturação.

PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO E REESTRUTURAÇÃO URBANA E DAS CIDADES.

A produção do espaço urbano e a urbanização são processos imbricados; podemos observar que a produção do espaço urbano fica mais complexa conforme o processo de urbanização se intensifica, como ressalta Brenner (2013), ao citar o momento em que “Lefebvre lançou sua famosa proposição de que uma dinâmica simultânea de “implosão-explosão” estava transformando as geografias urbanas estabelecidas em meio a uma crescente generalização dos processos de urbanização nos espaços local, regional, nacional e por fim, mundial” (BRENNER, 2013.p. 198).

Em meio a essa gama de transformações podemos observar o aumento das contradições e dos conflitos entre os diferentes agentes produtores do espaço Corrêa (2005). Os agentes produtores do espaço urbano, nesse contexto, são os sujeitos responsáveis pelo contínuo processo de estruturação e reestruturação da cidade, gerando diferenças, desigualdades e conflitos, convergindo ao que propomos analisar neste artigo.

Diante disso, consideramos a filiação do conceito de produção do espaço urbano desenvolvido por Lefebvre. Este autor salienta a “Produção do Espaço” como condição da reprodução da vida social, indicando a imanência da produção do espaço no processo de constituição da sociedade, ressaltando que o processo de produção do espaço, nesta visão, não se reduz a uma produção material do mundo (CARLOS, 2011).

Esta estruturação do espaço urbano é concretizada a partir dos movimentos de estruturação/reestruturação urbana e das cidades. De acordo com Soja (1993), a reestruturação, de forma ampla e resumida, pode ser entendida como uma “fratura” nas tendências em vigor em direção a uma mudança na ordem e na configuração de todos os

vieses da vida. Ou seja, a ordem anteriormente estabelecida não mais responde às novas necessidades e também não possibilita “remendos adaptativos”, exigindo assim, expressivas mudanças estruturais.

Esses processos de reestruturação social continua a serem enterrados sob esquemas evolucionistas idealizados, em que a mudança simplesmente parece acontecer, ou surge para pontuar alguma marcha inelutável para o “progresso”. Esse idealismo evolucionista (outra forma de historicismo) disfarça o arraigamento de reestruturação na crise e no conflito competitivo entre o velho e novo, entre a ordem herdada e uma ordem projetada. A reestruturação não é um processo mecânico ou automático, tampouco seus resultados e possibilidades potenciais são predeterminados. [...] Assim, ela implica fluxo e transição, posturas ofensivas e defensivas, e uma mescla complexa e irresoluta de continuidade e mudança. Como tal, a reestruturação se enquadra entre a reforma parcial e a transformação revolucionária, entre a situação de perfeita normalidade e algo completamente diferente (SOJA, 1993, p.193-194).

Notamos assim, que a expressão “reestruturação” está diretamente relacionada com quebras de sequência, ou ainda, como expõe Sposito (2004, p.312), faz “referência aos períodos em que é amplo e profundo o conjunto das mudanças que orientam os processos de estruturação urbana e das cidades”.

Esta autora faz uma relevante distinção entre reestruturação urbana e reestruturação da cidade. A primeira adjetivação é utilizada a partir da escala regional, ou seja, no âmbito das redes urbanas, ao passo que a segunda, faz referência à escala intraurbana.

Ao se tratar deste conjunto de mudanças admitimos, assim como Soja (1993, p. 212), que a espacialização urbana é cumulativa; em cada reestruturação há a permanência das antigas formas, das anteriores divisões sociais do trabalho, ou ainda, das antigas geografias ali encontradas, que são seletivamente rearranjadas. A cada “camada” reestruturada são somados novos elementos aos que já estavam presentes e também, adicionados princípios que repercutirão nos contextos das próximas “rodadas de reestruturação”.

Neste sentido, as reestruturações urbanas são organizadas e sobrepostas por poderes econômicos e políticos locais e não locais, resultando assim, em lógicas espaciais cada vez mais complexas e formuladas em função de interesses comerciais e imobiliários. Podemos observar a concretização desta realidade a partir da implantação dos *shopping centers*, que “expandem redes de comércio de múltiplas filiais ou de franquias que associam atores econômicos locais a atores econômicos nacionais” (SPOSITO, 2007, p.242).

Desse modo, queremos analisar como a produção do espaço e as lógicas de localização dos *shopping centers* podem estruturar e reestruturar o espaço urbano de Presidente Prudente – SP e, concomitantemente, influenciar no ato de produzir a vida cotidiana, visto que o espaço é condição de realização do processo produtivo, unindo atos de distribuição, troca e consumo

de mercadorias, ao mesmo tempo condição e meio de realização das atividades humanas em sua totalidade (CARLOS, 2011, p. 56- 62).

PANORAMA GERAL DA SITUAÇÃO DOS *SHOPPING CENTERS* NO BRASIL E DISCUSSÃO SOBRE A SOCIEDADE DE CONSUMO

A fim de compreender o processo de reestruturação discutido anteriormente, cabe expor algumas questões relacionadas a atual situação dos *shopping centers* e relacioná-las à discussão sobre a sociedade de consumo, visto que essas mudanças são incabíveis de serem analisadas separadamente dos indivíduos, ou seja, a produção do espaço está intimamente relacionada a reprodução da vida social.

Levando em conta as novas funcionalidades das cidades médias, centros urbanos menores que recebem a influência dessas cidades são áreas de grande emigração e origem de deslocamentos pendulares. Isso se dá tanto em função da maior acessibilidade, quanto da maior mobilidade, conquistadas pelo incremento dos transportes coletivos ou individuais, aumentando a centralidade de algumas delas.

A presença dos *shopping centers* pode servir de elemento para afirmar a centralidade, principalmente às cidades médias. Pintaudi (1992) reforça a ideia de escolha locacional dentro da rede urbana brasileira.

Os lugares escolhidos para a troca de produtos sempre implicaram situações estratégicas do ponto de vista espacial (geográfico). Os *shopping centers* não fogem a esta regra, e o êxito deste empreendimento é sempre atribuído a sua localização. Quem tem capacidade de consumo sente-se num lugar confortável, o que estimula o consumo. (PINTAUDI, 1992, p.29)

Os *shopping centers* têm como sua força motriz o consumo, e isso serve de diretriz às escolhas locais dos empreendimentos, buscando os lugares que se apresentam como nós de circulação, aumentando o movimento de pessoas com destino a essas cidades e ampliando cada vez mais o raio de deslocamento das pessoas para o lazer e a busca de mercadorias.

A autora ainda ressalta a realidade do Estado de São Paulo, onde “os SC do interior do Estado estão implantados de duas maneiras, a saber: junto às rodovias (próximos ao anel viário de acesso a uma cidade), na malha urbana da cidade (com fácil acesso tanto a rodovia quanto à cidade)” (PINTAUDI, 1992, p.40).

Sarlo (2009, p. 22) concorda com a ideia supracitada: “el *shopping* debe estar tan perfectamente señalado como una autopista de alta velocidad”, ressaltando a importância da localização desses novos empreendimentos.

Autores como George (1971 e 1976) e Beaujeu-Garnier e Delobez (1977) são considerados clássicos dentro da Geografia do Comércio, apresentando estudos sobre as

formas do comércio e as práticas de consumo como instrumento de análise do espaço geográfico.

No entanto, vale destacar que, dentro do viés da Geografia do Comércio, a teoria dos lugares centrais (Walter Christaller, 1966) foi primária para explicar a localização do comércio dentro da rede urbana. Ainda que a visão de Christaller tenha sido muito revisada, autores como Brian Berry (1971) e Michel Rochefort (1960) realizaram pesquisas em diferentes lugares da França e dos Estados Unidos aplicando a teoria desenvolvida pelo citado geógrafo alemão.

Berry (1971) expõe que a teoria de Christaller, assim como a de Lösch, são de grande importância para o entendimento da disposição dos comércios varejistas e das empresas de serviços em meio a malha urbana. De acordo com este autor, o “alcance” da distribuição de bens e serviços é um importante elemento na teoria do lugar central (centro urbano), uma vez que marca a zona ou área tributária ao redor deste, onde pessoas se deslocam em busca de bens e serviços.

Atualmente, muitos autores trabalham com o comércio sob um viés social, a conhecida cultura de consumo, “quando o consumo passa a significar não apenas a compra de bens materiais para a satisfação das necessidades, mas também o consumo de imagens e de valores para uma grande parte da população” (PADILHA, 2006, p. 43).

Nessa linha, Jean Baudrillard (1995), em seu livro *A sociedade de consumo*, entende o consumo como uma acumulação de signos, de forma que a ordem social do consumo se manifesta como ordem da manipulação dos signos. Dessa forma, tudo o que consumimos – a imagem, o signo, a mensagem – distancia-se do mundo real e se aproxima da ideia de felicidade, “a felicidade ostente, à primeira vista, semelhante significado e função, induz consequências importantes quanto ao respectivo conteúdo: para ser o veículo do mito igualitário, é preciso que a felicidade seja *mensurável*”, pois “a felicidade é aquela que recolhe e encarna, nas sociedades modernas, o mito da igualdade” (BAUDRILLARD 1995, p.49).

Essa felicidade é alcançada pela sociedade de consumo, através do lazer e do consumismo, assim, o *shopping center* torna-se uma considerável opção para buscar tal felicidade no mundo hodierno. Padilha (2006) expõe a importância que o *shopping center* adquiriu na sociedade de consumo:

Com base nessa lógica, o lazer incorporou-se aos *shopping centers* de forma tão significativa que hoje confundimos centro de compras com centro de lazer. Os consumidores foram, nesse processo, sendo levados (de diversas formas e por diversas razões) a procurar lugares de compras que ofereçam opções de

divertimento. Assim, os bens materiais de consumo, para uma circulação mais rápida e garantindo mercado, passam a ser quase dependentes das atividades de lazer e dos serviços, que de apêndices tornaram-se atrações principais (PADILHA, 2006, pg. 26).

Os novos empreendimentos de consumo apresentam-nos uma concepção de mundo na qual devemos consumir e morar nos chamados enclaves fortificados, “espaços privatizados, fechados e monitorados, destinados a residência, lazer, trabalho e consumo. Podem ser *shopping centers*, conjuntos comerciais e empresariais, condomínios fechados, ou condomínios residenciais” (CALDEIRA, 2000, p.11). Tais enclaves são novas opções, fora da cidade aberta, diante do novo momento econômico de apropriação do espaço urbano e novos hábitos, como explicita Padilha (2006).

Nos *shopping centers*, a dupla consumo e lazer configura uma nova forma de apropriação do espaço urbano e novos hábitos. Quem vai ao shopping sabe que vai a um centro de comércio não só de bens materiais, mas também de alimentação (normalmente fast-food) e lazer. Ali, o consumidor de mercadorias se mistura com o de serviços e de diversão, sentindo-se protegido e moderno. Buscando fugir dos aspectos negativos dos centros das cidades, os *shopping centers* aparecem como locais próprios para uma melhor “qualidade de vida”, por possuírem ruas cobertas, iluminadas, limpas e seguras; praças, fontes, bulevares recriados; cinemas e atrações prontas e relativamente fáceis de serem adquiridas – ao menos para os que podem pagar (PADILHA, 2006 p. 188).

Sarlo (2009) concorda que o *shopping center* é uma opção de fuga dos problemas das cidades, “en un momento en que la ciudad es vista como fuente de males y donde se pide una ciudad disciplinada que responda a ese imaginario del miedo y a condiciones reales de incertidumbre, el shopping ofrece lo que se busca y, además, gratis” (SARLO, 2009, p.22).

Entende-se, assim, que os *shopping centers* possibilitam, falsamente, relações com o espaço que não estão asseguradas nas cidades, principalmente de países pobres, como o Brasil e a Argentina (onde foram desenvolvidos os estudos da autora).

El *shopping center* asegura algunos de los requisitos que se exigen de una ciudad: orden, claridad, limpieza, seguridad, y que no están garantizados en las ciudades de los países pobres o sólo se obtienen parcialmente fuera de los enclaves del capitalismo globalizado (SARLO, 2009, p.18).

Buscando sempre articular as formas espaciais de consumo com as escolhas locacionais interferindo no funcionamento da cidade moderna, entende-se que o comércio produz e comporta centralidade intra e interurbana, atuando na constante valorização e revalorização do espaço urbano, incorporando novas áreas para a expansão imobiliária e, conseqüentemente, aumentando o fluxo de pessoas e estimulando a construção de infraestruturas viárias.

DIFERENCIAÇÃO SOCIOESPACIAL E FRAGMENTAÇÃO

Para Corrêa (2007), a diversificação e maior articulação entre centros urbanos durante o século XX, com o advento da industrialização, permitiram a formação de redes urbanas mais integradas e complexas. Concomitantemente, ao adentrarmos as cidades, observamos também um espaço cada vez mais especializado e, portanto, multifacetado.

Atualmente, como fruto dos processos de reestruturação, as cidades médias adquirem características cada vez mais aproximadas das metrópoles, modificando assim a suas estruturas, formas de assentamentos e conseqüentemente, diversificando suas práticas socioespaciais. Neste contexto, notamos que estas novas ações modificam a produção do espaço urbano e criam cidades cada vez mais dispersas, complexas e fragmentadas.

Como resultado desta nova dimensão urbana, tem-se a intensificação do processo de diferenciação espacial, tornando este cada vez mais concentrador e hierárquico. Vale destacar que, assim como expõe Sposito (2011), a diferenciação espacial é um tema decorrente da geografia desde o princípio dos estudos desta ciência, no entanto, a adjetivação socioespacial indica a introdução de uma perspectiva social integrada a análise de espaço.

De acordo com Arroyo (2006), o cerne explicativo das diferenciações socioespaciais está na capacidade da fase contemporânea do capitalismo em criar e recriar processos de seletividade espacial que reforçam a tendência histórica de desenvolvimento desigual e combinado.

O entendimento desta diferenciação socioespacial esbarra diretamente na compreensão da sociedade a partir de sua produção espacial, impossibilitando assim a dissociação de novos conteúdos urbanos, como desigualdade, funcionalidade e centralidade.

A conceituação de diferenciação socioespacial é tão complexa quanto o próprio processo, uma vez que cada estudioso analisa essa realidade de acordo com seu viés teórico-metodológico. Para Corrêa (2007), a diferenciação socioespacial é um processo intrínseco ao capitalismo, podendo ter diferentes manifestações de acordo com a escala de análise, por exemplo; na escala da rede urbana, ela pode se apresentar como uma diferenciação funcional, enquanto que na escala intraurbana, traduz-se pela divisão econômica e social do espaço. Já para Carlos (2007, p. 48), que traz em sua essência uma abordagem focada na dialética,

A hipótese da diferenciação como imanente à produção espacial obriga-nos a desvendar os conteúdos dos processos constitutivos da “produção social do espaço” fundada na contradição entre a produção social do espaço e sua apropriação privada – posto que se trata de uma sociedade de classes.

Decorrente da ampliação do processo de diferenciação socioespacial algumas áreas da cidade são fragmentadas do tecido urbano. Conjuntos residenciais fechados e novos espaços de consumo como os *shopping centers* podem ser considerados como “enclaves fortificados”. Segundo Caldeira (1997, p. 156), esses enclaves “geram cidades fragmentadas em que é difícil manter os princípios básicos de livre circulação e abertura dos espaços públicos que serviram de fundamento para a estruturação das cidades modernas”. Além disso, podemos entender que a fragmentação socioespacial é a forma mais avançada e complexa da segregação socioespacial.

Prévôt Schapira (2001) uma autora dedicada aos estudos sobre fragmentação urbana, destaca que essa noção apareceu na literatura no final dos anos 80 e que está associada a componentes espaciais, dimensões sociais e também políticas. Apesar de a autora dar enfoque as metrópoles, como já dito anteriormente, as cidades médias, como Presidente Prudente - SP, também possuem tais características.

La materialización cada día más visible de los procesos de separación, de aislamiento exclusión y archipelización—, mediante muros, rejas, barreras, “aduanas privadas”, ha contribuido ampliamente a la banalización del término. En nuestro análisis privilegiamos este último aspecto, pero todos los enfoques tienen en común establecer un vínculo entre las dinámicas espaciales ligadas a la metropolización (extensión, movilidad, surgimiento de nuevas centralidades) y los procesos de fragmentación de la unidad, como resultado de la agravación de las desigualdades sociales, de formas no solidarias y reagrupamientos por afinidad (PREVOT-SCHAPIRA, 2001, p.39).

Deste modo apreendemos que, na realidade da cidade moderna, os espaços de vida econômica e social não são os mesmos para todos, posto que, se tomado como exemplo o meio de transporte urbano, os indivíduos que se utilizam de automóveis particulares e os que se locomovem com transporte público podem vivenciar diferentes cidades dentro de uma mesma.

Logo, a urbanização que está sendo construída apesar de aparentemente apresentar uma ordenação e homogeneidade entre as cidades, no aspecto intraurbano apresenta-se cada vez mais fragmentada, visto que os espaços de lazer, consumo, deslocamento e moradia se diferenciam de acordo com os extratos sociais.

Mesmo podendo existir espaços que não sejam fragmentados, muitas vezes a sua apropriação pode sê-lo, atingindo altos graus de segregação, como nos exemplos dos grandes *shopping centers* cuja entrada e circulação é liberada, mas nos quais se distinguem os indivíduos que consomem o espaço somente como lazer dos que o utilizam como espaço de compras.

MORFOLOGIA URBANA E OS PRIMÓRDIOS DE PRESIDENTE PRUDENTE - SP.

A morfologia urbana é criada a partir da constante produção do espaço urbano e das atividades que nele são desenvolvidas e diferentemente localizadas.

O termo morfologia está diretamente relacionado ao estudo das *formas*, no entanto, a morfologia urbana não se restringe somente ao estudo da forma urbana em si. De acordo com Sposito (2004, p.65), “o termo morfologia é designativo daquilo que se refere à forma, mas o conceito de morfologia urbana vai muito além da análise das formas urbanas em si, embora as contenha”. Isto porque, nos estudos geográficos, devemos apreender a morfologia urbana inserida dentro dos processos, posto que as “formas podem inferir processos, ou, ainda, que dos processos se torna possível identificar formas” (WHITACKER E MIYAZAKI, 2012, p. 313).

Segundo ainda a mesma autora, ao complementar a ideia de que morfologia vai muito além da forma, a morfologia urbana não se restringe somente a uma dada forma urbana, no sentido de entender apenas a extensão e o volume de cada cidade (por exemplo), mas também refere-se ao processo de sua gênese e desenvolvimento, a fim de não somente descrevê-la ou representá-la, ou seja, essa análise deve apreender quais dinâmicas resultaram em determinada feição ou como certa forma urbana pode ser um registro de um processo.

Na prática existe uma gama de elementos considerados relevantes para entender a morfologia urbana, entretanto, neste estudo daremos enfoque a dois aspectos que no momento nos proporcionam maiores informações visando atingir o objetivo.

Primeiramente analisaremos o plano urbano e a evolução do plano de Presidente Prudente - SP, entendendo que as cidades habitualmente não assumem uma única planificação, mas sim, contam com uma sobreposição ou justaposição de planos urbanos, apontando aí a necessidade conhecermos historicamente como se deu essa evolução.

Num segundo momento serão analisadas as relações entre o plano e o sítio urbano. Esta apreciação parte dos pressupostos de aglutinação da análise entre o plano urbano e a topografia, os limites físicos do município e os acidentes geográficos que eventualmente vieram a determinar a evolução ou implantação do plano.

Presidente Prudente, peculiarmente, teve o início de sua urbanização baseada em dois núcleos urbanos instalados nas proximidades da ferrovia Alta-Sorocabana. Esses núcleos eram separados pelos trilhos da ferrovia, ou seja, a Vila Goulart (propriedade do Coronel Manoel Goulart) estava a oeste da linha, enquanto a Vila Marcondes (propriedade do Coronel

José Soares Marcondes) localizava-se a leste. Observamos com maiores detalhes estes núcleos iniciais a partir da Figura 1.

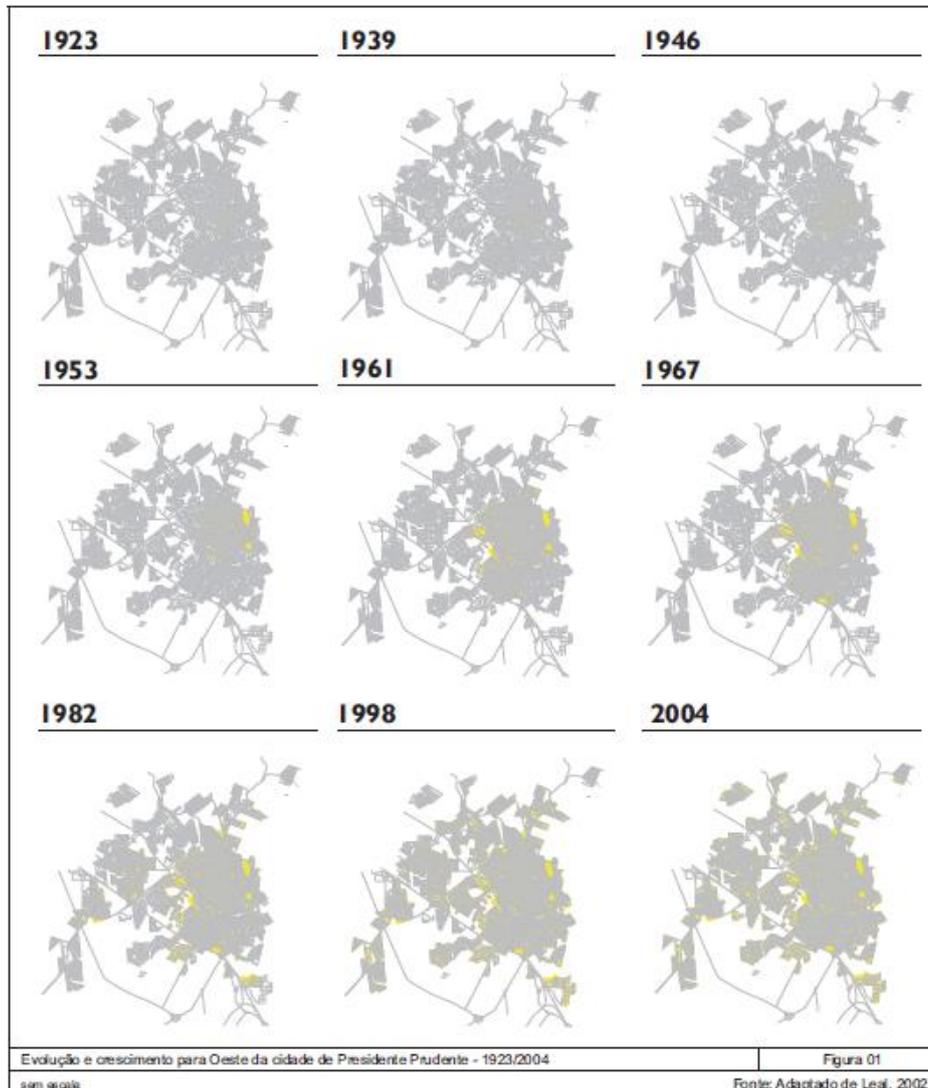


Figura 1: Evolução urbana de Presidente Prudente/SP
Fonte: Carlos Eduardo Secchi Camargo (2007)

Com o passar do tempo fica evidente a diferenciação de evolução urbana destes dois núcleos. Como observamos na Figura 1, entre os anos de 1923 e 1961 ocorreu uma maior expansão no eixo Oeste (Vila Goulart), pois sua implantação não ocorreu de forma aleatória, uma vez que o Coronel Goulart buscou serviços e estudos a fim de organizar a divisão dos lotes urbanos.

Sendo assim, notamos que na área “core” de Presidente Prudente, compreendida entre as principais avenidas da cidade, existe um plano ortogonal, o qual, após consolidado, foi reproduzido, ordenando assim o próximo loteamento.

Entretanto, o eixo Leste (Vila Marcondes) não contou com esse planejamento e nem com a preocupação por parte do Coronel Marcondes em organizar o seu loteamento, por isso, até a década de 1960, este rincão do município era ainda pouco desenvolvido.

Após a consolidação da replicação do plano inicial, Presidente Prudente não mais contou com a implantação de um plano urbano ortogonal rígido, mas sim, foi se expandindo de acordo com o planejamento e interesse de agentes produtores do espaço.

Desse modo, a partir de 1980 houve uma expansão para novas áreas da cidade até que, a partir de 2000, consolidaram-se as áreas Sul; com condomínios fechados de alto padrão e Norte/Noroeste; com grandes conjuntos habitacionais populares.

Uma outra possibilidade de abordar a morfologia urbana é relacionar o plano urbano com o sítio. Ainda considerando a expansão urbana conforme supracitado, traremos agora para a discussão uma questão relacionada ao espaço físico de Presidente Prudente, fazendo a correlação entre crescimento urbano e geomorfologia (Figura 2).

De acordo com Pedro (2008), Presidente Prudente teve seu primeiro momento de apropriação do relevo baseada nos compartimentos geomorfológicos mais altos, passando depois a ocupar as partes mais baixas, ou seja, inicialmente ocupou-se o espigão divisor de águas onde estava a ferrovia, e seguiu-se esta dinâmica ocupando-se os espigões secundários

No que se refere a expansão a partir destes dois núcleos, a autora sintetiza que um fator que condicionou a expansão territorial de Presidente Prudente foi a topografia, haja vista que o relevo da zona oeste apresenta compartimentos mais suaves, facilitando a ocupação deste, e a edificação não necessitava grandes obras de engenharia (como terraplenagem, corte em vertentes, construção de muros de arrimo, etc.), enquanto que a configuração do relevo da zona leste era marcada por declives acentuados.

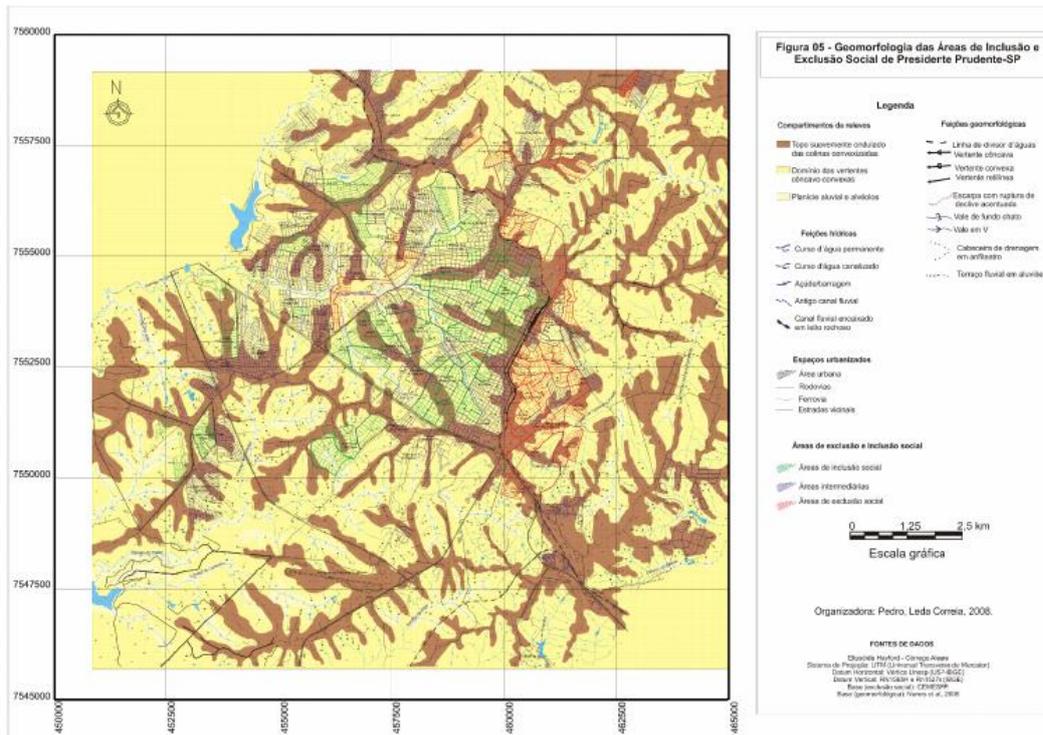


Figura 2: Expansão territorial urbana e carta geomorfológica de Presidente Prudente/SP
 Fonte: Leda Correia Pedro (2008)

Também está apontado na Figura 2 a relação entre a compartimentação geomorfológica e o padrão de ocupação da cidade, diferenciando áreas de exclusão e inclusão. De acordo com Pedro (2008, p. 61), “nas áreas onde estão os declives mais acentuados encontram-se os locais classificados como áreas de exclusão social e áreas intermediárias de exclusão (predominantemente nas zonas leste e norte). Contrapondo--se a esta classificação, as zonas oeste e sul apresentam-se como áreas de inclusão social”.

Nesse contexto, notamos que existe uma relação intrínseca entre a morfologia urbana, o processo histórico de ocupação e o sítio onde se instala a cidade, uma vez que a apropriação dos compartimentos do relevo sustenta as relações de produção.

A REESTRUTURAÇÃO PRODUTIVA DE PRESIDENTE PRUDENTE - SP E OS NOVOS EMPREENDIMENTOS

Como discutido até o momento, a partir do plano inicial envolvido pelas principais avenidas, a malha urbana de Presidente Prudente se expandiu e se adaptou as novas lógicas locacionais, visto que novos empreendimentos surgiram em determinadas áreas, configurando uma faceta da reestruturação que a cidade está passando.

Os *shopping centers* e os condomínios fechados de alto padrão seguiram a tendência de expansão da cidade e se instalaram em áreas estrategicamente localizadas, no entanto também percebemos que estes empreendimentos reafirmaram e dinamizaram a importância de tais áreas, entendendo assim, que a produção do espaço urbano é uma relação dialética, considerando-se que os empreendimentos citados são produto e condição da reestruturação urbana e da cidade.

Em Presidente Prudente, como observamos na Figura 3, essas estratégias condicionaram para que os *shopping centers* se instalassem na região oeste, um próximo a área central (Parque *Shopping Prudente*), outro na confluência de uma grande avenida (*Prudenshopping*) com ligação direta a rodovia e, recentemente, a configuração de uma nova área comercial em um bairro distante (*Shopping Meridional*).

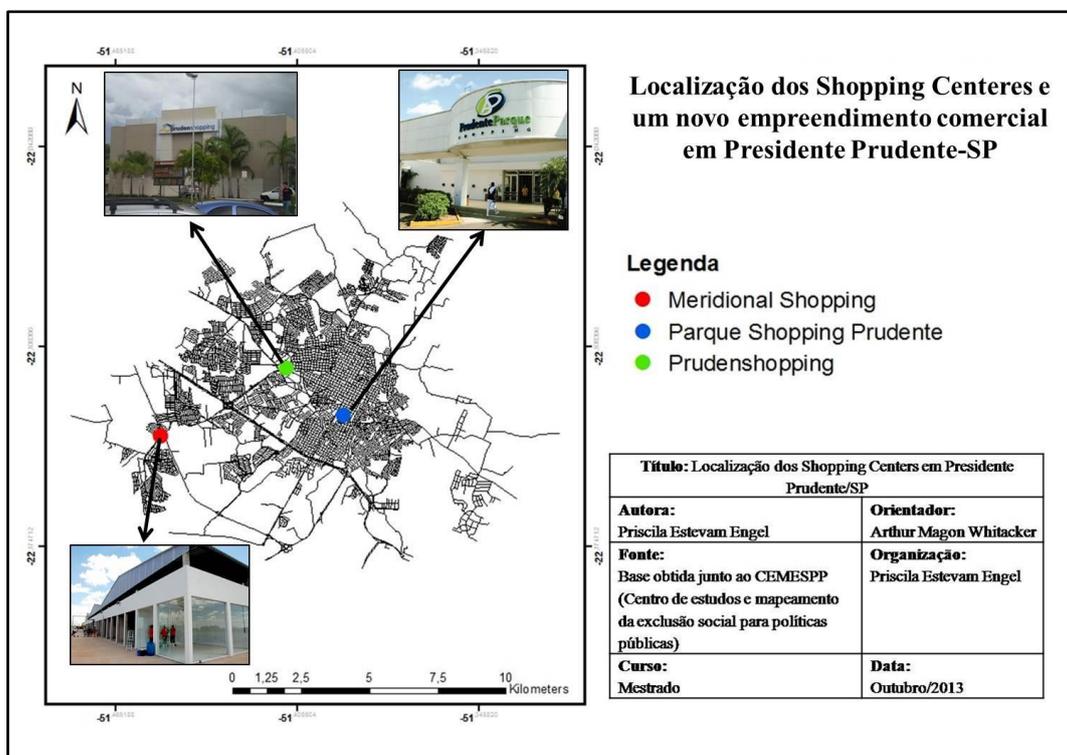


Figura 3: Localização dos *Shopping Centers* e um novo empreendimento comercial em Presidente Prudente/SP.

O Parque *Shopping Prudente* foi o primeiro empreendimento fechado de compra instalado em Presidente Prudente. Sua inauguração ocorreu no ano de 1986 quando carregava o nome de “*Shopping Center Americanas*”. Este empreendimento está localizado próximo ao terminal urbano, a rodoviária e nas proximidades do centro principal, numa área que antes era majoritariamente ocupada por residências. Após a instalação do shopping, empreendimentos comerciais e de serviços foram atraídos para seu entorno, modificando assim o uso e ocupação da área.

O Mix de Lojas deste *shopping* é variado, contando com um hipermercado (Muffato) e com franquias do ramo alimentício (McDonald's, Bob's e Cacau Show). No ramo de vestuário popular encontramos somente a Hering, não contando com grandes lojas como C&A, Marisa entre outras lojas âncoras, e não foram encontradas lojas para segmentos de alto padrão. Disso, podemos inferir que tal *shopping* não é voltado para população de alto padrão, conferindo uma característica mais popular de seu público alvo.

O segundo centro de compras de Presidente Prudente foi inaugurado na década de 1990 e se localiza entre duas avenidas principais da cidade, a Avenida Manoel Goulart e a Avenida Washington Luiz, conseqüentemente, mais afastado do centro principal. Devido a esta localização e o poder atrativo que o *shopping center* exerce, outros grandes empreendimentos comerciais (hipermercados) foram ali instalados, como Walmart, Max Muffato, estabelecendo concorrência com o Carrefour, instalado dentro do *shopping center*. Este último é o hipermercado âncora deste *shopping center*, contando com franquias do ramo alimentício (McDonald's, Habib's, Burger King, Subway, Cacau Show e Kopenhagen) visto que, a Kopenhagen não é tão popular quanto a Cacau Show. Encontramos grandes lojas ditas populares (que também exercem a característica de âncora), como RENNER, C&A, Riachuelo e Marisa. Neste centro de compras, deparamo-nos com lojas de alto padrão como Brookfield, Mr. Kitsch, Colcci, TVZ, Forum entre outras, que denotam um caráter mais requintado para o *shopping*, sugerindo um público de alto e médio padrão.

Em consequência da expansão da malha urbana de Presidente Prudente, passou a existir uma demanda por consumo em bairros mais afastados e de difícil acesso ao centro ou aos *shoppings* já consolidados e por isso, formulou-se uma nova área comercial instalada e um desses bairros distantes. O Meridional *Shopping* está localizado na Avenida Comendador Alberto Bonfiglioli, zona sul de Presidente Prudente, conta com 288 boxes, com nenhuma "marca" de expressão, com lojas simples, podendo ser nomeado como galeria, e busca atender a bairros populares como o Conjunto Habitacional Ana Jacinta.

Observando as características diferenciadas do espaço urbano de Presidente Prudente relacionando seu público alvo, notamos que os condomínios fechados de alto padrão e os *shopping centers* são empreendimentos propiciadores de diferenciação e fragmentação socioespacial, o que pode ser observado na Figura 4.

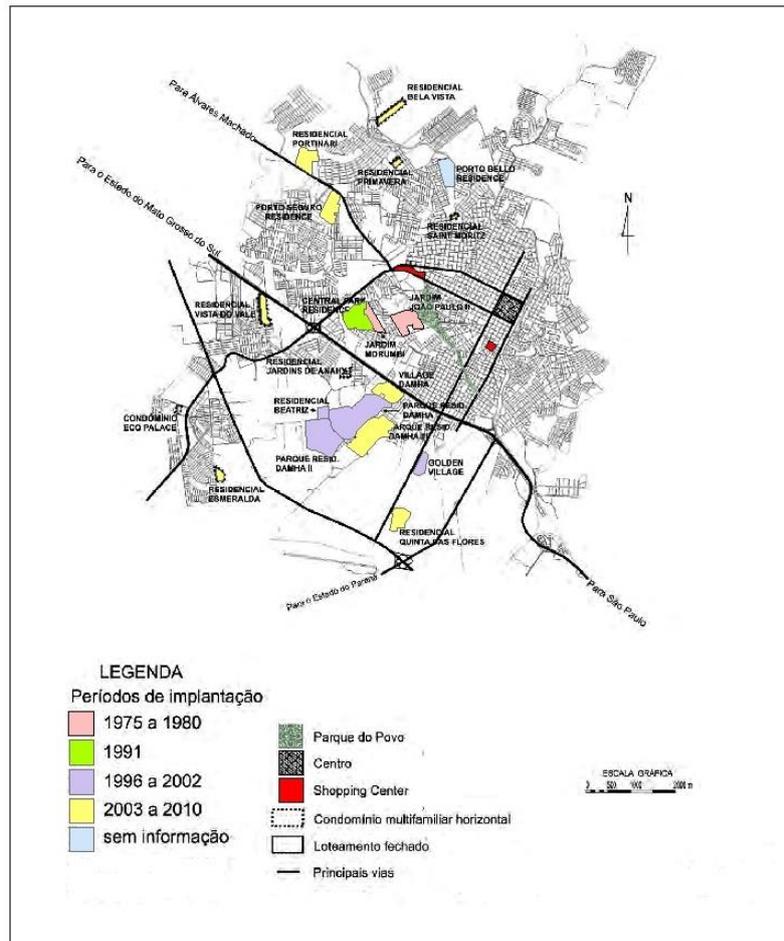


Figura 4: Elementos da Estrutura Urbana e os períodos de implantação dos condomínios fechados em Presidente Prudente/SP

Fonte: Clayton Ferreira Dal Pozzo
 Org.: Priscila Estevam Engel

Podemos observar que a localização dos *shopping centers* foi estratégica em relação às áreas residenciais de padrão ocupacional alto e médio, grande parte delas próximas à Avenida Washigton Luiz e àquelas localizadas ao sul do Parque do Povo (incluídos os condomínios fechados), que se articula (no caso do Prudentshopping) à Avenida Manoel Goulart em rotatória a menos de cem metros da entrada do *shopping* e com a Avenida Brasil (no caso do Parque *ShoppingPrudente*). A esse respeito, Sobarzo Miño (2001) resume muito bem a realidade de Presidente Prudente.

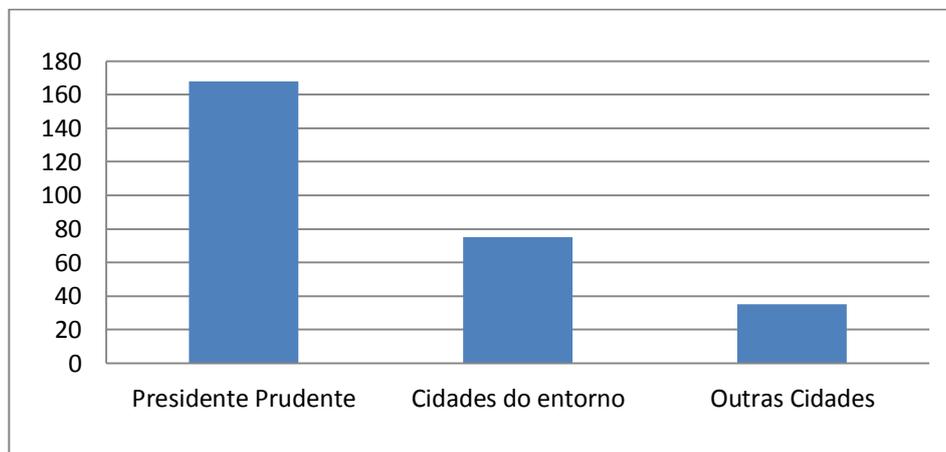
Considerando as características diferenciadas do espaço urbano de Presidente Prudente e a segregação que propiciam os condomínios horizontais, e em função da possível implantação de novos condomínios e bairros de alto padrão na zona sul da cidade, é importante destacar o provável surgimento de “uma cidade dentro da cidade”, que contribuiria para a ampliação da diferenciação e da segregação socioespacial no espaço urbano Prudentino (SOBARZO MIÑO, 2001,p.212).

Podemos ressaltar ainda a importância regional que os *shopping centers* adquirem e como sua localização pode acentuar tal centralidade. Como salientamos, o Prudentshopping está no encontro de duas avenidas e nessa rotatória está o prolongamento da Avenida Manoel

Goulart, o qual permite acesso fácil à Rodovia Raposo Tavares e a saída para Álvares Machado, cidade com altas interações com Presidente Prudente, por exemplo. No entanto, o Parque *Shopping Prudente* está localizado próximo à área central aos terminais interurbanos e outros acessos à cidade, facilitando o acesso da população da hintelândia.

Para inferir o conjunto de fluxos que podem estabelecer-se entre diferentes pontos da cidade e seu papel regional, podemos entender o mosaico que as localizações destes empreendimentos realizam em diferentes escalas. Para tal, dispomos de dados do levantamento das placas de carros nos estacionamento dos *shopping centers*, em época iguais (Dezembro) nos anos de 2012 e 2013, organizados nos seguintes gráficos.

Gráfico 1: Quantidade de carros no estacionamento do Parque Shopping Prudente, de acordo com as placas dos automóveis em 15/12/2012, sábado, 16:00h.

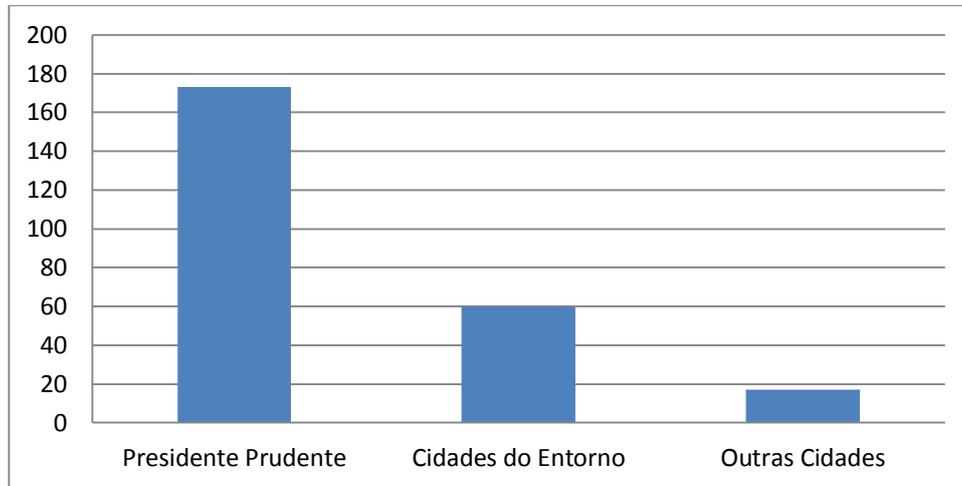


Fonte: Observação de campo.

Organização: Ana Paula Zimiani Vicente e Nathália Brustelo

No dia da análise havia 168 carros com placas de Presidente Prudente, compreendendo 60,5% do total de 278 carros contabilizados e ainda, 75 carros com placa de cidades do entorno (26,9%) e 35 carros (12,6%) de cidades fora da Região Administrativa de Presidente. Podemos inferir que neste shopping a maioria dos frequentadores sé da própria cidade, pois o número de carros de Presidente Prudente correspondeu a mais da metade, comparando-se com as outras cidades. Esta realidade se manteve no ano de 2013 (gráfico 2) quando foram averiguadas as placas, também num sábado no mesmo horário.

Gráfico 2: Quantidade de carros no estacionamento do Parque Shopping Prudente, de acordo com as placas dos automóveis em 14/12/2013, sábado, s 18:00 horas



Fonte: Observação em campo

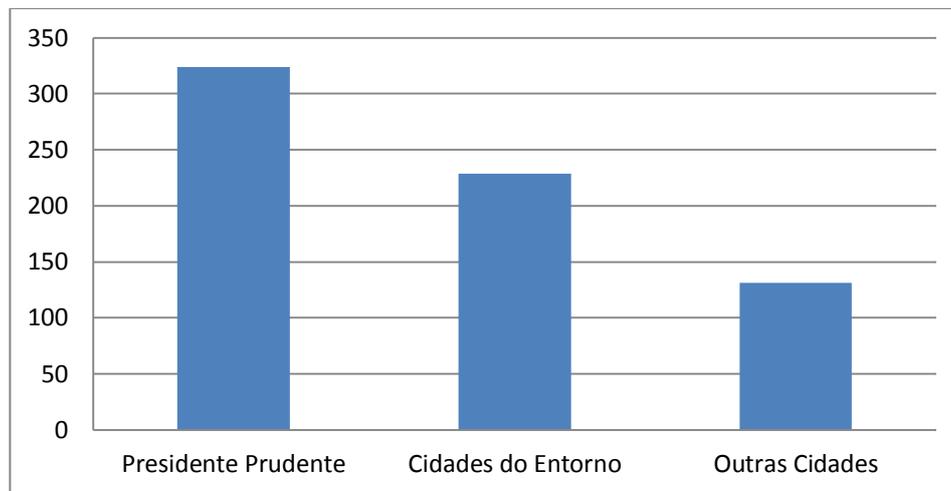
Organização: Priscila Estevam Engel e André Felipe Vilas de Castro

Desta vez, foram contabilizados 250 carros no estacionamento deste shopping, sendo 173 com placas de Presidente Prudente (69,9%), 60 com placas da Região Administrativa (24%) e por fim 17 carros de cidades de fora da Região Administrativa (6,1%), aumentando o contingente de carros de Presidente Prudente, em relação ao observado no ano anterior. Devemos levar em conta a proximidade deste shopping aos terminais de ônibus, podendo abarcar assim frequentadores que se utilizam de vários modos de deslocamento, não exclusivamente automóveis, mas que não foram avaliados neste estudo.

Como parâmetro de comparação apresentamos os dados para o Prudenshoppig (gráfico 3), no ano de 2013.

Neste *shopping center* não há tanta discrepância entre o percentual correspondente a cada um dos grupos avaliados. Com 684 carros no total, 324 eram de Presidente Prudente, (47,4%), 229 carros com placas da R.A (33,5%), e por fim 131 carros de outras cidades (19,1%). Isso ressalta a importância regional que este shopping possui dentro da sua região de influência, pois foram encontrados carros tanto de cidades mais distantes quanto mais próximas, como o caso de Álaves Machado.

Gráfico 3: Quantidade de carros no estacionamento do Prudenshopping, de acordo com as placas dos automóveis em 14/12/2013, sábado, 17:00 horas



Fonte: Observação em campo
Organização: Priscila Estevam Engel e André Felipe Vilas de Castro

A este fato podemos relacionar a falta de alguns empreendimentos nas cidades da região, visto que não há *shopping centers* nas cidades que fazem parte da 10ª Região Administrativa de Presidente Prudente, obrigando a população que quiser frequentar tais espaços dirigir-se à Presidente Prudente. Após um levantamento do mix de lojas encontradas no shopping, podemos afirmar que, nestas cidades, não está estabelecido nenhum hipermercado como Walmart, Muffato e Carrefour, não há redes de cinemas nem grandes redes de franquias como McDonalds, Bobs, Habib's ou grandes lojas de grifes. Ou seja, empreendimentos diferenciados só são encontrados em Presidente Prudente, aumentando assim sua centralidade interurbana e sua situação geográfica favorável.

CONCLUSÃO

Adotando a situação geográfica, como expressão relacional passível de análise multiescalar, bem como a morfologia urbana, na perspectiva que vai muito além das formas, embora seja lida a partir delas, como analisamos a expansão territorial de Presidente Prudente relacionando alguns elementos das lógicas que estruturam os espaços urbanos, deste da escala da cidade até das redes urbanas.

Tais lógicas de localização visam uma maior circulação de bens e serviços tanto intra quanto interurbano, para assim, ampliar as taxas de lucros de empreendimentos como os *shopping centers*. Assim, obedecendo as lógicas capitalistas, as cidades e as redes urbanas,

produzem e reproduzem diferenças, gerando desigualdades que ampliadas, acarretam segregação e fragmentação socioespaciais.

Por fim, ressaltamos que não é possível analisar a cidade de todos os ângulos, já que é vasto o conjunto de olhares que podemos ter sobre tudo o que compõe a mesma. Para a análise de Presidente Prudente – SP, discutimos sobre a produção do espaço urbano desde a implantação dos primeiros núcleos, tratamos da estruturação e reestruturação dos espaços a partir da implantação dos *shopping centers* e o seu repartimento no espaço intraurbano com mudanças na estrutura do entorno, e no interurbano, consolidando a centralidade de Presidente Prudente diante das cidades da região e aumentando suas interações socioespaciais.

REFERÊNCIAS

ARROYO, M. M. . **Dinâmica territorial, circulação e cidades médias**. In: Eliseu Savério Sposito; Maria Encarnação Beltrão Sposito e Oscar Sobarzo. (Org.). *Cidades médias: produção do espaço urbano e regional*. 1edição.São Paulo: Expressão Popular, 2006, v. 1, p. 71-85.

BEAUJEU-GARNIER, J. e DELOBEZ, A. **Géographie du commerce**. Paris: Masson, 1977

BERRY, B. J. L. **Géographie des marchés et du commerce de détail** .Paris: A. Colin, 1971.

BERRY, J. L. Brain. **A note on central place theory and range of a good**.Economic Geography, Chicago, vol. 34, no. 4, p. 304-311, 1958.

BRENNER, Neil. **Reestruturação, reescalonamento e a questão urbana**. Revista GEOUSP – espaço e tempo, São Paulo nº33, p.198-220, 2013.

CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. **Cidade de muros: crime, segregação e cidadania em São Paulo**; tradução de Frank de Oliveira e Henrique Monteiro. São Paulo: ED.34/ Edusp, 2000.

CARLOS, Ana Fani Alessandri (Org.); SOUZA, Marcelo L (Org.) ; SPOSITO, M. Encarnação Beltrão (Org.) . **A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2011. 234p.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. Diferenciação socioespacial. *Cidades*, Presidente Prudente, v. 4, n. 6, p. 45-60, jan./dez., 2007.

CORRÊA, Roberto Lobato. **O Espaço Urbano**. Editora Ática, Série Princípios, 3a. edição, n. 174, 1995.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Construindo o conceito de cidade média**. In: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. (Org.). *Cidades Médias: espaços em transição*. São Paulo: Expressão Popular, 2007.p 23-33.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Diferenciação Sócio-Espacial, escalas e práticas espaciais.** Cidades. Vol.4 n.6, 2007, p.61-72.

CORRÊA, Roberto Lobato. **A rede urbana brasileira e a sua dinâmica: algumas reflexões e questões.** In: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (org.). Urbanização e cidades: perspectivas geográficas. Presidente Prudente: Gasperr, FCT, UNESP, 2001p 359-367.

GEORGE, P. **Geografia do Comércio.** São Paulo: Difel, 1970.

_____. **Geografia Econômica.** Lisboa: Fundo de Cultura, 1976.

GOTTDIENER, Mark. **Estrutura e ação na produção do espaço.** In: GOTTDIENER, Mark. A produção social do espaço urbano. São Paulo: Edusp, 1997.

PADILHA, Valquíria. **Shopping Center: a catedral das mercadorias.** São Paulo: Boitempo, 2006.

PINTAUDI, S.M. e FRUGOLI, Jr. H. **Shopping Centers: Espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras.** São Paulo: EDUNESP, 1992. 129p.

Pedro, Leda Correia. **Ambiente e apropriação dos compartimentos geomorfológicos do Conjunto Habitacional Jardim Humberto Salvador e Condomínio Fechado Damha.** - Presidente Prudente: 2008.

PRÉVÔT-SCHAPIRA, Marie-France. **Fragmentación espacial y social: conceptos y realidades. Perfiles Latinoamericanos,** Ciudad de México, n. 19, p. 33-56, dic. 2001.

SARLO, Beatriz. **La ciudad vista.** Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2009.

SOJA, Edward W. **Geografias Pós-Modernas: a reafirmação da teoria social crítica.** Tradução: Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. **As cidades médias e os contextos econômicos contemporâneos.** In: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (org.). Urbanização e cidades: perspectivas geográficas. Presidente Prudente: Gasperr, FCT, UNESP, 2001.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. **O chão em pedaços: urbanização, economia e cidades no Estado de São Paulo.** Presidente Prudente, 2004. 508 p. Tese (Livre Docência) – Faculdade de Ciências e Tecnologia, UNESP.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão; ELIAS, Denise; SOARES, Beatriz; MAIA, Doralice; TORRES, Edvânia. **O estudo das cidades médias brasileiras.** In: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (Org.). Cidades médias: espaços em transição. São Paulo: Expressão Popular, 2007a. p.35-67.

SPOSITO, M. Encarnação Beltrão. **A produção do espaço urbano: escalas, diferenças e desigualdades socioespaciais.** In: CARLOS, Ana F. A.; SOUZA, Marcelo L.; SPOSITO, M. Encarnação B.. (Org.). A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios. São Paulo: Contexto, 2011, v. , p. 123-145.

SPOSITO, Eliseu Savério (Org.); SPOSITO, M. Encarnação Beltrão (Org.); SOBARZO, Oscar A. (Org.) . **Cidades médias: produção do espaço urbano e regional**. 1a.. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2006. v. 1. 375p

SPOSITO, M. Encarnação Beltrão. **Cidades médias: reestruturação das cidades e reestruturação urbana**. In: Maria Encarnação Beltrão Sposito. (Org.). **Cidades médias: espaços em transição**. 1ed.São Paulo: Expressão Popular, 2007, v. 1, p. 233-253.

Whitacker,A.; Miyazaki , V. (2012). **O estudo das formas da cidade no âmbito da Geografia Urbana. Apontamentos metodológicos**. Revista de Geografia e Ordenamento do Território, n.º 2 (Dezembro). Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território. Pág. 307 a 327