

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS
COMISSÃO DE GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

ANDERSON MÜLLER FLORES

CANOAS: CONSUMO URBANO E NOVAS CENTRALIDADES

PORTO ALEGRE

2016/2

ANDERSON MÜLLER FLORES

CANOAS: CONSUMO URBANO E NOVAS CENTRALIDADES

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Instituto de Geociências da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Rodrigues Soares.

PORTO ALEGRE

2016/2

CIP - Catalogação na Publicação

Flores, Anderson Müller
CANOAS: CONSUMO URBANO E NOVAS CENTRALIDADES /
Anderson Müller Flores. -- 2016.
69 f.

Orientador: Paulo Roberto Rodrigues Soares.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto
de Geociências, Bacharelado em Geografia, Porto
Alegre, BR-RS, 2016.

1. Consumo urbano. 2. Espaço urbano. 3.
Multicentralidades. 4. Canoas (RS). I. Soares, Paulo
Roberto Rodrigues, orient. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os
dados fornecidos pelo(a) autor(a).

ANDERSON MÜLLER FLORES

CANOAS: CONSUMO URBANO E NOVAS CENTRALIDADES

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Instituto de Geociências da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Geografia.

Aprovado em: _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr^a Ana Clara Fernandes (Colégio de Aplicação – UFRGS)

Prof.Dr. Mário Leal Lahorgue (UFRGS)

Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto Rodrigues Soares (UFRGS)

AGRADECIMENTOS

À Universidade Federal do Rio Grande do Sul por proporcionar a possibilidade de agregar aos meus conhecimentos, toda a sua dedicação e preparo para o aluno tornar-se um cidadão mais consciente do seu papel ativo dentro de nossa sociedade e poder transparecer a esta todas as ferramentas de pensamento e análise para trabalharmos de forma ética e justa em prol desta.

Ao corpo docente do Instituto de Geociências e vários outros professores que proporcionaram com sua didática as disciplinas aos quais ministravam e principalmente ao Professor e Doutor Paulo Roberto Rodrigues Soares que me orientou não só na elaboração e conclusão do trabalho de conclusão do curso, mas como também me proporcionou em quase toda a totalidade ao longo do curso de participar da iniciação científica e na elaboração de trabalhos, juntamente com o apoio financeiro pela FAPERGS (Fundação de amparo à pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul).

Ao Instituto Canoas XXI que proporcionou conhecimento técnico e informações para o andamento deste trabalho e de conhecer de perto o dia-a-dia do geógrafo.

A minha família e amigo(a)s por prestarem apoio e colaboração para o andamento e conclusão do meu curso de graduação. Além de dedicatória a minha avó materna falecida Adelíria, que sempre apoiou também pela busca dos meus estudos.

RESUMO

A implantação de um novo *shopping center* e a alta dos preços dos imóveis em Canoas são transformações complexas em seu espaço urbano, que vêm se tornando presentes principalmente a partir de 2010. Este trabalho visa analisar quais as principais causas desta transformação no espaço urbano canoense que a faz ser a cidade mais importante da Região Metropolitana de Porto Alegre e uma das principais economias também do estado do Rio Grande do Sul. Verificando com a instalação de mais um grande espaço de consumo nesta cidade, tendemos a propor que os seus habitantes possuem um maior poder aquisitivo e principalmente um maior potencial de consumo para suprir as demandas variadas que este espaço oferece. Assim, o consumo urbano se torna a principal variável de análise deste trabalho verificando quais são as lógicas de atuação no espaço urbano e como estas podem influenciar na formação de multacentralidades com a descentralização das atividades do setor terciário da área central tradicional. Assim, a pesquisa consiste em uma ferramenta de análise os espaços de consumo para avaliar o grau de valorização, hierarquização e dinamização de complexidades na cidade de Canoas nos tempos atuais.

Palavras-Chave: consumo urbano, espaço urbano, multacentralidades, Canoas (RS).

ABSTRACT

The implementation of a new *shopping center* and the high property prices in Canoas are complex transformations in its urban space, which have become mainly from 2010. This present study aims to analyze what are the main causes of this transformation in the urban space of Canoas, the most important city in the metropolitan area of Porto Alegre, and one of the major economies of the state of Rio Grande do Sul. Checking with the installation of a large space consumption in this city, we tend to propose that its inhabitants have a higher power income and especially a greater potential for consumption to meet the varied demands that this area offers. Thus, the urban consumption becomes the main variable of analysis of this work checking which are the acting logics in the urban space and how it can influence the formation of multicentralities with the decentralization of the activities of the tertiary sector of the traditional central area. Thus, the research consists of a tool to analyze the spaces of consumption to evaluate the degree of valorization, hierarchization and dynamization of complexities in the city of Canoas in the current times

Keywords: urban consumption, urban space, multicentralities, Canoas (RS).

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – Canoas Shopping.....	38
FIGURA 2 – Projeto arquitetônico do ParkShopping Canoas.....	38
FIGURA 3 – Conjunto Comercial Canoas.....	39
FIGURA 4 – Disposição de equipamentos comerciais em Canoas.....	41
FIGURA 5 – Calçadão central de Canoas e a concentração de estabelecimentos comerciais.....	49

LISTA DE MAPAS

MAPA 1. Área de estudo: Município de Canoas e informações básicas de seus bairros.....	21
MAPA 2. Participação econômica setorial por bairro em Canoas.....	35
MAPA 3. Distribuição das instituições financeiras em Canoas.....	44
MAPA 4. Valor do solo urbano de Canoas (2013).....	50
MAPA 5. Valor do solo urbano de Canoas (2015).....	51
MAPA 6. Centralidades de Canoas.....	54
MAPA 7. Subcentralidades no setor Norte canoense.....	55
MAPA 8. Centralidades e subcentralidades no setor Central de Canoas.....	56
MAPA 9. Centralidades e subcentralidades no setor Central Oeste de Canoas.....	57
MAPA 10. Centralidades e subcentralidades no setor Central Leste de Canoas.....	60
MAPA 11. Subcentralidades no setor Sul de Canoas.....	61
MAPA 12. Novos empreendimentos em Canoas (ano base 2014).....	64

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – PIB e participação do setor de serviços em Canoas (2010-2014).....	22
GRÁFICO 2 – Proporção de domicílios urbanos por classe socioeconômica: comparação entre Porto Alegre e Canoas.....	25
GRÁFICO 3 – Proporção das classes socioeconômicas no montante do consumo e dos domicílios no município de Canoas.....	28
GRÁFICO 4 – Valor Adicionado Bruto segundo o segmento de serviços no Brasil, em 2014.....	32
GRÁFICO 5 – Participação do setor de serviços na economia brasileira (2003-2015).....	33
GRÁFICO 6 – Composição do Valor Adicionado Bruto na economia de Canoas (2010-2014).....	34
GRÁFICO 7 - Evolução das transações financeiras em Canoas no período 2010-2013.....	42
GRÁFICO 8 – Comparação do valor médio do imóvel vendido e o valor inflacionário no período (2010-2014).....	52

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Classificação das classes socioeconômicas.....	24
TABELA 2 – Proporção de despesas por categorias de bens de consumo nos domicílios urbanos de Canoas e Porto Alegre (2010).....	26
TABELA 3 – Consumo por categoria de bens de acordo com a classe socioeconômica das famílias em Canoas.....	27
TABELA 4 – Distribuição dos domicílios urbanos por classe socioeconômica nas regiões do Orçamento Participativo de Canoas (2010).....	30
TABELA 5 – Estrutura do valor adicionado bruto por setor econômico.....	33
TABELA 6 – Número de pessoas contratadas pelo regime CLT em Canoas.....	47
TABELA 7 – Principais centralidades de Canoas.....	62

LISTA DE ABREVIATURAS

ABRASCE – Associação brasileira dos *shoppings centers*

ASSOCI – Associação dos corretores de imóveis

BANRISUL – Banco do Estado do Rio Grande do Sul

BRABESCO – Banco brasileiro de Descontos S.A.

CAGED – Cadastro geral de empregados e desempregados

FEE – Fundação de Economia e Estatística

IBGE – Instituto brasileiro de Geografia e Estatística

INPC – Índice nacional de preços ao consumidor

IPC Marketing – Índice de Potencial de Consumo

IPEA – Instituto de Pesquisas econômicas aplicadas

MDIC – Ministério do Desenvolvimento, da Indústria, do Comércio Exterior e Serviços

PAS – Pesquisa anual de serviços

PIB – Produto Interno Bruto

PROER – Programa de Estímulo à Reestruturação e ao Fortalecimento do Sistema Financeiro Nacional

PROES - Programa de Incentivo à Redução do Setor Público Estadual na Atividade Bancária

RMPA – Região metropolitana de Porto Alegre

RS – Rio Grande do Sul

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SICREDI – Sistema de crédito cooperativo

TRENSURB – Empresa de trens urbanos de Porto Alegre S.A.

ULBRA – Universidade Luterana do Brasil

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	14
1.1 JUSTIFICATIVA.....	15
1.2 OBJETIVOS.....	16
1.3 REFERENCIAL TEÓRICO.....	16
1.4 METODOLOGIA DA PESQUISA.....	19
2. O CONSUMO URBANO.....	23
2.1 O EFEITO-RENDA DO CONSUMIDOR CANOENSE.....	23
2.2 O CONSUMO DE BENS EM CANOAS.....	26
2.3 DISTRIBUIÇÃO SOCIOECONÔMICA NO ESPAÇO URBANO CANOENSE.....	29
3. O SETOR DE COMÉRCIO E SERVIÇOS EM CANOAS.....	32
3.1 OS ESPAÇOS DE CONSUMO EM CANOAS.....	36
3.2 O SETOR DE FINANÇAS E SUAS INSTITUIÇÕES EM CANOAS.....	41
4. AS NOVAS CENTRALIDADES EM CANOAS.....	46
4.1 RELAÇÃO CONSUMO URBANO E CENTRALIDADES.....	46
4.2 A CENTRALIDADE TRADICIONAL DE CANOAS – O BAIRRO CENTRO.....	48
4.3 NOVAS CENTRALIDADES.....	53
4.3.1 SETOR NORTE.....	55
4.3.2 SETOR CENTRAL.....	56
4.3.3 SETOR SUL.....	60
4.4 A DINÂMICA IMOBILIÁRIA EM CANOAS.....	63
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	65
REFERÊNCIAS.....	67

1. INTRODUÇÃO

O município de Canoas, situado na Região Metropolitana de Porto Alegre (RMPA) é o quarto município mais populoso do Rio Grande do Sul (IBGE, 2010) além de possuir também a quarta maior economia do estado – perdendo o posto de terceiro lugar em 2014; porém, a cidade continua possuindo o terceiro maior potencial de consumo do estado e no *ranking* das cem cidades brasileiras com maior potencial de consumo de acordo com o IPC Marketing e o SEBRAE-RS (2016). No início do século XXI, o processo de terceirização da economia se torna presente e nos anos de 2013-2014 o setor de serviços e comércio abrange mais de 90% da economia canoense.

O setor de serviços possui uma variedade de atividades que atendem as principais atividades dos setores produtivos, coletivos e individuais. A expansão urbana dos últimos anos na metrópole onde está inserida Canoas trouxe novas demandas e dinâmicas que satisfizessem as exigências impostas pela lógica do neoliberalismo, adotado no fim do século XX, além de atender a expansão horizontal da cidade tanto com o aumento de residências quanto a nível comercial. Assim, Canoas viu sua população aumentar de 2000 a 2010 (dados dos últimos censos demográficos do IBGE) em 5,79% e no mesmo período em 15,95% o número de famílias. Portanto, verificamos que com o aumento no número de famílias até mesmo superior do que em população identificamos que o número de domicílios aumentou e com isto corrobora com a expansão horizontal que o município passou neste período.

Segundo o IBGE, Canoas é um município 100% urbano. De 2010 a 2014, o valor médio dos imóveis em Canoas aumentou 95% (Secretaria da Fazenda & Associ-Canoas, 2015) e com a construção de um novo shopping center: o ParkShopping Canoas com mais de 120 mil m², torna-se o segundo grande equipamento comercial do município e novos investimentos imobiliários se propagam ao seu entorno.

Novos centros de consumo especializados e uma nova configuração urbana toma forma: multicentralidades se criam; que com sua confluência de atividades, fluxos de pessoas, investimentos e complexidade de funções atuam de maneira com que o consumo urbano desenvolva uma nova dinâmica. A atração de novos investimentos imobiliários e de infraestrutura evidencia a valorização do uso do solo em detrimento de outras áreas do município.

Conjuntamente estes grandes equipamentos comerciais estimulam o consumo: agregando lazer, segurança, emprego e oferta de suprimentos das necessidades do cotidiano da população urbana. Com isto, verifica-se a importância de estudarmos o consumo urbano como um fator atuante na dinâmica do espaço urbano deste município.

1.1 Justificativa

Desde 2010 o setor terciário corresponde em sua grande parte pela economia de Canoas. O alto valor do solo urbano e um espaço altamente densificado tornaram-se justificativas para a difusão incipiente do processo de reestruturação da economia de Canoas. O setor de serviços evoluiu junto com o aumento da renda e do desenvolvimento econômico dos últimos anos também no Brasil afora, assim como a expansão do comércio - ramo fundamental do terceiro setor da economia e que respectivamente se ampliou com o maior poder de consumo e demanda das famílias nos últimos anos.

Contudo, a modificação da urbe canoense com o processo de desindustrialização e a expansão de atividades terciárias trouxeram um novo “tom” ao espaço urbano do município. Novos investimentos imobiliários e o parcelamento do terreno para empreendimentos como comércio e serviços são uma prioridade para atender uma das maiores cidades do Rio Grande do Sul e fortemente conurbada com a metrópole Porto Alegre. Sua expansão populacional faz com que o território também se flexibilizasse para atender as necessidades de bem-estar e, por conseguinte, o aumento pela demanda de bens e serviços: propiciando o consumo. Assim, o tradicional centro urbano passa a sofrer um processo de descentralização e surgem na cidade novas centralidades através de novos investimentos e instrumentos de política urbana e especulação imobiliária para atender a expansão do setor de serviços e comércio. Conseqüentemente modificando a estrutura tradicional urbana de fluxos de pessoas e capital para atender as novas necessidades deste espaço em expansão.

Com isto, pergunta-se: Qual a participação do setor terciário em Canoas? O consumo urbano através das atividades comerciais é significativo em relação à economia do município? Como está organizado este consumo urbano? O quê e quem dinamiza esse consumo e quais os efeitos dele na complexidade urbana canoense? Há a formação de novas centralidades e investimentos proporcionados ao entorno destes espaços de consumo? Como eles estão distribuídos?

1.2 Objetivos

Como objetivo geral esta pesquisa visa a analisar o padrão de consumo urbano de Canoas e interpretar sua relação como possível variável para a formação de novas centralidades em Canoas.

Além do objetivo geral, traçamos os seguintes Objetivos Específicos:

- I) Retratar o padrão comportamental de consumo da população urbana de Canoas;
- II) Identificar novos centros que reúnam um expressivo fluxo de pessoas e atividade econômica em seu eixo urbano, que contribuam ao mesmo tempo, para a dinamização do consumo e da flexibilização do capital e do fluxo de pessoas no município analisado;
- III) Reconhecer no espaço canoense novos empreendimentos imobiliários;
- IV) Detectar a presença de novos centros ao entorno de novos empreendimentos imobiliários e correlacionar sua relevância;
- V) Verificar níveis de padrão de consumo urbano e caracterizar no eixo urbano de Canoas sua relação com o poder de consumo e o efeito renda - aos quais podem apresentar uma maior valorização, hierarquização e segregação no espaço urbano.

1.3 Referencial Teórico

O consumo urbano torna-se um novo atuante do espaço geográfico através da nova remodelação econômica adotada no Brasil pós 1990. Com a expansão urbana e novos investimentos políticos oriundos para a agropecuária, trouxeram para o Brasil principalmente no ambiente urbano a dimensão do setor terciário: incumbido do comércio para satisfazer as demandas da população e da economia urbana.

“O estudo aprofundado do consumo pode representar para a geografia urbana uma nova possibilidade de abordar a dinâmica da produção do espaço urbano na atualidade”. (ORTIGOZA, 2009)

Esta sociedade pós-moderna atenta-se em buscar essa “subsistência” no ambiente urbano através de grandes espaços de consumo: *shoppings centers*, hipermercados, grandes redes de atacados e materiais de construção e renovação do lar, bancos exclusivos para pessoas com maior aporte de renda; e com isto afere-se nas grandes cidades novas complexidades: o surgimento de novos centros de fluxos de capital e pessoas, uma nova valorização e especulação imobiliária dinamizadas por estes novos centros e também pelos grandes espaços de consumo.

“Todavia, apesar de sua espetacularidade e simbolismo, os espaços de consumo que dão vida à cidade, enquanto realidade material, funcionam apenas como uma pré-condição da sua existência. São necessários, porque fornecem o palco, os cenários e os textos para as representações que alimentam as experiências de consumo (...).” (CACHINHO, 2006).

O conceito de centralidade é visto na Geografia através de diversas maneiras, há um mundo de teóricos para se escolher e definir o mais “apropriado” para o seu ponto de vista e de análise. No dicionário de Geografia e do Espaço Social (2003), Dematteis já afirma esta posição: centralidade é uma extensão com capacidade de polarização do espaço e de atratividade de um lugar ou de uma área que concentra atores, funções e objetos; que ao mesmo tempo apresenta uma gama de significados.

Nesta concepção podemos destacar os atores como sendo as próprias pessoas, a sociedade em geral, os agentes econômicos; no tocante das funções, o papel principal destas centralidades: comercial, econômico, concentrador de atividades como empregos, densificação urbana e a prospecção imobiliária, e várias outras funcionalidades; e por último, os objetos: destes poderiam se destacar os bens de consumo, as vias de circulação, os prédios entre outros.

Na continuidade do significado de centralidade e usando a mesma referência, nota-se que o conceito possui uma gama de significados e que denota a posição central de um lugar em um espaço determinado que remete à capacidade de concentrar homens e atividades em um espaço mais ou menos vasto. E para terminar a conceituação, o dicionário explicita que para a Geografia, a centralidade de um lugar verifica-se enquanto sua posição no espaço físico a medida da influência de suas potencialidades e funções localizadas e que se produzem e dispõem-se neste mesmo lugar do espaço.

Portanto, podemos entender nesta última complementação de que a centralidade apenas irá ser concebida como verdadeiramente segue seu conceito e se esta possui alguma influência maior ou menor de concentrar atividades, atores e objetos que dinamizem seu espaço e através deste em uma escala mais significativa no recorte espacial em análise. Logo, dado a ênfase na conceituação de centralidade devemos, por ora, constatar a influência do consumo urbano na dinamização e no aparecimento de novos centros no espaço urbano de Canoas.

A formação de novos centros e sua dinâmica no universo urbano moderno e complexo, faz denominar-se centralidade. Nas grandes metrópoles e até em cidades médias, o centro tradicional ao qual abriga o principal ponto comercial e administrativo da sede do município

não se torna único com o processo de expansão e periferação consequentes da expansão urbana desde a última metade do Século XX.

“[...] na urbanização contemporânea, o que se percebe é a existência de eixos de desdobramento do centro principal [cf. Whitacker, 1991] em vias de circulação, principalmente com atividades especializadas ou segmentadas, o aparecimento de diversos espaços de consumo em áreas distantes do centro principal, com o intuito de suprir necessidades locais e, também, o aparecimento de grandes equipamentos comerciais e prestadores de serviços, os shopping centers, ou seja, há a disseminação do centro, ou do que é central.[...]” (ZANDONADI, 2008, p.101-102).

Os grandes equipamentos de consumo como os *shoppings centers* e os hipermercados atuam como grandes vetores de aglomeração social principalmente para suprirem as necessidades da população: alimentação, vestuário, lazer, entre outros. BARRETO (2010, p.38) remete à posição destes estabelecimentos como dinamizadores de uma centralidade: “a implantação de grandes equipamentos de uso coletivo, como aeroportos, estações, centros comerciais, complexos desportivos, centros culturais, gera novas centralidades... os centros comerciais de escala regional apresentam localizações baseadas numa lógica de fluxos (pessoas, veículos, trocas económicas...) em torno do comércio de grande distribuição, aos quais se agregam diversos serviços e equipamentos. Todavia, novos centros: multicentralidades vão tomando forma no espaço urbano com a expansão das atividades comerciais e nessa nova lógica de fluxos e Canoas torna-se um potencial de estudo para a identificação destas novas formas de expressão da geografia urbana atual.

“O termo MULTICENTRALIDADE para me referir à conformação de mais de uma área de concentração comercial e de serviços nas cidades, influenciando a perda relativa do peso e da importância do centro ‘principal’ em estruturas espaciais tipicamente monocêntricas até então. [...] (SPÓSITO, 2013, p.74-75)

Contudo, estas novas centralidades trazem com a oferta de serviços e comércio: o consumo como uma realidade do espaço urbano e que na verdade é um dispêndio para atender as necessidades básicas e econômicas da sociedade. A rapidez das novas relações sociais de produção e o atual fluxo de informações alteram e até mesmo aumentam as necessidades dos habitantes urbanos e metropolitanos – Canoas é apenas um exemplo. Através do consumo o setor terciário se torna presente com suas atividades para ocupar um papel econômico que a indústria ocupava em períodos anteriores. Pierre George afirma:

“A condição humana se diversifica pela natureza e volume dos bens de consumo e prestações de serviços dos quais os grupos humanos se beneficiam... Torna-se, portanto, necessário orientar a curiosidade para as modalidades do consumo, para o conhecimento de suas motivações. Quanto mais diversificado e complexo o consumo, num

grupo determinado, mais ostensivamente se revelam os matizes entre classes sociais ou grupos geográficos de consumo (cidades, zonas rurais). (GEORGE, 1965, p. 7). ”

Portanto, podemos constatar a importância do consumo como uma possível variável para estudar o desenvolvimento de novas centralidades e futuras dinâmicas ao entorno de seu espaço. Canoas apresentando um significativo aumento na participação do setor terciário ao longo dos últimos seis anos implementa a participação de mais um *shopping center* de grande proporção: o ParkShopping Canoas e, conjuntamente trazendo uma futura valorização do solo urbano, a expansão da especulação imobiliária e do potencial de consumo urbano nesta cidade.

1.4 Metodologia de Pesquisa

Os dados obtidos do IPC Marketing e pelo SEBRAE sobre o consumo de várias categorias de bens e serviços prestados para a população, classificados entre as classes socioeconômicas do país é uma grande fonte para estudos sobre o comportamento do consumo das famílias urbanas nos municípios brasileiros. Muitos desses dados provêm de fontes de censos do IBGE, principalmente o de 2010 que cobriu o país todo. Com a análise de dados sobre o consumo urbano de Canoas pode-se verificar o padrão comportamental e de poder de escolha; assim, conseqüentemente verifica-se o quanto o consumo é presente na vida da população.

Agrega-se ao estudo a importância de saber a importância de como o consumo urbano é expresso no município de Canoas, portanto dados sobre a participação dos setores econômicos: principalmente o terciário é de grande valia para entender como os serviços e o comércio são importantes na perpetuação do consumo na cidade. Estes dados são revelados através de análises feitas tanto do SEBRAE, mas como também do IBGE e da FEE.

A identificação de espaços de consumo e de outros entrepostos que polarizam fluxo de pessoas e capital também são importantes para analisarmos a espacialização do setor terciário em Canoas: *shoppings centers*, hipermercados e atacados, agências bancárias, estações de trem, universidades e hospitais. Desta forma podemos interpolar a localização destes espaços com ferramentas de acesso gratuito de georreferenciamento, como o Google Fusion Tables que através da localização destes entrepostos podemos verificar a polarização da oferta destes serviços aos quais são ofertados para a população no espaço canoense através de mapas de calor

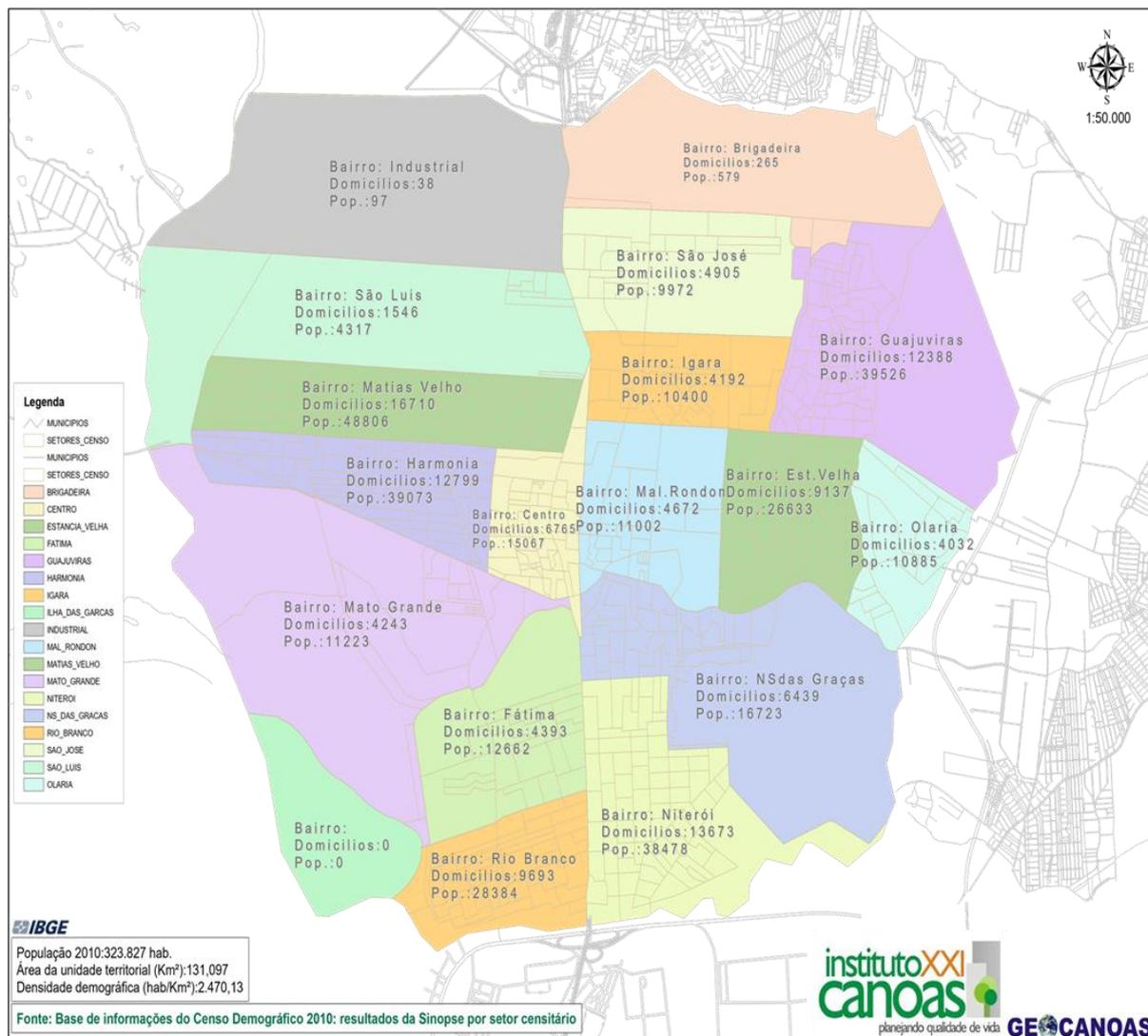
(gerado pelo GoogleMaps) ao qual poderemos identificar novas centralidades e sua concentração de polarizar serviços, capital e pessoas no espaço urbano de Canoas.

A análise mais conclusiva dos resultados obtidos se dará através não somente dos dados obtidos e do georreferenciamento utilizado mas principalmente aliado com os estudos geográficos sobre o espaço urbano atual: sua complexidade, descentralização das atividades do setor terciário, hierarquização e segregação do solo urbano, valorização e comportamento dos espaços de consumo na dinâmica da cidade. E conseqüentemente apontar a relação do padrão de consumo com a formação de novas centralidades em Canoas.

Enfim, o consumo se torna o papel protagonista do trabalho juntamente com a multicentralidade evidenciando o quão ele pode ser impactante no espaço canoense, já que maior parte de sua economia é e se tornou nos últimos anos composta pelo setor de terciário – comércio e serviços, e pela difusão de bens e atividades para o consumo da população que o meio técnico-informacional dispôs para a melhor difusão da reprodução do capital. Assim, todas estas informações serão retratadas no período de análise: 2010 a 2016. Porém para entendermos a concepção do setor terciário preponderantemente no espaço canoense deveremos retratar uma análise um pouco mais retroativa tanto a nível nacional quanto regional.

- Área de Estudo

Mapa 1. Área de estudo: Município de Canoas e informações básicas de seus bairros

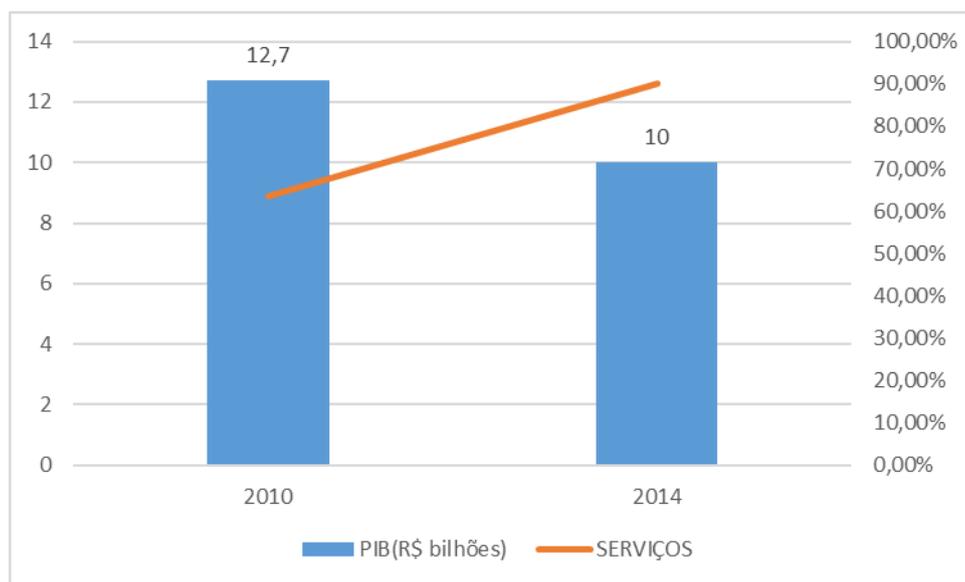


Elaborado pelo Instituto Canoas XXI. Fonte: IBGE, 2010.

Canoas é o segundo município mais populoso da Região Metropolitana de Porto Alegre ficando atrás somente da capital gaúcha: Porto Alegre. Canoas possui de acordo com o Censo do IBGE, em 2010: 323.827 habitantes; e uma área territorial de 131,1km², gerando com isso uma densidade demográfica muito alta: 2.470,07 hab./km².

Subdividida em 18 bairros; os bairros mais populosos são o Mathias Velho (48.806 hab.), Guajuviras (39.526 hab.) e o Harmonia (39.073 hab.); já os mais densamente povoados são: Mathias Velho (8.127 hab./km²), Harmonia (7.819 hab./km²) e Estância Velha (6.822 hab./km²). O número de domicílios no município é de 105.188 (IBGE, 2010).

Gráfico 1 – PIB e participação do setor de serviços em Canoas (2010-2014)



Elaborado por Anderson Müller Flores (2016). Fonte: FEE

A economia do município de acordo com o seu PIB (Produto Interno Bruto) divulgado em pela FEE sofreu um decréscimo de 2010 até 2014 (último ano base de análise da FEE dos municípios gaúchos). Porém o setor de serviços aumentou, relacionando a importância nestes últimos anos do setor terciário na economia canoense. O município em 2010 era a terceira maior economia municipal do estado do Rio Grande do Sul, porém em 2014 perdeu este posto para Gravataí (também na RMPA). Encontra entre os cem municípios com maior potencial de consumo do Brasil, somente em 2016 totalizando um consumo urbano de mais de 8 bilhões de reais, segundo o SEBRAE-RS e o IPC Marketing (2016).

2. O CONSUMO URBANO

Para entendermos melhor como se comporta o consumo urbano no município de Canoas temos de entender o que realmente esta palavra significa. CANCLINI (2001, p.60) cita que o consumo é um conjunto de processos socioculturais nos quais se realizam a apropriação e os usos dos produtos. Mas e qual será a aplicação deste conceito no espaço geográfico e sua real análise como objeto de estudo para um geógrafo?

O conceito de consumo de acordo com a teoria da utilidade marginal, ou seja, de que ao consumir bens e ou algum tipo de serviço, o consumidor imprime algum tipo de sentimento e ou prazer para aquilo que este está adquirindo, ao mesmo tempo, colocando algum tipo de utilidade por comprar algo. Então, podemos conceituar de que o consumo urbano é a apropriação de bens e serviços aos quais se destinam para alguma finalidade oriunda de um desejo ou satisfação advinda de um conjunto de processos socioculturais ao qual o consumidor pertencente ou não passa a comprar ou inserir o ato de posse destas utilidades (bens e serviços) dentro do espaço urbano. Mas e o que é este espaço urbano?

O espaço urbano é um dos temas mais trabalhados pelos geógrafos para entender as transformações que ocorrem em nossas cidades. De acordo com CORRÊA (1989), o espaço urbano é um conjunto de diferentes usos de terra dentro de uma cidade ocorrendo de forma fragmentada e articulada ao mesmo tempo. Canoas, de acordo com o IBGE, em 2010 possuía todos os seus habitantes residentes e associados à área urbana, ou seja, estamos falando de um município ao qual possui diferentes usos de terra e conseqüentemente também um consumo correlacionado totalmente ao espaço urbano.

Nesta parte do trabalho entenderemos então como o consumo das famílias predominantemente residentes no espaço urbano do município de Canoas se comportam em relação ao ato de adquirir bens e ou serviços. Na própria ciência econômica há estudos de como se comportam os indivíduos perante suas tomadas de decisões no ato de consumir, chamado: economia comportamental.

2.1 O efeito-renda do consumidor canoense

Antes de analisarmos de fato como se comportam os canoenses perante o ato de adquirir bens e serviços devemos recorrer a conceitos também que os levam a demanda-los; existiria alguma diferença entre os habitantes de canoas no ato de consumir? Exatamente sim. Pois de

acordo com a ciência econômica uma das variáveis que impactam o cidadão ao adquirir algo é a renda que este tem para satisfazer suas necessidades.

“O efeito-renda é a variação na quantidade demandada de um bem, resultante do efeito de uma variação de preço sobre o poder aquisitivo do consumidor, mantendo-se todos os demais fatores constantes”. (HUBBARD & O’BIEN, 2ªed., 2010)

Se todos os fatores se mantêm constantes realmente o efeito-renda é uma variável de extrema importância na aquisição de bens e ou serviços. Com isto, o poder de consumo se torna um fator importante para analisarmos como o canoense realmente se comporta perante o ato de consumir. No ano de 2016, de acordo com o SEBRAE-RS que analisou o potencial de consumo das cidades gaúchas: Canoas possuía um potencial de consumo de R\$ 8,3 bilhões. Não somente, a terceira cidade com maior potencial de consumo do Rio Grande do Sul e a quarta maior economia do estado, perdendo o posto de terceiro lugar em 2014 para Gravataí (também localizada na região metropolitana de Porto Alegre).

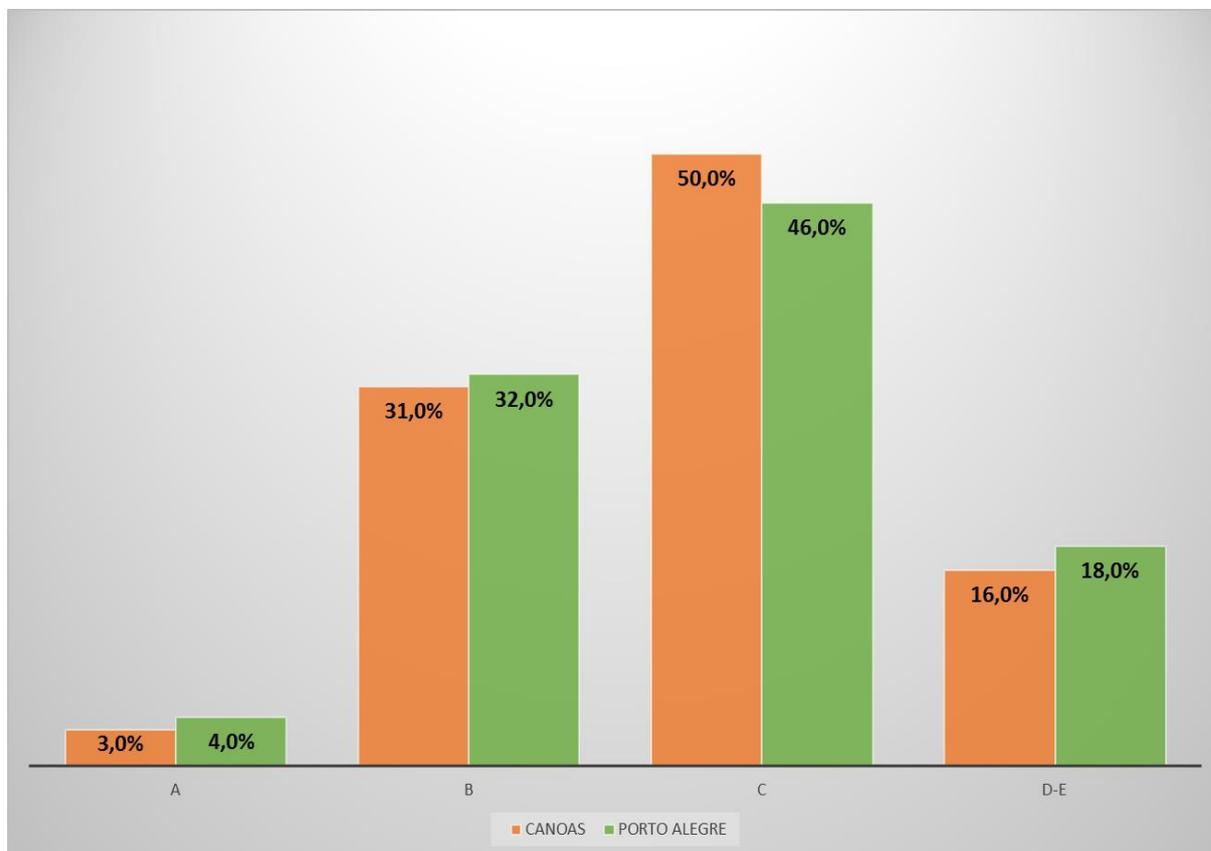
Ao mesmo tempo que Canoas é uma das cidades com maior potencial de consumo do Rio Grande do Sul e está também entre as 100 cidades brasileiras com este destaque, será que todos os canoenses possuem o mesmo efeito-renda para estimular a produção e o sistema de serviços e comércio como um todo? Portanto, para isso devemos organizar a população em faixas de renda, ou seja, classificando a população em classes socioeconômicas: A, B, C, D-E.

Tabela 1. Classificação das classes socioeconômicas:

CLASSE	RENDA MÉDIA FAMILIAR
A	> 10 sal.mín.
B	3-10 sal.mín.
C	1-3 sal.mín.
D-E	< 1 sal.mín.

Elaborado por Anderson M. Flores (2016). Fonte: IBGE (2010).

Gráfico 2. Proporção de domicílios urbanos por classe socioeconômica: comparação entre Porto Alegre e Canoas



. Elaboração: Anderson Müller Flores (2016). Fonte de Dados: SEBRAE-RS (2016).

Através da distribuição dos lares urbanos de Canoas e da vizinha capital gaúcha: Porto Alegre, notamos que em ambas as cidades as pessoas possuem em média diferentes oportunidades para dispendem sua renda. Porém, na capital gaúcha, a maioria dos domicílios possuem maior disponibilidade de renda concentrando em média entre três e dez salários mínimos por habitante no ambiente familiar; já Canoas possui em sua maioria uma média de um a três salários mínimos por habitante por domicílio. Apresentando-se então esta disparidade de renda não só entre estes dois municípios e também na própria população de cada um deles será que estas classes socioeconômicas vão utilizar sua disponibilidade de renda para adquirir os mesmos bens e serviços na mesma proporção?

2.2 O consumo de bens em Canoas

Para a melhor compreensão de como o cidadão canoense gasta sua renda, precisamos entender em que ele gasta, ou seja, que tipos de bens e serviços esta população procura para satisfazer suas necessidades, prazeres e desejos de um verdadeiro consumidor. Primeiro devemos entender de fato o que são bens de consumo: são bens comprados para satisfazer desejos e necessidades pessoais e que nem sempre o consumidor é aquele que compra o bem, mas sim aquele que o usa (Lacombe, 2004).

“[...] cada família precisa alocar seus recursos escassos a seus diversos membros, levando em consideração as habilidades, esforços e desejos de cada um”. (Mankiw; 2005, p. 3).

Através de dados obtidos pelo SEBRAE-RS pôde-se analisar 13 categorias de bens de consumo categorizadas em: alimentação no domicílio, alimentação fora do domicílio, educação, equipamentos eletrônicos, fumo e bebidas, manutenção do lar, recreação e cultura, saúde, transporte urbano, veículo próprio, vestuário, viagens e outras despesas. E para melhor compreensão utilizaremos de começo uma comparação com os gastos dos domicílios urbanos de Porto Alegre e por último somente com as classes socioeconômicas de Canoas para obtermos um melhor resultado do efeito-renda na decisão de escolhas no comportamento da população.

Tabela 2. Proporção de despesas por categorias de bens de consumo nos domicílios urbanos de Canoas e Porto Alegre (2016).

GASTOS	CANOAS	PORTO ALEGRE
ALIMENTAÇÃO FORA DO DOMICÍLIO	4,5%	4,5%
ALIMENTAÇÃO NO DOMICÍLIO	11,6%	11,1%
EDUCAÇÃO	2,1%	2,3%
EQUIPAMENTOS ELETRÔNICOS	2,2%	2,1%
FUMO E BEBIDAS	2,2%	2,1%
MANUTENÇÃO DO LAR	33,0%	33,0%
OUTRAS DESPESAS	20,1%	21,2%
RECREAÇÃO E CULTURA	1,7%	1,7%
SAÚDE	8,2%	8,0%
TRANSPORTE URBANO	1,8%	1,7%
VEÍCULO PRÓPRIO	5,7%	5,6%
VESTUÁRIO	5,1%	4,9%
VIAGENS	1,8%	1,8%

Elaborado por Anderson Müller Flores (2016). Fonte: SEBRAE – RS (2016).

Através da tabela 2 podemos notar que possuem pequenas diferenças de escolhas entre a população da capital com maior poder de consumo se comparado com Canoas, notamos um maior dispêndio das famílias da capital em bens que oferecem manutenção do lar, educação e outras despesas. Porém, será que a população canoense de acordo com sua classe econômica tem preferências diferentes? Agora comparando os gastos com cada classe socioeconômica de Canoas podemos obter uma melhor compreensão do efeito-renda no município e no comportamento de escolha das famílias urbanas no ato de consumir.

Tabela 3. Consumo por categoria de bens de acordo com a classe socioeconômica das famílias em Canoas.

GASTOS	A	B	C	D-E
ALIMENTAÇÃO FORA DO DOMICÍLIO	3,5%	4,9%	4,4%	4,6%
ALIMENTAÇÃO NO DOMICÍLIO	6,5%	9,4%	15,5%	18,8%
EDUCAÇÃO	3,3%	2,5%	1,6%	0,9%
EQUIPAMENTOS ELETRÔNICOS	1,3%	2,1%	2,6%	3,1%
FUMO E BEBIDAS	1,1%	1,7%	3,1%	3,8%
MANUTENÇÃO DO LAR	21,9%	25,5%	32%	37%
OUTRAS DESPESAS	39,9%	29,5%	17%	11,2%
RECREAÇÃO E CULTURA	1,8%	1,9%	1,6%	1,4%
SAÚDE	7,2%	8,1%	8,4%	7,3%
TRANSPORTE URBANO	0,9%	1,4%	2,3%	3,2%
VEÍCULO PRÓPRIO	5,3%	6,2%	5,1%	2,8%
VESTUÁRIO	4,4%	4,9%	5,3%	5,1%
VIAGENS	2,9%	1,9%	1,1%	0,8%

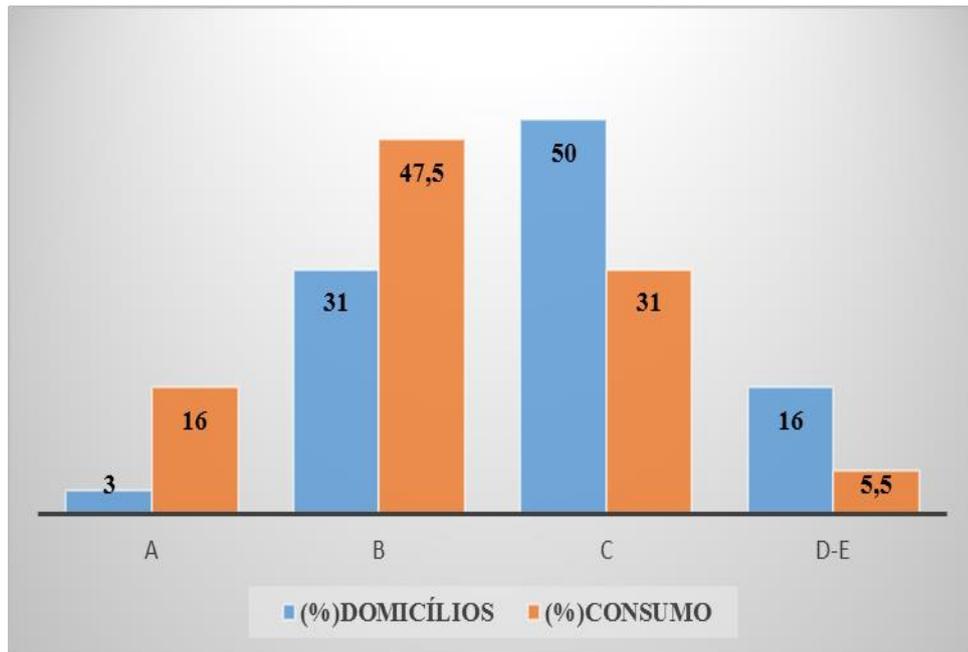
Elaborado por: Anderson Müller Flores (2016). Fonte: SebraeShop e IPC Marketing (2012).

Percebe-se que o efeito-renda é uma variável confiável para explicar as escolhas do consumidor canoense. Nota-se diferenças primeiramente na escolha da principal categoria de consumo: a classe A e B dispendem mais com outras despesas e enquanto as classes C e D-E realocam seus recursos para a manutenção do lar. Notamos que a restrição orçamentária das famílias com renda média de até três salários mínimos se destina para as suas necessidades do cotidiano: manutenção do lar, alimentação no domicílio, saúde, mas também com outras despesas diversas; enquanto as classes socioeconômicas mais abastadas ao suprirem sus necessidades do cotidiano sobra algum excedente para gastar com outros tipos de bens e já aliando prazer às necessidades que o mundo moderno e urbano ao qual vivem lhes introduz.

“Ao se apropriarem de suas rendas, as famílias destinam uma parte ao consumo de bens e

serviços...Vale ressaltar que famílias de baixa renda tendem a consumir proporcionalmente mais de suas rendas, pois não adquiriram todos os bens de que necessitam. ” (Carlos Magno Mendes... [et al.], 2007)

Gráfico 3. Proporção das classes socioeconômicas no montante do consumo e dos domicílios no município de Canoas:



Elaborado por Anderson Müller Flores (2016). Fonte: SEBRAE-RS (2016).

A classe socioeconômica com maior poder de renda tende a dispendar mais com outras despesas, em média 20% mais que as classes inferiores (C e D); esta também possui maior aporte de renda para gastar praticamente o dobro de suas despesas com viagens (turismo) e educação em comparação com as classes inferiores. Já a classe B com maior participação no consumo urbano canoense e a segunda maior representatividade no tocante em proporção de domicílios é a que mais gasta com alimentação fora do lar e com recreação e cultura; assim, podemos analisar que a classe socioeconômica do “lazer”. Ou seja, realmente possui grande tendência em frequentar os grandes espaços de consumo como os *shoppings centers* por concentrarem áreas de consumo e lazer no mesmo espaço. Outro destaque é a disposição dessa classe em possuir uma renda maior que as classes inferiores (C e D) e dispendarem a sua renda com a aquisição de um veículo próprio: é a que mais investe em veículo próprio e junto com a classe A são as que menos gastam com transporte público – não dependendo tanto do qual.

A classe C representando quase metade dos domicílios urbanos de Canoas possui os maiores gastos com saúde e vestuário. Portanto; farmácias, planos de saúde, lojas de departamento, de roupas e calçados – muitas delas também presentes em grandes espaços de consumo satisfazem as necessidades desta classe que representa o segundo maior poderio do consumo de Canoas. Já as classes (D-E) se preocupam muito mais com bens de subsistência: alimentação no domicílio, manutenção do lar e transporte urbano; principalmente este último para a locomoção ao trabalho e outros interesses. Enquanto isto, também é a classe socioeconômica que mais gasta com fumo e bebidas, e por incrível que pareça, a que mais dispende sua renda com equipamentos eletrônicos – principalmente estes últimos por representarem um alto valor no mercado comparado a suas rendas e por também serem considerados artifícios provenientes do sistema técnico-científico-informacional causando um efeito de busca pelo reconhecimento de se sentirem presentes e incluídos no sistema informacional global e não tão excluídos. Assim, esta classe conjuntamente com seu gasto em eletrônicos corrobora para a teoria das externalidades de rede.

“A tecnologia pode desempenhar um papel na explicação de por que os consumidores compram produtos que muitos outros consumidores já estão comprando. Existe uma externalidade de rede no consumo de um produto se a utilidade deste aumenta com o número de consumidores que o usam.” (HUBBARD & O'BRIEN, 2ªed, 2010)

2.3 Distribuição socioeconômica no espaço urbano canoense

Antes de analisarmos como o consumo se distribui no espaço urbano de Canoas, devemos observar como e onde estão alocadas as classes socioeconômicas e qual a representatividade de cada classe na área do município. Com isto, para esta análise se obteve dados oriundos do censo de 2010 do (IBGE) e conjuntamente a divisão do município em 16 regiões do orçamento participativo.

Tabela 4. Distribuição de domicílios urbanos por classe socioeconômica nas regiões do Orçamento Participativo de Canoas (2010):

REGIÃO O.P.	A	B	C	D-E
IGARA/MAL.RONDON	5,2%	43,8%	20,4%	30,6%
NOSSA SRA. GRAÇAS	2,1%	27,4%	49,5%	21,0%
CENTRO	3,5%	27,0%	43,6%	25,9%
FÁTIMA	1,0%	15,3%	53,3%	30,4%
NITERÓI	0,4%	9,9%	46,5%	43,2%
ESTÂNCIA VELHA	0,3%	9,2%	54,0%	36,5%
RIO BRANCO	0,4%	8,8%	42,0%	48,8%
SÃO LUÍS	0,3%	8,3%	43,4%	48,0%
MATO GRANDE	0,4%	7,7%	42,5%	49,4%
MATHIAS VELHO	0,2%	5,6%	45,0%	49,2%
GUAJUVIRAS	0,2%	2,8%	35,1%	61,9%
OPERÁRIOS	0,1%	2,6%	40,1%	57,2%
SÃO VICENTE	0,0%	2,4%	47,9%	49,7%
SANTO OPERÁRIO	0,1%	2,1%	33,1%	64,7%
GETÚLIO VARGAS	0,0%	1,2%	23,9%	74,9%
JOÃO DE BARRO	0,1%	1,1%	22,2%	76,6%

Elaborado por: Anderson Müller Flores (2016). Fonte: IBGE (2010) e Instituto Canoas XXI.

Através da tabela 4 percebe-se que apenas a região do Igara/Marechal Rondon, que compreende exatamente estes dois bairros somado o bairro São José possui a maior parte dos domicílios com renda média entre três e dez salários mínimos. Logo após, os bairros Centro e Nossa Senhora das Graças também são os únicos a apresentarem mais que 1% dos domicílios com renda média familiar superior a dez salários mínimos e mais de 70% dos domicílios com renda entre um e dez salários mínimos em média. Já as outras regiões possuem em grande parte os domicílios com renda entre zero e três salários mínimos, principalmente os bairros mais populosos: Mathias Velho e Guajuviras.

As regiões com uma população mais carente de infraestrutura e poder de renda, como: Operários, Santo Operário e Getúlio Vargas – são bolsões de baixa renda pertencentes aos bairros Mathias Velho e Harmonia; seguido do São Vicente – atual bairro Olaria e a região do João de Barro – bolsão de baixa renda no bairro Niterói, que já passou por problemas de falta de regularização fundiária e concentração de assentamentos precários. Estas regiões apresentam mais de 90% de seus domicílios com renda média familiar entre zero e três salários mínimos.

Percebe-se que as regiões do orçamento participativo com maior participação das classes socioeconômicas com menor poder de renda estão localizadas nos da cidade de Canoas. Contudo, já as regiões com domicílios que apresentam maior poder de renda se localizam na

área central da cidade com fácil acesso ao centro tradicional e ligação com a BR-116 – principal via rodoviária que corta o município e o conecta com o resto da região metropolitana e com a capital: Porto Alegre.

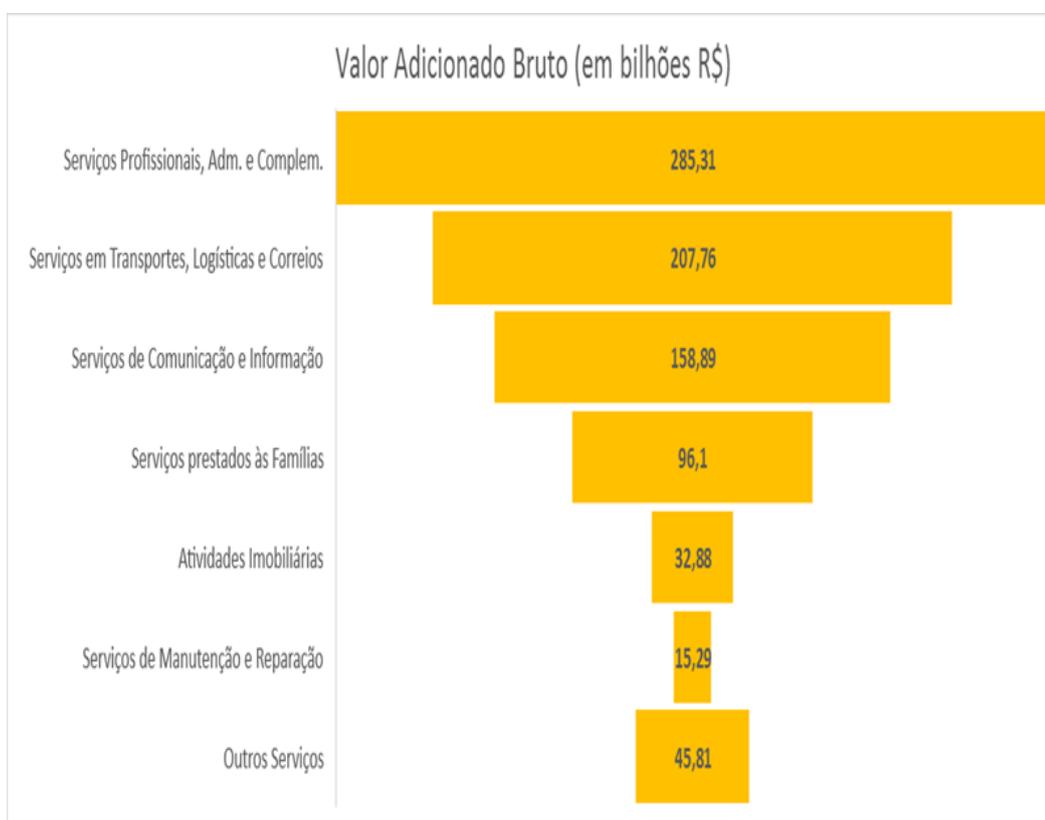
Através desta análise podemos aferir o conceito de segregação espacial no espaço urbano canoense. CORRÊA (1989), ao passo que este autor confere a segregação residencial nas cidades como expressão das classes sociais e da divisão do trabalho, este mesmo conceito é reforçado pela fragmentação e seletividade espacial de como e onde morar através destes grupos socioeconômicos. A ação destes grupos é de que estes utilizam a “terra urbana” como mercadoria para se fixarem nas cidades seja como residência ou até mesmo como forma profissional. No quesito residência, o valor desta terra urbana vai estabelecer quem vai poder arrendar esta primeiramente – através do efeito-renda, assim excluindo grande parcela do contingente populacional que não possui capital suficiente para cobrir a oferta. Portanto, os melhores terrenos e melhores residências possuem um valor de mercado mais alto e principalmente que satisfaçam o consumidor estar próximo de amenidades e de maiores acessibilidades: mais próximos do trabalho, escolas, hospitais, do comércio...E os piores terrenos e de acesso menos acessível se tornam “locus” de residências inferiores - sendo habitadas por famílias de menor renda e com menores facilidades de acesso rápido ao trabalho e para a zona central da cidade: onde se dispõe a maior parte do comércio e assim consequentemente dos espaços de consumo e ofertas de emprego.

Assim notamos que o espaço urbano canoense não escapa deste conceito de segregação: as famílias com maior renda se localizam na área central e as com menor renda nas margens do município. Após esta observação tendemos a nos perguntar: será que realmente na região central e nos bairros com famílias de maior renda o consumo destas classes dominantes socioeconomicamente, visando uma demanda variável e contínua que se estende além de cobrir as necessidades básicas diárias dessas famílias encontra espaço para se originar dinâmicas para suprir este consumo? Será que há a proximidade dos grandes equipamentos comerciais nestes bairros de maior renda frente aos outros bairros? Há de se permitir agora identificar como o setor de serviços e comércio se concentra no espaço urbano de Canoas para suprir as necessidades desta população através do consumo.

3. O SETOR DE COMÉRCIO E SERVIÇOS EM CANOAS

O setor de serviços engloba inúmeras atividades e que, de acordo com o IBGE, está segmentado em sete grandes atividades concentradoras (serviços profissionais, administrativos e complementares; serviços relacionados a transportes, logísticas e correios; serviços de informação e comunicação; serviços prestados às famílias; atividades imobiliárias; serviços de manutenção e reparação; e demais serviços). Veja que somente no ano de 2014 mais de 800 bilhões de reais eram provenientes do setor de serviços no Brasil.

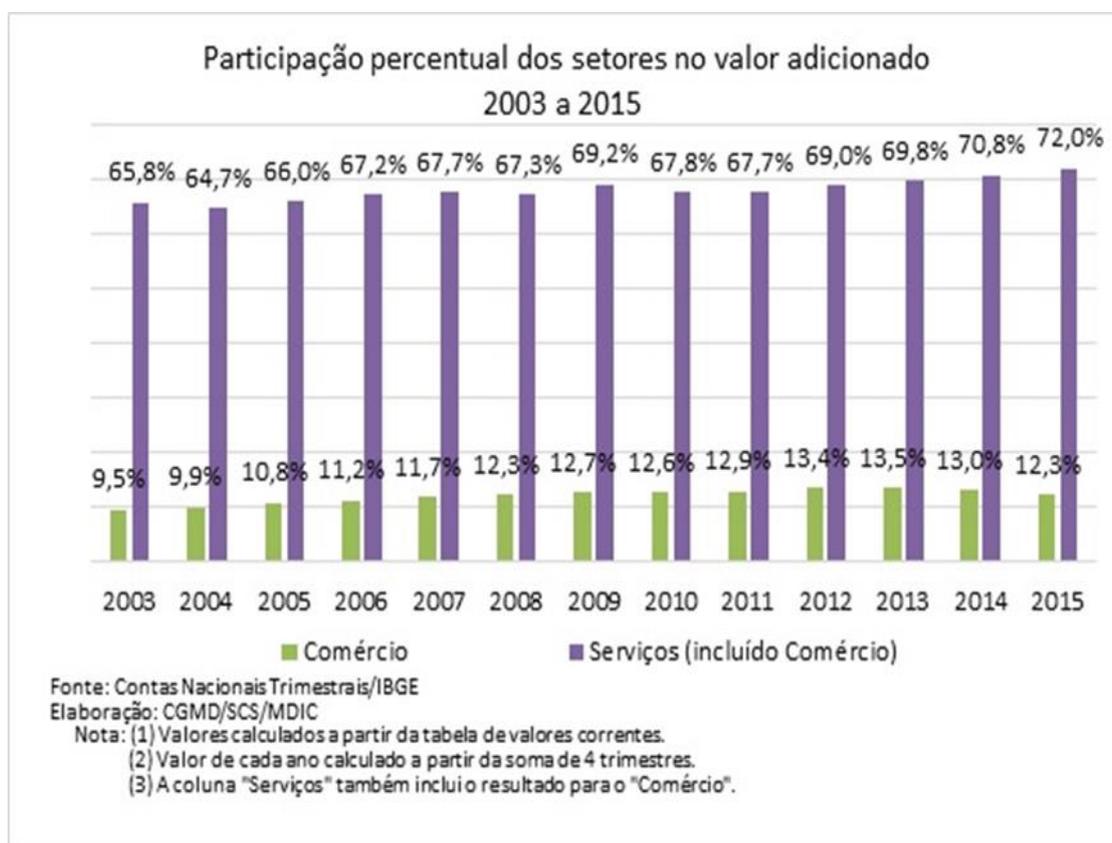
Gráfico 4. Valor Adicionado Bruto segundo o segmento de serviços no Brasil em 2014:



Elaborado por Anderson M. Flores (2016). Fonte: IBGE (PAS – Pesquisa Anual de Serviços, 2014).

O próprio Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços enaltece a importância deste setor na economia brasileira por ser significativa na evolução da economia nacional. Principalmente o comércio mostrou maior participação no incremento da economia brasileira com mais de 12%, como mostram os dados de 2003 até 2015.

Gráfico 5. Participação do setor de serviços na economia brasileira (2003-2015):



Fonte: Contas Nacionais Trimestrais do IBGE e Ministério da Indústria e Comércio Exterior e Serviços.

Não somente é importante no efeito de contribuição econômica, o setor de serviços no país, mas como também segundo o Cadastro Geral de empregados e desempregados é o setor que representa num total de dois terços o estoque de empregos com carteira assinada no país e 23,2% somente o setor de comércio. Contudo, o próprio governo brasileiro esclarece que o setor terciário acelera a economia e a produtividade pois são indispensáveis na intermediação financeira, da infraestrutura, da logística, competitividade e de acesso ao uso de tecnologias de informação e comunicação.

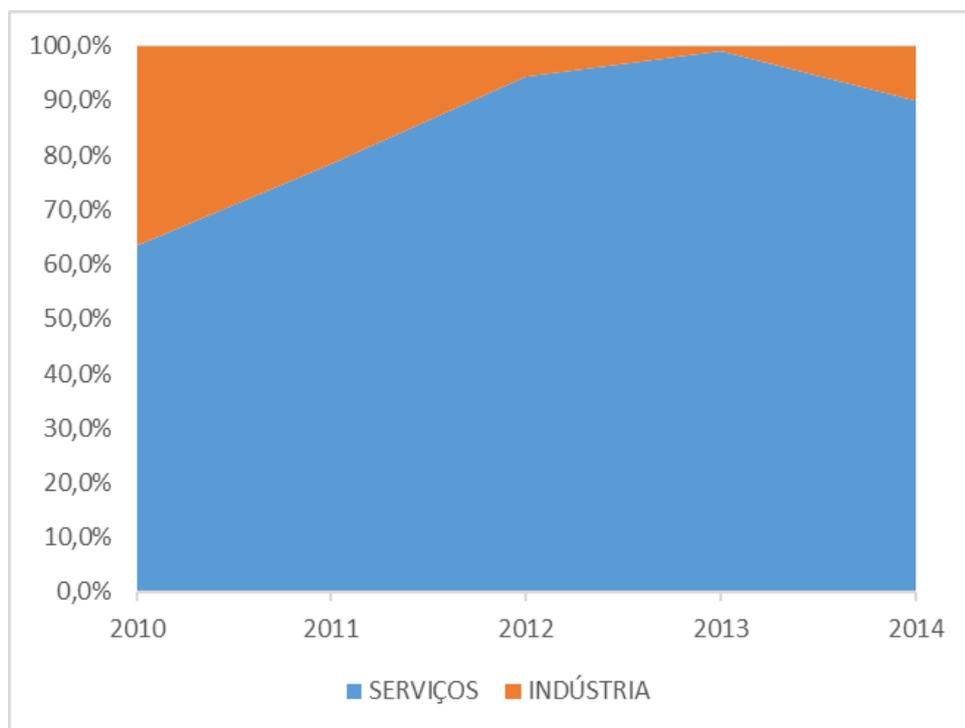
Tabela 5 - Estrutura do Valor Adicionado Bruto por setor econômico

ANO	RIO GRANDE DO SUL		RMPA	
	Indústria	Serviços	Indústria	Serviços
2000	29,80%	61,90%	49%	50%
2010	27,90%	63,70%	32,20%	67,10%

Elaborado por Anderson Müller Flores (2016). Fonte: FEE-RS

Tanto no Rio Grande do Sul quanto na região metropolitana de Porto Alegre o setor de serviços desde o ano 2000 é preponderante frente à indústria. Nota-se que o setor industrial vem perdendo espaço na composição econômica nacional, mas também segue no mesmo ritmo na escala regional. Com isto, também percebemos que Canoas também acelerou o crescimento do setor de serviços na sua matriz econômica, saltou de dois terços para mais de 90% do valor adicionado bruto em apenas cinco anos (2010-2014).

Gráfico 6. Composição do Valor Adicionado Bruto na economia de Canoas (2010-2014):



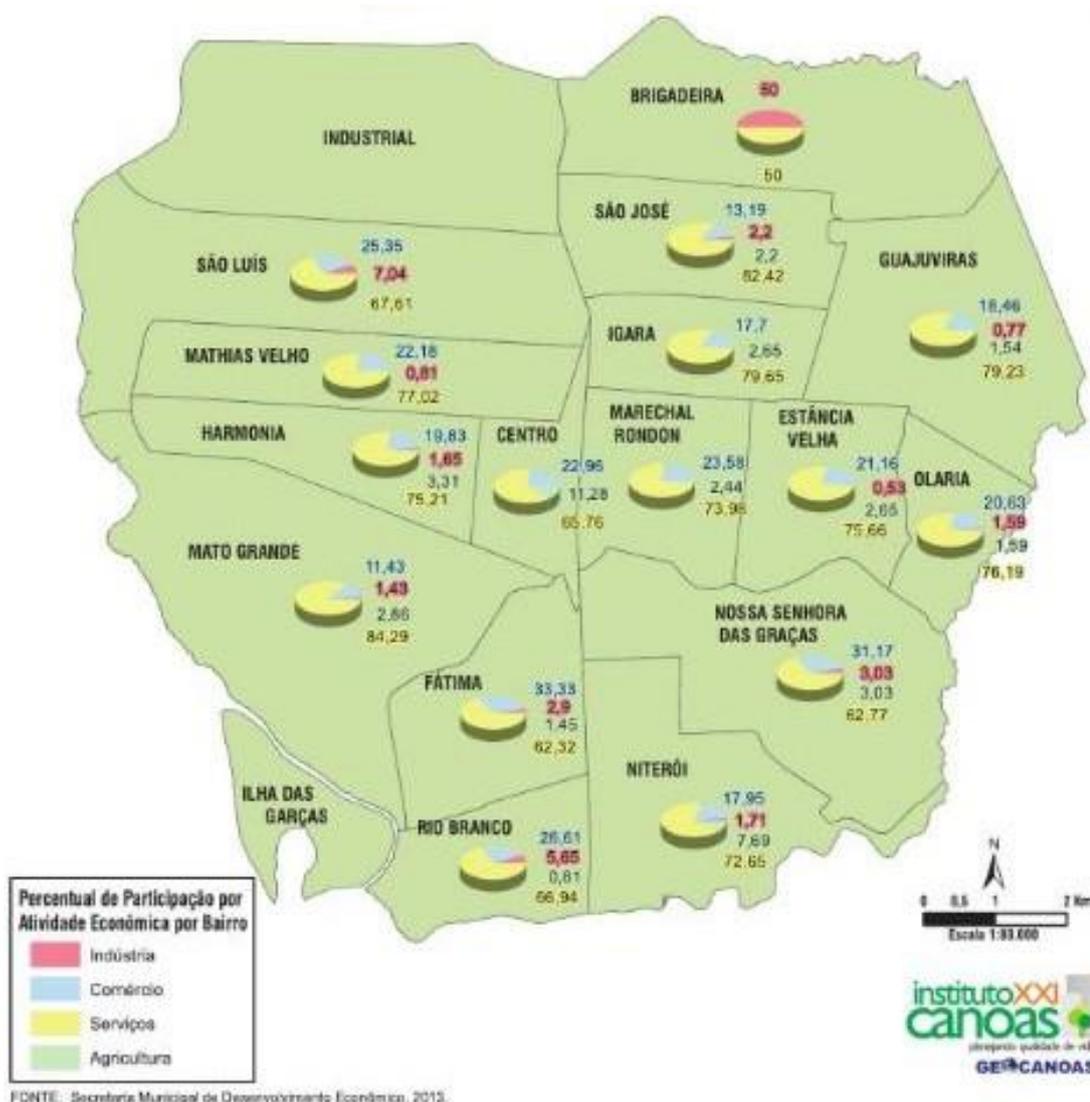
Elaborado por: Anderson Müller Flores (2016). Fonte: PIB Municipal de Canoas. Série Histórica. FEE-RS.

Com a expansão horizontal comercial e residencial das cidades metropolitanas, as indústrias tiveram de migrar e buscar novos espaços nas áreas ainda vazias das metrópoles ou até mesmo migrando para fora destas. Canoas, sendo inserida na grande Porto Alegre, começa a passar por este processo de reestruturação econômica, principalmente após os anos 2010. Contudo, observa-se a predominância do setor de serviços incluídos o sistema tecnológico e informacional adotados pelo sistema econômico neoliberal, vigente nos tempos atuais.

A prestação de serviços e o volume de bens de consumo para satisfazer as necessidades humanas do mundo moderno e urbano, Pierre George em seu livro: Geografia do Consumo (1965) destaca que quanto mais diversificado e complexa esta condição mais as matizes entre os grupos geográficos de consumo e as classes sociais se revelam. Dessa forma, podemos

compreender que o comércio ao oferecer serviços e bens para a população também se torna uma possível variável de análise de consumo e exerce influência no espaço urbano de Canoas. Veremos no mapa 2 como a distribuição econômica acontece nos bairros de Canoas e observaremos a importância do setor terciário no município.

Mapa 2. Participação econômica setorial por bairro em Canoas:



Elaborado pelo Instituto Canoas XXI. Fonte de dados: Secretaria municipal de desenvolvimento econômico (2013).

Nota-se ao analisar o mapa 2 que o setor de serviços é o predominante na maioria dos bairros canoenses, seguido do comércio. A maioria dos bairros segue a tendência do município de apresentar mais de 90% de sua economia formada pelo setor terciário (serviços e comércio). Os bairros que apresentam a maior composição de serviços são o Mato Grande e o São José – com mais de 80% da economia e os bairros Fátima e Nossa Senhora das Graças – com mais de

30% de suas economias geradas pela atividade comercial. No entanto, se formos somar estas duas variáveis, o setor terciário é predominantemente maior nos bairros Mathias Velho e Guajuviras – bairros em que a maioria dos domicílios são das classes socioeconômicas (D-E). Entretanto, o mais interessante é perceber que se retirarmos os bairros com maior presença industrial: Brigadeira e o bairro Industrial e excluirmos o bairro Ilha das Garças – uma zona de reserva biológica do Parque estadual do Delta do Rio Jacuí e consideravelmente não possui população residente e qualquer tipo de atividade econômica, a predominância é do setor terciário.

Com este intuito, ORTIGOZA (2009) em Geografia e consumo: dinâmicas sociais e a produção do espaço urbano, constatou que o comércio e o espaço urbano fazem parte de um longo processo da razão de ser das cidades. Porém, podemos agregar o setor terciário como um todo nesta constatação ainda mais corroborando do fato de Canoas ser um município 100% urbano, como afirma o IBGE.

“...relações entre a cidade e o comércio são dinâmicas e a cidade vai se tornando produto das decisões e das práticas de diversos atores, entre eles os comerciantes, os consumidores, os promotores imobiliários e os produtores/fabricantes. Por outro lado, a cidade é condição e meio para que as práticas desenvolvidas por estes agentes continuem a se realizar. Daí a importância da dimensão espacial na análise do comércio e do consumo. (ORTIGOZA, p.18, 2009) ”

Nesta contextualização, a autora também afirma de que o comércio e a venda em varejo, não somente constituem-se atividades essencialmente urbanas, mas que também ao mesmo tempo exigem centralidade. Este setor econômico estimula o consumo e traz para a face do espaço urbano canoense a dimensão de que há várias e novas centralidades se formando e se contrapondo à antiga centralidade urbana: o bairro Centro; já que notamos que as atividades do setor terciário são mesmo até predominantemente superiores na maior parte da cidade.

Assim, podemos nos perguntar: há então uma descentralização do centro tradicional? E se, há a presença de múltiplas centralidades no espaço urbano de Canoas? Quem e como atuam estes atores na formação de novas complexidades e dinâmicas na cidade? Será que o consumo está presente nesta interação? É o que veremos a seguir.

3.1 Os espaços de consumo em Canoas

Podemos interpretar os espaços de consumo como agentes atuantes no espaço urbano pois concentram complexas relações, desde interações sociais até relações estritamente

financeiras, concentram capital e pessoas em um único ou poucos lugares de uma cidade. Ao mesmo tempo, consegue-se inferir que estes espaços possuem suas particularidades e iremos aqui analisar os principais espaços que concentram estas relações aliadas ao estímulo do ato de consumir.

“...apesar de sua espetacularidade e simbolismo, os espaços de consumo que dão vida à cidade, enquanto realidade material, funcionam apenas como uma pré-condição da sua existência. São necessários, porque fornecem o palco, os cenários e os textos para as representações que alimentam as experiências de consumo, mas de forma alguma são suficientes, porque é no plano simbólico e em diálogo com o consumidor que o espetáculo, as representações e as narrativas são construídas”. (CACHINHO, 2006, p. 48)

• Shopping-center

De acordo com a ABRASCE (Associação brasileira de Shoppings Centers), a definição de Shopping Center é a seguinte: “centro comercial formado por um grupo de estabelecimentos de comércio essencialmente varejistas, planejado e desenvolvido como uma única propriedade e gerido de forma centralizada. Possui área bruta locável superior a 5.000 metros quadrados, pratica aluguel fixo e/ou percentual e dispõe de vagas de estacionamento compatível com sua área de vendas”. Com essa definição, Canoas no ano de 2016 possui o Canoas Shopping: inaugurado em 1998 e é o maior empreendimento comercial da região metropolitana fora de Porto Alegre; possui lojas âncoras, estacionamento com mais de mil vagas, mais de 220 lojas, fluxo mensal de mais de um milhão de pessoas e totalizando 90.000m² de área construída. Localizado na área central do sítio urbano de Canoas está aproximadamente 20km do centro de Porto Alegre e a cinco minutos a pé de duas estações do trem: Canoas e Mathias Velho – trem ao qual liga Porto Alegre a Novo Hamburgo, está próximo da BR-116 – principal via de ligação da região metropolitana e a 10km próximo do Aeroporto Internacional Salgado Filho, em Porto Alegre.

Já com previsão de inauguração em abril de 2017, de acordo com o grupo Multiplan, Canoas irá ganhar mais um shopping center: o Park Shopping Canoas. Sua localização não está mais vinculada com a área central do sítio urbano do município e totalmente densificada, e sim em uma área de expansão ao Leste do centro de Canoas, no bairro Marechal Rondon, que concentra domicílios familiares urbanos com renda média mensal entre 3 e 10 salários mínimos (classe B) – o mais nobre da cidade, diferente do Centro que possui maior proporção da classe

socioeconômica C e do bairro mais populoso: Mathias Velho, ao qual a maioria dos lares são da classe D-E.

Com isto, a área construída do novo shopping center é prometida em mais de 120.000m², mais de 250 lojas, 15 lojas âncoras e mais de 2.000 vagas de estacionamento. Além de estar situado em uma zona mais nobre que o Canoas Shopping, a área também está sendo valorizada e explorada pelo capital imobiliário.



Figura 1. Canoas Shopping. Imagem obtida pelo Google Imagens.



Figura 2. Projeto arquitetônico do Park Shopping Canoas. Imagem obtida pelo Google Imagens.

Canoas também apresenta um conjunto comercial, ou seja, um *shopping center* de menor área bruta locável e construída, ao qual abriga um aglomerado de lojas em menor número do que se apresenta em um grande equipamento de consumo e ocupando 25.000m² na área central da cidade - ao lado da Universidade LaSalle. Nota-se que os *shoppings centers* de grande amplitude possuem uma área bruta construída em média de 100.000m². Já este conjunto comercial por ser também de origem mais antiga, datando de 1976, de acordo com a construtora e urbanizadora Concórdia é um dos primeiros estabelecimentos em formato de *shopping center* do Brasil. Seu espaço e sua localização eram privilegiados para o espaço urbano daquele momento, que adensava e agregava os fluxos socioeconômicos no centro tradicional.



Figura 3. Conjunto Comercial Canoas. Imagem obtida pelo Google street view.

- **Hipermercados e Atacado**

A rede de supermercados Zaffari & Bourbon, a maior da região sul do país, está presente em Canoas com um hipermercado localizado na avenida ao lado da BR-116: uma via de intenso movimento e circulação que conecta a região metropolitana de Porto Alegre com o restante do Brasil. Também as companhias internacionais se mostram presentes no município: o Carrefour (localizado também na zona central da cidade e ao lado do Canoas Shopping) e a maior rede de varejo do mundo, segundo a Forbes: Walmart, que em Canoas e no estado do Rio Grande do Sul denomina-se, Big – este equipamento se localiza entre a BR-116 e a BR-386, novamente situado em rodovias de grande circulação e tráfego.

De acordo com o IPC Marketing (2016), Canoas possui o terceiro maior potencial de consumo do estado do Rio Grande do Sul e está entre as cem cidades brasileiras com maior potencial de consumo. Assim, observa-se demonstrar ter potencial de atrair investimentos na área varejista e como analisamos o consumo dos domicílios anteriormente, notamos que a classe socioeconômica com maior representação de domicílios dentro de Canoas (a classe C) e a classe mais baixa – juntas somando mais da metade dos domicílios são as que mais dispõem a sua renda com alimentação no domicílio: itens que podem ser adquiridos nestes estabelecimentos – os supermercados. E principalmente, por apresentarem-se com localização de fácil acesso, seja no Centro ou em grandes vias de circulação, torna-se mais acessível para a população se deslocar e tornam-se acessíveis para suprir as necessidades desta população urbana e também dos municípios próximos, como Esteio e Sapucaia do Sul são exemplos.

Na história do comércio, o mercado e o supermercado são os representantes extremos da evolução dos lugares destinados à troca de alimentos, onde cada um tem seu lugar. Conforme as cidades iam crescendo novas condições foram sendo impostas para o comércio e assim, foram se desenvolvendo novas maneiras para possibilitarem a troca. (SILVA, 2003, p. 33)

Outra forma de aquisição de alimentos é a compra em estabelecimentos atacadistas, aos quais até mesmo comerciantes utilizam para preencher o estoque de seus estabelecimentos comerciais de menor porte: como minimercados e armazéns. A população também encontra possibilidade de comprar itens como até mesmo da cesta básica em maior quantidade e por um preço inferior ao do varejo. Canoas apresenta também um destes estabelecimentos que também é de grande porte por estocar vários itens e de grande demanda: da rede MaxxiAtacado (localizado junto ao supermercado da rede Walmart entre as vias de circulação BR-116 e a BR-386). Na figura 4 poderemos identificar a localização destes principais espaços de consumo em Canoas e como estes estão distribuídos, e até mesmo em conjunto com a área central da cidade.



Figura 4. Disposição dos equipamentos comerciais em Canoas. Elaborado por: Anderson Múller Flores. Imagem obtida pelo Google Earth.

Através da identificação e da preponderância que os espaços de consumo exercem sobre o espaço urbano de Canoas, não podemos deixar de mencionar como o setor financeiro é presente nesta cidade, já que muitas das transações de pagamento e depósitos são também consideradas atividades do setor terciário da economia. Será que as instituições financeiras se concentram próximas a estes espaços de consumo ou até mesmo dentro destes? Canoas por ser uma das cidades com maior potencial de consumo do país também apresenta uma alta circulação de capital? Isto tudo é importante se perguntar para entendermos como o consumo é efetivado e distribuído nesta cidade.

3.2 O setor de finanças e suas instituições em Canoas

Com a estabilização econômica proporcionada pelo Plano Real a partir de 1994, o Brasil obteve as primeiras condições de angariar em seu território as novas modalidades do neoliberalismo. Novos agentes econômicos começaram a se implantar no país através de novas

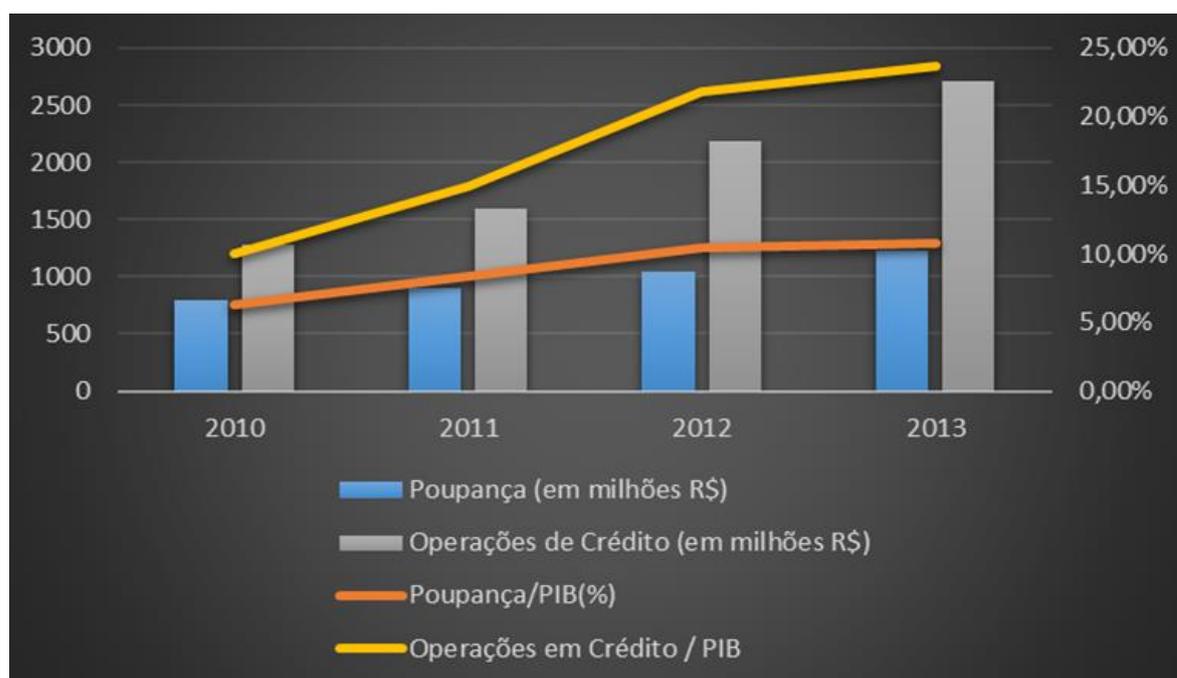
atuações econômicas: houve o incipiente uso do fluxo de capital, a abertura financeira, o atrativo de financiamentos e a reestruturação do sistema bancário nacional.

“O plano teve também consequências sensíveis para a população brasileira como um todo, principalmente pelo fato de ter aumentado o acesso a certos bens de consumo para populações de baixa renda (Rocha, 1999, 2005). Mas o processo de estabilização da moeda trouxe, fundamentalmente, a melhoria do chamado “ambiente de investimento” para os grandes atores do cenário econômico globalizado. Esse raciocínio permite que pensemos no Plano Real como uma estratégia para aumentar a funcionalidade do território brasileiro para os grandes atores da economia global. (CONTEL, 2009 p.121) ”.

Com a melhoria do cenário econômico percebe-se que o consumo também foi estimulado com o aumento da renda e o controle da inflação para a aquisição de bens e serviços para a população. No entanto, podemos verificar que o setor de finanças também é um aliado no aumento proporcional do consumo.

E será como este setor financeiro funciona em Canoas? Obtendo dados recentes chegamos a alguma possibilidade de interpretação deste setor nos últimos anos neste município, como mostra o gráfico 7:

Gráfico 7. Evolução das transações financeiras em Canoas no período 2010-2013:



Elaborado por Anderson Müller Flores (2016). Fonte: IBGE.

Percebe-se que na comparação de 2011 com o ano de 2012, Canoas não somente aumentou vertiginosamente a participação do setor de serviços como também houve um grande aumento na participação das operações de crédito em relação ao produto interno bruto do município. As operações de crédito em relação à poupança – mesmo esta última ter apresentado um leve aumento também na participação financeira da cidade, também acusou um cenário diferente: sendo superada cada vez mais pelas operações de crédito.

Identificamos que quanto maior a disponibilidade de renda maior a quantidade investida na poupança mas ao mesmo tempo mais a renda é investida em operações de créditos e fluxo de capital é estimulado. Assim, pergunta-se onde e como estas operações são realizadas, e através desta maior participação das transações financeiras iremos abordar o quanto as instituições financeiras são importantes na prestação destes serviços.

- **Instituições Financeiras (os bancos):**

Um dos principais atores econômicos e presentes no ambiente das cidades desde o surgimento do mercantilismo, são os bancos. Com a implantação do plano real, o sistema bancário nacional passou por vários processos de privatização principalmente pela nova política de menor interferência estatal e pela política de reestruturação e informatização deste sistema – PROES e o PROER. A acessibilidade aos serviços financeiros aumentou e houve um maior aparecimento de fixos financeiros geográficos: agências bancárias e caixas eletrônicos, como exemplo, principalmente onde os fluxos de capital eram mais intensos: no espaço urbano.

“Nesse sentido, parece também importante verificar a evolução da concessão de crédito na escala local do território, e daí nossa preocupação em entender melhor a relação das finanças com algumas das dinâmicas urbanas atuais do espaço nacional”. (CONTEL, p.128, 2009)

As agências bancárias são exemplos de fixos geográficos; SANTOS (1996) em: A Natureza do Espaço, especifica que estes fixos geográficos são elementos fixados em um lugar e que ao mesmo tempo permitem ações que modificam este próprio lugar e que consequentemente recriam e inauguram novos fluxos. Ou seja, as agências bancárias ao se instalarem próximas às principais vias de maior circulação, como em Canoas, recriam fluxos e inauguram novas ações: maior facilidade dos espaços de consumo oferecerem aos consumidores a possibilidade de resolverem qualquer questão financeira e até mesmo destes próprios espaços controlarem seu fluxo de caixa.

Percebe-se que há um adensamento de instituições financeiras no centro tradicional de Canoas e a maioria está localizada próxima da rodovia federal BR-116: que concentra proximamente os principais espaços de consumo da cidade. Contudo, constata-se que a localização destes espaços de consumo e das instituições financeiras tornam-se viáveis para a população e para o próprio município localizarem-se próximo aos eixos de grande fluxo e movimentação.

Verifica-se que ao longo do período 2010 a 2016 o número de instituições bancárias saltou de 34 para 41. As principais correspondentes bancárias presentes em Canoas são: os grupos estatais (Banrisul, Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal) e os grupos privados: Bradesco, Itaú, Santander e Sicredi. Observa-se então uma pequena predominância das agências bancárias estatais (22 agências) em Canoas do que as privadas (19 agências). Em comparação com 2010, houve um acréscimo de instituições de ambas as categorias, mas continuando sobrepondo-se as instituições públicas sobre as privadas.

Após identificarmos os espaços de consumo e como as finanças e suas instituições se distribuem e atuam em Canoas, podemos averiguar a partir destas percepções se realmente há a formação de centralidades e como atuam no espaço urbano deste município. É o que veremos a seguir no próximo capítulo.

4. AS NOVAS CENTRALIDADES EM CANOAS

Neste Capítulo iremos realçar a composição dos fatores para explicar a relação do setor terciário com o consumo e conseqüentemente deste para com a formação de novas centralidades no espaço urbano canoense. Retratando as centralidades através dos três setores principais: Norte, Central e Sul; e a relação destas áreas com as novas expansões imobiliárias que a cidade apresenta.

4.1 Relação Consumo urbano e Centralidades:

Devemos lembrar que conceituamos o consumo urbano como a apropriação de bens e serviços devido as necessidades do consumidor dentro do espaço urbano, que também referenciamos como um conjunto de diferentes usos de terra e complexidades dentro de uma cidade. Sendo assim podemos classificar o ato de consumir e o próprio consumidor urbano como uma função derivada de um ator para a aquisição de objetos para atender as suas necessidades, ou seja, concentrando em um devido “*locus*” uma dinâmica polarizadora que corrobora para a conceituação que vimos anteriormente no significado de centralidade.

Para explicar algumas das atividades das áreas centrais, principalmente no estudo do espaço urbano, BARRETO (2010) destaca a área central por ser utilizada como uma área polarizadora de grandes fluxos de pessoas que as utilizam para tratar de assuntos pessoais e fazerem compras, já que neste lugar predominam as atividades do setor terciário. Não obstante, como tratamos de espaço urbano e este se configura pelo seu uso do solo, o autor também faz referência à intensidade da área central de ofertar uma demanda grande de empregos para a formação, manutenção e até mesmo à dinamização desta área central. Da mesma forma se refere Milton Santos:

“A integração territorial é resultado dos processos de consumo, que também hierarquizam o espaço segundo as potencialidades de demanda e de oferta”. (SANTOS, 1996 p. 191)

O setor de serviços é responsável pela predominância das atividades na área central de Canoas, como vimos anteriormente no mapa 2 e conjuntamente com os espaços de consumo – atores da função econômicas do setor terciário - tornam-se ao mesmo tempo centralidades pois atraem um grande fluxo de pessoas para tratarem de seus assuntos: como o consumo para satisfazerem suas necessidades no domínio urbano, como também centros de geração de

empregos e decisões econômicas. Imagina-se a quantidade de equipamentos comerciais e a gama de serviços a serem prestados à população que demandam desde o uma loja em um *shopping center*, ou um hipermercado ou banco possuem importância na dinâmica do dia-a-dia. Somente nos *shoppings-centers*, a ABRASCE (Associação brasileira dos *shoppings-centers*), de 2010 a 2013 houve um acréscimo de mais de 120.000 empregados neste setor em todo o país.

Tabela 6. Número de pessoas contratadas pelo regime CLT em Canoas:

Atividade Econômica	2010	2011	2012	2013
Extração Mineral	16	18	16	20
Ind. Transformação	18.320	18.664	17.668	17.568
Serv. Ind. Util. Publ.	600	616	595	637
Construção Civil	6.886	7.040	9.513	9.766
Comércio	17.475	18.380	19.527	19.957
Serviços	34.451	35.699	36.816	37.980
Adm. Pública	489	313	368	358
Agropecuária	43	43	44	35
Total	78.280	80.773	84.547	86.321

Elaborado por Anderson M. Flores (2016). Fonte: CAGED – Ministério do trabalho e emprego.

Verifica-se que mais da metade dos empregados pelo regime da CLT (Consolidação das leis trabalhistas), no período analisado, exercem atividades no setor terciário: serviços e comércio – mais de 60%, em 2013. Corroborando então de que o setor terciário em Canoas também não somente predomina a maior parcela do que é produzido na cidade, mas como também o que mais emprega pessoas: revelando sua importância no espaço urbano de Canoas.

O IPEA (Instituto de Pesquisas econômicas avançadas) corrobora com a dimensão de centralidades ao visar também a densificação não só de pessoas, mas também de atrativos de emprego. (ANAS; ARNOTT; SMALL, 1998) ao quantificarem a dimensão de uma centralidade - o padrão de distribuição de empregos é um fator primordial nos estudos urbanos para se identificar uma centralidade. E se notamos no espaço canoense uma ampla atratividade de empregos no setor terciário e quase todos os bairros possuírem mais de 80% de suas economias advindas desse setor, torna-se crucial se entender e identificar centralidades nesta cidade.

4.2 A centralidade tradicional de Canoas – o bairro Centro

A centralidade tradicional remonta ao processo histórico de formação de seu espaço, ao qual primeiramente concentrava no sítio urbano o poder político: a prefeitura, a câmara de vereadores, a igreja, a praça municipal – conhecida em muitos municípios no país como a praça matriz - onde historicamente se concentrava o poder de decisões políticas do município. Ao passo que em seu entorno se concentraram então a sede de empresas e instituições financeiras que também participam do poder político através de sua participação econômica e com isto servindo e completando o espaço central histórico e tradicional com o comércio que interligava o centro polarizador de decisões administrativas aos bairros residenciais. Então servindo às populações urbanas com serviços desde: cabeleireiros, lanchonetes, lojas de roupas e calçados, farmácias e inúmeros outros tipos de entrepostos comerciais.

Esta centralidade tradicional e primeiramente “centralidade social” de um município, como afirma BARRETO (2010, p.37) é vinculado ao todo da cidade por vias rápidas e assim sendo utilizadas essas vias para a construção das primeiras grandes edificações e também como áreas de captação das diferentes práticas do uso do solo urbano. Assim como o tempo, estas vias foram acumulando prédios com conjuntos comerciais, escritórios, consultórios e residências de alto valor perante as outras áreas mais periféricas e longínquas do “*locus*” onde se decidia o rumo político e econômico do município.

O centro de Canoas é um bairro que se desenvolveu desta mesma forma: abrigando o centro administrativo (prefeitura), os primeiros edifícios de maior número de gabarito com escritórios e consultórios, um “calçadão comercial”, a localização ao lado e entre as principais rodovias de maior fluxo – a BR-116 e suas avenidas adjacentes: a Avenida Guilherme Schell e Getúlio Vargas conjuntamente com os terminais de ônibus municipais e a estação de trem metropolitano (TRENSURB). Além de também concentrar como vimos anteriormente grande parte dos espaços de consumo e das instituições financeiras enriquecendo seu poder polarizador como uma verdadeira centralidade: agregando complexidades e dinâmicas sociais, políticas, econômicas; fixos, fluxos e técnicas neste mesmo espaço.

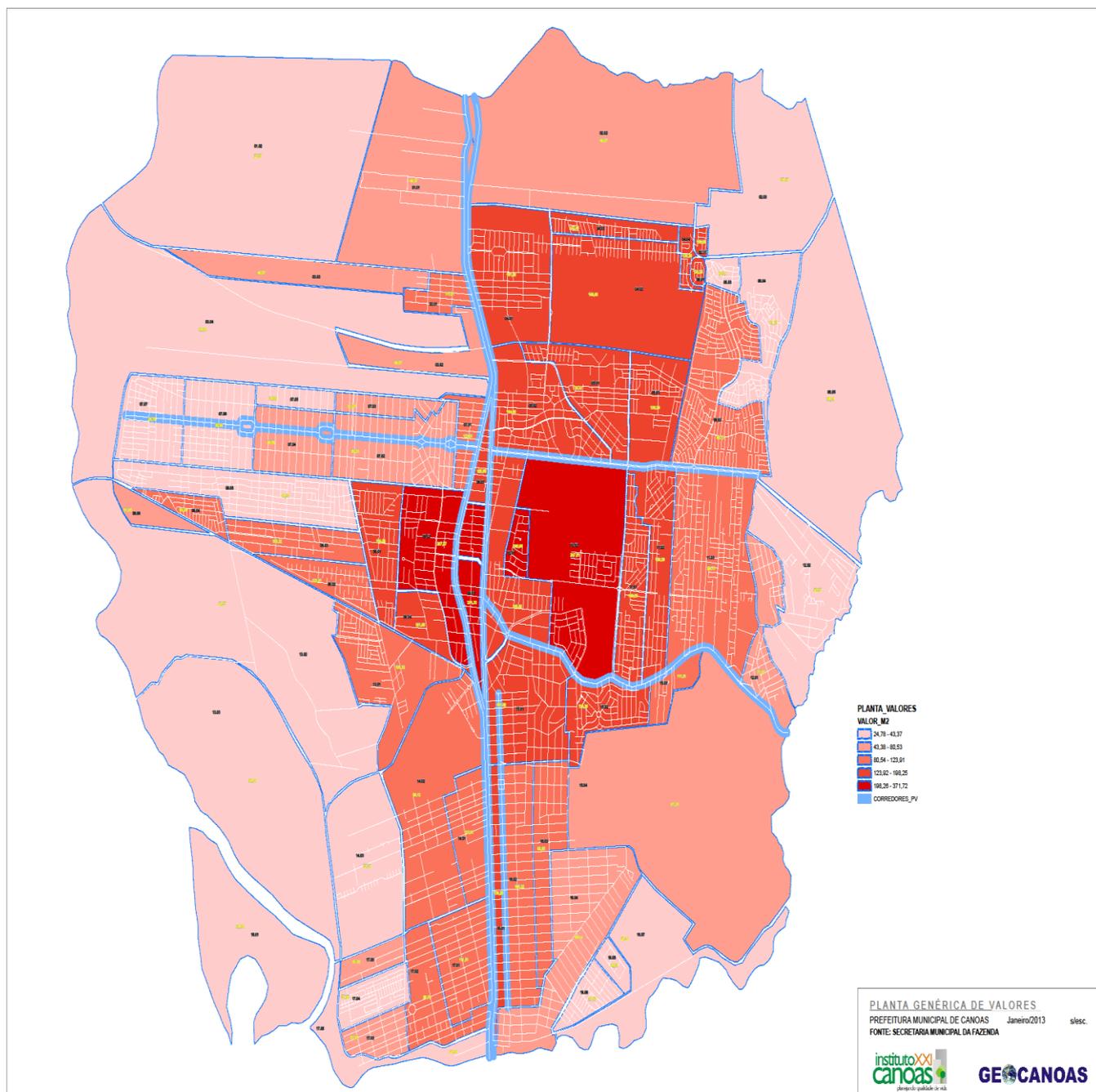


Figura 5. Calçada central de Canoas e a concentração de estabelecimentos comerciais. Imagem obtida pelo Google imagens.

No ano de 2014, segundo dados do Instituto Canoas XXI, o Centro de Canoas contava com uma população de 15.402 habitantes em uma área de apenas 3km². Percebe-se uma alta densidade demográfica neste bairro como também verificamos uma grande densidade de prédios de alto gabarito que tradicionalmente padronizam a paisagem dos centros tradicionais das cidades através de uma paisagem urbana verticalizada.

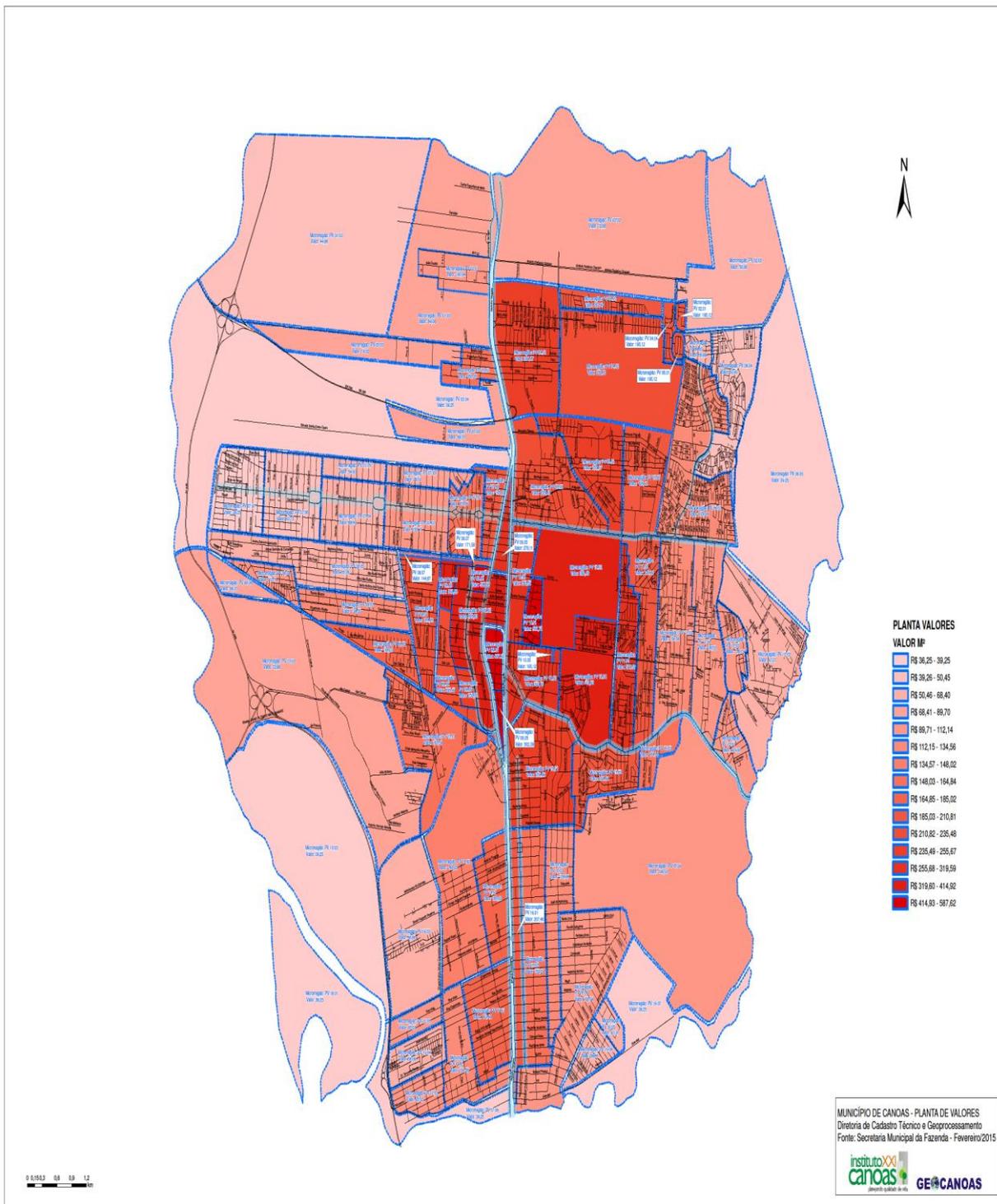
Por concentrar também uma grande densidade de prédios também devemos verificar se em relação com o resto da cidade há uma maior valorização do solo urbano neste bairro, principalmente por concentrar inúmeras atividades polarizadoras do espaço canoense através de seu intenso uso do solo. Nos mapas 4 e 5 iremos relacionar o valor do solo urbano por m² por todo o município de Canoas e fazer uma comparação com o presente crescimento do valor da terra como mercadoria: analisando os anos de 2013 e 2015:

Mapa 4. Valor do solo urbano de Canoas (2013):



Elaborado pelo Instituto Canoas XXI. Fonte: Secretaria Municipal da Fazenda.

Mapa 5. Valor do Solo urbano de Canoas (2015):

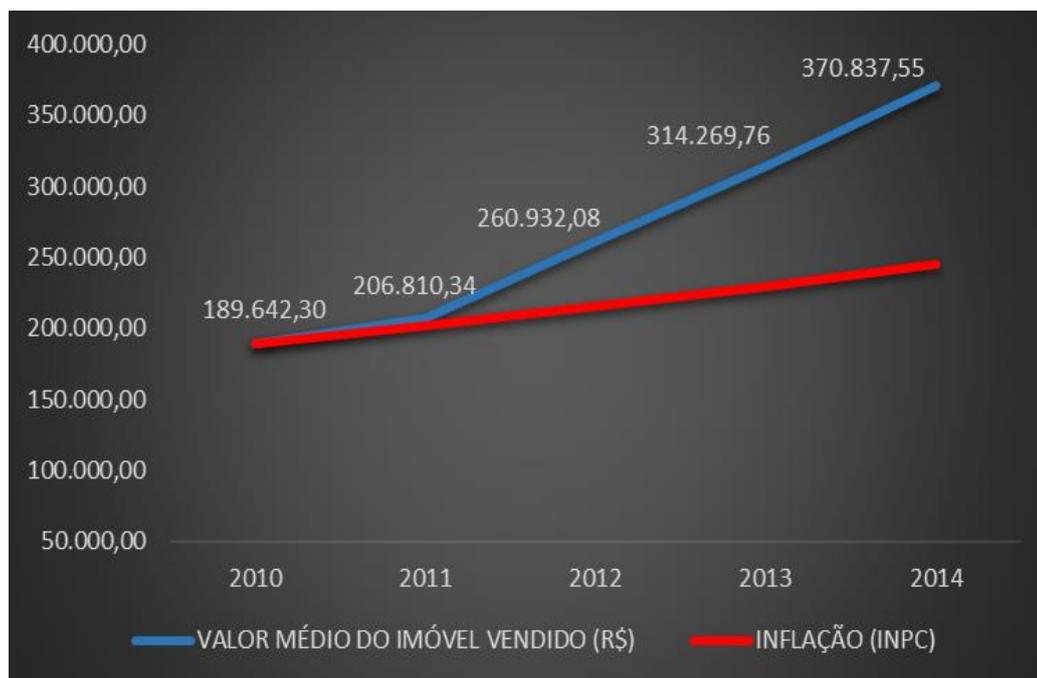


Elaborado pelo Instituto Canos XXI. Fonte: Secretaria Municipal da Fazenda.

Verifica-se que em 2013, apenas a área do bairro Centro e a porção Leste do bairro Marechal Rondon – bairro de classe média alta, apresentam os maiores valores do solo urbano de Canoas e as áreas periféricas os menores valores. Comparando com o ano de 2015, o bairro Centro e todo o bairro Marechal Rondon ainda continuam com os maiores valores do solo urbano de Canoas, porém houve uma maior valorização dos bairros Igara e São Luís – ao Norte do Marechal Rondon, próximos à BR-116: a Avenida Boqueirão e o complexo da ULBRA (Universidade Luterana do Brasil) também sofreram valorização, como também o bairro Nossa Senhora das Graças, ao Sul do bairro Marechal Rondon.

Somente as regiões mais valorizadas da cidade: a região central onde se concentra a maior parte das instituições financeiras e comercial da cidade e o Residencial Jardim do Lago – localidade no bairro Marechal Rondon são as regiões com o solo urbano mais caro de Canoas – respectivamente: (R\$371,72) e (R\$348,84) o m² e comparando com 2015, em apenas dois anos estas duas mesmas localidades apresentaram uma valorização em média de 59% - muito superior ao da inflação no período: 14% (INPC). No quadro abaixo, notamos que no geral, em Canoas, a partir de 2012 houve um “boom imobiliário” apresentando uma supervalorização do solo urbano:

Gráfico 8. Comparação do valor médio do imóvel vendido e o valor inflacionário no período 2010-2014:



Elaborado por: Anderson Müller Flores. Fonte: ASSOCI-Canoas e Secretaria da Fazenda; índice inflacionário (INPC – índice nacional de preços ao consumidor).

Percebe-se praticamente uma supervalorização dos imóveis em Canoas; no entanto, houve uma tendência nacional no período analisado de crescimento do valor dos imóveis ofertados. O mercado imobiliário brasileiro encontrava-se aquecido devido a forte expansão do endividamento das famílias em relação aos seus salários, pelo crescimento vigoroso do estoque de crédito imobiliário dos últimos anos, e pela expansão da produção da construção civil que movimentou a economia brasileira: constatado por MENDONÇA; MEDRANO; SACHSIDA (2011).

Portanto nos perguntamos: houve uma grande valorização em todo o município? Podemos verificar se há outras centralidades que também interferem no aumento do preço dos imóveis em toda a cidade de Canoas. Ou seja, será que outras regiões também podem polarizar atrativos imobiliários e comerciais valorizando seu espaço e aqueles próximos que o também dinamizam seu poder de influência e de atratividade para atividades econômicas e residenciais, além do centro tradicional e das regiões mais valorizadas? Isto veremos a seguir estudando as novas centralidades e os novos investimentos imobiliários em Canoas.

4.3 Novas Centralidades:

As novas centralidades decorrem no território urbano como uma imposição vertical do capital em diversas escalas modificando então a estrutura urbana e as novas estratégias de revalorização do solo urbano; OLIVEIRA JR. (2010) ainda destaca que as novas centralidades não são apenas originadas pela distância e pelo crescimento horizontal do tecido urbano – estas são apenas: subcentralidades. Assim, se já verificamos que em Canoas houve uma valorização em praticamente todo seu espaço urbano devemos aqui tentar identificar quais são as centralidades e quais as subcentralidades presentes nesta cidade.

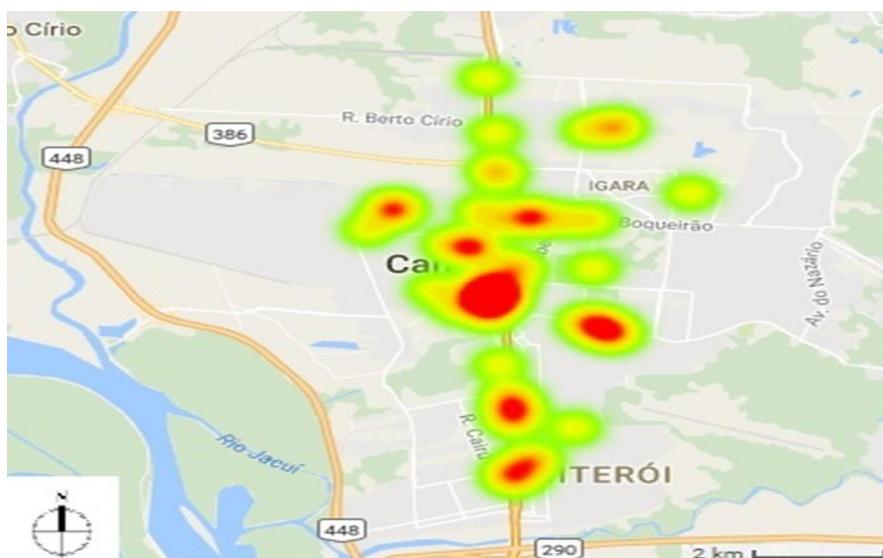
A reconfiguração do espaço urbano com a inserção de novos fixos geográficos – agências bancárias, espaços de consumo, estações de trem urbano e pequenos entrepostos comerciais em seu entorno não interfere imediatamente na importância de atrativos que o centro tradicional já concentra historicamente; apenas o que ocorre é a reorganização de uma centralidade mais renovada e que tende a suprir uma nova demanda, que ao mesmo tempo concorre e complementa com o centro tradicional. O centro tradicional em que este já se apresenta: deteriorado, com altos índices de criminalidade, grande fluxo de pessoas das mais variadas classes sociais e outras complexidades de menor atrativo no espaço urbano; confere às

multicentralidades atenderem grupos sociais com uma dinâmica de demanda diferente do centro tradicional e até mesmo com aporte de renda também diferenciado, ao mesmo tempo, com imóveis e uma configuração mais moderna e atrativa para futuros investimentos imobiliários e conseguinte uma valorização do solo urbano.

“A emergência do referido processo de “popularização, denota uma determinada saturação do centro tradicional ao atendimento às novas estratégias de reprodução e acumulação do capital. Estas estratégias apresentam-se necessárias aos interesses que direcionam as ações dos grupos investidores mais competitivos e, portanto, direcionam também as ações dos grupos menos competitivos, que procuram se inserir em outras expressões de centralidade.” (OLIVEIRA, JR. 2010, pg.5)

A partir disto, refinaremos no espaço de Canoas as principais centralidades presentes no município e um dos principais fatores que utilizamos para nos referirmos à potencialidade do conceito são os espaços de consumo e os locais que concentram maior fluxo de pessoas, capital e onde também o consumo e a demanda de alguns tipos de serviços são estimulados: os *shoppings centers*, hipermercados, estações de trem metropolitano com grande fluxo de pessoas, universidades, hospitais e concentração de entrepostos comerciais e instituições bancárias. Através da identificação destes pontos como referência de formação de centralidades, esta informação é alimentada em um *software* livre do Google: o Google Fusion Tables e a partir deste elabora um Mapa de Kernel (mapa de calor) utilizando o GoogleMaps, ao qual apresenta através de núcleos uma maior densificação das atividades aos quais queremos apresentar. Segue o mapa 6:

Mapa 6. Centralidades de Canoas:

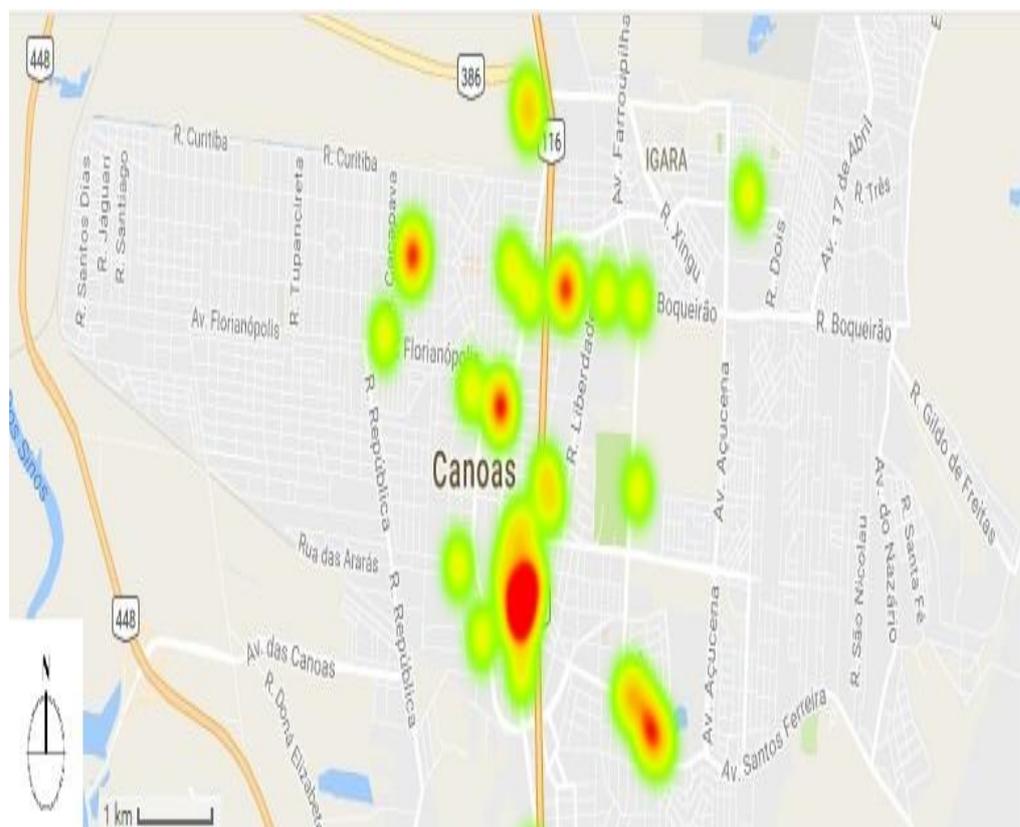


. Elaborado por Anderson Müller Flores (2016). Imagem: Google Maps

Percebe-se então neste setor da cidade que apenas as maiores representatividades de polarização de fluxo de pessoas são as estações do trem metropolitano (TRENSURB) que conecta Porto Alegre-Novo Hamburgo e atendendo neste setor de Canoas as populações residentes como também um grande fluxo de pessoas que trabalham nos complexos industriais e da refinaria de petróleo Alberto Pasqualini. O complexo da Universidade Luterana do Brasil (ULBRA) que ao qual concentra não apenas o fluxo de pessoas na questão da educação superior, mas por também apresentar um hospital importante para a região metropolitana, um complexo esportivo e agências bancárias é considerado uma subcentralidade de importância desconectada da região central da cidade. Assim verificamos que o fluxo de pessoas é extremamente importante na polarização destes equipamentos na contextualização de se definir como uma subcentralidade se expressa nas regiões mais periféricas de um município.

4.3.2 Setor Central:

Mapa 8. Centralidades e Subcentralidades no Setor Central de Canoas:



Elaborado por Anderson Müller Flores (2016). Imagem: Google Maps.

O setor central de Canoas abrange a maior parte da população da cidade abrigando bairros populosos como Harmonia, Mathias Velho e parte do Guajuviras; além de também se localizar os bairros Centro, Marechal Rondon e Igara: que apresentam as classes socioeconômicas com maior renda e também a presença dos bairros Estância Velha e Olaria. Os limites para este recorte foram as Avenidas: Santos Ferreira (Leste) e o limite Sul do bairro Centro e Harmonia (Oeste). Assim para melhor análise deste setor da cidade e que apresenta o maior eixo polarizador de atividades dividiremos em setor central Leste e Oeste mantendo como referência a BR-116 que atravessa o município e este setor da cidade.

- Setor Central Oeste:

Este setor apresenta praticamente um terço da população canoense e a presença do Centro Tradicional – o bairro Centro, e os bairros Mathias Velho e Harmonia – que estão entre os mais populosos da cidade. No mapa 9 observaremos como se comportam as centralidades nesta localidade:

Mapa 9. Centralidades e Subcentralidades no Setor Central Oeste de Canoas:



Elaborado por Anderson Müller Flores (2016). Imagem: Google Maps.

Percebe-se que nesta parte da região central por concentrar maior polarização no fluxo de pessoas na cidade também é a que apresenta a maior concentração de subcentralidades aliadas à centralidade principal do município: o Centro tradicional. Com destaque, o centro tradicional ainda sendo o maior polarizador de atividades comerciais e fluxo socioeconômico e político da cidade há inúmeras subcentralidades até mesmo dentro do bairro Centro e em torno da centralidade principal. Porém ganha destaque a presença de uma outra centralidade: o Canoas Shopping conjuntamente com o hipermercado Carrefour e as subcentralidades de maior expressão: a Avenida Rio Grande do Sul – esta já no bairro Mathias Velho e o Maxxi Atacado – Big (redes de atacado e varejo) no entroncamento das BR-116 e BR-386.

Como já comentamos sobre a disposição do Canoas Shopping no espaço urbano canoense agora devemos relatar a importância dos *shoppings centers* na formação de uma centralidade urbana. (ORTIGOZA, 2009) afirma que o *shopping center* ser um lugar de consumo, encontro e lazer; e que seu uso e apropriação comercial vai se alterando para a busca de uma clientela mais heterogênea:

“A ideia de um espaço elitizado vai sendo substituída pela de um espaço ‘interclasses’. Além disso, uma ‘centralidade lúdica’ sobrepõe-se à ‘centralidade do consumo’, sobretudo na esfera do lazer.” (FRÚGOLI JR, 1992, p. 78)

Os *shoppings centers* concentram inúmeras lojas dos mais variados bens de consumo e inúmeros serviços: todos eles proporcionando maior segurança aos seus frequentadores se compararmos com o centro tradicional que oferece em um espaço aberto e muitas vezes com grande insegurança proporcionado pelo alto fluxo de pessoas. Ou seja, o *shopping center* é um aglomerador: reduz custos e aumenta o lucro em uma única concentração espacial de atividades. Assim, o *shopping center* evoluiu historicamente com o aumento populacional e espacial das cidades possibilitando a descentralização das atividades do centro tradicional aliados com a flexibilização também do transporte público. Assim tornando-se uma nova centralidade a partir da reorganização do capital contemporâneo.

Verificamos esta constatação ao analisar que o Canoas Shopping está localizado entre o Centro e o bairro mais populoso de Canoas: o Mathias Velho, mantendo-se perto do Centro e sendo atendido pela demanda de várias linhas do transporte público que se direcionam ao centro tradicional, ao mesmo tempo localizado entre duas estações do trem metropolitano e ao lado de um grande hipermercado: o Carrefour. Assim, torna-se de grande potencial para atração de

consumidores. Mostra-se também que o consumo é parte importante também da manutenção e dinâmica de uma centralidade juntamente com o fluxo de pessoas e de capital.

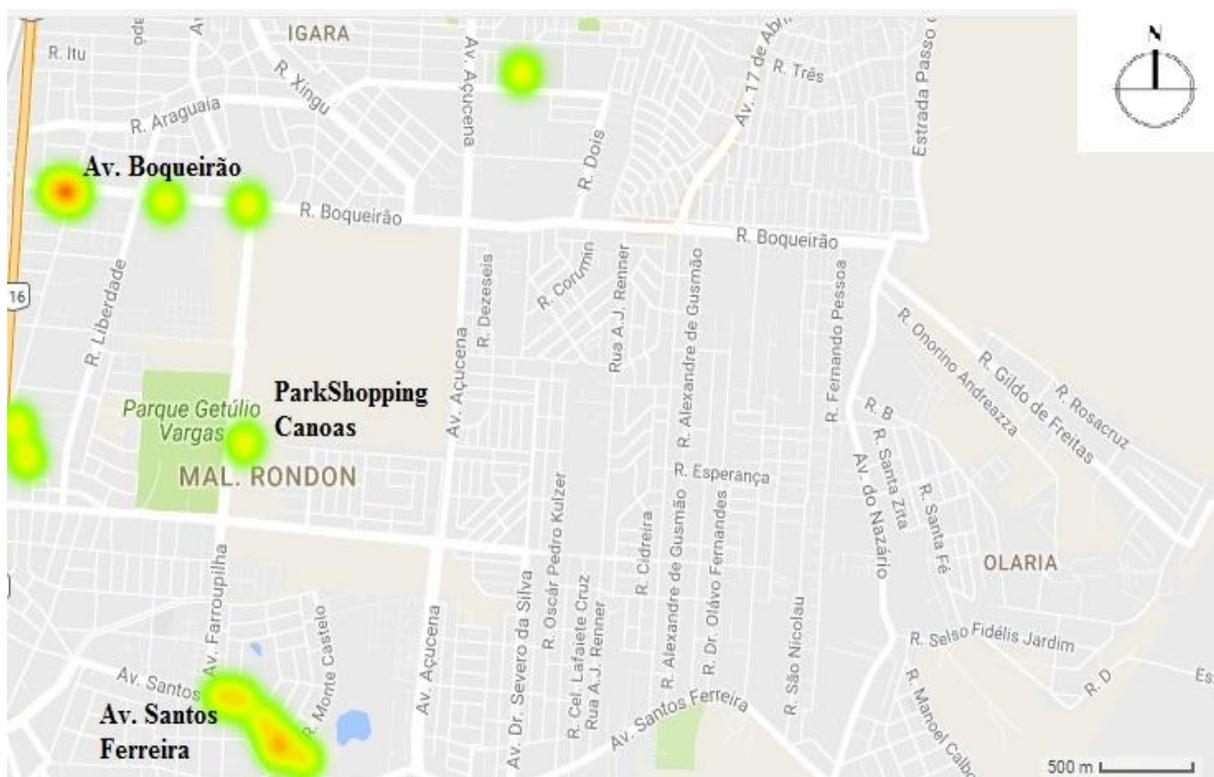
Já a Avenida Rio Grande do Sul em apenas um pequeno trecho de seu logradouro no bairro Mathias Velho concentra atividades comerciais de escala local: correios, lojas de roupas, restaurantes, escolas e também agências financeiras. O Mathias Velho é o bairro mais populoso da cidade e algum tipo de comércio local e mais próximo abastece esta população. Portanto, esta concentração de atividades ao longo do logradouro viabiliza esta via a ser caracterizada como uma centralidade linear.

Também podemos destacar que neste setor do município os hipermercados são grandes polarizadores de fluxos de pessoas, já que encontramos duas grandes redes (Big Wallmart e Carrefour) juntamente com o Canoas Shopping, que também apresenta um supermercado no seu interior. Tornando-se então referências para o consumo de alimentos em domicílio da maior parte destes bairros populosos próximos (Mathias Velho e Harmonia, como também de todo o fluxo rodoviário e ferroviário que perpassam pelo local.

- Setor Central Leste:

O lado Leste da região central compreende os bairros: Olaria, Estância Velha, parte do Guajuviras e os bairros nobres: Marechal Rondon e Igara. Neste setor também se verifica uma grande expansão do investimento imobiliário tanto de classe média: nos bairros Olaria e Estância Velha, quanto investimentos de maior capital – já que no bairro Marechal Rondon se concentram os maiores valores do solo urbano do município (como vimos nos mapas 4 e 5): o residencial Jardim do Lago e outros empreendimentos como o Moinhos de Vento e o futuro *shopping center* de Canoas: o Park Shopping.

Mapa 10. Centralidades e Subcentralidades no Setor Central Leste de Canoas:



Elaborado por Anderson Müller Flores (2016). Imagem: Google Maps.

Neste setor identifica-se apenas uma centralidade linear: a Avenida Boqueirão - que concentra agências bancárias, correios e comércios com grandes marcas do varejo: principalmente do ramo mobiliário e localiza-se entre os bairros Marechal Rondon e Igara (bairros de maior renda) se conecta ao mesmo tempo com a rodovia BR-116. Mas também não podemos deixar de destacar a Avenida Santos Ferreira – divisa entre os bairros Marechal Rondon e Nossa Senhora das Graças (bairros com presença de domicílios com classe socioeconômica B, predominante); porém é caracterizada como uma subcentralidade com potencial para centralidade: concentrando atividades financeiras como agências bancárias, correios e algum tipo de comércio mas ainda em nível local atendendo as populações destes bairros e dos bairros mais distantes: Estância Velha e Olaria – com menor aporte de renda.

4.3.3 Setor Sul:

O setor Sul de Canoas abrange os bairros: Nossa Senhora das Graças, Fátima, Niterói, Rio Branco e Mato Grande. Com isto, a população deste setor também representa um terço da população do município. Mas será que apresenta o mesmo grau de centralidades como o setor Central? É o que observaremos no mapa 11:

Tabela 7. Principais centralidades de Canoas:

Centralidades
Centro Tradicional: Bairro Centro
Carrefour - Canoas Shopping
Centralidades Lineares
Avenida Boqueirão
Avenida Rio Grande do Sul
Subcentralidades de maior influência
Complexo da ULBRA
Big - Maxxi Atacado (Av. Guilherme Schell)
Subcentralidades Lineares de maior influência
Avenida Santos Ferreira
Avenida Getúlio Vargas

Elaborado por Anderson Müller Flores (2016).

Através desta análise de forma detalhada no espaço urbano canoense podemos corroborar que os espaços de consumo urbano e a concentração de atividades terciárias exercem maior influência na dinâmica de fluxos de pessoas e capital na cidade; com isto, também se observa uma desconcentração das atividades do setor terciário além do centro tradicional – evidenciando então esta multicentralidade no espaço urbano de Canoas. Verifica-se então, a distribuição destas centralidades através principalmente ao longo dos principais eixos viários da cidade e do bairro Centro.

A distribuição destas multicentralidades apresenta-se no espaço urbano tanto nos bairros mais populosos em áreas de maior circulação de pessoas e concentração de atividades que abastecem esta população, mas como também em vias urbanas dos principais bairros nobres: Marechal Rondon, Igara e Nossa Senhora das Graças (que apresentam a maior participação de domicílios com a presença de uma faixa de renda média familiar mais alta que os outros bairros de Canoas). Agora, podemos analisar onde se concentram os mais novos empreendimentos da cidade, será que estas centralidades dinamizam seu entorno com novos investimentos e valorização do solo urbano com a especulação imobiliária?

4.4 A dinâmica imobiliária em Canoas

Com a descentralização de atividades do setor terciário para outros setores da cidade e o avanço populacional, novos empreendimentos imobiliários: comerciais e residenciais são estimulados no espaço urbano por seus agentes sejam eles proprietários ou promotores do solo urbano, como também o próprio estado (ente público). As novas demandas de residências, ocupação comercial e até mesmo de estabelecimentos de ordem pública como escolas e postos de saúde são necessitados cada vez mais pelo crescimento horizontal urbano, assim como a criação dos espaços de consumo historicamente para as populações que se concentram fora do eixo central tradicional.

Em Canoas o que podemos observar é que os novos empreendimentos de ordem pública (visualizados na coloração vermelha do mapa 12) se distribuem no município na promoção de loteamentos e residenciais populares do programa minha casa minha vida do governo federal, de projetos de interesse social e reassentamentos. Já na ordem privada (caracterizados pela coloração verde no mapa 12) o que se observa é a construção também de residenciais, porém ofertados para famílias de classe média e média-alta e da instalação de distribuidoras de refrigerantes e calçados (Fruki e Paquetá, respectivamente). Soma-se também empreendimento de maior valor como o futuro ParkShopping Canoas.

Nota-se que o investimento público em Canoas está focado para a população de bairros mais periféricos e os investimentos privados direcionados ao setor corporativo e da especulação imobiliária. Grande parte destes investimentos privados estão localizados na região do orçamento participativo de renda mais alta da cidade: o Igara/Marechal Rondon e em zonas de expansão horizontal urbana, como os bairros: Mato Grande, Fátima e São José. Portanto, podemos identificar que o futuro *shopping center* já está dinamizando a sua área em seu entorno com novas propostas de empreendimento imobiliário e conjunto isto, as novas zonas de expansão urbana também estão recebendo novos loteamentos e daí se faz a pergunta, será que irão surgir novas centralidades a partir destes novos investimentos imobiliários nestas áreas em expansão de Canoas? Abaixo segue o mapa 12 fornecido pelo Instituto Canoas XXI dos novos investimentos imobiliários na cidade ao qual se fez a análise:

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com este trabalho podemos observar que Canoas possui metade de seus domicílios ganhando uma renda média familiar entre um e três salários mínimos e que as diferentes classes socioeconômicas dispõem de forma diferente sua renda nos vários tipos de bens de consumo analisados, porém, é importante ressaltar que a manutenção do lar e alimentação no domicílio foram bens de importante fator de dispêndio de gastos da população canoense indiferente da renda média familiar. Com isto, também verificamos que nos diferentes bairros há representações de classes socioeconômicas diferentes, mas em praticamente todos o setor terciário é presente na composição total de suas economias.

A partir de 2012, a crescente e total predominância do setor de serviços e comércio no espaço urbano canoense também se fez mostrar no “boom imobiliário” que a cidade passou a apresentar. Não somente houve um aumento dos empregos no setor terciário mas como também maiores operações de crédito e o maior número agências bancárias passaram a acrescentar o sistema financeiro da cidade e com isto: novos investimentos como o futuro *shopping center* de Canoas – localizado em uma área de maior poder de consumo e conjuntamente de maior renda entre as famílias traz uma nova perspectiva de direcionamento dos investimentos e da especulação imobiliária para seu entorno.

Contudo, os espaços de consumo e a maior concentração de atividades do setor terciário reúnem um maior fluxo de pessoas e renda na cidade, muitas delas presentes nas principais vias de circulação de Canoas, então possibilitando maior consumo e facilidades obtidas através das operações de atividades financeiras presentes no cotidiano do cidadão urbano. Conseqüentemente novas centralidades e subcentralidades se formam no espaço urbano canoense com a descentralização destas atividades, umas com maior polarização de fluxos e outras com menos.

Podemos então verificar que o consumo hierarquiza e polariza o espaço urbano através destas atividades e juntamente com a expansão horizontal de uma cidade que sofre um processo de metropolização devido sua grande importância na região metropolitana de Porto Alegre. Novos investimentos em conjunto com a especulação imobiliária tornam-se presentes, principalmente após o “boom imobiliário” e a grande representatividade do setor de serviços na economia canoense. Investimentos tanto públicos quanto privados começam a dinamizar o

espaço urbano reorganizando-o com novas estratégias; os investimentos públicos concentrados na periferia atendendo a população que reclama seus direitos ao se sentirem segregadas pela dinâmica do capital flexível e os investimentos privados concentrados em atender as demandas da economia e até mesmo das classes socioeconômicas mais sobrepujantes com a criação de uma área mais desenvolvida e atendendo com maior acesso às infraestruturas em torno de um novo *shopping center* e de novas distribuidoras gerando emprego e fluxo de capital para a economia do município.

Assim concluímos que os espaços onde o consumo urbano se torna concentrador e fortemente presente as centralidades se tornam uma via de acesso local para o consumo tanto para os habitantes do município como também para aqueles que acessam diariamente ou esporadicamente; valorizando então o solo urbano e o diferenciando com um custo muito superior em relação ao restante do município. E os novos espaços de investimento urbano, principalmente privados podem tornar-se no futuro potenciais centralidades ou subcentralidades pois agregam o setor de serviços atendendo ao mesmo tempo tanto a economia quanto às necessidades da população.

REFERÊNCIAS

- ALVES, L.A. **Reestruturação urbana e criação de novas centralidades: considerações sobre os *shoppings centers***. Revista Caminhos de Geografia, v.12, n.37, p.171-184, Uberlândia, UFU. 2011.
- ANAS, A.; ARNOTT, R.; SMALL, K. A. **Urban spatial structure**. Journal of Economic Literature, v. 36, n. 3, p. 1.426-1.464, Sep. 1998.
- ASSOCI. **Dados Estatísticos do mercado imobiliário de Canoas**. Canoas. 2015 <http://associ.org.br/corretores_imoveis_canoas_rs/dados-estatisticos-do-mercado-imobiliario-de-canoas/> Acesso: 01/05/2016.
- BARRETO, R. **O centro e a centralidade urbana – aproximações teóricas a um espaço em mutação**. Cadernos Curso de doutoramento em Geografia. Pg. 23-41. FLUP. 2010.
- BAUMAN, Z. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Zahar, Rio de Janeiro. 2008.
- BRAUDILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Edições 70. 2009.
- CACHINHO, H. **Consumactor: da condição do indivíduo na cidade pós-moderna**. Finisterra, Lisboa, XLI, n. 81, p. 33-56, 2006a.
- CANCLINI, N.G. **Consumers and Citizens: Globalization and Multicultural Conflicts**. 2001
- CONTEL, F.B. **Espaço geográfico, sistema bancário e a hipercapilaridade do crédito no Brasil**. Caderno CRH, v.22, n.55, p.119-134, USP. 2009.
- _____. **As Finanças e o espaço geográfico: contribuições centrais da Geografia francesa e da Geografia brasileira**. RBG, v.61, n.1, pg.59-78. Rio de Janeiro, IBGE. 2016.
- CORRÊA, R.L. **O Espaço urbano**. Ed. Ática. São Paulo. 1989.
- DEMATTEIS, G. **Dictionnaire de la Geographie et de L'espace des sociétés**. Paris: Belin, 2003.
- DOS SANTOS, FELIPE C.A.S. **Desenvolvimento e implementação de procedimentos de pesquisa em geografia do comércio: delimitação, intensidade e especialização de áreas comerciais. Uma proposição para o estudo das áreas centrais em cidades médias**. Anais do VII Congresso Brasileiro de Geógrafos. 2014.
- FEDOZZI, L.; SOARES, P.R.R.; Sternberg, S. Fernandes, Ana C. Flores, A. Região Metropolitana de Porto Alegre: reestruturação produtiva, mercado de trabalho e espaços industriais. In: FEDOZZI, L. e SOARES, P. R. R. (Org.). **Porto Alegre: transformações na ordem urbana**. 1ed. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2015, p. 95-129.
- FEE. **Tabela 1 – Produto Interno Bruto (PIB) total e per capita, estrutura do Valor Adicionado Bruto (VAB) e população dos municípios do Rio Grande do Sul – 2013**. <<http://www.fee.rs.gov.br/indicadores/pib-rs/municipal/destaques/>> Acesso: 24/04/2016.
- FERNANDES, JOSÉ ALBERTO V.; SPOSITO, MARIA E.B. **A nova vida do velho centro nas cidades portuguesas e brasileiras**. Porto, CEGOT. 2012.

- FRÚGOLI JR., H. (Org.); PINTAUDI, Silvana Maria (Org.). **Shopping Centers: espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras**. 1ª. ed. São Paulo: Ed. UNESP, 1992.
- GEORGE, P. **Geografia do Consumo**. São Paulo: Difel, 1965.
- HUBBARD, R.G. e O'BRIEN, A.P. **Introdução à Economia**. 2ªed. 2010.
- IPC MARKETING. **Metodologia do Estudo de Consumo dos municípios**. 2012.
- JIMÉNEZ, A. M. e UTRILLA, S. E. **Los Servicios y el territorio**. Madrid: Editorial Síntesis, 1992 (colección Espacios y Sociedades).
- LACOMBE, F. **Dicionário de Administração**. São Paulo: Saraiva, 2004.
- MANKIW, N.G. **Introdução à Economia: princípios de micro e macroeconomia**. 3ª ed. 2005.
- MDIC. **Relatório sobre a importância do Setor Terciário**. Brasil, 2014.
- MENDES, C.M.[et al.]. **Economia (introdução)**. Florianópolis. UFSC. 2007.
- MENDONÇA, M. J.; MEDRANO, L. A.; SACHSIDA, A. **Avaliando o efeito de um choque de política monetária sobre o mercado imobiliário**. Brasília: IPEA, 2011.
- OLIVEIRA JR., G. **Centro e novas expressões de centralidade em cidades médias: as respostas do centro tradicional na redefinição do velho**. III Colóquio Internacional sobre comércio e cidade: uma relação de origem. UNB. Brasília, 2010.
- ORTIGOZA, S.A.G. **Geografia e Consumo: Dinâmicas Sociais e a Produção do Espaço Urbano**. Rio Claro: Unesp, 2009.
- PEREIRA, R.H.M.; NADALIN, V.; MONASTERIO, L.; ALBUQUERQUE, P.H.M. **Quantificando a centralidade urbana: uma proposta de índice simples e comparação internacional**. IPEA. 2011.
- PINTAUDI, S. A produção de espaços comerciais e de consumo na contemporaneidade. In OLIVEIRA, F. G. et all. (orgs.) **Geografia Urbana: ciência e ação política**. Rio de Janeiro: Consequência, 2014, p.145-154.
- SALGUEIRO, T.B.; CACHINHO, H. Comércio, consumo e (re)produção do espaço urbano. **Apontamentos de Geografia 14**. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa 2002.
- SANTOS, M. **A natureza do espaço**. Ed. USP. São Paulo. 1996
- SASSEN, S. **As cidades na economia mundial**. São Paulo: Studio Nobel, 1998.
- SILVA, C.H.C. **O tempo e o espaço do comércio 24 horas na metrópole paulista**. Unesp, Rio Claro, 2003.
- SILVA E MEIRELLES, D. **O conceito de Serviço**. Rev. Econ. Polít. v.26 n.1 São Paulo jan. /mar. 2006.
- SOARES, P. R. R. **Desconcentração e complexidade metropolitana: as novas centralidades na Região Metropolitana de Porto Alegre, Brasil**. In: Anais do VI Congresso Iberoamericano de Estudios Territoriales y Ambientales - CIETA. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2014. p. 4136-4153.

SPÓSITO, M.E.B. Segregação socioespacial e centralidade urbana. In: VASCONCELOS, P. de A.; CORRÊA, R. L.; SILVANA, M. P. (Orgs). **A cidade contemporânea: segregação espacial**. São Paulo: Contexto, 2013. 61-93.

ZANDONADI, J.C. **Novas Centralidades e Novos Habitats: Caminhos para a fragmentação urbana em Marília (SP)**. UNESP. 2008