

AS NOVAS DINÂMICAS DO COMÉRCIO NA CIDADE DE DOURADOS – MS: UMA ANÁLISE DO PROCESSO DE REDEFINIÇÃO DA CENTRALIDADE INTRAURBANA EM UMA CIDADE MÉDIA

Hamilton Romero

Universidade Federal da Grande Dourados,
Dourados, Mato Grosso do Sul, Brasil
Email: hamiltonromero@hotmail.com

Maria José Martinelli Silva Calixto

Universidade Federal da Grande Dourados,
Dourados, Mato Grosso do Sul, Brasil
Email: mjmartinelli@yahoo.com.br

Resumo

Neste trabalho apresentamos alguns elementos para análise das novas dinâmicas do comércio na cidade de Dourados, localizada ao sul do Estado de Mato Grosso do Sul. Tal processo foi desencadeado, sobretudo, após a inauguração de um *shopping center* em área próxima ao centro principal. Para o desenvolvimento de tal pesquisa, realizamos trabalho de campo envolvendo o mapeamento de algumas unidades do comércio varejista em um trecho de uma das principais avenidas da cidade. Também foram realizadas entrevistas com empresários proprietários de unidades de franquias e de lojas multimarcas voltadas à oferta de mercadorias que expressam distinção social. A centralidade exercida por este comércio, que designamos “especializado”, permitiu compreender que as dinâmicas e as lógicas de localização redefinem a centralidade e asseguram o papel do centro como principal articulador e integrador de fluxos, ideias, estando em constante redefinição.

Palavras-chave: Centralidade; *Shopping center*; Comércio; Dourados.

THE NEW DYNAMICS OF TRADE IN THE CITY OF DOURADOS – MS: AN ANALYSIS OF THE PROCESS OF REDEFINING INTRAURBAN CENTRALITY IN AN MIDDLE-SIZED CITY

Abstract:

This work presents certain elements to analyze the new dynamics of commerce in the city of Dourados, located in southern Mato Grosso do Sul. This process was triggered, mainly, after the inauguration of a mall near the traditional center. For development of this research, we carried out fieldwork involving the mapping of some units of the retail trade in a piece of one of the main avenues in the city. Interviews were also conducted with businessmen owner of franchise units and multi-brand stores aimed at offering goods that express social distinction. The centrality exercised by this trade, we call "specialized", allowed us to understand that the dynamics and localization logics redefine centrality and ensure the role of the center as the main articulator and integrator of flows, ideas and it is constantly redefining.

Key words: Centrality; Shopping center; Trade; Dourados.

LAS NUEVAS DINÁMICAS DEL COMERCIO EN LA CIUDAD DE DOURADOS – MS: UN ANÁLISIS DEL PROCEDIMIENTO DE REDEFINICIÓN DE LA CENTRALIDAD INTRAURBANA EN UNA CIUDAD MEDIA

Resumen:

En este trabajo presentamos algunos elementos para el análisis de las nuevas dinámicas del comercio en la ciudad de Dourados, ubicada al sur del Estado de Mato Grosso do Sul. Tal proceso fue desencadenado, sobre todo, tras la inauguración de un centro comercial en área cercana al centro principal. Para el desarrollo de tal investigación, realizamos trabajo en terreno involucrando el mapeo de algunas unidades del comercio al por menor en un tramo de una de las principales avenidas de la ciudad. También se realizaron entrevistas con empresarios propietarios de unidades de franquicias y de tiendas dirigidas a la oferta de mercancías que expresan distinción social. La centralidad ejercida por este comercio, que designamos "especializado", permitió comprender que las dinámicas y las lógicas de localización redefinen la centralidad y aseguran el papel del centro como principal articulador e integrador de flujos, ideas y está en constante redefinición.

Palabras-clave: Centralidad; Centro comercial; Comercio; Dourados.

Introdução ao tema, pressupostos e procedimentos da pesquisa

Este texto tem como propósito analisar o processo de redefinição da centralidade na cidade de Dourados-MS. Para tal, tomamos como recorte territorial o trecho da área central da avenida Weimar Gonçalves Torres (entre a rua Toshinobu Katayama a oeste e a rua Quintino Bocaiuva a leste), considerando a presença de comércio especializado¹ e de franquias.

Dourados está localizada na porção sul do Estado de Mato Grosso do Sul, sendo a segunda maior cidade do estado em contingente populacional. Apresentou, no Censo 2010, uma população de 196.035 habitantes (IBGE). Tem no agronegócio seu principal dinamismo econômico, além de, regionalmente, se destacar pela oferta de comércio e serviços, incluindo, principalmente, a oferta de serviços especializados relacionados à área da saúde e do ensino superior. Tais determinantes, aliados a um processo de urbanização impulsionado por políticas públicas de desenvolvimento, fizeram com que Dourados assumisse a condição de centralidade regional. E, nesse sentido, Calixto (2017) afirma:

¹ Neste trabalho, adotamos o termo “comércio especializado” para nos referirmos ao comércio varejista responsável pela venda de mercadorias que buscam imprimir distinção social, principalmente, as chamadas *boutiques* e franquias de moda que compõem um *mix* de diversas lojas. Assim, não nos referimos a segmento de especialidade técnica/funcional.

Devido à sua posição geográfica, que a notabiliza como única cidade desse porte demográfico e importância, em um raio de mais de 200 km, Dourados apresenta significativo nível de centralidade interurbana, denotado pela relevância de seu papel no setor comercial e, sobretudo, no de serviços, que assegura sua condição de destaque na rede urbana regional e, por consequência, de cidade média. (p.58).

A mesma autora ainda aponta que Dourados:

Constitui também referência regional tanto no setor de venda de maquinário, tratores, insumos e implementos agrícolas quanto na formação de mão de obra especializada e na pesquisa. Destacam-se igualmente o comércio de veículos e de eletrodomésticos e a presença de hipermercados dos grupos Carrefour e Pão de Açúcar – únicos atacadistas do setor no interior do estado – assim como do *shopping center* – também o único do interior –, reforçando e intensificando as interações espaciais com o contexto regional. (CALIXTO, 2019, p. 585).

Tal realidade, colocada pela condição regional de Dourados, também desencadeia novas espacialidades e centralidades intraurbanas.

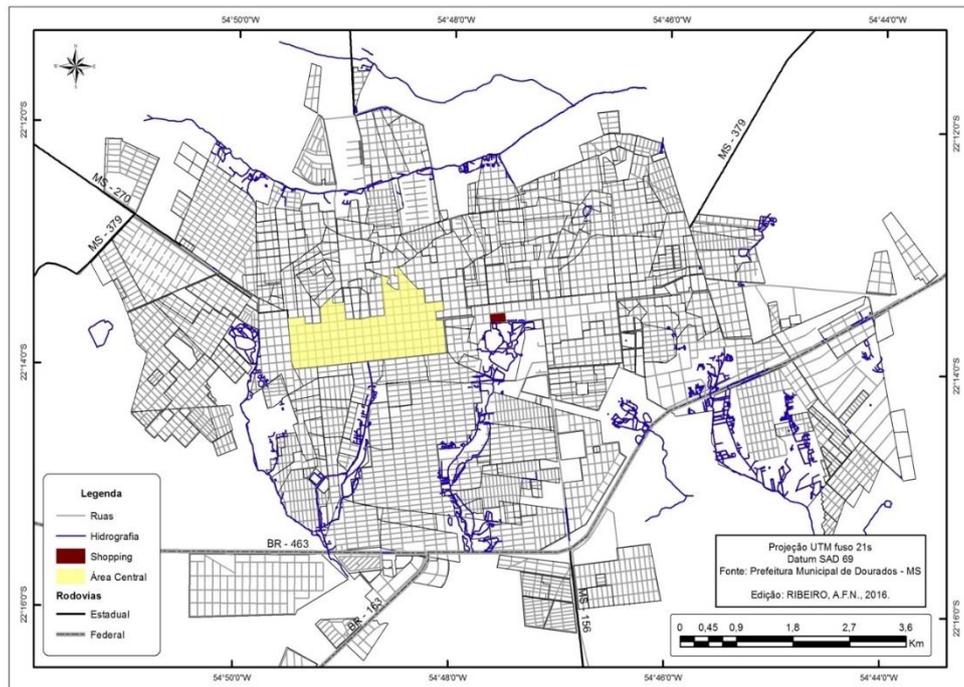
Visando melhor compreensão dessa questão, este estudo buscou analisar o processo de redefinição da/na Avenida Weimar Gonçalves Torres, onde temos identificado empiricamente uma concentração de lojas responsáveis pela oferta de mercadorias para um segmento de consumidores de maior poder aquisitivo, destacando-se, principalmente, as franquias de moda².

Cabe ressaltar que este processo tem se dado nos últimos dez anos, sobretudo após a implantação do *shopping* Avenida Center, único shopping do interior do estado, instalado ao lado do terminal rodoviário interurbano, em uma área próxima ao centro principal³ (Ver Figura 01).

² Conforme o site Portal do Franchising, responsável por agrupar diversos segmentos de franquias, verificamos que as franquias de moda abrangem não apenas o vestuário como também calçados, óculos e acessórios (joias). Fonte: <<https://franquias.portaldofranchising.com.br/franquia-moda/>> Acesso em: 15 mar. 19.

³ Para mais informações sobre o referido empreendimento, consultar Romero, 2010.

Figura 01. Dourados – MS. Localização *Shopping Center* e área central (2016)



Org.: “Os autores” (2016)

O interesse pela temática do centro e da centralidade urbana deve-se à importância de compreendermos, não apenas o papel do centro, como também da centralidade e como esta se (re)faz mediante ações, interesses e dinâmicas impetradas pelos agentes envolvidos no processo de produção do espaço urbano.

Assim, partimos da compreensão do papel do centro e das dinâmicas e processos que caracterizam a centralidade e, de forma ampla, a própria cidade, compreendida como um conjunto de articulações entre localizações. (WHITACKER, 2003)

Diante da visível redefinição na tipologia/padrão dos estabelecimentos comerciais da Avenida Weimar Gonçalves Torres, surgiram os seguintes questionamentos: Quais elementos fizeram da Avenida Weimar Gonçalves Torres agregadora de uma oferta de produtos voltados aos consumidores de maior poder aquisitivo? Quais as implicações que os novos usos e ocupações da/na Avenida Weimar Gonçalves Torres trouxeram para a centralidade urbana de Dourados?

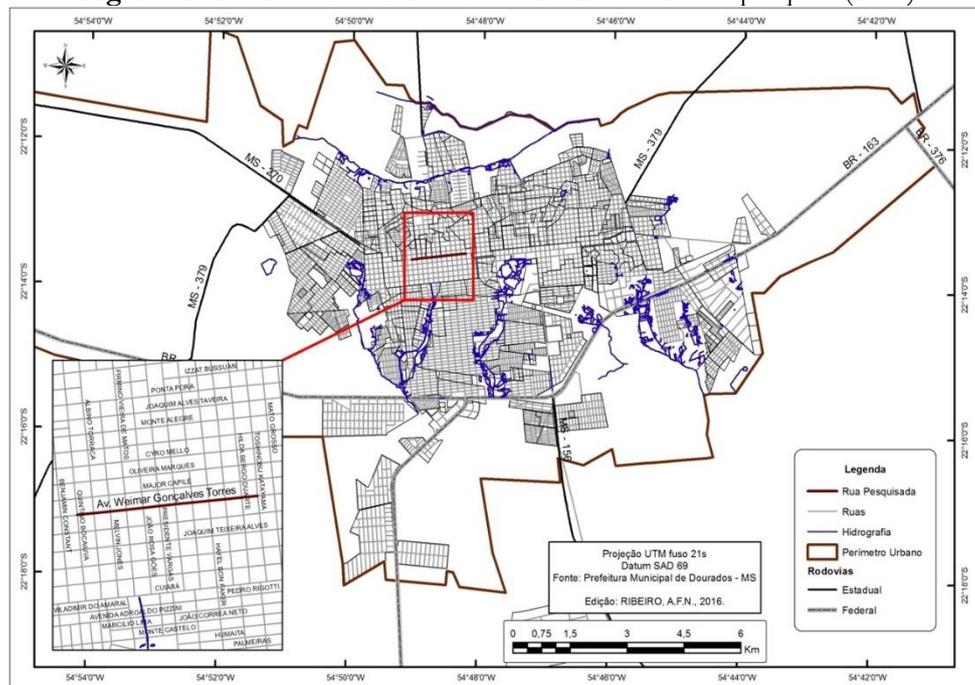
Na busca de elementos que pudessem apontar para o entendimento dessas questões norteadoras, realizamos entrevistas com alguns empresários e responsáveis administrativos das lojas localizadas na referida avenida. A escolha dos entrevistados pautou-se pela relevância atribuída ao empreendimento e seu destaque no cenário local.

Nossos questionamentos objetivavam colher informações a respeito do público consumidor, características do empreendimento, custos operacionais e opção dos empresários pela escolha da avenida para instalar seu estabelecimento comercial. Por meio de conversas, aplicação de questionários e entrevistas, tentamos compreender melhor as ações dos agentes sociais envolvidos no processo de redefinição da centralidade.

Realizamos também um mapeamento das principais lojas no trecho delimitado para a pesquisa, a fim de melhor caracterizar a tipologia de comércio que sobressai dentre os praticados. Conforme já exposto, a escolha dos empreendimentos para realização de entrevistas se deu, principalmente, com base na escala de abrangência dos empreendimentos (quando se tratou de franquias) e em seu aspecto e visibilidade local/regional e imagem de empreendimento consolidado (quando se tratou de lojas multimarcas).

Conforme mencionamos, definimos o recorte territorial o trecho da Avenida Weimar Gonçalves Torres entre a rua Toshinobu Katayama a oeste e a rua Quintino Bocaiuva a leste (ver Figura 02), correspondente à área central da cidade, visto que o processo de redefinição dos padrões e das formas de uso e ocupação têm atraído novos consumidores e adquirido novos papéis por meio da instalação destas lojas que caracterizamos como de um comércio mais especializado e considerado mais sofisticado.

Figura 02. Dourados – MS: Recorte territorial da área de pesquisa (2016)



Org.: “Os autores” (2016)

Somados a estes dados empíricos obtidos em campo, a pesquisa bibliográfica ofereceu subsídio teórico para compreensão da realidade urbana e de questões inerentes à centralidade e de seus desdobramentos socioespaciais.

Concepções acerca do centro e da centralidade

Partimos de uma breve abordagem sobre o centro, considerando os processos que dão forma, conteúdo e sentido à área central como possuidora de uma capacidade de combinação das diversas atividades econômicas, que se dão, sobretudo, por meio de fluxos e articulações.

As relações que se estabelecem na articulação do centro com outras áreas da cidade é objeto de diversos trabalhos de pesquisadores e teóricos que buscam, na compreensão do centro urbano, as respostas para questionamentos pertinentes à estruturação (e reestruturação) da cidade.

Neste trabalho nos apoiamos em conceitos e acepções propostos e discutidos por Sposito (1991; 2007), Whitacker (2003; 2007; 2013; 2017), Silva (2015; 2017) dentre outros que, de algum modo, se dedicaram/dedicam a oferecer elementos teóricos e empíricos para a análise do centro e da centralidade urbana.

Nossa opção pelos referenciais propostos por esses pesquisadores se justifica por terem se dedicado à compreensão dos processos urbanos presentes nas cidades brasileiras, sobretudo aquelas identificadas como médias. Assim, trazemos uma breve discussão acerca do centro e da centralidade urbana, articulando nosso objeto com os apontamentos dos autores mencionados.

De modo geral, os aspectos presentes no centro urbano dão condições para que a pesquisa avance em direção ao debate da centralidade urbana, pois a análise de como se constitui, se estrutura e reestrutura o centro nos forneceu elementos que delinearão nossa investigação. Assim, centro e centralidade formam um par analítico fundamental para a compreensão da estruturação das cidades capitalistas, sendo as escolhas locacionais das atividades comerciais um balizador que orienta as lógicas de espacialização e especialização de áreas.

Para Whitacker (2003), uma categoria que podemos utilizar para definir a cidade em todos os tempos é o centro. No entanto, segundo o autor, “deve-se procurar compreender o conteúdo da centralidade nos diferentes momentos históricos e recortes

empreendidos para sua apreensão, na perspectiva de se entender como ela se realiza no âmbito de diferentes formações sociais” (2003, p. 127).

Sposito também chama atenção para que analisemos o processo de produção e estruturação das cidades passando pelo entendimento do papel do centro. Para a autora, não podemos discutir o espaço urbano “sem falar no espaço de circulação e de produção de serviços; de verticalização, sem tocar na questão da centralidade simbólica” (1991, p. 5). Assim, faz-se necessário abordarmos as concepções de centro e centralidade ao analisarmos os conteúdos que investigamos a partir do *shopping center* e do comércio mais especializado em Dourados.

As atividades econômicas existentes na cidade fora do centro principal pressupõe que a centralidade urbana não é única, ou seja, ela se faz cambiante (WHITACKER, 2007) na medida em que define e redefine o tecido urbano por meio de novas áreas que se articulam ao centro, “sem nos esquecermos que novas localizações ‘mexem’ com a estrutura do restante da cidade” (WHITACKER, 2003, p. 123).

Em um esforço teórico de estabelecer a devida diferenciação entre centro e centralidade, o mesmo autor assinala:

Devemos considerar que os diferentes conteúdos dados ao centro se encontram distribuídos ou concentrados na cidade, sobrepostos ou não, tanto em sua dimensão territorial quanto na espacial, de acordo com a constituição de cada cidade. Devemos igualmente compreender que o recorte territorial não determina a centralidade, mas o centro. A centralidade é cambiante, na medida em que não se define pela localização, mas pelo movimento e pela articulação das diferentes localizações (WHITACKER, 2017a, p. 170).

Ainda sobre as possibilidades de compreensão do centro em si, Whitacker estabelece:

Há, desse modo, uma combinação de permanências e de mudanças no conteúdo e nas formas do centro da cidade e na relação desta área com outras da cidade, nesse caso, tomando as atividades contidas e os fluxos nele presentes. Assim o [centro] consolidado e o principal sempre se definem relacionalmente com o restante da cidade. A diferenciação entre o centro principal e o consolidado ainda implica seu reconhecimento como tais. Reconhecimento este que é tácito, mas também é pensado e definido *a priori* ou *a posteriori*, de modo que o centro da cidade é ou foi aquele centro consolidado, ou é ou foi o centro principal (2017b, p. 191).

Gluszevics e Martins identificam o centro como caracterizado “pelo ponto de convergência e divergência de pessoas e atividades urbanas, inseridas no processo de circulação” (2013, p. 10). As autoras, sobre esse assunto, ainda afirmam:

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 (2013, p. 11).

O centro urbano se diferencia das demais áreas da cidade, não apenas pela forma, mas, principalmente, pelas funções que ele exerce. No centro, é possível encontrar uma gama de atividades que ali aparecem de maneira mais densa e dinâmica, tais como serviços bancários, da administração, de saúde, de educação, de segurança e até mesmo religiosos, mas principalmente o comércio.

Com o avanço do processo de urbanização, as atividades comerciais foram as principais responsáveis por impulsionar a dinâmica das cidades. Assim sendo, com a intensificação destas e ampliação do papel do centro (local de tomada de decisões, fluxos, relações, articulações), este, aos poucos, foi perdendo a função residencial e passou a assumir, majoritariamente, a função comercial quase que em sua totalidade. É, ainda, a partir das relações com o centro que outras áreas mantêm conexão com o restante da cidade (dentre outros, via terminais de ônibus, por exemplo).

Gluszevics e Martins (2013), destacam que as novas estratégias de localização das atividades econômicas no interior do centro principal redefinem a dinâmica de uso do solo e engendram mudanças na produção da cidade e nas práticas de consumo dos cidadãos.

Cabe apontarmos algumas dinâmicas espaciais que reestruturam, não apenas a cidade como um todo, mas sobretudo o centro urbano, posto que permanece como um dos principais articuladores da dinâmica espacial intraurbana.

A implantação de empreendimentos como os *shopping centers* apontam para a emergência de um processo de descentralização de algumas atividades comerciais, emergindo uma reestruturação da cidade, ainda que não se perca de vista a centralidade exercida pelo centro principal. Sobre essa dinâmica, Silva (2015) afirma o seguinte:

A descentralização, portanto, como um artifício capitalista para o incremento de suas condições de reprodução, não prescinde, porém, da

manutenção de centros de convergência que desenvolvam funções de gestão territorial e de articulação urbana e interurbana. Assim, ainda que haja a descentralização, a área central da cidade continuará com destaque na atenção dos agentes econômicos e políticos (p. 243).

Esse é o caso da cidade de Dourados. Ainda que a implantação do *Shopping Avenida Center* tenha desencadeado uma nova centralidade, de certa forma, esse processo se dá por meio da redefinição e reforço do papel do centro principal. Esse processo se expressa, dentre outros, pela presença do comércio mais especializado na Avenida Weimar Gonçalves Torres, deixando claro, conforme nos aponta Santos (1986), que a produção espacial resulta de processos passados e se coloca como condição para processos futuros.

Acreditamos ser pertinente ressaltar pelo menos três fatores envolvidos no processo de implantação do *Shopping Avenida Center*.

Um desses fatores diz respeito à localização próxima à área central (retomar Figura 01), contraditoriamente aos demais empreendimentos de padrão semelhante, os quais costumam optar por localizações próximas à rodovias e áreas com possibilidade de novas frentes de expansão territorial. No caso de Dourados, a proximidade entre shopping e centro principal contribuiu para o reforço dos papéis deste e, conseqüentemente, a redefinição de fluxos e lógicas espaciais do comércio varejista.

Da mesma forma, a atuação do poder público foi fundamental na viabilização da compra do terreno, por meio de uma licitação e concessão de benefícios (terraplanagem e isenção de impostos), indo, assim, ao encontro dos interesses dos proprietários fundiários locais, por meio da “valorização” de imóveis do entorno. Conforme pudemos constatar, em período posterior à inauguração do *shopping center*, diversas edificações comerciais, destinadas à locação, foram instaladas nas proximidades.

Por fim, outro fator a ser considerado na escolha do local, conforme nos foi informado pelo Diretor Comercial, deveu-se ao perfil socioeconômico⁴ da população. A proximidade entre shopping e área central, revela também que o empreendimento, em tamanho e localização, corresponderia aos padrões socioeconômico dos consumidores.

Também merece reforço o fato do *Shopping Avenida Center* se localizar na principal avenida de acesso à cidade, a Avenida Marcelino Pires, ao lado do Terminal Rodoviário Municipal, e, dessa forma, facilitar o acesso de consumidores dos demais

⁴ De acordo com o Censo Demográfico de 2010 (IBGE), em 76% dos domicílios a renda *per capita* não ultrapassava 2 salários mínimos e somente 2% dos domicílios possuíam rendimentos superiores a 10 salários mínimos.

centros urbanos, sobretudo da porção sul do estado de Mato Grosso do Sul, via transporte público intermunicipal.

Essa realidade demonstra que: “... se a centralidade interurbana orienta a escolha espacial das empresas, a localização intraurbana também é pensada de modo a possibilitar e, sobretudo, facilitar o acesso do consumidor da região. (CALIXTO, 2017, p. 88)

Para Sposito (2001, p. 238), os “fluxos permitem a apreensão da centralidade, porque é através dos nódulos de articulação da circulação intra e interurbana que a centralidade se revela”.

Isso reforça que “o espaço urbano capitalista – fragmentado, articulado, reflexo, condicionante social, cheio de símbolos e campo de lutas – é um produto social, resultado de ações acumuladas através do tempo, e engendradas por agentes que produzem e consomem o espaço. (CORRÊA, 1995, p.11).

O processo de redefinição da centralidade: a relação entre o *Shopping Avenida Center* e a Avenida Weimar Gonçalves Torres

Whitacker (2013) afirma que, nas cidades médias brasileiras, as reestruturações econômicas e produtivas têm ocasionado profundas transformações em suas áreas centrais, levando a uma reestruturação da cidade, o que avigora a necessidade e as possibilidades de discutirmos a redefinição da centralidade urbana, sobretudo por meio de apontamentos empíricos.

Nesse sentido, trataremos de pontuar nossas observações acerca das relações entre a Avenida Weimar Gonçalves Torres e o *Shopping Avenida Center*, buscando reforçar que a redefinição das atividades econômicas está intimamente ligada à dinâmica socioespacial. Por meio dos fluxos e entrada de investimentos de capital, a centralidade urbana se reconfigura e imprime novas lógicas e processos, além de disseminar representações sociais.

Assim, a presença de comércio voltado a uma parcela da população de maior poder aquisitivo tem sido a mola propulsora do processo que amplia fluxos intraurbanos, sobretudo na Avenida Weimar Gonçalves Torres, inclusive atingindo áreas adjacentes ao centro principal.

No Quadro 01 encontra-se disposto, com base na tabela CNAE – *Classificação Nacional de Atividades Econômicas*, o levantamento do quantitativo dos estabelecimentos identificados durante trabalho de campo, em nosso recorte territorial.

**Quadro 01. Dourados – MS – Avenida Weimar Gonçalves Torres
Levantamento do uso do solo (na área pesquisada)**

CNAE Subclasse	Denominação	Quantidade
1053-8/00	Fabricação de sorvetes e outros gelados comestíveis	2
1412-6/02	Confecção, sob medida, de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	1
1822-9/99	Serviços de acabamentos gráficos, exceto encadernação e plastificação	2
2123-8/00	Fabricação de preparações farmacêuticas	1
4520-0/01	Serviços de manutenção e reparação mecânica de veículos automotores	2
4520-0/06	Serviços de borracharia para veículos automotores	1
4615-0/00	Representantes comerciais e agentes do comércio de eletrodomésticos, móveis e artigos de uso doméstico	3
4617-6/00	Representantes comerciais e agentes do comércio de produtos alimentícios, bebidas e fumo	3
4618-4/02	Representantes comerciais e agentes do comércio de instrumentos e materiais odonto-médico-hospitalares	1
4616-8/00	Representantes comerciais e agentes do comércio de têxteis, vestuário, calçados e artigos de viagem	29
4613-3/00	Representantes comerciais e agentes do comércio de madeira, material de construção e ferragens	2
4755-5/01	Comércio varejista de tecidos	2
4724-5/00	Comércio varejista de hortifrutigranjeiros	1
4721-1/04	Comércio varejista de doces, balas, bombons e semelhantes	2
4761-0/03	Comércio varejista de artigos de papelaria	2
4751-2/02	Recarga de cartuchos para equipamentos de informática	2
4782-2/01	Comércio varejista de calçados	2
4774-1/00	Comércio varejista de artigos de óptica	1
4771-7/03	Comércio varejista de produtos farmacêuticos homeopáticos	3
4783-1/01	Comércio varejista de artigos de joalheria	1
4789-0/02	Comércio varejista de plantas e flores naturais	1
4731-8/00	Comércio varejista de combustíveis para veículos automotores	1
5310-5/01	Atividades do Correio Nacional	1
5510-8/01	Hotéis	2
5611-2/01	Restaurantes e similares	12
5611-2/02	Bares e outros estabelecimentos especializados em servir bebidas	2
6120-5/01	Telefonia móvel celular	2
6424-7/01	Bancos cooperativos	1
6422-1/00	Bancos múltiplos, com carteira comercial	2
6821-8/01	Corretagem na compra e venda e avaliação de imóveis	3

6911-7/01	Serviços advocatícios	10
7500-1/00	Atividades veterinárias	1
8411-6/00	Administração pública em geral	1
8513-9/00	Ensino fundamental	1
9529-1/04	Reparação de bicicletas, triciclos e outros veículos não motorizados	1
9602-5/02	Atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza	4

Fonte: Pesquisa de campo – novembro/2015

Org.: “Os autores”

Conforme pode ser verificado na tabela, o comércio de vestuário, calçados e similares compõe a maioria dos pontos comerciais levantados na pesquisa de campo, sendo que a maior expressão são as franquias presentes em grandes centros urbanos e que, na cidade de Dourados, encontram-se localizadas na Avenida Weimar Torres. Na sequência de empreendimentos, aparece, quantitativamente, a presença de restaurantes e similares.

Por sua vez, o *Shopping Avenida Center* tem se destacado, sobretudo, como uma opção de lazer para um segmento popular de consumidores. As áreas internas destinadas à venda de alimentos extrapolam a praça de alimentação, consolidando o *shopping center* como local da prática de um “lazer gastronômico” que atrai, sobretudo nos fins de semana, segmentos sociais de menor poder aquisitivo, tanto da própria cidade, quanto de outros municípios, principalmente, da porção sul do estado.

Como pontuamos, o processo de concentração de um comércio especializado, considerado mais sofisticado, passou a se redimensionar espacialmente na Avenida Weimar Gonçalves Torres, principalmente após a inauguração de um *shopping center*, em 2006.

Ao tratar a realidade de Dourados e o papel do centro urbano, Calixto (2001), já apontava uma tendência à reprodução de um espaço especializado, com atividades voltadas para um público mais restrito, econômica e funcionalmente: a Rua Oliveira Marques (mais precisamente entre as Ruas João Rosa Góes e João Cândido Câmara). Contudo, após a implantação do *shopping*, a referida rua foi, aos poucos, perdendo esse papel, ao passo que a Avenida Weimar Gonçalves Torres passou a agregar esse segmento do comércio. Ressaltamos, porém, que a rua Oliveira Marques ainda concentra algumas lojas voltadas ao consumidor considerado de maior poder aquisitivo, como exemplo a franquias da Loja Polo Play, além de demais lojas multimarcas (revendedoras de marcas como 775 - Sete Sete Cinco, Oakley, Cavalera, Acostamento, dentre outras).

Assim, a redefinição da centralidade urbana passou a ser expressa e percebida, principalmente, pela mudança nos padrões arquitetônicos imposto por novas lojas que

vieram a ocupar pontos estratégicos, com maior visibilidade e de maior circulação de pessoas na Avenida Weimar Gonçalves Torres, impondo, dessa maneira, novas formas de ocupação.

Esse processo se deu via construção de “galerias de lojas” para locação, demolição e reconstrução de diversas lojas com arquitetura moderna, tendo as fachadas em vidro temperado. Algumas esquinas, antes lotes não edificadas, passaram a ser ocupadas por unidades de Drogarias de escala nacional, ou cederam lugar às franquias de moda.

Podemos considerar a construção de galerias de lojas com padrão arquitetônico moderno, um traço desse processo que merece atenção nessa análise. Tais edificações modificam a área central e áreas das adjacências onde são construídas.

Essas localizações representam uma nova opção para “.. uma clientela ‘especial’ que neste sentido passa a se distinguir, a se diferenciar e, portanto, a se separar espacialmente de outras clientelas.” (SPOSITO, 1991, p.11)

Vale registrar que, a “Galeria Antônio Carlos”, localizada no cruzamento das avenidas Weimar G. Torres e Presidente Vargas, foi a primeira construção desse porte e pode ser considerada como um marco no processo de redefinição dos padrões de ocupação dentro da área em que definimos para esse estudo. Nessa galeria instalou-se a primeira loja de sapatos de franquia (Arezzo), um ateliê de arquitetura e demais lojas de comércio varejista com padrão mais elevado. A franquia inicialmente ocupou o local de “um ponto comercial” e após sucessivas ampliações e reformas passou a ocupar o que equivaleria a três pontos comerciais locais, demonstrando o crescimento que este comércio obteve na mesma localização.

Esse processo nas cidades vem ao encontro da assertiva de Carlos (2001, p. 57) ao afirmar que a cidade “é essencialmente algo não definido; não pode ser analisada como um fenômeno pronto e acabado, pois as formas que a cidade assume ganham dinamismo ao longo do processo histórico”. Nessa mesma perspectiva, a autora reforça que “em cada uma das diferentes etapas do processo histórico, [a cidade] assume formas, características e funções distintas” (2001 p. 57).

Assim, verificamos que, com a instalação de um *shopping center* em Dourados, acentua-se o processo de redefinição da dinâmica socioespacial urbana. Essa dinâmica se expressa também no modo como vem ocorrendo o uso e ocupação do solo na área central da cidade.

Com base nesses elementos empíricos, é possível relacionar essa nova dinâmica socioespacial do comércio na avenida Weimar Gonçalves Torres com o papel desempenhado pelo *Shopping Avenida Center*.

O empreendimento, além de modificar a paisagem na avenida principal, veio delinear uma nova fase no que concerne ao consumo da cidade, modificando os hábitos dos consumidores locais, principalmente quanto aos dias e horários destinados às compras, uma vez que o funcionamento do *shopping center* possui especificidades divergentes do comércio de rua da área central. Tal processo impõe uma nova forma de articulação do centro principal com seus consumidores habituais.

Após a implantação do *Shopping Avenida Center*, foi possível perceber que grande número de lojas do comércio, sobretudo as franquias e *boutiques* instaladas na Avenida Weimar Gonçalves Torres, passaram a estender seu horário de funcionamento aos sábados⁵, em resposta à dinâmica de funcionamento estabelecida pelo *shopping center*.

Ao discutir o papel do horário comercial em cidades médias, Redón nos aponta que com a alteração de horário “... muda o conteúdo do lugar e também o acesso.” (2017, p. 147). O mesmo autor continua: “Ao alterar o conteúdo, também se alteram as relações espaciais, isto é, os fluxos. O fato de que as condições que permitem a realização das atividades não se mantenham durante todo o tempo de igual forma vai obrigar os fluxos a se sincronizarem com os horários” (2017, p. 148).

Com a readequação dos horários de funcionamento, há a localização e instalação de novas lojas voltadas ao público de maior poder aquisitivo que, cada vez mais, se concentram na área central, sobretudo na Avenida Weimar Gonçalves Torres. Por esse motivo, a avenida já ganha, na percepção de empresários locais, a denominação de “rua das franquias”, “a via mais charmosa de Dourados”⁶ e, por alcunha, a “Oscar Freire de Dourados”⁷ em alusão à conhecida rua dos bairros Jardins e Pinheiros, famosa por concentrar franquias e *boutiques* na metrópole paulista.

⁵Encontramos durante pesquisa de campo quatro lojas com placas contendo os dizeres “aberto aos sábados até as 18h”.

⁶ Denominação encontrada em material publicitário de uma franquia inaugurada na Avenida Weimar Gonçalves Torres.

⁷ Diversos entrevistados chamaram atenção para esse comparativo, referindo-se de maneira descontraída à avenida como o novo local de compras para o público de maior poder aquisitivo.

Para Calixto (2001), de forma geral, essa representação do espaço, também acaba desencadeando e reforçando as dinâmicas de acesso diferenciado à cidade. Ou seja, desencadeia uma representação social que reforça e reproduz a distinção.

Importante destacar que a área bruta locável do empreendimento *Shopping Avenida Center* de Dourados ainda não se encontra totalmente ocupada, mesmo tendo sido inaugurado em junho de 2006. Acreditamos que, em se tratando de um *shopping center*, os custos operacionais e de manutenção contribuem para que determinados empreendedores do varejo optem por localizações na área central, eximindo-se de diversos custos operacionais inerentes à manutenção de um espaço neste empreendimento.

Nesse sentido, na contramão da ocupação do *shopping center*, o número de lojas especializadas e que, atualmente, ganham expressividade, sobretudo no trecho selecionado para este estudo, mantem-se crescente. Além de identificarmos *in loco* diversas obras de reformas e alterações em fachadas de pontos comerciais disponíveis para locação.

Assim, as novas construções aparecem no cenário como uma estratégia de potencialização e “valorização” do espaço, à medida que se produz uma “requalificação” dos pontos comerciais, por meio de lojas modernas, espelhadas, com vitrines estrategicamente montadas sob os estudos de *marketing* específico para o público de padrão de consumo elevado. Acelera-se, dessa forma, o processo de substituição dos consumidores provocando mudanças no perfil socioespacial da rua, conforme nos aponta Carlos:

O desenvolvimento das forças produtivas produz mudanças constantes e com estas, a modificação do espaço urbano. Estas mudanças são hoje cada vez mais rápidas e profundas, gerando novas formas de configurações espaciais, novo ritmo de vida, novo relacionamento entre as pessoas, novos valores. (2001, p. 27).

Destarte, como já pontuamos, a pesquisa de campo revelou expressiva mudança nos padrões arquitetônicos e nos usos do solo, em um curto intervalo de tempo, proporcionando uma nova articulação do papel da avenida Weimar Gonçalves Torres com outras áreas da cidade. A Figura 03 apresenta as fachadas de quatro unidades de franquias localizadas na avenida em tela.

Figura 03. Dourados – MS – Avenida Weimar Gonçalves Torres
Franquias: Valisere; Ellus; Santa Lolla; Carmen Steffens (respectivamente) – (2016)



Fotos: “Os autores” (2016)

Por sua vez, a Figura 04 demonstra uma unidade de franquia de moda infantil que, apesar da mudança de localidade, manteve-se na mesma avenida, reforçando o seu papel de atração para este segmento de comércio. Essa mesma “migração” ocorreu com uma franquia de calçados (Arezzo) e uma pizzaria – Dio Santo (voltada para uma clientela de maior poder aquisitivo), as quais ampliaram as estruturas de atendimento.

Figura 04. Dourados – MS – Avenida Weimar Gonçalves Torres
Franquia: Lilica&Tigor – Anterior e atual (respectivamente) – (2016)



Fotos: “Os autores” (2016)

É possível identificar que os usos na avenida principal da cidade, Avenida Marcelino Pires – (paralela à Weimar Gonçalves Torres), na área correspondente ao centro principal, permanecem com aspecto de comércio “tradicional” e de caráter popular, típico dos centros das cidades brasileiras. Por sua vez, o consumo de mercadorias de padrão mais elevado tem, cada vez mais, se concentrado na avenida Weimar Gonçalves Torres.

Nesse sentido, a especialização de um comércio de padrão de consumo mais sofisticado tem refletido em uma relação direta, não apenas com o *shopping center*, mas também com o processo de redefinição do centro, por meio da mudança dos conteúdos, papéis e funções. Assim, o centro, na sua relação com outras áreas da cidade, passa a expressar uma nova fase do processo de acumulação de capital por meio de novas lógicas de consumo e que, por sua vez, redefinem a centralidade e o papel do próprio centro.

Ainda que a Avenida pesquisada apresente algumas desvantagens mencionadas pelos empresários entrevistados, como dificuldade de estacionamento para os clientes⁸, calçadas malconservadas e ausência de paisagismo que a deixe esteticamente mais atrativa, os consumidores sentem-se mais “acolhidos” ao consumirem no comércio desta avenida do que no *shopping center*. Assim, a frequência de um consumidor de maior poder aquisitivo tem assegurado a consolidação desse comércio especializado.

Constatamos também, por meio de entrevistas, que por seguirem critérios de instalação para uso da marca, algumas franquias negariam aos investidores a concessão caso a escolha locacional fosse o *shopping center*, alegando o caráter “popular” do empreendimento *Shopping Avenida Center* de Dourados.

No bojo desse processo, o centro reforça-se como o local das principais atividades comerciais e de serviços, concentrando os pontos com os maiores preços dos aluguéis e maximizando os lucros de diversos investidores. Ou seja, a implantação do *Shopping Avenida Center*, não apenas redefiniu o uso do solo, como vem reforçando o papel do centro tradicional.

Identificamos que o centro desempenha na escala intraurbana e interurbana, o principal articulador da função comercial. Acrescenta-se, principalmente, no caso de Dourados como cidade média, as implicações advindas da instalação do *shopping center* frente

⁸ Identificamos que algumas das novas edificações na Avenida Weimar Torres foram construídas com maior recuo de calçada e rebaixamento do meio fio, de modo a oferecer estacionamento “exclusivo/privativo” para os clientes, os quais ficam isentos de pagamento da cobrança de vagas de estacionamento públicas, os chamados “parquímetros” ou “zona azul”. Fato este não identificado em lojas das demais vias da área central. Nas Figuras 03 e 04 é possível verificar lojas com vagas de estacionamento demarcadas.

ao comércio de rua. O centro continua exercendo seu papel de principal localidade para a oferta de mercadorias e serviços (independentemente de sua tipologia), produzindo especializações funcionais e constituindo novas centralidades.

Ainda que este estudo tenha se pautado em uma análise a nível intraurbano, se consideramos a escala interurbana, o potencial de consumo da rede urbana de Dourados corrobora significativamente nas decisões de investidores comerciais e imobiliários e reforça o centro da cidade de Dourados como principal local das atividades comerciais para toda a rede.

Considerações finais

Neste texto procuramos analisar o processo de redefinição da centralidade urbana, tomando como referência a área central de Dourados-MS na sua relação com a nova centralidade imposta pela implantação do *shopping* Avenida Center.

Podemos dizer que o *Shopping* Avenida Center desempenha, não apenas um importante papel na redefinição da centralidade urbana de Dourados, tendo em vista a constituição de uma nova centralidade do comércio especializado na Avenida Weimar Gonçalves Torres, como vem reforçando o papel das localizações do comércio varejista como fator preponderante para a consolidação destes empreendimentos.

O *shopping center* de Dourados, em pouco mais de dez anos de funcionamento, apresentou elementos para compreensão da redefinição da centralidade, bem como de demais áreas adjacentes, inserindo no cotidiano da vida urbana local (e regional) novas práticas, ideias e comportamentos (possibilidade de trabalho e consumo de mercadorias até às 22h). Além disso, atraiu para seu entorno uma Unidade de Hipermercado Extra (operando das 7h às 23h) e uma unidade da loja de departamentos Havan (operando das 9h às 22h), bem como provocou a readequação no sentido das ruas das proximidades.

Contudo, aqui vale reforçar que, apesar do *shopping center* ter desencadeado uma nova centralidade, essa dinâmica se dá por meio da redefinição e reforço do papel do centro principal. Esse processo se revela, dentre outros, pelo surgimento e consolidação da presença do comércio mais especializado na Avenida Weimar Gonçalves Torres, desencadeando e caracterizando um processo marcado por transformações e permanências, no conteúdo e nas formas do centro principal da cidade.

A cidade como produção coletiva dos sujeitos não se apresenta simplesmente pelas formas urbanas percebidas, por exemplo, na mudança dos padrões arquitetônicos identificados na pesquisa, mas também na reprodução das relações de produção, nas formas de representação etc.

A capacidade de centralização e redefinição socioespacial contidas e expressas pela Avenida Weimar Gonçalves Torres revela um conteúdo que está em movimento. A permanência das lojas ali presentes (e a instalação de outras do mesmo padrão ao longo dos anos) revela que o conteúdo socioespacial da Avenida está estrategicamente direcionado para a consolidação de uma localidade destinada a um público que, além de consumir, faz da área sua expressão simbólica, revelando que possui papel dinâmico e de articulação urbano-regional, haja vista atrair também consumidores de outros centros urbanos, sobretudo da porção sul do estado de Mato Grosso do Sul.

Por último, destacamos que a temática, longe de ser esgotada, tem revelado vários desdobramentos, reforçando a importância de novos estudos/pesquisas que busquem ampliar o escopo analítico.

Referências bibliográficas

CALIXTO, M. J. M. S. A centralidade regional de uma cidade média no estado de Mato Grosso do Sul: uma leitura da relação entre diversidade e complementaridade. *In:* OLIVEIRA, H. C. M.; CALIXTO, M. J. M. S.; SOARES, B. R. (org.). **Cidades médias e região**. São Paulo: Unesp/Cultura Acadêmica, 2017. p. 57-100.

CALIXTO, M. J. M. S. O processo de consolidação da centralidade regional de Dourados-MS na rede urbana: uma contribuição para a análise de uma cidade média. **Geusp – Espaço e Tempo** (Online), v. 23, n. 3, p. 582-601, dez. 2019, ISSN 2179-0892.

CALIXTO, M. J. M. S. O processo de produção, apropriação e consumo do espaço urbano: uma (breve)reflexão sobre o papel do centro. **Ciência Geográfica**, Bauru – SP, v. II, n.19, p. 49-53, 2001.

CARLOS, A. F. A. **A cidade**. São Paulo: Contexto, 2001.

CORRÊA, R. L. **O espaço urbano**. São Paulo: Ática, 1995.

GLUSZEVICS, A. C.; MARTINS, S. F. Conceito de centralidade urbana: estudo no município de Pelotas, RS. *In:* **Simpósio de Estudos Urbanos**, 2., 2013, Campo Mourão. Anais Eletrônicos... Campo Mourão: UNESPAR, 2013. Disponível em: http://www.fecilcam.br/anais/ii_seurb/documentos/o-urbano-em-suas-difentes-escalas/gluszevics-ana-cristina.pdf. Acesso em: 21 set. 2015.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico de Mato Grosso do Sul**. 2010.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Distribuição dos domicílios por renda per capita**. 2010.

REDÓN, S. M. A expansão temporal das atividades comerciais varejistas na cidade de Presidente Prudente (SP): as fronteiras do horário noturno e dos finais de semana. *In*: SPOSITO, M. E. B.; SILVA, W. R. da (org.). **Perspectivas da urbanização**. Reestruturação urbana e das cidades. Rio de Janeiro: Consequência Editora. 2017. p. 145-167.

ROMERO, H. **O papel do Shopping Avenida Center no processo de redefinição da centralidade urbana e das práticas socioespaciais em Dourados – MS**. 2010. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Faculdade de Ciências Humanas, Universidade Federal da Grande Dourados, Dourados, 2010.

SANTOS, M. **Por uma Geografia Nova**: da crítica da Geografia a uma Geografia crítica. 3ª ed. São Paulo: Hucitec, 1986.

SILVA, W. R. da. Centralidade, *shopping centers* e reestruturação das cidades médias. *In*: MAIA, D. S.; SILVA, W. R. da; WHITACKER, A. M. **Centro e centralidade em Cidades médias**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2017. p. 199-226.

SILVA, W. R. da. Cidades Médias, agentes econômicos e novos espaços de consumo. *In*: **Urbanización, producción y consumo en ciudades medias/intermedias. Urbanização, produção e consumo em cidades médias/intermediárias**. BELLET, Carmen (org.). Presidente Prudente: Universidade Estadual Paulista; Lleida; Edicions de la Universitat de Lleida, 2015. p. 241-54.

SPOSITO, M. E. B. Novas formas comerciais e redefinição da centralidade intra-urbana. *In*: SPOSITO, Maria E. B. (Org.). **Textos e contextos para a leitura geográfica de uma cidade média**. Presidente Prudente: GASPERR/UNESP, 2001. p. 235-253.

SPOSITO, M. E. B. O centro e as formas de expressão da centralidade urbana. *In*: **Revista de Geografia**. São Paulo: Unesp. v.10, 1991. p. 01-17.

WHITACKER, A. M. Centro da cidade, centralidade intraurbana e cidades médias. *In*: MAIA, Doralice S.; SILVA, W. R. da; WHITACKER, A. M. (org.). **Centro e centralidade em cidades médias**. São Paulo: Cultura acadêmica, 2017a. p. 149-177.

WHITACKER, A. M. Centro da cidade: consolidação e expansão. *In*: MAIA, Doralice S.; SILVA, W. R. da; WHITACKER, A. M. (org.). **Centro e centralidade em cidades médias**. São Paulo: Cultura acadêmica, 2017b. p. 179-196.

WHITACKER, A. M. **Centro da cidade e novas áreas centrais**: elementos para discussão de algumas cidades médias paulistas. XI Workshop da Rede de Pesquisadores sobre Cidades Médias – ReCiMe. Agosto/2013. Não paginado.

WHITACKER, A. M. Inovações tecnológicas, mudanças nos padrões locacionais e na configuração da centralidade em cidades médias. **Scripta Nova: Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**. Barcelona: Universidade de Barcelona, 1 de agosto de 2007, vol. XI, num. 245 (24). Disponível em: <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-24524.htm>. Acesso em: 01 out. 2013.

WHITACKER, A. M. **Reestruturação urbana e centralidade em São José do Rio Preto**. 2003. Tese (Doutorado em Geografia) – Faculdade de Ciência e Tecnologia/Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2003.

Submetido em: agosto de 2019.

Aceito em: fevereiro de 2020.