

ENTRE O LOCAL E O GLOBAL: SUB-CENTROS E EIXOS COMERCIAIS EM LLEIDA (CATALUNHA – ESPANHA) E PRESIDENTE PRUDENTE (SÃO PAULO – BRASIL)

BETWEEN LOCAL AND GLOBAL: SUB-CENTERS AND COMMERCIALS AXIS IN LLEIDA (CATALONIA – SPAIN) AND PRESIDENTE PRUDENTE (SAO PAULO – BRAZIL)

Felipe Augusto Rainho Silva¹
Eda Maria Góes²
Carmen Bellet³

Resumo: O presente artigo tem como objetivo contribuir com a compreensão das práticas socioespaciais nas cidades médias brasileiras, a partir da análise comparativa com outras realidades urbanas. Ao partirmos do estudo de um novo eixo comercial da cidade de Presidente Prudente (SP), Jardim Bongiovani - Parque do Povo - *Prudenshopping*, e do sub-centro comercial Ricard Vinyes na cidade de Lleida, na Espanha, atentamos simultaneamente para as diferenças e semelhanças, com o objetivo de compreender o papel dos estabelecimentos comerciais, não apenas nas relações econômicas, mas também nas relações de sociabilidade: ambos são desdobramentos do centro tradicional, atendem uma camada socialmente mais homogênea, mas não superam o centro tradicional nos papéis desempenhados. Dirigimos nossa atenção tanto às relações entre cada parte (o sub-centro e o eixo comercial) e o todo (as duas cidades), quanto às relações entre o particular (cada uma dessas duas cidades médias) e o geral (as realidades urbanas nas quais se inserem, não apenas paulista e brasileira, no caso de Presidente Prudente, não apenas catalã, espanhola e da União Europeia, no caso de Lleida, mas também à escala global, nos dois casos).

Palavras-chave: Cidades médias, Eixos comerciais, Sub-centros comerciais, Presidente Prudente - SP, Lleida - Catalunha.

Abstract: This article aims to contribute to the understanding of socio-spatial practices in medium cities in Brazil, from the contact with other urban realities. Based on the study of a new commercial axis in the city of Presidente Prudente (SP), Jardim Bongiovani - Parque do Povo - Prudenshopping, and the commercial sub-center Ricard Vinyes in the city of Lleida, in Spain, we will take into regard, simultaneously, the differences and similarities, aiming to understand the importance of commercial establishments, not only economically, but also in relations of sociability: both developments from traditional center, serving consumers more socially homogeneous, but which does not outweigh the traditional center in the roles played. This project directs his attention to the relations between each one specifically (the sub-center and commercial axis) and the both cities, as regards relations between the particular (each one of these both medium cities) and general (the realities of

¹ Mestrando na Pós Graduação em Arquitetura e Urbanismo (IAU/USP). E.mail: felipe_rainho@hotmail.com

² Professora do Departamento de Geografia da FCT – UNESP. E.mail: edagoes@fct.unesp.br

³ Professora do Departamento de Geografia e Sociologia da Universidade de Lleida. E-mail: c.bellet@geosoc.udl.cat

urban areas in which they are inserted, not only in Sao Paulo and Brazil, in the case of Presidente Prudente, not only Catalan, Spanish and European Union, in the case of Lleida, but also globally, in both cases).

Key-words: Medium cities, Commercial axis, Commercial sub-centers, Presidente Prudente - SP, Lleida - Catalan.

Introdução

Este trabalho⁴ tem como objetivo principal contribuir para a compreensão das práticas socioespaciais em cidades médias brasileiras, a partir de uma análise comparativa com outras realidades urbanas. Com base no estudo de um novo eixo comercial, Jardim Bongiovani – Parque do Povo – *Prudenshopping*, na cidade de Presidente Prudente, e do sub-centro comercial Ricard Vinyes, na cidade espanhola, atentamos simultaneamente para as diferenças e semelhanças entre eixo comercial e sub-centro, buscando compreender o papel dos estabelecimentos comerciais, não apenas em termos econômicos, mas também nas relações de sociabilidade: ambos são desdobramentos do centro tradicional e atendem uma camada social mais homogênea, mas não superam o centro tradicional nos papéis desempenhados.

Mas uma vez que trabalhamos com cidades inseridas em condições históricas e sociais muito diferentes, uma análise comparativa entre essas duas cidades exige cuidados. Em primeiro lugar, é preciso considerar as relações entre espaço e tempo. Enquanto Lleida possui uma história que remete a ocupação dos romanos no século VI a.C., Presidente Prudente ainda não completou seu primeiro século desde a fundação. A primeira possui urbanização marcada por um acúmulo de diferentes ciclos de invasões e ocupações, como a invasão dos muçulmanos (716 – 1149), ou ainda períodos de guerra e mudanças de governo, como a Guerra de Sucessão (1702 – 1714) e a Guerra Civil Espanhola (1936 – 1939), enquanto a segunda caracteriza-se pela urbanização moderna recente, passando de um contexto político coronelista, no qual se deu sua fundação, no início do século XX, para uma política baseada em interesses partidários.

Além disso, a localização de cada uma dessas cidades lhes confere particularidades. A fundação de Presidente Prudente está intimamente ligada à construção da Estrada de Ferro Sorocabana no Estado de São Paulo, que foi essencial para a ligação do interior com a capital e com o porto de Santos, garantindo o escoamento da produção cafeeira. A cidade logo se tornou um mercado abastecedor, o que aumentou sua importância regional. Atualmente, segundo Sposito (2007), é seu papel na rede urbana que a caracteriza como cidade média, em função da centralidade em termos de comércio, assistência médica, educação, assistência jurídica, etc. que exerce e que possibilita, inclusive, uma intermediação em relação à metrópole.

Lleida, por sua vez, é considerada uma das principais províncias da Catalunha, região que possui características socioculturais e econômicas muito particulares e distintas do restante do país, o que impossibilita generalizações. No contexto europeu atual de crise econômica e altas taxas de desemprego na Espanha, a Catalunha se mostrou economicamente mais estável, o que contribui para a intensificação do discurso separatista dessa região.

⁴ O texto foi elaborado com base nos resultados da pesquisa de Iniciação Científica desenvolvida no país (2011 – 2014), durante a graduação em Arquitetura e Urbanismo na FCT/UNESP, financiada pela Fapesp, e do estágio realizado no exterior, na modalidade BEPE, por três meses, na cidade de Lleida, Espanha, na Universidade de Lleida, sob supervisão da Prof^a. D^{ra}. Carmen Bellet.

O caso de Lleida

Geograficamente situada num dos principais eixos de comunicação da Espanha, Lleida é a província mais a oeste da região da Catalunha (Imagem 1). Os registros dos primeiros assentamentos nessa região remontam a Idade do Bronze. Desde o século VI a.C., se tornou a principal cidade dos *ilergetes*, um povo ibero que a denominou inicialmente de *Ilirta*. Foi dos romanos, posteriormente, que recebeu a denominação *Llerda* e no governo do Imperador Augusto passou a condição de município. Entre os anos de 716-719, a cidade foi invadida pelos muçulmanos e reconquistada em 1149 pelas tropas de Ramón Berenguer IV e Ermengol VI, recebendo a *Carta de Población* em 1150.



Imagem 1 – Localização da cidade de Lleida, Catalunha - Espanha
(Fonte: Google Maps / Elaboração: autor).

Após 1800, quando Lleida finalmente recebeu a autorização da corte espanhola para derrubar as muralhas da cidade medieval, foi realizado o primeiro plano de expansão da cidade – primeiro *ensanche* – denominado “Plano de Alineaciones Fontseré”. Assim como muitas outras cidades espanholas, teve forte influência do Plano Cerdá, de Barcelona, ainda que feito numa escala muito menor.

Há que se destacar, no entanto, o importante papel exercido pela *Generalitat* da Catalunya, sistema institucional em que se organiza politicamente o autogoverno da Comunidade Autônoma da Catalunha, ao longo desses processos contemporâneos, uma vez que todas as competências urbanísticas na Espanha são responsabilidade dos governos autônomos.

O Plano Territorial Geral da Catalunha que dava diretrizes de ordenação urbana para as cidades, por exemplo, teve grande importância nos rumos de urbanização de Lleida. Isto porque a cidade experimentou, dos anos de 1900 até os anos 2000, um exponencial crescimento populacional: em 100 anos, sua população aumentou cerca de 100 mil habitantes, saltando de 20 mil habitantes em 1900 para quase 120 mil nos anos 2000. É nesse período que se realiza seu segundo plano de expansão – segundo *ensanche* – este muito mais abrangente que o primeiro, levando em conta uma grande expansão para além da outra margem do Rio Segre, na busca de equilibrar ambas as porções da cidade.

A administração municipal, contudo, buscou controlar esse crescimento e manter uma ordenação urbana, adotando como principal diretriz o modelo de cidade compacta ou *peatonal*⁵. Nesse sentido, para evitar a formação de grandes vazios urbanos e uma forte especulação imobiliária, a Prefeitura passou a comprar terrenos, criando uma Empresa Municipal. A partir do conjunto dessas ações foi possível estabelecer um modelo de cidade compacta, não dispersa, em que os estabelecimentos comerciais estivessem integrados com as habitações – verticalizadas com o piso térreo comercial – garantindo um padrão de densidade média-elevada, além da ocupação de grandes porções da área urbana. Levando em conta que as pequenas cidades vizinhas situadas ao redor de Lleida já haviam constituído um padrão de habitações de baixa densidade, a Prefeitura estabeleceu apenas uma pequena parcela de área urbana destinada a esse padrão habitacional, o bairro Cidade Jardim.

Mas é preciso destacar que isto só foi possível graças às condições econômicas favoráveis da Catalunha nos anos 1980: tanto pelo aumento das transferências do Estado e da União Européia, como também pelo forte desenvolvimento econômico da região. Ao final do século XX, com as taxas de imigração mais baixas, foi possível investir na requalificação urbana e não mais na construção acelerada de habitações.

Em Lleida, boa parte do dinheiro que retornava aos cofres públicos, a partir das ações da Empresa Municipal, foi investida massivamente na requalificação da área central. Foram demolidas as edificações mais precárias para abertura de praças e vias de circulação, aumentando a acessibilidade, além de incentivar a construção de novas habitações. No entanto, a Empresa Municipal entrou em decadência a partir dos anos 2000 e tais ações sofreram um processo de desaceleração. O capital privado passou a intervir e a partir da consequente valorização imobiliária, a cidade permanece com determinadas porções da área do plano de expansão que ainda não foram ocupadas.

Mas esse papel regulador desempenhado pela *Generalitat* da Catalunya no sentido de ordenação do espaço das cidades catalãs pode também ser observado no plano legal. Desde 1987, por exemplo, a legislação catalã, que trata especificamente da implantação de estabelecimentos comerciais, teve uma crescente evolução e foi essencial para tornar esta região um caso particular, distinto do restante da Espanha.

Implantada num contexto em que o capital estrangeiro começava a penetrar massivamente na Espanha e o modelo francês de grandes superfícies comerciais passa a se instalar na Catalunha, a lei de 1987 foi pioneira no país. Em Lleida, por exemplo, a instalação de um empreendimento da rede de supermercados Pryca, nos anos 80, onde atualmente funciona o Carrefour, gerou grande euforia, além de provocar mudanças profundas nos hábitos de consumo da população. Assim, a tentativa dessa primeira legislação foi controlar a entrada massiva desse capital estrangeiro, que colocava em risco os pequenos comerciantes da região. Incorporando o Plano de Ordenação de Equipamentos Comerciais (POEC), a lei também tinha como objetivo melhorar as estruturas comerciais e organizar seus setores.

Sucessivamente nos anos de 1997, 2000 e 2005, novas leis foram criadas pretendendo uma ordenação espacial do comércio urbano, com uma série de medidas de fomento que poderiam ser adotadas pelos municípios, aprofundando as

⁵ Para o pedestre.

intervenções públicas no planejamento urbanístico. Além de criar um novo instrumento de ordenação urbana, o Plano Territorial Setorial de Equipamentos Comerciais (PTSEC), que restringe a instalação de grandes equipamentos comerciais na Catalunha, garante maior autonomia e poder de intervenção aos municípios, que passam a conceder as licenças comerciais para abertura, mudança de atividades e ampliações dos estabelecimentos de porte médio. A regulação passa a ser não apenas relacionada ao tamanho e setor comercial, mas também à localização em que os estabelecimentos comerciais estarão instalados. Em termos práticos, além de limitar o tamanho das superfícies comerciais, dificultavam cada vez mais a instalação de grandes espaços comerciais na trama urbana consolidada da cidade.

No entanto, em 2009, uma nova lei teve que ser criada para atender demanda da União Européia, que afirmava que a legislação catalã protecionista era incompatível com seus tratados fundamentais, sobretudo, por seu caráter fortemente intervencionista. Assim, a legislação foi adaptada à Diretiva Européia de Serviços no Mercado Interior (DESMI), que se baseia no princípio de liberdade dos estabelecimentos e que, portanto, só podem ser limitados por razões de integridade (segurança, meio ambiente, saúde pública) e não mais por razões econômicas. Quando aplicadas, estas medidas devem ser públicas, previsíveis e adequadas. Além disso, a DESMI exige uma simplificação administrativa, o que afetou diretamente o regime de concessão de licenças.

É importante reconhecer a intensa pressão dos grandes estabelecimentos comerciais que afirmavam que a legislação catalã contrariava os princípios do livre-comércio. Em contrapartida, a defesa da *Generalitat* da Catalunha afirmava que sua legislação protecionista ao pequeno comerciante protegia não apenas a quantidade de empregos ofertados, mas também sua qualidade, além de favorecer a economia local. Além disso, assegura o modelo de cidade compacta adotado pelas cidades catalãs, mas que vem aos poucos sendo abandonado, como consequência do impacto dessas grandes superfícies comerciais.

Muñoz (2001), em seu estudo sobre as consequências da recente produção de baixa densidade urbana em Barcelona, considera que, atualmente, estas novas formas de crescimento são impostas às cidades mediterrâneas, o que pode gerar mudanças nas definições da cidade, como uma especialização do espaço residencial, por exemplo. Multiplicam-se as periferias e as formas de urbanização típicas de uma cidade dispersa que tem duas características básicas: ausência de planejamento global e expansão sem precedentes da preferência por habitações isoladas. O autor considera ainda que a difusão da habitação unifamiliar tem na Catalunha consequências mais graves do que na cidade norteamericana, por exemplo, uma vez que se trata de territórios mais limitados. Além disso, ressalta que estes modelos começam a se difundir na Espanha justamente quando nos Estados Unidos e Grã-Bretanha eles eram questionados.

Mas a questão envolve ainda uma intensa disputa, cujo caráter político se evidencia: o modelo do pequeno comerciante com um estabelecimento próprio, dirigido pela própria família ao longo de gerações é um modelo tradicional catalão. Preservar esse modelo significa preservar uma forte identidade dessa região, que a diferencia das demais da Espanha, que contam principalmente com uma urbanização difusa, com grandes superfícies comerciais nas áreas periféricas, como a própria capital do país, Madri. Num contexto de ânimos acirrados e intenso debate político a respeito da independência da Catalunha, essa diferenciação e afirmação de sua identidade torna-se questão fundamental.

O sub-centro comercial Ricard Vinyes

Localizado entre o primeiro e o segundo *ensanches*, a área de Ricard Vinyes foi gradualmente se consolidando principalmente a partir de 1970, com a mudança da população de classes médias e altas, que deixavam o antigo centro em busca das novas edificações muito mais modernas e que ofereciam melhores condições de infraestruturas e facilidades da vida moderna (sistemas mais modernos de elevadores, calefação, etc.). Por sua vez, esta também é chamada de “Zona Alta” da cidade, em referência não apenas a sua situação topográfica, como também social.

Segundo Vilagrassa (2003), as atividades comerciais e de serviço tomaram o entorno da Praça Ricard Vinyes, concentrando-se nas principais vias que se cruzam na praça. A partir dessa concentração de atividades do setor terciário, a área tem se configurado num sub-centro comercial que se difere do centro tradicional e histórico, sobretudo em função de uma combinação muito equilibrada entre comércio, serviços de lazer e restaurantes, o que ajuda a configurar uma área atrativa e em expansão.

A praça Ricard Vinyes (Imagem 2) está na confluência de cinco principais eixos viários: o encontro da Avenida Prat de la Riba com a Avenida Balmes, na rotatória Josep Fontseré, sendo que a partir daí esta última passa a se chamar Avenida Alcaide Rovira Roure; e duas outras que desembocam na praça, a Avenida Doctor Fleming e a Avenida Piu XII.



Imagem 2 – Praça Ricard Vinyes e seu entorno com concentração de estabelecimentos comerciais (Fonte: Google Earth).

Com quase 20 mil m² de varejo, essa oferta diversificada fica evidente em números: enquanto o centro tradicional, ou centro histórico, apresenta uma especialização em produtos pessoais, sendo quase metade do total de 697 estabelecimentos da área, Ricard Vinyes, que conta com 234 estabelecimentos, apresenta uma oferta mais equilibrada entre produtos para a casa (29%), produtos pessoais (22,5%), além de uma notável presença de estabelecimentos voltados à alimentação (19,5%) (BELLET, 2001, p. 109-114). Na área da Avenida Alcaide Rovira Roure até a Rua Humbert Torres há predomínio de um comércio de produtos do cotidiano, diversificado e pouco especializado, no geral. Já mais próximo da Praça Europa, há uma combinação desse tipo de comércio com estabelecimentos que oferecem produtos para o lar.

Dada sua importância econômica, esse sub-centro comercial possui sua própria Associação de Comerciantes, da qual os estabelecimentos que estiverem dentro dessa zona – que é delimitada pela Prefeitura, segundo o Presidente da Associação dos Comerciantes da Zona Alta – podem integrar-se, mediante

pagamento de uma quantia mensal igual para todos os comerciantes, independente do tipo ou tamanho do estabelecimento⁶.

A Associação, que atua de maneira incisiva e muito próxima a todos os comerciantes que que a integram, promove diversas ações que estão, na maioria, relacionadas diretamente com a Praça Ricard Vinyes. Com seu orçamento, financiam a iluminação da praça e das ruas em dias festivos, promovem atividades e espetáculos para as crianças na praça, além de veicular publicidade, num trabalho contínuo.

Em 2010, a reurbanização da praça resultou no fechamento e transformação em calçadão de trecho das Ruas Fleming e Bisbe Ruano, não apenas aumentando o espaço livre da praça, como tornando única a área que, até então, era cortada por ambas as ruas que dividiam o espaço da praça em três. Desse modo, foi possível destinar espaços para uma apropriação da praça, por parte dos comerciantes donos dos cafés que se localizam ao seu redor, e que dispõem mesas e cadeiras, formando terraços para seus consumidores. Isso ocorre mediante autorização da Prefeitura e do pagamento de um valor mensal, como afirmou em entrevista o Presidente da Associação⁷.

Estes terraços dinamizam a praça, de modo que consumo e lazer se misturam. “Que diferença há hoje entre consumo e lazer?”, perguntamos a socióloga entrevistada Carme Rosell⁸, para quem eles estão associados de uma maneira tão intrínseca em que as atividades se complementam; a praça exerce papel de organizadora dessas relações. Isso fica evidenciado, por exemplo, no *mercadillo de rebajas*⁹ que acontece duas vezes ao ano (uma no verão, outra no inverno), na qual os comerciantes dessa área colocavam à venda produtos de coleções antigas, por preços mais baixos. Os produtos são expostos por toda a praça, há música, muita gente, e então o espaço da praça caracteriza-se pela combinação entre consumo e lazer (Imagem 3).

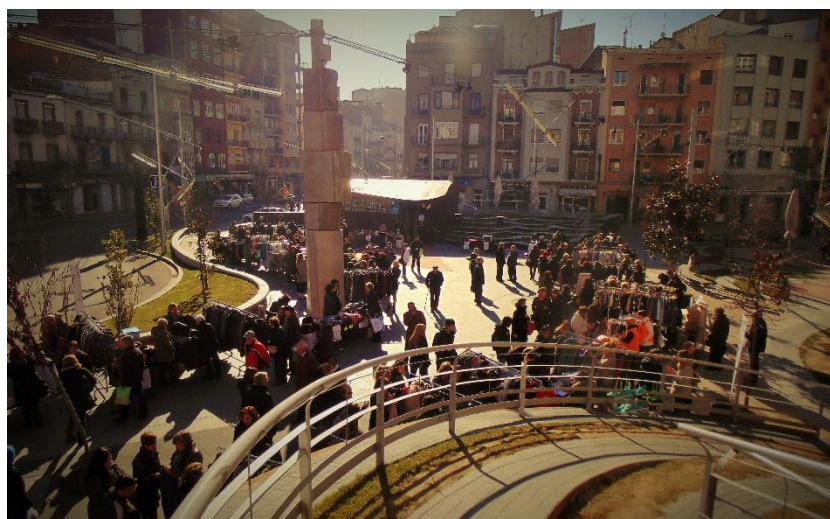


Imagem 3 – Mercadillo de Rebajas na Praça Ricard Vinyes, 2014 (Fotografia: autor).

⁶ Informações obtidas em entrevista com Miquel Balleste, Presidente da Associação Comercial da Zona Alta de Lleida e proprietário de um estabelecimento no entorno da Praça Ricard Vinyes, realizada em 12/02/2014.

⁷ Idem nota 5.

⁸ Entrevista com a socióloga catalã Carme Rosell, realizada em 11/02/2014.

⁹ Feira de promoções.

O caso de Presidente Prudente

Partindo do contexto do surgimento da cidade de Presidente Prudente, notamos que o mercado imobiliário, mesmo que na sua forma primitiva, realizado pelos coronéis Alfredo Marcondes e Manoel Goulart, segundo Melazzo (2007), já era um dos principais agentes responsáveis pelas grandes mudanças na dinâmica territorial, sendo assim, o responsável pelo povoamento e expansão da cidade naquela época.

No entanto, a partir da década de 1970, Presidente Prudente passou, segundo Sposito (1983), por um intenso processo de expansão territorial urbana, sendo que as formas sob as quais se efetivou esta expansão foram mais amplas e diferem em parte daquelas que impulsionaram o crescimento da cidade em outros períodos, destacando-se o surgimento de grupos especializados na produção e venda de loteamentos.

Ocorrida em contexto anterior, nos anos 1960, a origem do Jardim Bongiovani seguiu a mesma lógica da incorporação de glebas que antes tinham o uso agrícola¹⁰. Localizado próximo ao Córrego do Veado, nas margens opostas a área urbanizada da cidade, sofria com sérios problemas decorrentes da falta de infraestrutura, tais como a ausência de vias asfaltadas, o que dificultava seu acesso e a transposição do córrego, além de estar em uma área afastada dos serviços urbanos e do centro da cidade, o que justificou sua baixa comercialização na época. Apenas a partir da década de 70 se deu a consolidação do Jardim Bongiovani, impulsionada por fatores como a circulação de notícias sobre os estudos que visariam a canalização do Córrego do Veado e reurbanização da área contígua, com a instalação no local de uma grande área de lazer (atual Parque do Povo) e o asfaltamento, no início da mesma década, do prolongamento da Avenida Coronel Marcondes que, além de atravessar o bairro, tornou-se um dos principais acessos à cidade pela Rodovia Raposo Tavares.

Ainda na década de 70, uma instituição particular de ensino, a Associação Prudentina de Educação e Cultura (APEC), posteriormente transformada em Universidade do Oeste Paulista (UNOESTE), instalou-se no bairro vizinho, a Cidade Universitária. Com a melhoria no acesso ao bairro, os preços dos imóveis se elevaram e o próprio ritmo de produção de novas habitações de classe alta, que o tornou um bairro de elite, concomitante ao crescimento e expansão da UNOESTE, atraíram interesses das classes médias, que passaram a ocupar as áreas compreendidas entre a Universidade e o Córrego do Veado.

Ao longo da ocupação e urbanização do Jardim Bongiovani, interesses comerciais também foram atraídos para a área. Inúmeros e variados estabelecimentos comerciais e de serviços, existentes no centro tradicional, se estabeleceram no bairro, ainda que em menor escala, destinados inicialmente a atender a demanda existente nessa área, sobretudo visando o novo público que, graças a instalação da Universidade, podia ser explorado: os estudantes. Com o aumento quantitativo e principalmente qualitativo desses estabelecimentos, aliado a uma nova complexidade funcional, caracterizou-se uma espacialização e territorialização pautada nos interesses econômicos dos agentes ligados ao setor comercial e de serviços, mas entre os quais também atuam os interesses fundiários e imobiliários, baseando-se fundamentalmente no potencial do mercado.

¹⁰ As informações sobre a origem e características anteriores do Jardim Bongiovani baseiam-se em Pereira (1998) e Floeter (1996).

Esse processo envolve simultaneamente descentralização, em relação ao centro tradicional, e centralização que, no caso do Jardim Bongiovani, significou uma concentração em três principais vias: Avenida da Saudade, Avenida Coronel Marcondes e Rua José Bongiovani. Mas atualmente é possível identificar um quarto par de avenidas - 11 de Maio e 14 de Setembro - localizadas cada uma em uma margem do Parque do Povo.

A abertura desse par de avenidas se deu apenas a partir da reurbanização do entorno do Córrego do Veado, em 1973, que resultou no atual Parque do Povo. A canalização, segundo Sposito (1995), foi acompanhada da instalação de um conjunto poliesportivo, área de lazer e acessos que facilitaram a circulação na porção sudoeste da cidade, consolidando a ocupação por segmentos de renda alta no Jardim Bongiovani.

Em etapa posterior, mas ainda no âmbito da estratégia de recuperação e valorização da área, a Prefeitura Municipal deu início, em meados da década de 90, à construção do atual *Prudenshopping*, num dos extremos do Parque Povo. Antes de sua inauguração, no entanto, a Encalso adquiriu as ações, sendo até hoje a proprietária do imóvel. Como resultado da instalação do *Prudenshopping*, Montessoro (2001) identificou os índices de verticalização da área e o poder de atração exercido sobre o setor terciário. Segundo levantamento realizado pela autora, houve um aumento de 71% de atividades comerciais instaladas na área após sua implantação, além de mudanças na circulação e estruturação do sistema viário, nas formas de deslocamento dos cidadãos, inclusive no sistema de transporte coletivo urbano, o que gerou, portanto, um novo fluxo no interior da cidade.

O Eixo Comercial: Jardim Bongiovani – Parque do Povo – *Prudenshopping*

A partir de questionários aplicados a 96 estudantes da Unoeste e residentes no Jardim Bongiovani, nos meses de abril e junho de 2012, foi possível verificar que a frequência dos estudantes aos *shopping centers* supera até mesmo a do comércio local, o que interpretamos como indicação de um forte fluxo entre o Jardim Bongiovani e o *Prudenshopping*, ainda que boa parte não disponha de transporte individual.

Retomando a escala do bairro, mas sem perder de vista a análise interescalar, identificamos também os fluxos de não moradores para o Jardim Bongiovani: estudantes que se locomovem até a UNOESTE, grupos de jovens que buscam no bairro estabelecimentos comerciais que atendem especificamente a este perfil, como lanchonetes e boates, antigos moradores que se mantêm clientes fiéis dos seus habituais locais de consumo no bairro ou ainda outros consumidores que se deslocam em busca da qualidade dos produtos oferecidos por determinado estabelecimento.

Ao identificarmos a consolidação desse fluxo intraurbano que coincide com uma continuidade espacial de estabelecimentos comerciais, nos deparamos com um eixo comercial formado pelas principais vias do bairro, Avenida da Saudade e Avenida Coronel Marcondes, e que se estende até o *Prudenshopping* pelas avenidas 11 de Maio e 14 de Setembro (Imagens 4 e 5).

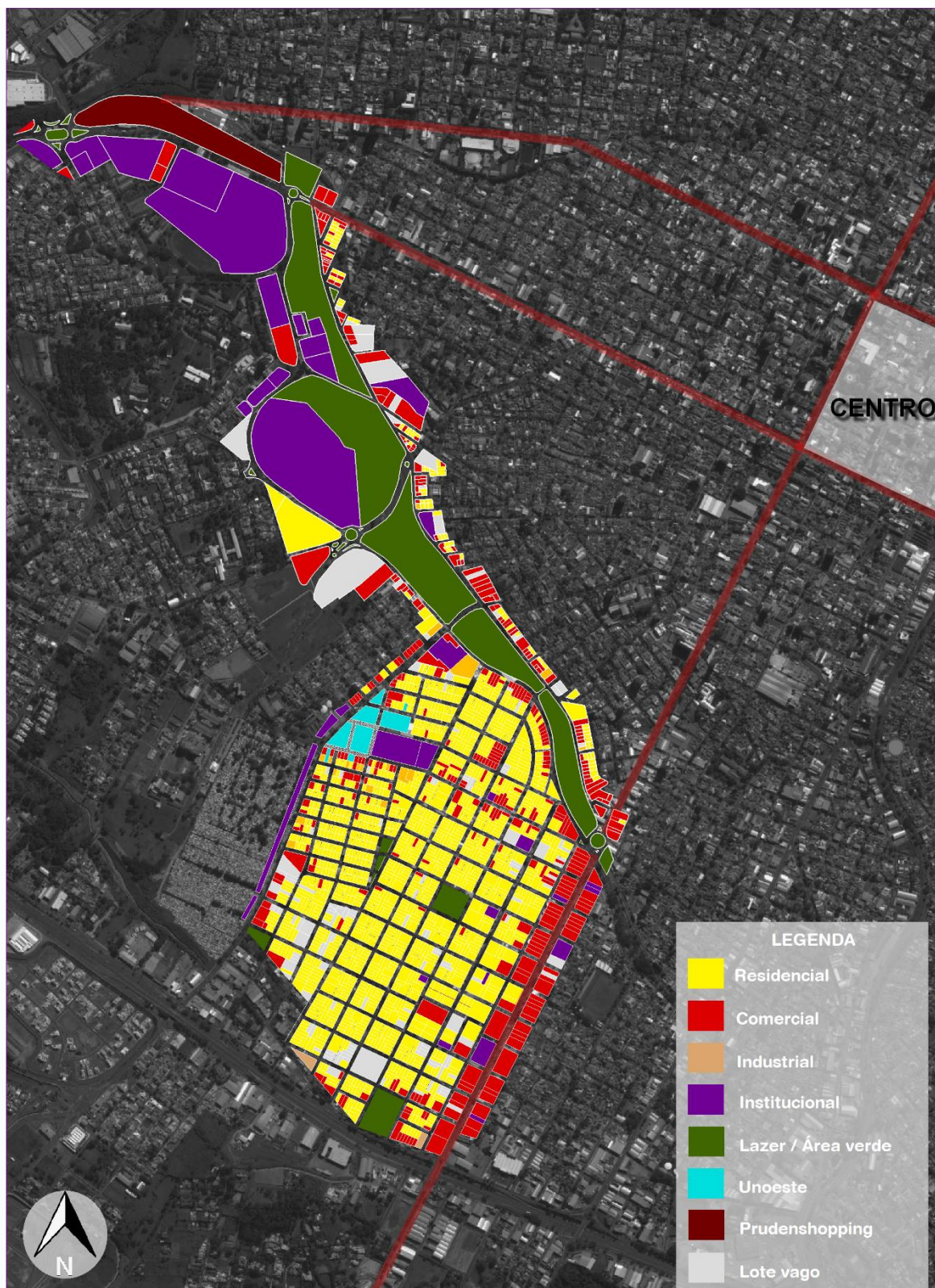


Imagem 4 – Planta funcional do eixo comercial identificado e sua relação com o centro tradicional da cidade, a partir das principais avenidas (Elaboração: autor).

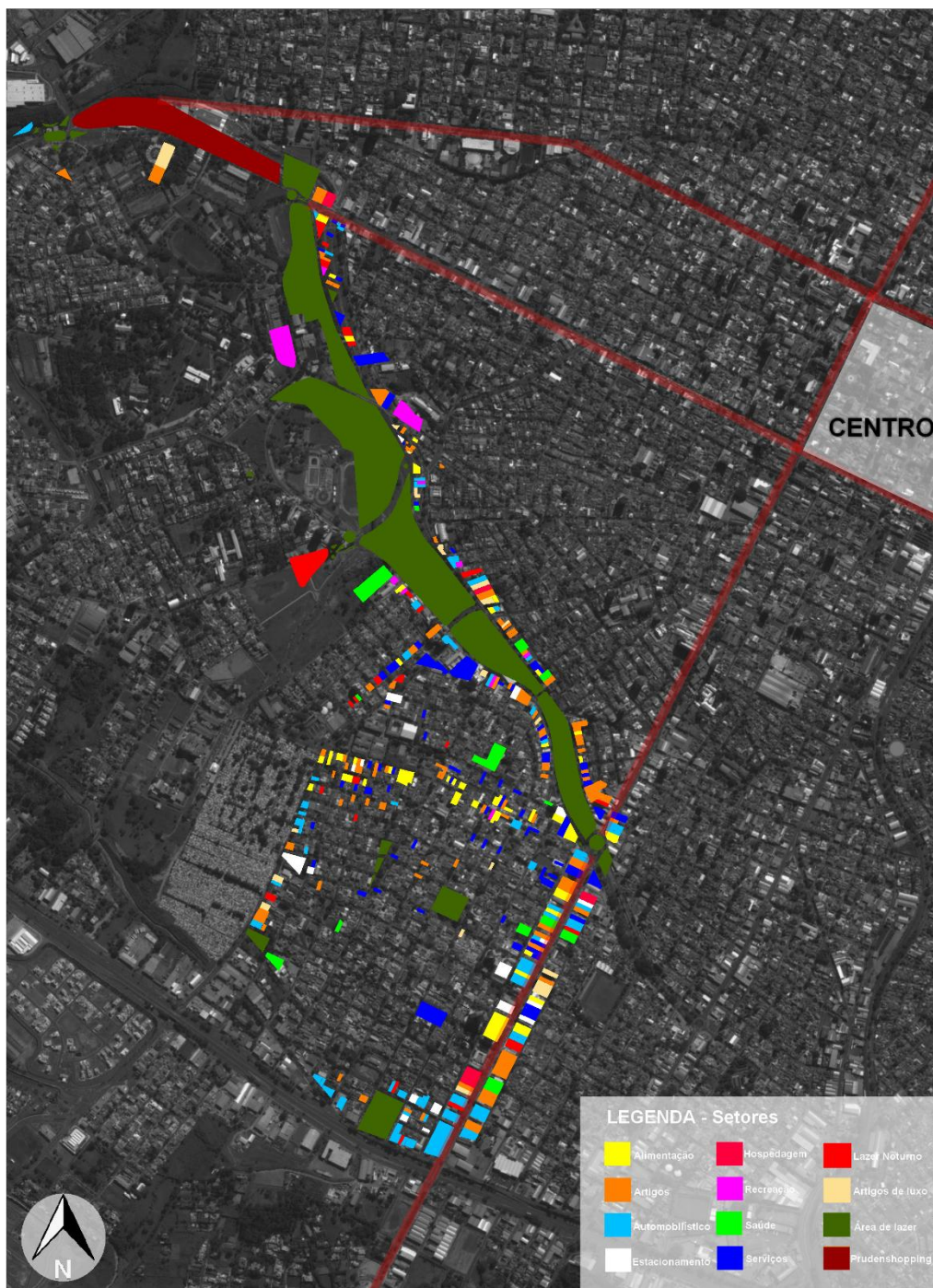


Imagem 5 – Relação dos tipos de setores de cada um dos estabelecimentos comerciais e de serviços do eixo identificado (Elaboração: autor).

Nossos resultados de pesquisa indicaram que a consolidação desses fluxos, relacionados a práticas de consumo e lazer, ocorre a partir de uma parcela limitada de cidadãos, ou seja, que não provém de todas as partes da cidade, ao contrário do que costuma caracterizar o centro principal e que revela sua importância pautada no caráter interclassista, decorrente da presença de moradores de diferentes bairros (e mesmo na área de influência da rede urbana, no caso das cidades médias, como Presidente Prudente). Assim, apesar de se diferenciar da dicotomia centro/periferia e de promover uma complexificação da centralidade intraurbana, este não a supera.

Considerações finais

Conforme procuramos demonstrar, uma comparação entre as duas cidades, Lleida e Presidente Prudente, deve levar em conta, as relações entre escalas diferentes, uma vez que são fundamentais para o entendimento das condições atuais observadas em cada uma delas. Assim, no caso da Catalunha, parte de sua estabilidade econômica deve-se à legislação catalã que sempre buscou incentivar o capital local, com políticas protecionistas ao pequeno comerciante, garantindo uma maior qualidade de emprego. Desde 1987, a *Generalitat* da Catalunha almeja controlar a entrada massiva do capital estrangeiro na região e resiste à instalação de grandes superfícies comerciais, com práticas intervencionistas integradas ao planejamento urbano, ainda que enfrentando forte pressão contrária por parte da União Européia, nos últimos anos. Esse intervencionismo, no entanto, foi além, quando analisamos o caso de Lleida, com a criação de uma Empresa Municipal, que passou a comprar grandes porções de terreno na cidade, em seu período de expansão territorial, para evitar a formação de grandes vazios urbanos e uma forte especulação imobiliária.

Esta é, portanto, uma diferença marcante entre as duas cidades analisadas, uma vez que a partir da metade do século XX, cidades brasileiras, incluindo Presidente Prudente, desempenharam cada vez mais o papel de se constituírem em espaços de consumo e produção capitalista de bens e serviços, tornando-se, cada vez mais, elas próprias, uma mercadoria a ser consumida. Enquanto o exemplo catalão buscava contornar a especulação imobiliária através de um planejamento urbano eficaz, que também limitou o processo de segregação socioespacial, a produção do espaço, no caso brasileiro, foi fortemente condicionada pelas lógicas do mercado.

A reurbanização do Córrego do Veado, por exemplo, em Presidente Prudente, cujo projeto deu origem ao atual Parque do Povo, no início dos anos 1980, resultou na valorização das áreas adjacentes, o que estimulou a expansão ou abertura de novos loteamentos, que atraíram novos moradores. Evidenciou-se, assim, uma das formas de atuação do poder público municipal que influencia diretamente no aumento/expansão dos processos de segregação socioespacial e que pauta-se na alocação de investimentos públicos, principalmente em infraestrutura urbana, de forma diferenciada, de acordo com a classe social a que a área se destina, privilegiando sempre as classes média e alta.

Diferenciando-se ainda mais da cidade catalã que dificulta a instalação de grandes superfícies comerciais, a inauguração ao final de 1990, num extremo do Parque do Povo, do *Prudenshopping*, teve como iniciativa a própria Prefeitura Municipal, que tinha como proposta consolidar a estratégia de recuperação e valorização do Córrego do Veado, ao instalar um empreendimento de grande porte na área. Com uma localização estratégica, no nó de duas principais avenidas, o novo *shopping center* articula-se tanto com as áreas residenciais de padrão médio e alto, o quê inclui os novos condomínios fechados, como também com o novo eixo comercial que começava a se caracterizar às margens do Parque do Povo. Nesse sentido, é fundamental levarmos em conta que a Encalso, atual administradora do *shopping*, foi responsável também pela implantação de cinco residenciais fechados na cidade (Damha I, II e III, Village Damha e Residencial Beatriz). Assim, ao analisarmos as ações destes empreendedores imobiliários no espaço urbano, não podemos considerá-las aleatórias, mas devemos reconhecer uma articulação que

visa, sobretudo, potencializar os lucros obtidos direta ou indiretamente através do mercado imobiliário.

Esses novos centros comerciais em Presidente Prudente, por um lado, promovem uma reestruturação do espaço urbano e uma redefinição dos papéis do centro tradicional da cidade. Por outro lado, no caso de Lleida, o aparecimento de novos centros comerciais periféricos não impacta diretamente o centro tradicional que tem uma importância regional. Vemos assim que, no caso brasileiro, essa associação entre o poder público municipal e o mercado imobiliário, da qual o primeiro também participa, gera um planejamento e uma gestão urbana pouco democráticos que agrava os problemas decorrentes das desigualdades sociais, muito mais significativas no Brasil que na Espanha.

Assim, a partir da localização de novos equipamentos, como os *shoppings centers*, temos uma mudança no panorama da cidade. Segundo Caldeira (2000), enquanto “enclaves fortificados”, os *shopping centers* estabelecem uma nova maneira de erigir fronteiras entre grupos sociais, criando novas hierarquias entre eles e, portanto, organizando explicitamente as diferenças como desigualdades. Empresas como a Encalso atuam na intensificação de processos em curso, como é o caso do processo de segregação socioespacial, buscando atender e criar, simultaneamente, demandas sobretudo das classes médias, por espaços cada vez mais homogêneos, seja para consumo e lazer, como os *shopping centers*, seja para moradia, como é o caso dos residenciais fechados.

Referências

ABREU, D. S. **Formação Histórica de uma Cidade Pioneira Paulista**. Presidente Prudente: Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras, 1972.

BELLET, C. y VILAGRASA, J. Diferenciació socioespacial de la ciutat de Lleida. **Revista Catalana de Sociologia**, 14. Universitat de Lleida, 2001.

BELLET, C.; HERRERA, N.; e MODOL, J. R. **Atles comercial de Lleida**. Lleida: Turisme de Lleida e Ajuntament de Lleida, 2005.

CALDEIRA, T. P. R. **Cidade de muros: crime, segregação e cidadania em São Paulo**. São Paulo: Edusp, 2000.

FLOETER, R. A. Conflitos em torno da produção e apropriação do espaço urbano: um estudo de caso – Jardim Bongiovani. UNESP **[Monografia de Curso de Especialização em Planejamento e Gestão Municipal]**, 1996.

MELAZZO, E. S. Indicadores empíricos para a leitura de cidades de porte médio. In: Maria Encarnação Beltrão Sposito. (Org.). **Cidades médias. Espaços em transição**. São Paulo: Expressão Popular, 2007.

MONTESSORO, C. C. L. Presidente Prudente: a instalação dos *shoppings centers* e a (re)estruturação da cidade. In: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (Org.). **Textos e contextos para a leitura geográfica de uma cidade média**. Presidente Prudente: Pós-graduação em Geografia da FCT/UNESP, 2001.

MUÑOZ, F. UrBANALització. La producció residencial de baixa densitat a la província de Barcelona, 1985-2001. **Tesi Doctoral**. Departament de Geografia, Universitat Autònoma de Barcelona, 2004.

PEREIRA, S. R. **Análise do sub-centro comercial e de serviços do Jardim Bongiovani - Presidente Prudente** SP. UNESP [Dissertação de Mestrado em Geografia], 1998.

ROSELL, C. **Usos de L'Espai a la Plaça Ricard Viñes de Lleida**. Master Universitat de Lleida, 2013.

SANTOS JÚNIOR, W. e RIBEIRO, S.. *Shopping Center*: uma imagem de espelhos. In PINTAUDI, S. M. e FRÚGOLI JR, H. (Org). **Shoppings centers**: espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras. São Paulo: Edunesp, 1992.

SOBARZO MIÑO, O. A. Os espaços da sociabilidade segmentada: a produção do espaço público em Presidente Prudente. UNESP [**Tese de Doutorado em Geografia**], 2004.

SPOSITO, M. E. B.(Org.). **Cidades médias**: espaços em transição. São Paulo: Expressão Popular, 2007.

_____. O chão em Presidente Prudente: a lógica da expansão territorial urbana. 1983. UNESP [**Dissertação de Mestrado em Geografia**], 1983.

VILAGRASA, J. **Historia de Lleida**. Lleida, 2003.

VILAGRASA, J.; BRU, J.; MARTÍ, J.; BARRUFET, A. Característiques socioeconòmiques i estructura física del centre històric de Lleida. **Treballs de la Societat Catalana de Geografia** – N° 41 – V.XI. p. 323 – 378. Barcelona, 1995.