VIII Seminário Internacional da LARES
Mercados emergentes de Real Estate:
novos desafios e oportunidades

03, 04 e 05 de Setembro de 2008
São Paulo - SP - Brasil

SHOPPING CENTERS E ESTRUTURA ESPACIAL URBANA

Clarice Maraschin[1]

[1] Arquiteta, Doutoranda em Planejamento Urbano e Regional, PROPUR/UFRGS. Endereço: Av. Cel. Lucas de Oliveira, 1561, apto. 401, Porto Alegre, RS, Brasil, e-mail: oldv@globo.com

Palavras-chave: shopping center, estrutura espacial urbana, impactos urbanos, análise urbana.

ABSTRACT

The paper addresses the relation between shopping centers and urban spatial structure. It analyses the impacts of those equipments on spatial structuring of the urban space. The study assumes that those changes take place in different spatial scales: global and local, and in different time frames: short and long term.
Iguatemi Shopping Center, in Porto Alegre, RS, Brazil, is presented as empirical case. The paper initially focuses on its neighborhood's immediate transformations, considering land prices, levels of personal wealth, accessibility, land use and real estate. After that, it is focused the long term changes, such as local real estate and changes occurred on the shopping center business itself. Finally, this process is discussed in terms of global spatial structuring of Porto Alegre, addressing the impacts on retail polarization and urban growth.

RESUMO

O trabalho aborda a relação entre o shopping center e a estrutura espacial urbana. Seu objetivo é analisar os impactos provocados por aqueles equipamentos comerciais no processo de estruturação espacial da cidade onde se inserem.
A análise desse processo de mudanças parte do pressuposto de que as alterações que emergem a partir da implantação de shopping centers, ocorrem em diferentes escalas espaciais: local e global, e em diferentes temporalidades: de curto e mais longo prazos. O trabalho se desenvolve a partir da análise de um caso específico: o Shopping Center Iguatemi em Porto Alegre, RS. Inicialmente são apresentadas alterações de curto e médio prazos ocorridas no seu entorno, abordando aspectos como a valorização imobiliária, perfil sócio-econômico da população, acessibilidade, uso do solo e mercado imobiliário. Na seqüência, procura-se compreender a dinâmica dessas transformações em termos de mudanças de mais longo prazo, enfocando o mercado imobiliário local e considerando também as readequações que o próprio empreendimento shopping center realizou na sua estrutura ao longo do tempo.
Finalizando, procura-se discutir o significado desse processo em termos da estruturação espacial urbana global de Porto Alegre, analisando impactos na estrutura de polarização comercial e no próprio direcionamento do crescimento urbano.

1. INTRODUÇÃO

O tema da inserção de shopping centers no meio urbano tem sido objeto de estudos, em função da capacidade que tais centros apresentam de provocar transformações em diferentes aspectos no local onde se implantam.

Várias abordagens têm sido praticadas, algumas se originam no âmbito das análises de impactos exigidas pelos órgãos de gestão urbana. Os estudos mais tradicionais nessa área são os que analisam os impactos econômicos do shopping center nas vendas varejistas, remontando aos já clássicos estudos da geografia de mercado. Outra linha de trabalhos também já bastante consolidada analisa o shopping center enquanto pólo gerador de tráfego, abordando impactos na circulação, sistema viário e de transportes. Já na área do planejamento urbano, esse tema não tem a mesma tradição de pesquisa (ver Maraschin, 2008).

Do ponto de vista do negócio, o shopping center constitui-se num empreendimento imobiliário, em que o empreendedor visa remunerar seu investimento através do aluguel das lojas e de um percentual sobre as vendas dos lojistas.

Os shoppings centers são empreendimentos de altíssima rigidez, na medida em que os investimentos para sua implantação estão fundamentados em edifícios de quase nenhuma capacidade de reciclagem funcional e são aplicados para retorno em horizontes longos (Rocha Lima Jr., 1996:16).

O significado disso é que a decisão de empreender deverá ser tomada dentro de padrões de risco baixo, com o suporte de uma análise rigorosa, porque sustentará uma decisão praticamente irreversível e de limitada capacidade de absorver mudanças de estratégias no futuro (Monetti, 1989, 1996).

O investimento em shopping centers é realizado por agentes de grande poder econômico e capacidade de investimento (fundos de pensão, fundos de investimento, grupos de capital estrangeiro, etc.).

Do ponto de vista urbano, estas características colocam em cena um agente comercial completamente distinto do comércio convencional. Isto ocorre em função de diversas peculiaridades que se refletem na relação do shopping center com o espaço urbano.

O planejamento de um shopping center envolve estudos e consultorias que proporcionam ao agente um alto grau de conhecimento da estrutura espacial urbana e de suas tendências de desenvolvimento futuro.

O porte do empreendimento e as condições específicas de sua tramitação para aprovação pelos órgãos de gestão urbana lhe conferem uma alta capacidade de manipulação da estrutura espacial urbana em proveito próprio. Podem-se citar como exemplo as contrapartidas exigidas pelo poder público no sentido de alargamento de vias, construção de viadutos, reassentamento de áreas de sub-habitação, etc.

O fato de o shopping center criar sua própria polarização comercial lhe proporciona relativa independência na localização. O shopping center não necessita localizar-se em pontos comerciais, nem em áreas com densidade consolidada.

Para implantar-se, os shoppings centers necessitam de terrenos com grandes dimensões, para abrigar as funções e, principalmente, o estacionamento, gerando um forte impulso à descentralização urbana.

Nesse sentido, evidenciam-se as diferenças com relação ao comércio convencional. Este último envolve agentes com menor poder econômico, que tomam decisões de investimento com conhecimento parcial da estrutura espacial. Também estão fortemente submetidos à questão locacional, ou seja, a existência prévia de ponto comercial, densidade e acessibilidade.

Este trabalho analisa a relação do shopping center com a estrutura espacial urbana, seu objetivo é analisar os impactos provocados por aqueles equipamentos comerciais no processo de estruturação espacial da cidade onde se inserem. A análise desse processo de mudanças parte do pressuposto de que as alterações que emergem a partir da implantação de shopping centers, ocorrem em diferentes escalas espaciais: local e global, e em diferentes temporalidades: de curto e mais longo prazos.

O estudo empírico que embasa este trabalho provém de pesquisas já realizadas [1][4] sobre o Shopping Center Iguatemi, em Porto Alegre, RS.

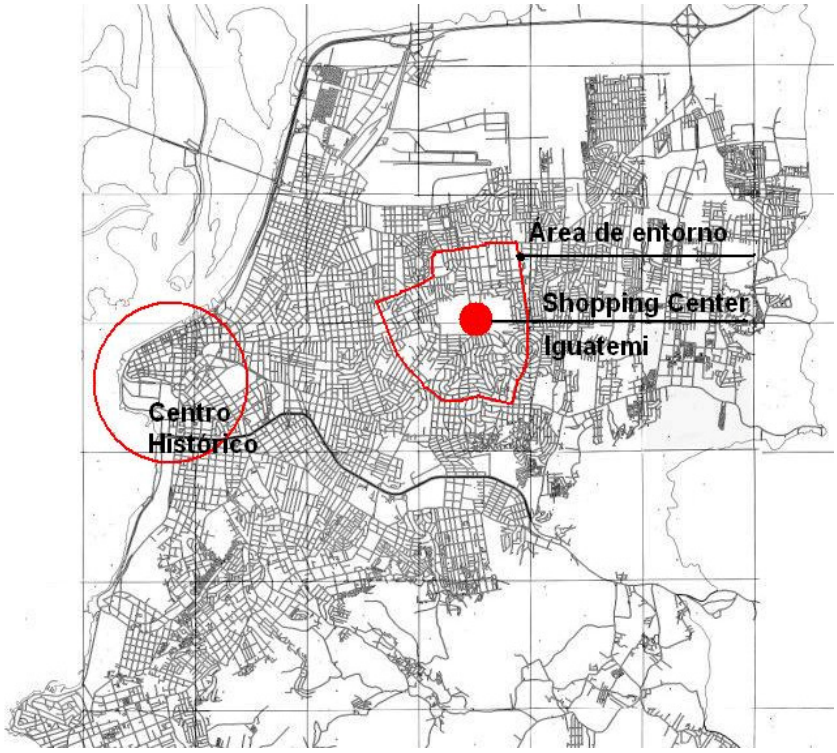
A seqüência do trabalho apresenta, no item 2, o momento inicial de implantação do shopping center, evidenciando as transformações que ocorreram no seu entorno. O item 3 enfoca os desdobramentos dessas transformações e, finalizando, no item 4, discutem-se questões mais gerais sobre a dinâmica urbana de longo prazo.

2. IMPLANTAÇÃO DO SHOPPING CENTER E ALTERAÇÕES NO SEU ENTORNO

2.1. Caracterização do entorno pré-existente ao shopping center

O Shopping Center Iguatemi se implantou na zona leste de Porto Alegre, em 1983 (Fig. 1). Na época, a área era um grande vazio urbano, literalmente os “fundos” de três bairros, os quais tinham uma constituição e vida urbana mais claramente configurada nas frentes às principais avenidas e, no outro extremo, chegavam ao sitio em questão fragmentados e incertos (Maraschin, 1993).

Figura 1: Porto Alegre: localização do centro histórico, do Shopping Center Iguatemi e de sua área de entorno



Os primeiros loteamentos no entorno ocorreram por volta de 1930. Até então a área era praticamente rural, reunindo chácaras e tambos de leite.

A área em questão estava sendo estocada por grande empresa proprietária de terras, que aguardava uma melhor definição do padrão urbano da zona, já que nas fronteiras da área, diferentes situações eram encontradas: um clube de golfe, um bairro de renda média-alta e baixa densidade, outro bairro de renda média-baixa e alta densidade, ainda outro bairro de renda baixa, baixa densidade e primeiras ocorrências de ocupações irregulares de espaços públicos residuais e de reserva para equipamentos. Qualquer um desses padrões poderia, em princípio, ser estendido à área, ou mais de um, com diferentes conseqüências para o mercado imobiliário (Krafta et al, 2005).

A Prefeitura Municipal havia recentemente instituído um novo Plano Diretor (PDDU, 1979), que concebia a área como uma continuação natural e linear de qualquer um e de todos os padrões urbanos encontrados nas suas bordas e, para tal, reservava uma fração da área para um futuro parque público, outra para o prolongamento de uma avenida, bem como fazia incidir sobre o remanescente um regime urbanístico genérico. Em termos gerais, esses regulamentos traduziam um plano de desenvolvimento suburbano para a área, subordinada a duas radiais, que deveriam atuar como linhas de maior tensão urbana a polarizar a região.

Uma população de baixa renda encarava a área como oportunidade de ocupação residencial informal, devido tanto à sua disponibilidade, quanto à condição de ser uma zona recôndita, segregada e distante das vistas de administradores e policiais. A existência de destinação de áreas para futuro uso público facilitava a ocupação, desde que essas áreas não eram vigiadas e controladas com eficácia.

A empresa promotora do shopping center fez seu lance baseada numa visão muito mais aguda e ampla do desenvolvimento urbano da cidade. Viu naquele sítio uma oportunidade de obter terra a preços suburbanos e, com ela, adquirir uma posição metropolitana privilegiada. O privilégio dessa posição, entretanto, somente seria realizável a um equipamento, como aquele, que cria sua própria polarização e independe, assim, da vizinhança imediata (Krafta et al, 2005).

O Iguatemi foi o primeiro shopping center do tipo regional na cidade. Seu público alvo provém das classes de rendas médias e altas, fato que se expressa num mix de lojas direcionado a esse público, bem como no tratamento sofisticado dos espaços internos.

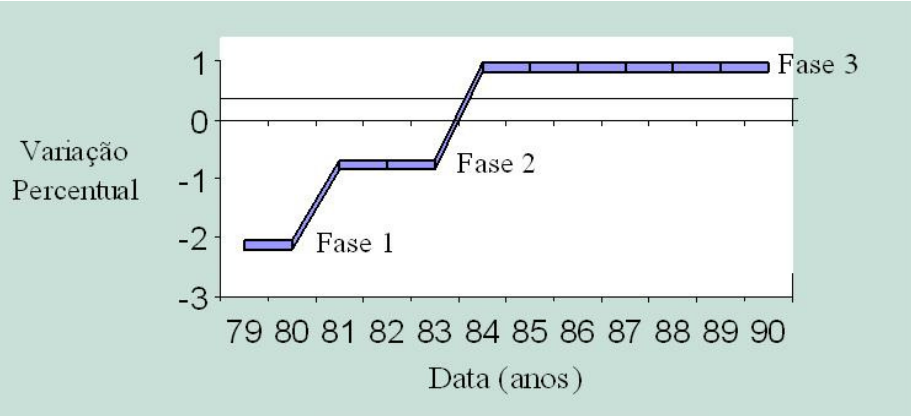
2.2. Alterações provocadas pelo shopping center

Em trabalho realizado em 1993 [4], portanto dez anos após a implantação do shopping Iguatemi, foram analisados aspectos sócio-econômicos (valorização imobiliária e perfil sócio-econômico da população) e físico-espaciais (acessibilidade e padrão residencial edificado) ocorridos no entorno daquele shopping center.

No que se refere à valorização imobiliária, pesquisaram-se preços de oferta de terrenos em jornais, no período de 1979 a 1990, englobando, portanto o momento antes (Fase 1), durante (Fase 2) e após a implantação daquele centro (Fase 3). O trabalho aplicou metodologia rigorosa de avaliação de imóveis, através de inferência estatística (NB-502), que permitiu detectar a influência do shopping na elevação dos preços de terrenos no seu entorno, já a partir do anúncio público da sua implantação (em 1981).

Verificou-se que a valorização imobiliária no local (taxa mensal com relação ao dólar) cresceu mais do que três vezes com relação à existente antes da sua implantação (Fig 2).

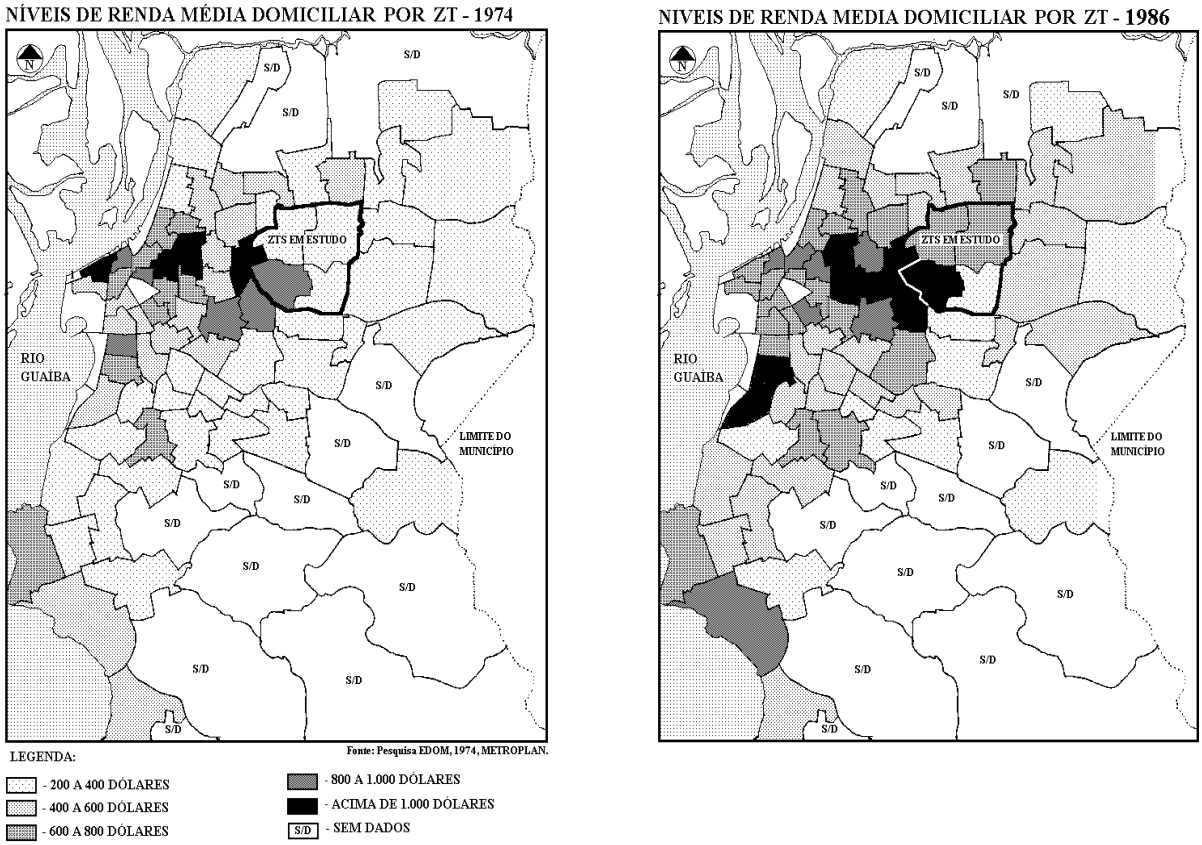
Figura 2: Valorização imobiliária no entorno do Iguatemi em três fases de análise (% em relação ao dólar)



No que se refere à análise do perfil sócio-econômico da população, esta apontou que a renda média da população residente no entorno do Shopping Iguatemi se elevou após a implantação daquele equipamento comercial. Esta elevação da renda ocorreu de forma significativa e acelerada se comparada ao restante da cidade. Nesse sentido, a análise indicou a

presença de uma população com renda média maior que a que residia anteriormente, apontando para um avanço do eixo leste-oeste de altas rendas sobre a área de estudo, conforme ilustra a Fig. 3.

Figura 3: Alteração no Perfil Sócio-Econômico da população no entorno do shopping center



Quanto aos aspectos físico-espaciais, a pesquisa verificou um "salto" na urbanização do seu entorno, a criação de uma nova centralidade na área, fora das previsões do planejamento urbano municipal. Esse "salto" relaciona-se principalmente à grande acessibilidade surgida na área em função da complementação de vias importantes, da presença de transporte coletivo e do aumento das atratividades, especialmente consumo e empregos. A caracterização comercial de algumas vias, principalmente da Av. Nilo Peçanha, configura estas novas atratividades locais. No caso dessa via, verificou-se a situação de casas ainda novas sendo adaptadas ou demolidas para dar lugar às novas funções de comércio e serviços.

O trabalho constatou que, naquele momento, a ocupação residencial era essencialmente um processo de ocupação pelas altas rendas. Tal ocupação se deu mais intensamente nos vazios. Nas áreas onde havia pré-existências de menor renda, esta ocupação refletia ainda uma mistura de altas e médias rendas. No que se refere ao espaço edificado, esta ocupação se traduzia pela

presença das residências unifamiliares em grandes e médios lotes e pelo surgimento das torres, mais intensamente nas grandes avenidas.

O aparecimento destas tipologias diferenciadas (torres), até então inexistentes no local, implica também numa alteração da paisagem, que se verticalizou rapidamente. Pode-se analisar daí um processo de densificação ocorrendo na área, mais especificamente ao longo das vias principais. Este salto na ocupação da área refletiu-se também no nível da legislação de uso e ocupação do solo, que sofreu várias redefinições.

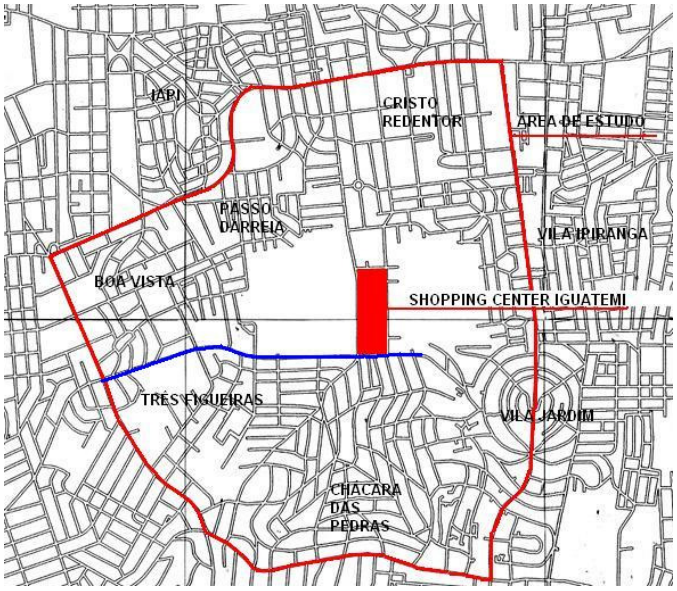
Desta forma, o trabalho concluiu que, dez anos após a implantação do Shopping Iguatemi, os aspectos físico-espaciais alteraram-se de forma significativa na área de estudo.

3. DESDOBRAMENTOS DAS TRANSFORMAÇÕES SÓCIO-ESPACIAIS NO TEMPO

Passados 22 anos da implantação do Shopping Iguatemi, a área de seu entorno foi objeto de nova investigação (Araujo, 2005). Neste trabalho, a autora examina como esse shopping e todo o sistema de acessibilidade que o acompanha estariam influenciando a escolha da localização residencial por extratos de renda. Em outras palavras, busca verificar se, com o passar do tempo, a ocorrência de externalidades negativas não teria modificado a preferência pela localização residencial de altas rendas que marcou o início da ocupação. A análise envolve os anos de 1992 a 2005.

A pesquisa verifica que, após a inauguração do Iguatemi, a Av. Nilo Peçanha (Fig. 4) tornou-se o principal caminho utilizado pelo tráfego veicular, situando entre 2000 e 2005 o momento de maior crescimento do tráfego nessa via. Constata que, nessa via, 63% das residências unifamiliares (com habite-se entre os anos de 1982 e 1989) trocaram de uso para atividades comerciais, entre os anos de 1996 a 2004. O levantamento dos usos comerciais demonstrou que a Av. Nilo Peçanha se apresentava predominantemente residencial até 1990. A partir de 1997 fica clara a nova tendência comercial dessa avenida, atingindo o auge entre os anos de 2000 a 2005.

Figura 3: Localização da Av. Nilo Peçanha (azul) no entorno do shopping Iguatemi



O aumento da acessibilidade na área, após a implantação do shopping center, deve-se também ao aumento das atratividades, ou seja, todo o conjunto de novos comércios e serviços que foram se instalando nas suas imediações são também destino de viagens, geram fluxos e demandam transporte coletivo.

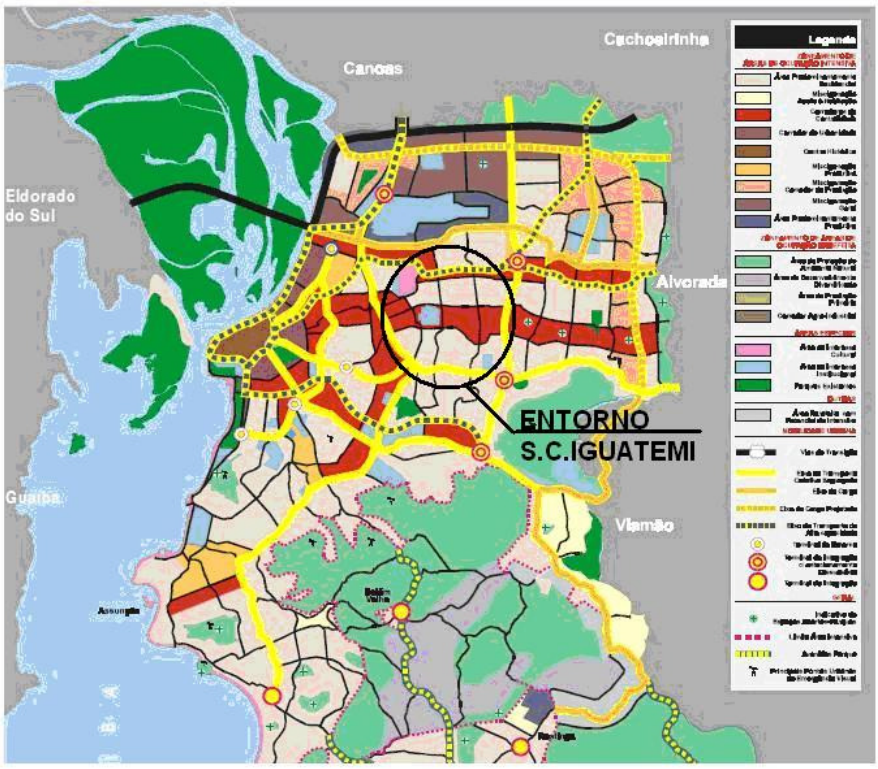
O trabalho detecta um aumento das densidades e uma mudança no padrão construtivo das edificações a partir de um determinado momento. O Shopping Iguatemi atraiu para o seu entorno próximo edificações de padrão de luxo na primeira metade da década de 1990 e de padrão médio na segunda metade dessa década. O trabalho identifica um provável declínio do preço m^2 construído próximo ao Shopping Center Iguatemi a partir de 1997 e um claro declínio do tamanho dos apartamentos ofertados nas imediações do shopping Iguatemi, a partir de 1997. (Araújo, 2005:129)

O bairro mais afastado do shopping nesta área (Três Figueiras) emergiu como alvo dos investimentos residenciais de alta renda, durante todo o período estudado (1992 a 2005).

Dessa forma, a pesquisa constata uma possível correlação entre a presença do shopping center (somados ao fluxo veicular e atividades comerciais na Nilo Peçanha) e a mudança de preferência residencial (refletida no tamanho e no valor do m^2 dos apartamentos).

No que se refere à legislação de uso e ocupação do solo, em 1999, o I PDDUA (Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano e Ambiental) grava uma extensa parte desse entorno como Corredor de Centralidade Nilo-Anita. (Fig 3)

Figura 3: Modelo Espacial do I PDDUA, destacando o entorno do shopping Iguatemi e, em vermelho, o Corredor de Centralidade Nilo-Anita



Na concepção desse Plano, um Corredor de Centralidade é o espaço definido por duas vias estruturadoras principais, visando estimular, entre outros aspectos, a diversidade de usos, a densificação e a estruturação de uma rede de pólos comerciais multifuncionais. Percebe-se aí o estímulo legal para os usos terciários e a vocação de centralidade que se fortalecia nesse momento.

Ao longo desse processo, o próprio shopping center sofreu alterações em termos de estrutura física e arranjo de lojas. Bortoli (2006) verifica que, dez anos depois da inauguração, em 1993, ocorre a primeira grande reforma e ampliação do Iguatemi. O espaço da loja de departamentos Sandiz é remodelado para receber 60 novas lojas e 4 cinemas. Um ano depois, a praça de alimentação é reformada e ampliada.

Em 1997, ocorre a maior reforma no shopping, constituindo-se na construção de dois novos edifícios anexos no extremo norte do shopping, a Alameda da Expansão e o edifício garagem, ocupando o lugar de estacionamentos descobertos. A Alameda recebe 75 novas lojas, uma praça de alimentação e 5 salas de cinema. O edifício garagem conta com 5 pavimentos (1.5000 vagas). A Loja de departamentos Renner é relocada para a extremidade norte e seu espaço anterior recebe um corredor de serviços, além de dois novos restaurantes.

As sucessivas ampliações parecem ainda não ter atendido a demanda de mercado na região, o que deixou aberta a possibilidade de implantação do Bourbon Country em 2001, shopping de características diferentes, de porte pouco maior do que um centro de comunidade (Bortoli, 2005:106)

Em 2003, o Iguatemi agrega mais funções de serviço em área de 2.310 m^2 até então ocupada pelos cinemas. Trata-se de um centro clínico vinculado a um grande hospital da cidade.

Hoje o Iguatemi mantém-se como o maior shopping center da cidade em área bruta locável (36.854 m^2), contando com quatro lojas âncoras, 300 lojas satélites, duas praças de alimentação e cinco salas de cinema, centro clínico-estético e 3.015 vagas de estacionamento.

Esta posição será brevemente ocupada pelo Barra Shopping Sul, um novo shopping center regional, com área maior que o Iguatemi, cuja inauguração está prevista para o final de 2008.

4. SHOPPING CENTER E ESTRUTURA ESPACIAL URBANA: UMA RELAÇÃO DINÂMICA E COMPLEXA.

O caso do shopping Iguatemi permite o estabelecimento de algumas considerações sobre a sua relação com a estrutura espacial, tendo em vista as características específicas dessa situação.

Num primeiro momento após sua implantação, através dos mecanismos de valorização imobiliária e aumento de acessibilidade, o processo resultou numa atração das incorporações imobiliárias para o local, preenchendo vazios com usos residenciais de altas e médias rendas.

Como externalidade positiva, essa densificação atraiu outros comércios e serviços, principalmente ao longo da Av. Nilo Peçanha. Isto também se refletiu no próprio shopping center que, atento à presença de um mercado consumidor não atendido, pratica ampliações de área de lojas e também cria novas áreas de apoio e serviços. O aumento das áreas de alimentação evidencia o fato de que o entorno do shopping center está se transformando numa área de centralidade, havendo necessidade de atender o público que trabalha no entorno e demanda serviços e alimentação.

Verifica-se também o reconhecimento desse novo patamar de centralidade pelas próprias normas do Plano Diretor. Passa-se de uma regra genérica estabelecida desde 1979 (I PDDU) para a possibilidade de construções em maior altura nas vias principais em 1987 (Alterações Posteriores no plano). Finalmente, em 1999, o PDDUA reconhece e estimula uma nova área de centralidade urbana, antes inexistente.

Essa nova dinâmica vai também gerar externalidades negativas, refletindo-se se no mercado imobiliário. A partir de um determinado momento, por volta do ano de 1997, as residências de alta renda vão demonstrar tendência de sair de locais mais próximos ao shopping center buscando novas áreas de crescimento. O preço da área construída tende a diminuir, indicando um predomínio do padrão médio de construção. As densidades se elevam e o tamanho médio dos apartamentos também diminui.

As oportunidades espaciais geradas a partir da inserção do shopping center transformam-se com o andamento do processo de estruturação espacial.

Nesse sentido, visualiza-se a complexidade da interação do shopping center com a estrutura espacial. No início do processo, após sua implantação, o shopping center criou condições para a expansão desse setor da cidade, abrindo caminho para uma ocupação pelos altos estratos de renda.

Nessa apreciação, a implantação do Iguatemi teria provocado uma aceleração do processo. Em outras palavras, ao reforçar certas condições potenciais na área, teria contribuído

na confirmação de uma tendência mais geral para aquela área, que era de ser uma continuação dos bairros de alta renda.

Se, por este ângulo, o Iguatemi foi um fator de continuidade no processo esperado de estruturação da cidade, há que se ter em vista que este shopping center teve características de exacerbar este processo. O Iguatemi teve um papel determinante na criação de uma ótima localização para os investimentos imobiliários em Porto Alegre, que afluíram maciçamente para o seu entorno. Uma parte significativa das incorporações imobiliárias na cidade convergiu para aquele local, que aliava as vantagens de contar com áreas disponíveis e ainda a baixos custos e cujo produto poderia ser oferecido no mercado aos preços dos bairros de alta renda já tradicionais, gerando-se nesse processo um lucro maior para os investidores.

Pode-se cogitar que, caso não houvesse a presença do Iguatemi, todo este volume de construção poderia estar em outra área, seja concentrado num único local ou diluído em diversas áreas. A urbanização poderia ter se intensificado em outros pontos, criando novas centralidades e induzindo a que a própria cidade tivesse um aspecto diferente.

Outra hipótese é que tal volume de construção talvez só tivesse sido atingido na área estudada num prazo muito maior do que ocorreu.

Com relação a qualquer uma destas hipóteses, a realidade demonstrou que o shopping center influenciou o desenvolvimento daquele lugar específico e com aquela intensidade, rapidez e tipo de ocupação.

Com o desenrolar do processo de estruturação espacial, novas forças entraram em cena, modificando as condições existentes, resultando em outros tipos de ocupação. A criação de uma nova centralidade comercial naquele local, fato não previsto pelo planejamento urbano municipal, também repercutiu na estrutura de polarização da própria cidade. Por muito tempo esse novo centro seguirá atraindo comércios e serviços, até que se estabeleça um ponto de saturação e novas áreas passem a ser exploradas.

Desta forma, pode-se verificar a amplitude da interação que se dá entre o shopping center e a estrutura urbana espacial, repercutindo inclusive no processo mais global de estruturação espacial da cidade.

Ao concluir, destaca-se a importância da investigação dessa questão, no sentido de que a inserção dos shoppings centers nas cidades possa ser mais bem compreendida e administrada por parte do planejamento urbano e, conjuntamente, dos diferentes setores da sociedade.

5. REFERÊNCIAS

[1] ARAUJO, Rozana R. *A Dinâmica da Estruturação dos Estoques Residenciais Urbanos – Estudo de Caso: O Entorno do Shopping center Iguatemi, Porto Alegre, RS*. UFRGS/PROPUR, Dissertação de Mestrado, Porto Alegre, 2005.

[2] BORTOLI, Fábio. O Shopping Center em Porto Alegre. UFRGS/PROPAR, Dissertação de Mestrado. Porto Alegre, 2006.

[3] KRAFTA, Rômulo; FERNANDEZ, Felipe; MARASCHIN, Clarice e PAVLICK PEREIRA, Mariana. *Cidade, essa Emergência Estruturada.* In: Encontro Nacional da ANPUR, 2005, Salvador. Anais do XI Encontro Nacional da ANPUR, Salvador, 2005.

[4] MARASCHIN, Clarice. *Alterações Provocadas pelo Shopping center em Aspectos da Estrutura Urbana, Iguatemi, Porto Alegre, RS.* UFRGS/PROPUR, Dissertação de Mestrado, Porto Alegre, 1993.

[5] MARASCHIN, Clarice. *O Shopping center e seus Impactos Urbanos*. II CINCCI - Colóquio Internacional sobre Comércio e Cidade, Laboratório de Comércio e Cidade - LABCOM, Anais do Congresso, FAUUSP, São Paulo, 2008.

[6] MONETTI, Eliane. *Análise de Riscos do Investimento em Shopping Centers*. Tese (Doutorado), Escola Politécnica, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.

[7] MONETTI, Eliane. *Shopping Centers: Uma Abordagem do Dimensionamento do Potencial e das Áreas de Venda.* Dissertação de Mestrado, Escola Politécnica, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1989.

[8] ROCHA LIMA JR., João da. *Planejamento de Shopping Centers*. Ed. Plêiade Ltda, 1º ed., São Paulo, 1996.