



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

ANDERSON MÜLLER FLORES

**BAIRRO MARECHAL RONDON: TRANSFORMAÇÕES NO ESPAÇO URBANO A  
PARTIR DA IMPLEMENTAÇÃO DO PARKSHOPPING CANOAS**

PORTO ALEGRE

2019

ANDERSON MÜLLER FLORES

**BAIRRO MARECHAL RONDON: TRANSFORMAÇÕES NO ESPAÇO URBANO A  
PARTIR DA IMPLEMENTAÇÃO DO PARKSHOPPING CANOAS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Geografia.

**Área de Concentração:** Análise Territorial

**Orientador:** Prof.Dr. Paulo Roberto Rodrigues Soares

PORTO ALEGRE

2019

**ANDERSON MÜLLER FLORES**

**BAIRRO MARECHAL RONDON: TRANSFORMAÇÕES NO ESPAÇO URBANO A PARTIR DA IMPLEMENTAÇÃO DO PARKSHOPPING CANOAS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Geografia.

**Banca Examinadora:**

Prof<sup>a</sup>.Dr<sup>a</sup>. Rosa Maria Vieira Medeiros – POSGEA/UFRGS

---

Prof<sup>a</sup>.Dr<sup>a</sup>. Judite Sanson de Bem – UNILASALLE

---

Prof.Dr. Solismar Fraga Martins – PPGGEO/FURG

---

Prof. Dr. Paulo Roberto Rodrigues Soares (Orientador) – POSGEA/UFRGS

---

PORTO ALEGRE

2019

## CIP - Catalogação na Publicação

Flores, Anderson Muller  
BAIRRO MARECHAL RONDON: TRANSFORMAÇÕES NO ESPAÇO  
URBANO A PARTIR DA IMPLEMENTAÇÃO DO PARKSHOPPING  
CANOAS / Anderson Muller Flores. -- 2019.  
102 f.  
Orientador: Paulo Roberto Rodrigues Soares.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do  
Rio Grande do Sul, Instituto de Geociências, Programa  
de Pós-Graduação em Geografia, Porto Alegre, BR-RS,  
2019.

1. Bairro Marechal Rondon. 2. Espaço Urbano. 3.  
ParkShopping Canoas. 4. Shopping Center. I. Soares,  
Paulo Roberto Rodrigues, orient. II. Título.

## AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a todos que ajudaram e apoiaram no desenvolvimento deste trabalho, desde o apoio até contribuições para estruturá-lo.

Primeiramente, o agradecimento à Universidade Federal do Rio Grande do Sul e ao Instituto de Geociências que contam com sua infraestrutura tanto de biblioteca quanto de laboratório para realizar as inúmeras idas à universidade, refletir e desenvolver todo este trabalho.

Segundo, ao corpo de docentes do programa de Pós-Graduação em Geografia, em especial ao meu orientador Prof.Dr. Paulo Roberto Rodrigues Soares, que com suas aulas e apoio teórico-científico e metodológico ajudaram a desenvolver este trabalho.

Terceiro, um agradecimento à família e amigos que apoiaram a minha participação no mestrado e na execução deste trabalho, principalmente com o apoio emocional e também na ajuda para estruturar o trabalho.

Quarto, agradecer todo o corpo profissional do Instituto Canoas XXI, da Prefeitura de Canoas, principalmente ao Lucas Cabral e ao Daniel Colvara que ajudaram com muitas informações com a proposta de estudo e para o desenvolvimento deste trabalho e que foi de extrema importância.

Quinto, à disponibilidade e atenção que a arquiteta Maria Eugênia Grassi, da Alinhamento Arquitetura e Urbanismo, de Canoas, disponibilizou a este trabalho com o acesso de informações através da elaboração do estudo de impacto de vizinhança (EIV) do ParkShopping Canoas, ao qual é uma fonte inevitável de consulta para o desenvolvimento deste trabalho.

E sexto, à agência de fomento em pesquisa, a CAPES, por me proporcionar a garantia de executar este trabalho e também de me dedicar com exclusividade para a elaboração deste.

**Muito obrigado a todos!**

# BAIRRO MARECHAL RONDON: TRANSFORMAÇÕES NO ESPAÇO URBANO A PARTIR DA IMPLEMENTAÇÃO DO PARKSHOPPING CANOAS

## RESUMO

A implementação de um novo *shopping center* em Canoas, trouxe para o bairro Marechal Rondon: um bairro pericentral que apresenta condomínios e loteamentos residenciais de alto padrão; inúmeras obras e transformações em sua estrutura urbana. Partindo do estudo de impacto de vizinhança (EIV) do ParkShopping Canoas, do grupo Multiplan, revelaram-se alterações na forma e na estrutura neste espaço intraurbano canoense. O olhar do geógrafo através de observações em pesquisa de campo, a análise temporal por imagens de satélite e a alteração do Plano Diretor Urbano e Ambiental (PDUA) municipal auxiliaram a entender as transformações que vem ocorrendo neste bairro. O mercado imobiliário como grande atuante no espaço urbano contemporâneo das cidades brasileiras, a formação de novas infraestruturas urbanas elaboradas em parceria do poder público com a esfera privada dos empreendimentos imobiliários, a crescente relevância econômica do setor terciário no município e também no bairro, a presença de uma composição socioeconômica de alto padrão e o surgimento de novos residenciais e estabelecimentos comerciais são eventos de importante relevância no estudo da Geografia. Visto isso, averiguar tais temas de importante magnitude e referenciais nos estudos da Geografia Urbana e da Geografia Econômica são fundamentais para observarmos as mudanças que o bairro Marechal Rondon está vivendo. Portanto, a metodologia consiste do olhar do geógrafo para compreender as novas dinâmicas que surgem no espaço urbano do bairro Marechal Rondon no dia-a-dia; através de uma análise dialético-filosófica para realmente entendermos os processos de transformação urbana advindos com a implementação do novo *shopping center*. A abertura de vias urbanas, obras de tráfego e mobilidade urbana, a ampliação do Parque Municipal Getúlio Vargas, a valorização do solo urbano e ademais transformações são fatores que contribuíram para o desenvolvimento e estruturação do presente trabalho, que pretende elucidar o papel do ParkShopping Canoas na implementação de novas configurações urbanas que se somam ao bairro Marechal Rondon.

**Palavras-Chave:** Bairro Marechal Rondon, Espaço Urbano, ParkShopping Canoas, *Shopping Center*.

## **BARRIO MARECHAL RONDON: TRANSFORMACIONES EN EL ESPACIO URBANO A PARTIR DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PARKSHOPPING CANOAS**

### **RESUMEN**

La implementación de un nuevo centro comercial en Canoas, trajo al barrio Marechal Rondon: un barrio pericentral que presenta condominios y parcelas residenciales de alto estándar; innumerables obras y transformaciones en su estructura urbana. A partir del estudio de impacto de vecindad (EIV) del ParkShopping Canoas, del grupo Multiplan, se revelaron alteraciones en la forma y en la estructura en este espacio intraurbano canoense. La mirada del geógrafo a través de observaciones en investigación de campo, el análisis temporal por imágenes de satélite y la alteración del Plan Geral de ordenación Urbana (PGOU) municipal ayudaron a entender las transformaciones que vienen ocurriendo en este barrio. El mercado inmobiliario como gran actuante en el espacio urbano contemporáneo de las ciudades brasileñas, la formación de nuevas infraestructuras urbanas elaboradas en asociación del poder público con la esfera privada de los emprendimientos inmobiliarios, la creciente relevancia económica del sector terciario en el municipio y también en el barrio, la presencia de una composición socioeconómica de alto nivel y el surgimiento de nuevos residenciales y establecimientos comerciales son eventos de importante relevancia en el estudio de la Geografía. En vista de ello, averiguar tales temas de importante magnitud y referenciales en los estudios de la Geografía Urbana y de la Geografía Económica son fundamentales para observamos los cambios que el barrio Marechal Rondon está viviendo. Por lo tanto, la metodología consiste en la mirada del geógrafo para comprender las nuevas dinámicas que surgen en el espacio urbano del barrio Marechal Rondon en el día a día; a través de un análisis dialéctico-filosófico para realmente entendermos los procesos de transformación urbana que vienen con la implementación del nuevo centro comercial. La apertura de vías urbanas, obras de tráfico y movilidad urbana, la ampliación del Parque Municipal Getúlio Vargas, la valorización del suelo urbano y además transformaciones son factores que contribuyeron al desarrollo y estructuración del presente trabajo, que pretende elucidar el papel del ParkShopping Canoas en la implementación de nuevas configuraciones urbanas que se suman al barrio Marechal Rondon.

**Palabras Clave:** Barrio Marechal Rondon, Espacio Urbano, ParkShopping Canoas, Centro Comercial.

## **MARECHAL RONDON NEIGHBORHOOD: TRANSFORMATIONS IN THE URBAN AREA FROM THE IMPLEMENTATION OF PARKSHOPPING CANOAS**

### **ABSTRACT**

The implementation of a new shopping mall in Canoas, brought to the Marechal Rondon neighborhood: a pericentral neighborhood that presents condominiums and residential subdivisions of high standard; countless works and transformations in its urban structure. Based on the neighborhood impact study (NIS) of the ParkShopping Canoas, of the Multiplan group, changes in shape and structure were revealed in this intra-urban space of Canoas. The geographer's look through observations in field research, the temporal analysis by satellite images and the alteration of the Urban and Environmental Master Plan (UEMP) of Canoas helped to understand the transformations that have been taking place in this neighborhood. The real estate market as a major player in the contemporary urban space of Brazilian cities, the formation of new urban infrastructures developed in partnership with of public power with the private sphere of real estate developments, the growing economic relevance of the tertiary sector in the municipality and also in the neighborhood, the presence of a high socioeconomic composition and the emergence of new residential and commercial establishments are important events in the study of Geography. Given this, to study such topics of great magnitude and referential in the studies of Urban Geography and Economic Geography are fundamental to observe the changes that the Marechal Rondon neighborhood is living. Therefore, the methodology consists of the geographer's gaze to understand the new dynamics that arise in the urban space of the marechal Rondon neighborhood in the day-to-day; through a dialectical-philosophical analysis to really understand the processes of urban transformation that came with the implementation of the new shopping mall. The opening of urban roads, works of traffic and urban mobility, the expansion of Getúlio Vargas Municipal Park, urban land valuation and other transformations are factors that contributed to the development and structuring of this work, which intends to elucidate the role of ParkShopping Canoas in the implementation of new urban configurations that join in the Marechal Rondon neighborhood.

**Keywords:** Marechal Rondon Neighborhood, Urban Space, ParkShopping Canoas, Shopping Mall.



## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

### LISTA DE FIGURAS

<i>Figura 1 - A localização de Canoas</i> .....	14
<i>Figura 2 - Fluxograma do método de análise adotado para a estrutura do trabalho</i> .....	23
<i>Figura 3 - Fluxograma da escala de análise do referente trabalho</i> .....	23
<i>Figura 4 - Evolução do setor de shopping centers no Brasil (2006-2017)</i> .....	29
<i>Figura 5 - Matriz econômica do Rio Grande do Sul (2012-2015)</i> .....	30
<i>Figura 6 - Matriz econômica da Região Metropolitana de Porto Alegre (2012-2015)</i> .....	31
<i>Figura 7 - Matriz econômica do município de Canoas (2012-2015)</i> .....	31
<i>Figura 8 - As subdivisões de Canoas e o bairro Marechal Rondon</i> .....	38
<i>Figura 9 - Índice de Desenvolvimento Humano em Canoas (2015)</i> .....	39
<i>Figura 10 - Área do Lote 95.336 (Comunidade Evangélica Luterana São Paulo) em 2002</i> .....	43
<i>Figura 11 - Desmembramento do Lote 95.336</i> .....	44
<i>Figura 12 - Ruas internas do ParkShopping Canoas</i> .....	49
<i>Figura 13 - Espaços internos no ParkShopping Canoas</i> .....	49
<i>Figura 14 - Imagens externas do ParkShopping Canoas</i> .....	49
<i>Figura 15 - Localização do ParkShopping Canoas no bairro Marechal Rondon</i> .....	50
<i>Figura 16 - Macrozoneamento do bairro Marechal Rondon de acordo com o PDUA (2015) de Canoas</i> .....	52
<i>Figura 17 - Microrregiões do bairro Marechal Rondon</i> .....	53
<i>Figura 18 - Microrregião 02: Zoneamento de uso e ocupação do solo</i> .....	54
<i>Figura 19 - Sinalização de futura obra na Av. Boqueirão</i> .....	55
<i>Figura 20 - Exemplos de usos residenciais na microrregião 04</i> .....	56
<i>Figura 21 - Microrregião 04: Zoneamento de uso e ocupação do solo</i> .....	57
<i>Figura 22 - Microrregião 06: Zoneamento de uso e ocupação do solo</i> .....	58
<i>Figura 23 - Transporte público em Canoas, do antigo ao novo: o BRT que conecta a cidade ao shopping center</i> .....	60
<i>Figura 24 - Alteração viária na Rua Aurora</i> .....	62
<i>Figura 25 - Imagens da Rua Aurora: ampliação e duplicação na área proposta pelo EIV</i> .....	62
<i>Figura 26 - Alteração viária na Av. Dr. Sezefredo Azambuja Vieira</i> .....	63
<i>Figura 27 - Imagem da Av. Dr. Sezefredo Azambuja Vieira: ampliação e duplicação propostas pelo EIV</i> .....	64
<i>Figura 28 - Projeto do Anel Viário de Canoas</i> .....	64
<i>Figura 29 - Futuro empreendimento em lote adjacente ao ParkShopping Canoas</i> .....	66
<i>Figura 30 - Alteração viária na Av. Farroupilha</i> .....	67
<i>Figura 31 - Imagens da Av. Farroupilha na área de ampliação proposta pelo EIV</i> .....	68
<i>Figura 32 - Exemplos de adequações hídricas no Parque Municipal Getúlio Vargas</i> .....	69
<i>Figura 33 - Pórtico e acessibilidade ao parque</i> .....	69
<i>Figura 34 - Acesso pela Av. Dr. Sezefredo Azambuja Vieira</i> .....	70
<i>Figura 35 - Exemplos de caminhos internos</i> .....	70
<i>Figura 36 - Iluminação do parque</i> .....	71
<i>Figura 37 - Imagens de áreas de lazer</i> .....	71
<i>Figura 38 - O lago</i> .....	72
<i>Figura 39 - Exemplos de mobiliário padronizado</i> .....	73
<i>Figura 40 - Desmembramento do lote pertencente à Comunidade Evangélica Luterana São Paulo (2014)</i> .....	74
<i>Figura 41 - Ampliação do Parque Municipal Getúlio Vargas</i> .....	75
<i>Figura 42 - Valor do metro quadrado calculado para fins de cobrança do Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU) de Canoas no bairro Marechal Rondon</i> .....	77

<i>Figura 43 - Uso e ocupação do solo no bairro Marechal Rondon</i> .....	79
<i>Figura 44 - Volumetria das edificações no bairro Marechal Rondon</i> .....	80
<i>Figura 45 - Mapeamento de novas edificações com volumetria acima de 10 pavimentos no bairro Marechal Rondon</i> .....	81
<i>Figura 46 - Transformações urbanas ocorridas no bairro Marechal Rondon após a construção do ParkShopping Canoas (2014-2018)</i> .....	84
<i>Figura 47 - Imagens dos novos empreendimentos que surgiram no bairro Marechal Rondon: Rua Liberdade (2014-2018)</i> .....	85
<i>Figura 48 - Imagens dos novos empreendimentos que surgiram no bairro Marechal Rondon: Av. Getúlio Vargas (2014-2018)</i> .....	85
<i>Figura 49 - Imagens dos novos empreendimentos que surgiram no bairro Marechal Rondon: microrregião Moinhos de Vento (2014-2018)</i> .....	86
<i>Figura 50 - Imagens dos novos empreendimentos que surgiram no bairro Marechal Rondon: Av. Boqueirão (2014-2018)</i> .....	86
<i>Figura 51 - Imagens dos novos empreendimentos que surgiram no bairro Marechal Rondon: Av. Farroupilha (2014-2018)</i> .....	87
<i>Figura 52 - Imagens dos novos empreendimentos que surgiram no bairro Marechal Rondon: microrregião 03 (2014-2018)</i> .....	87
<i>Figura 53 - Exemplos de empreendimentos comerciais que usam o modelo arquitetônico adotando o uso dos contêineres</i> .....	88
<i>Figura 54 - de restaurantes em operação no bairro Marechal Rondon</i> .....	90
<i>Figura 55 - Estabelecimentos comerciais de produtos naturais e orgânicos</i> .....	90
<i>Figura 56 - Atividades que exigem o estudo de Impacto de vizinhança em Canoas, de acordo com a Lei municipal de nº 5.961/2015</i> .....	102

## **LISTA DE TABELAS**

<i>Tabela 1 - Classificação do tipo de empreendimento de acordo com a ABRASCE</i> .....	28
<i>Tabela 2 - Classificação das classes socioeconômicas</i> .....	41
<i>Tabela 3 - Proprietários do lote adjacente ao ParkShopping Canoas</i> .....	65

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRASCE – Associação Brasileira de *Shopping Centers*

BRT – *Bus Rapid Transit*

CAGED – Cadastro Geral de Empregados e Desempregados

CMDU – Conselho Municipal de Desenvolvimento Urbano

EIA – Estudo de Impacto Ambiental

EIT – Estudo de Impacto de Tráfego

EIV – Estudo de Impacto de Vizinhança

FEE – Fundação de Economia e Estatística do Rio Grande do Sul

IDH – Índice de Desenvolvimento Humano

IPCA – Índice de Preços ao Consumidor

IPTU – Imposto Predial e Territorial Urbano

IRPF – Imposto de Renda de Pessoa Física

PDUA – Plano Diretor Urbano e Ambiental

PMGV – Parque Municipal Getúlio Vargas

RAIS – Relação Anual de Informações Sociais

RIMA – Relatório de Impacto Ambiental

RMPA – Região Metropolitana de Porto Alegre

RS – Rio Grande do Sul

SEBRAE/RS – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul

SESI – Serviço Social da Indústria

SOGAL – Sociedade de Ônibus Gaúcha Ltda.

TRENSURB – Trens Urbanos de Porto Alegre S.A.

ULBRA – Universidade Luterana do Brasil

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1 Justificativa .....</b>	<b>16</b>
<b>1.2 Objetivos.....</b>	<b>19</b>
<b>1.3 Método.....</b>	<b>20</b>
<b>1.4 Procedimentos metodológicos .....</b>	<b>21</b>
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>24</b>
<b>2.1 Metropolização e a urbanização contemporânea.....</b>	<b>24</b>
<b>2.2 O <i>shopping center</i> e a sua relação com o espaço urbano.....</b>	<b>27</b>
<b>2.3 Uma concepção teórico-científica sobre transformações urbanas proporcionadas com a implementação de um <i>shopping center</i> .....</b>	<b>33</b>
<b>3. A ÁREA DE ESTUDO E O <i>SHOPPING CENTER</i>.....</b>	<b>37</b>
<b>3.1 A área de estudo: o bairro Marechal Rondon.....</b>	<b>37</b>
<b>3.2 O ParkShopping Canoas.....</b>	<b>46</b>
<b>4. TRANSFORMAÇÕES URBANAS NO BAIRRO MARECHAL RONDON A PARTIR DA IMPLEMENTAÇÃO DO PARKSHOPPING CANOAS .....</b>	<b>51</b>
<b>4.1 Alterações no Plano Diretor Urbano e Ambiental (PDUA) relacionados ao uso e ocupação do solo no bairro Marechal Rondon .....</b>	<b>51</b>
<b>4.2 Alterações na mobilidade urbana: transporte público e vias de circulação.....</b>	<b>59</b>
<b>4.3 A ampliação do Parque Municipal Getúlio Vargas .....</b>	<b>68</b>
<b>4.4 A valorização imobiliária no bairro Marechal Rondon.....</b>	<b>75</b>
<b>4.5 Transformações urbanas: da construção do <i>shopping center</i> à atualidade (2014-2018). .....</b>	<b>82</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>92</b>
<b>6. REFERÊNCIAS.....</b>	<b>95</b>
<b>ANEXO .....</b>	<b>102</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O bairro Marechal Rondon, em Canoas, recebeu o 19º *shopping center* do grupo Multiplan: o ParkShopping Canoas. Desde a sua implementação até a inauguração em 2017, o bairro passou por inúmeras transformações em seu espaço urbano: abertura e duplicação de vias de circulação, valorização imobiliária e o crescente investimento em empreendimentos residenciais e comerciais de alto padrão seguidamente de um novo Plano Diretor Urbano e Ambiental (PDUA) que o município atualizou no período da implementação deste grande empreendimento.

O ParkShopping Canoas é o segundo *shopping center* do município. Canoas possui mais de 300.000 habitantes e é o município com maior expressão econômica e populacional da Região Metropolitana de Porto Alegre (IBGE, 2010).

A demanda crescente por serviços em um município 100% urbano (IBGE, 2010) é característica de grandes aglomerações metropolitanas contemporâneas que se desenvolvem como grandes espaços articuladores da nova economia globalizada (MATTOS, 2006 p.48). Canoas compõe o *ranking* dos cem municípios com maior poder de consumo do Brasil, segundo o IPC Marketing (2018), assim oferecendo diversas vantagens para a alocação de um novo *shopping center* e uma destas vantagens é a fácil mobilidade e conexão que o município apresenta: a rodovia federal (BR-116) e a conexão do trem metropolitano (TRENSURB).

A BR-116 atravessa Canoas de Norte a Sul e conecta o eixo de maior concentração populacional e econômica do Rio Grande do Sul: Porto Alegre - Caxias do Sul com o resto do país (LEMOS e CARGNIN, 2014). O município de Canoas está inserido neste eixo que é considerado o trecho mais movimentado em termos de tráfego no Rio Grande do Sul e que também se configura como uma grande conurbação da RMPA (Porto Alegre - Novo Hamburgo).

A linha férrea da TRENSURB conecta milhares de pessoas diariamente. Somente a estação Canoas (estação central do município) é a segunda estação mais movimentada do trem, com aproximadamente cinco milhões de passageiros anualmente (TRENSURB, 2018). Na figura 1, a seguir, estará disposta a localização de Canoas.

Figura 1- A localização de Canoas

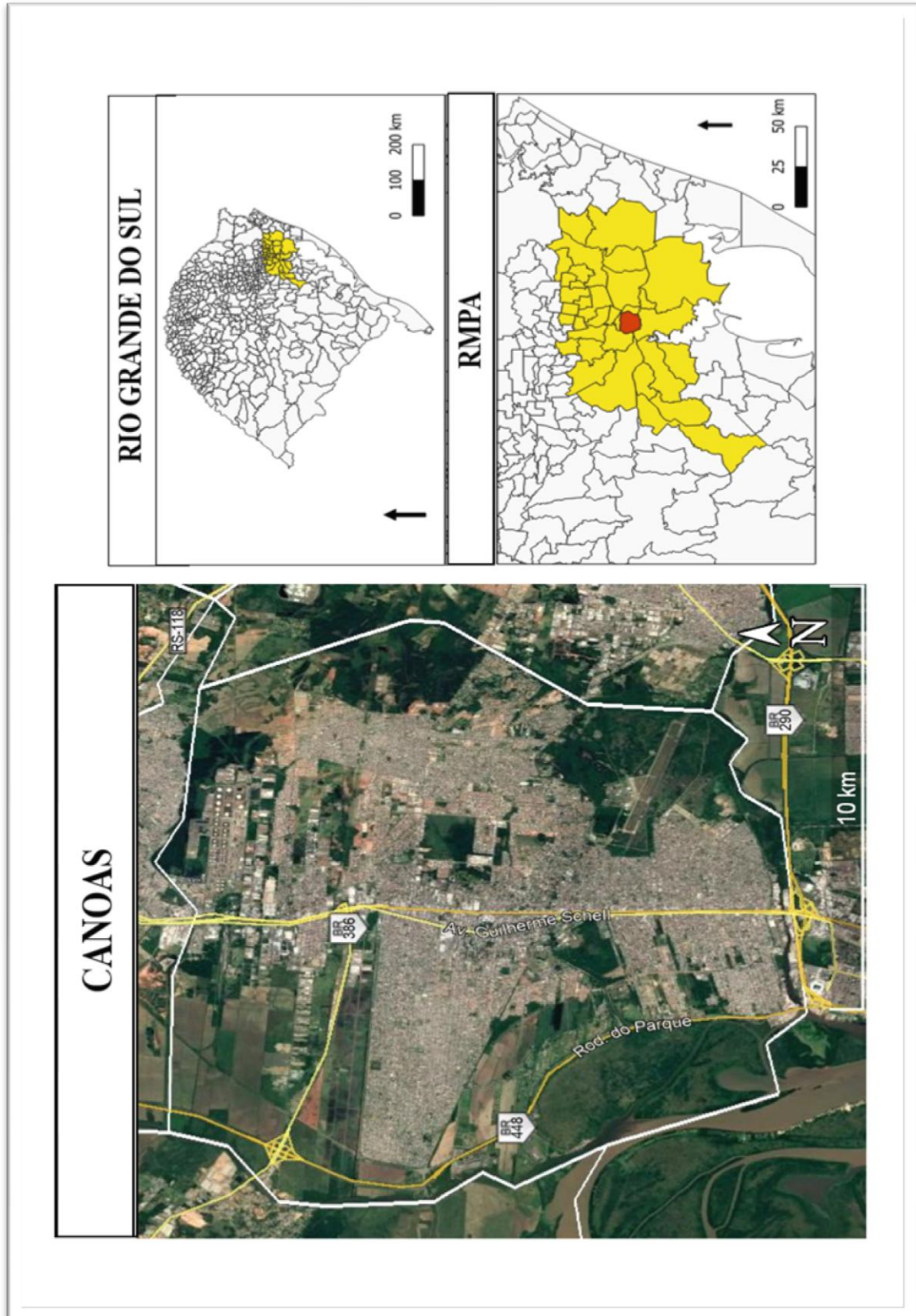


Imagem cedida pelo GoogleEarth. Elaboração própria, 2018.

A localização atrativa do bairro Marechal Rondon, próximo ao Centro de Canoas, tornou o bairro propício para a instalação de empreendimentos imobiliários e comerciais de grande porte, como um *shopping center*. A presença de vazios urbanos incentivou a atuação de agentes imobiliários e da proliferação de condomínios e conjuntos comerciais de alto padrão nesta década (2010's).

A configuração homogênea socioeconômica de uma população com alto poder aquisitivo e também de potencial de consumo torna o solo urbano valorizado, como afirma Pádua (2015 p.148). Ao passo que se valoriza o solo urbano no bairro, conjuntamente, novos estabelecimentos comerciais e fatores de localização favoráveis para a instalação destes começam a desenvolver novas dinâmicas neste espaço intraurbano configurado pelo capital imobiliário.

A preponderância do setor terciário na economia urbana e a consequente desindustrialização de muitas cidades, como Canoas e de caráter metropolitano corrobora para o pensamento de Mattos (2006): revelam-se de grande vantagem à instalação de diversas atividades que atendam esta nova reestruturação produtiva e que com o tempo acabaram concentrando grande parte da riqueza e poder, até mesmo sobre o espaço, nestas cidades. O comércio, ao perceber um consumidor com alto poder aquisitivo devido à homogeneidade residencial de alto padrão e a valorização do solo urbano no bairro começou a proliferar de forma linearmente por vias de grande circulação do Marechal Rondon e também apresentando serviços característicos que atendam este público residente em seu entorno.

Por conseguinte, o bairro também se torna atrativo para a instalação de grandes investimentos imobiliários voltados para o consumo já que o espaço urbano começa a ser um investimento e até mesmo um produto do capital imobiliário. De acordo com Corrêa (1989), o espaço urbano é o conjunto de diferentes usos de terra justapostos entre si. Estes diferentes usos de terra nas cidades derivam de diversos atores que dela venham a utilizá-la.

Corrêa (ibidem) aponta cinco principais atores que modelam o espaço urbano: os proprietários dos meios de produção, os proprietários fundiários, os promotores imobiliários, o Estado e os grupos sociais excluídos. Seguindo esta abordagem, o trabalho em questão identificará também os principais agentes de transformação deste espaço intraurbano canoense com a implementação do novo *shopping center*.

Segundo Mattos (2006), muitas das cidades ao redor do mundo estão passando por transformações que Ascher (2001) define como uma “nova revolução urbana”. As alterações na morfologia, organização e funcionamento das cidades são consequências da nova política-

econômica e da aplicação dos sistemas tecnológico-informacionais que ganharam impulso, nas últimas décadas, com a proposta do sistema econômico informatizado e globalizado.

Assim, nas cidades que pertencem a grandes metrópoles - como é o caso de Canoas - o solo urbano se torna produto planejado como consumo produtivo, ou seja, “consumir o lugar” é um lema que expressa a abordagem que predomina nesta nova economia (PADUA, 2015 p.146). Destaca-se a importância de estudar as transformações em um espaço urbano incluído no processo de metropolização e receptivo a estabelecer um grande equipamento comercial e imobiliário como um *shopping center*.

Por conseguinte, o trabalho será composto de capítulos que abordarão o referencial teórico que sustentará a base teórico-científica deste trabalho, a configuração da área de estudo: o bairro Marechal Rondon e dos aspectos sobre que configuram a presença do ParkShopping Canoas; como do objeto principal de estudo, as principais alterações advindas e observadas no bairro Marechal Rondon através da implementação do novo *shopping center*.

## 1.1 Justificativa

As inúmeras obras de infraestrutura que vinham acontecendo a partir de 2014, no bairro Marechal Rondon em Canoas, através da implementação do ParkShopping Canoas trouxeram novas dinâmicas que precisam ser analisadas em um trabalho: a criação de novos residenciais, a abertura de ruas e a valorização do bairro que como um todo trouxeram questionamentos para se entender o porquê desta nova configuração na qual o bairro está presenciando. Segundo o *site* Agente Imóvel, ao qual avalia o mercado imobiliário em quase todo o país, apresentou valores de muitos imóveis e terrenos à venda superando a cifra de um milhão de reais, no bairro Marechal Rondon.

O bairro foi notícia em vários jornais da RMPA, principalmente em um jornal de renome, que no ano de 2017 relatou o tamanho da valorização do bairro<sup>1</sup>. Grande parte dos imóveis à venda se situa nas imediações do Parque Municipal Getúlio Vargas, conhecido popularmente como Capão do Corvo – onde houve uma compensação da iniciativa privada (a

---

<sup>1</sup> O surto de valorização no bairro Marechal Rondon, em Canoas, levou à multiplicação das placas de “vende-se” em terrenos localizados nas proximidades do Parque Getúlio Vargas. Casas que eram oferecidas por cerca de R\$ 400 mil a R\$ 500 mil agora estão anunciadas por mais de R\$ 1 milhão. (GONZATTO, Marcelo. Valorização de bairro de Canoas faz moradores colocarem casas à venda por mais de R\$ 1 milhão. **Jornal Zero Hora**, 08/09/2017).



construtora do *shopping center*: o grupo Multiplan, a construtora e o poder público municipal) revitalizando e remodelando a área pública de lazer em frente ao empreendimento.

A localização central do parque, referente ao bairro e em proximidade ao novo *shopping center* trouxe maiores expectativas para o mercado imobiliário, já que o bairro presencia a instalação de melhoria em sua infraestrutura urbana e da instalação de um grande equipamento comercial que para suprir as necessidades de consumo da população do bairro sem se deslocar até o Centro da cidade: no outro lado da rodovia federal BR-116, que atua como uma barreira para o deslocamento destes habitantes até o Centro.

O bairro Marechal Rondon por estar localizado à Leste do Centro de Canoas possui ainda vazios urbanos em seu setor oriental, próximo ao bairro vizinho: Estância Velha. De acordo com o IBGE (2010), Canoas é um município 100% urbano e com grande densidade demográfica devido ao alto contingente populacional e sua pequena área.

Os terrenos ainda não urbanizados existentes no Marechal Rondon foram sendo incorporados à promoção imobiliária. O surgimento de novos entrepostos comerciais ao longo das proximidades do ParkShopping Canoas, a infraestrutura urbana que se desenvolveu para atender este novo equipamento comercial e a valorização do solo urbano são características que se tornam visíveis e questionáveis para se entender todas essas novas dinâmicas que estão sendo produzidas ao longo do tempo e de forma mais intensificada, nesta década, com a vinda deste empreendimento.

“Os *shopping centers* aparecem como lugares de consumo que oferecem estrategicamente a alternativa do lazer para os grupos de médio e alto poder aquisitivo... caracterizam-se por serem locais capazes de atrair pessoas que se identificam entre si de alguma maneira, constituindo-se como espaços de segregação social... Parece que as camadas mais pobres da sociedade circulam pelo centro da cidade enquanto o *shopping center* é palco do vaivém de uma classe privilegiada... acaba se transformando num significativo instrumento de manutenção do capitalismo, o qual reconfigura as cidades (PADILHA, 2006 p.187-189)”.

A escolha do bairro Marechal Rondon como área de estudo deste trabalho se explica por consequência de sua localização na área de influência do novo *shopping center*, de acordo com o estudo de impacto de vizinhança (EIV) estabelecido pelo empreendimento. O EIV elaborado pelo Grupo Alinhamento de Arquitetura, de Canoas, é instrumento necessário para o desenvolvimento das cidades, que apoia o processo de licenciamento urbanístico e de melhor gestão urbana complementando o regramento do parcelamento, uso e ocupação do solo nos municípios (Ministério das Cidades, 2011).

A obrigatoriedade de se fazer um Estudo de Impacto Ambiental (EIA), de acordo com o PDUA, é consequência de o futuro estabelecimento ser considerado um equipamento de

comércio varejista de alto impacto urbano e ambiental. Por conseguinte, também se tornou exigência à elaboração de um Estudo de Impacto de Vizinhança (EIV) para o *shopping center*.

No anexo 4.4 do PDUA, de acordo com o anexo deste trabalho localizado na página 102, enumeram-se as atividades que precisam formular um EIV. Portanto os *shopping centers* com área construída maior que 20.000m<sup>2</sup> devem por lei realizar este devido estudo.

O EIV foi elaborado no ano de 2013 em conjunto com um grupo de arquitetura canoense – o Grupo Alinhamento. O Plano Diretor Urbano e Ambiental (PDUA) vigente neste período era o de 2008, sob a lei municipal 5.341/08.

O EIV após aprovação interna pela Prefeitura Municipal de Canoas é publicado para acesso público no portal da prefeitura, se tornando também objeto de análise e aprovação no Conselho Municipal de Desenvolvimento Urbano (CMDU). Assim, torna-se um grande objeto de análise e de uso para o procedimento metodológico para entendermos os reais procedimentos de transformação nas formas espaciais urbanas que ocorrem no bairro Marechal Rondon a partir da implementação do ParkShopping Canoas.

Este tipo de estudo foca nos impactos decorrentes da instalação de certos tipos de empreendimentos e que não podem ser analisados isoladamente das demais variáveis de seu entorno. Assim, a área de influência é delimitada como consequente de receber impactos passíveis de percepção nas fases de implantação e operação das obras dos empreendimentos em um período de curto, médio e longo prazo (Ministério das Cidades, 2011).

A escala de bairro, segundo Souza (2015, p.151) é característica da organização interna da cidade, o intraurbano, subespaços distinguidos segundo critérios convenientes que abrigam um espaço vivido e uma identidade socioespacial. É de se concordar com Souza (2015) devido o bairro ser um critério conveniente para a gestão pública municipal. Assim, em Canoas, o bairro Marechal Rondon surgiu com a alteração da lei de definição de bairros de Canoas: nº 4.736 do ano de 2003.

“O bairro corresponderia a uma região homogênea, definido em função de uma relativa homogeneidade morfológico-paisagística, de renda, de composição étnica etc. (ou uma combinação de tudo isto); uma região funcional vertebrada pela rede urbana e pelas relações de polarização com base nas centralidades intraurbanas... um espaço de intervenção, recortado de acordo com necessidades do planejamento e da gestão estatais (SOUZA, 2015 p.151-152).”

Souza (2015) destaca que na cidade contemporânea, os bairros são polarizados por subcentros maiores localizados em bairros de classe média onde surgem condomínios exclusivos e que originam novos espaços de valorização consequentes da atuação do mercado imobiliário e do rebatimento da produção espacial urbana. A criação de novas centralidades,

nas cidades metropolitanas, é devido às transformações na economia oriundas da desindustrialização e do crescente papel do setor terciário nas cidades, ao que conjuntamente, são características oriundas do o processo de metropolização, segundo Soares (2018).

Visto os fatores discutidos acima, o bairro Marechal Rondon, pertencente a Canoas, torna-se objeto de análise deste processo devido ao seu potencial de estudo dentro dos fatores já citados: a organização da cidade contemporânea no modelo econômico neoliberal e seus principais atores na produção do espaço urbano; a metropolização e a predominância do setor terciário na economia deste espaço. A partir destas constatações surgiram questionamentos que fizeram com que se desenvolvesse este trabalho: (i) Quais são as transformações advindas da implementação do ParkShopping Canoas no bairro Marechal Rondon? (ii) Por que somente serão analisadas as alterações urbanas propostas e desdobradas neste bairro de Canoas? (iii) Qual o papel do ParkShopping Canoas nestas transformações? (iv) Ocorreram outras alterações neste espaço intraurbano canoense não propostas com a implementação deste shopping Center e que estão se tornando presentes?

## 1.2 Objetivos

O objetivo geral deste trabalho é analisar os processos espaciais que ocorreram na estrutura urbana no bairro Marechal Rondon, em Canoas, doravante a implementação do ParkShopping Canoas e, por conseguinte, constatar sua influência neste processo.

Propõe-se neste trabalho identificar processos espaciais consequentes do surgimento deste *shopping center* tendo em vista:

- Detectar mudanças previstas no Plano Diretor Urbano e Ambiental (PDUA) na área de influência do *shopping center* propostas pelo Estudo de Impacto de Vizinhança (EIV) gerado para este empreendimento;
- Identificar novas infraestruturas urbanas advindas da implementação do *shopping center* no bairro Marechal Rondon, tanto previstas ou não pelo seu Estudo de Impacto de Vizinhança (EIV);
- Constatar novos empreendimentos residenciais e comerciais advindos deste processo de transformações ocorridas no bairro, e;
- Avaliar qual a influência direta do *shopping center* nos processos de transformações do espaço urbano no bairro Marechal Rondon.

### 1.3 Método

O referente trabalho se apoia em uma análise do espaço intraurbano que é o bairro Marechal Rondon, em Canoas. O espaço intraurbano de acordo com Villaça (2001, p.24) é um determinado ponto de um território urbano que se relaciona com os demais.

Esta constatação nos permite integrar o bairro Marechal Rondon ao restante do espaço urbano canoense e às demais relações que acontecem no espaço ao qual este está inserido, principalmente no âmbito do processo de metropolização da RMPA. A produção do espaço urbano contemporâneo consequente de transformações oriundas deste processo de metropolização dá conformidade a uma base teórico-científica que conjuntamente à análise quantitativa de dados socioeconômicos, da observação e percepção empírica captada pelo conhecimento da experiência cotidiana oriunda de pesquisas de campo auxiliam para a análise qualitativa destas novas transformações que o espaço intraurbano analisado está se organizando.

Portanto, com esta análise qualitativa e a compreensão na prática do empirismo em conjunto com os dados quantitativos podemos tecer um método filosófico para entender as transformações que a área de estudo perpassa: o método filosófico-dialético. Lefebvre (1983) explica que a dialética busca conhecer a realidade captando através do pensamento as contradições, movimentos e a totalidade que se interconectam com o todo e o todo com as partes; considerando que o processo do conhecimento busca superar a aparência fenomênica e que o pensamento deve ser transformado no processo da pesquisa obrigando a realidade a se enquadrar em sua teoria.

O método dialético é uma visão de mundo filosófica em que determinadas categorias de análise vão produzir um sistema de conceitos organizados sob uma lógica e na origem da complexidade das relações do que se produz com os resultados do pensamento humano (BECKER, 2005).

As complexidades das relações que se produz referidas por Becker (2005) tratam-se das ações humanas que norteiam o objeto de análise deste trabalho: as transformações urbanas na área de estudo - o bairro Marechal Rondon, que é por si a escala de análise. Assim, estas complexidades de relações que se organizam que irão ser retratadas em conjunto ao pensamento humano de nosso referencial teórico-científico construirá a lógica para compreendermos as propostas que objetivam o trabalho a partir da implementação do *shopping center* em questão. Contudo, esta abordagem dialética será categorizada de forma

pontual através dos procedimentos de análise que estão elucidados nos procedimentos metodológicos de construção desta pesquisa.

#### **1.4 Procedimentos metodológicos**

A pesquisa será construída através de quatro tipos de análises: quantitativa, o olhar sobre o lugar através de observações em pesquisas de campo, a utilização de ferramentas que auxiliam a visão do espaço estudado como imagens de satélite e a abordagem teórico-científica. A análise quantitativa se desenvolverá através de importantes resultados que abordam a configuração socioeconômica do bairro Marechal Rondon, dados que refletem o papel do ParkShopping Canoas e estudos urbanos advindos do cadastro de imóveis da Prefeitura Municipal de Canoas que estão disponibilizados no Instituto Canoas XXI.

O Instituto Canoas XXI foi criado pela lei municipal de Canoas sob nº 5.365/2009 e dispõe de diversos estudos urbanos sobre o município canoense, como informações socioeconômicas e atualizações e revisões do Plano Diretor Urbano e Ambiental (PDUA). Além disso, ordenava o crescimento da cidade, criava soluções integradas e políticas de estruturação urbana, promovia projetos de mobilidade urbana, atualizava o cadastro imobiliário e os dados georreferenciados do município e outras funções. Porém, no devido ano de 2018, no mês de Outubro, a Prefeitura Municipal de Canoas criou a lei de nº 6.196 em que extinguiu o instituto e o passava para a gerência da Secretaria Municipal de Planejamento e Gestão.

Dos dados socioeconômicos passaremos a observar a evolução histórica do setor terciário na economia local e regional, ao qual está inserida nossa área de estudo. A evolução populacional, o padrão socioeconômico e o comportamento do padrão de consumo desta área são alguns dos exemplos dos dados quantitativos que serão elencados para explicar a configuração da área de estudo.

A referida área de estudo está alinhada e definida ao EIV do ParkShopping Canoas e assim a análise temporal do trabalho irá abordar o período 2008-2018. Isso porque o ParkShopping Canoas foi implementado através das diretrizes e normas do PDUA de 2008 do município e estenderemos até o ano de 2018 para constataremos melhor as transformações ocorridas durante o processo de implementação, construção, inauguração e um ano pós-inauguração do ParkShopping Canoas. Esse conjunto investigativo permitirá avaliarmos as possíveis transformações que se desenvolveram no bairro Marechal Rondon.

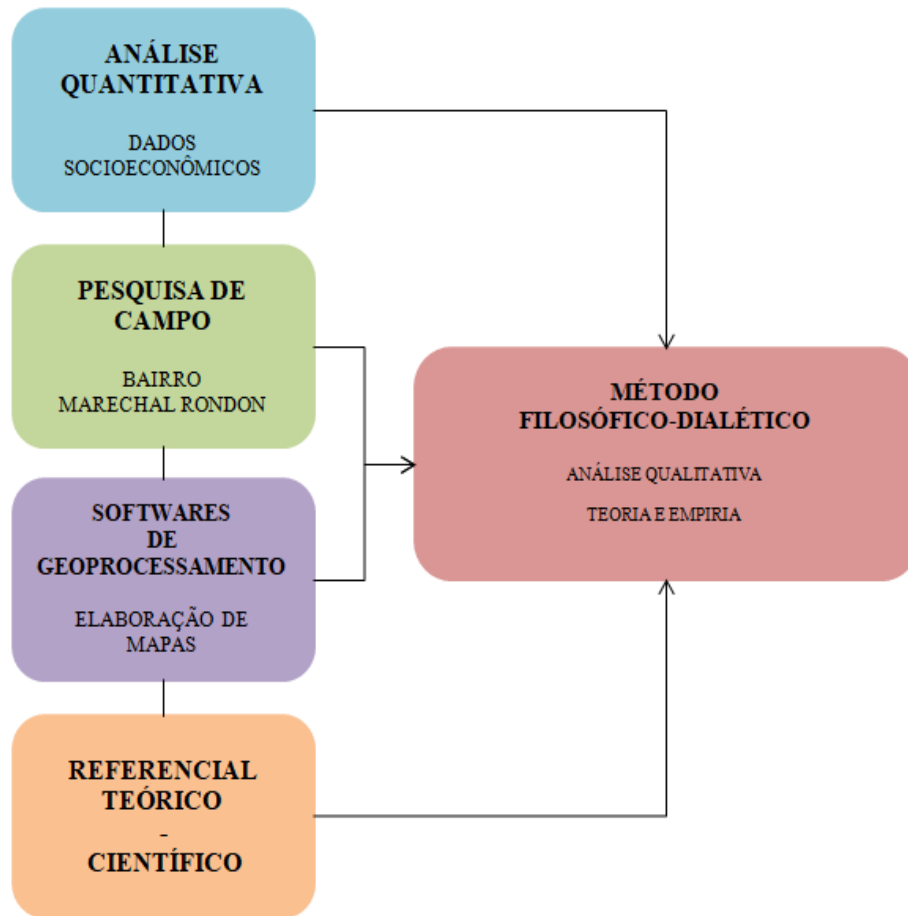
A segunda análise se desenvolverá através da pesquisa de campo, o olhar do pesquisador no espaço a ser estudado. Para David (2002), o olhar do geógrafo através da prática em campo sempre foi fundamental e destacada na Geografia e é de importante relevância que o geógrafo desenvolva a capacidade de desenvolver esta prática: treinar os sentidos a fim de se poder ver em detalhes a realidade.

As observações do espaço pela pesquisa de campo e de uma série histórica de imagens de satélite auxiliam na identificação de mudanças no uso do solo urbano. Seguidamente o uso de fotografias que exploram de forma realística as características da área de estudo e as transformações oriundas da implementação do ParkShopping Canoas fundamentam essa fase da análise metodológica.

As imagens de satélite são disponibilizadas gratuitamente através de softwares de livre acesso da empresa Google: Google Earth e MyMaps. Estas ferramentas de geoprocessamento auxiliam na produção de mapas que retratam o objeto de estudo deste trabalho aliado aos outros procedimentos metodológicos e assim constituirão esta terceira fase de análise do referido trabalho.

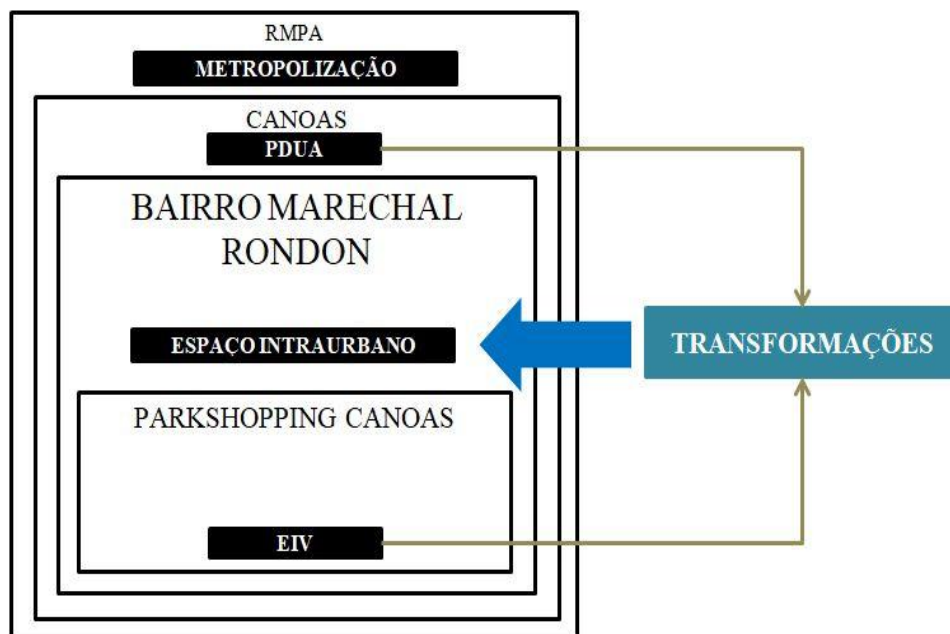
E para sustentar todas estas análises já citadas, o quarto processo metodológico será de análise do uso do referencial teórico-científico que esclarecerá por meio de vários autores e conceitos o que se passa em nossa área de estudo para entendermos as reais transformações que o bairro perpassa e objetivam, ao mesmo tempo, esta pesquisa. Assim dando base para que a análise qualitativa e a empiria corroborem para a estruturação do método de análise filosófico-analítico proposto por este trabalho, na figura 2, demonstra-se um fluxograma que resume a estruturação do método de análise objetivado por esta pesquisa conjuntamente com os procedimentos metodológicos; e, na figura 3 será demonstrada a escala de análise, de onde parte toda a estrutura desta pesquisa.

Figura 2 - Fluxograma do método de análise adotado para a estrutura do trabalho



Elaboração própria, 2018.

Figura 3 - Fluxograma da escala de análise do referente trabalho



Elaboração própria, 2018.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo serão abordados os principais conceitos teórico-científicos que fundamentaram a pesquisa em seu método analítico filosófico-dialético. Ao mesmo tempo, o referencial teórico serve para que o pesquisador demonstre maior enfoque na interpretação, contextualização e proximidade com o objeto de estudo, que aqui nos referimos às transformações urbanas na área de enfoque que é o bairro Marechal Rondon e seu agente transformador: o ParkShopping Canoas, em conjunto com seu EIV e o PDUA municipal. Assim torna-se importante explanarmos os principais assuntos que corroboram para o entendimento deste trabalho: o processo de metropolização, a atuação do *shopping center* no espaço urbano contemporâneo e as transformações que a atuação deste propaga em cidades e bairros que passam pelo processo de metropolização.

### 2.1 Metropolização e a urbanização contemporânea

A região metropolitana de Porto Alegre (RMPA), desde 2012, possui 34 municípios e está entre as cinco mais populosas do Brasil. Canoas é o município de maior expressão na RMPA em termos econômicos e populacionais e faz parte da RMPA desde a sua fundação em 1973.

O setor de serviços tornou-se preponderante na matriz econômica das regiões metropolitanas brasileiras, a partir dos anos 1980, com o processo de desindustrialização destas metrópoles. Este processo de reestruturação econômica conduz-se pela flexibilidade do capital advindo das práticas neoliberais adotadas como política-econômica a partir desta época e no qual estes espaços urbanos forma agregando novas complexidades para se adaptar a este novo processo: concentrar uma infraestrutura de uma nova tecnologia que atendessem este setor de serviços e inúmeras atividades que abastecessem este novo setor (FLORES; SOARES, 2015).

Na contemporaneidade, as metrópoles caracterizam estruturas socioespaciais complexas e policêntricas resultantes da reestruturação intraurbana e urbano-regional provocada pelo desenvolvimento do capitalismo mundializado e flexível. As mudanças socioculturais, a reestruturação econômica e os impactos das redes sociotécnicas de informação e comunicação incidem na produção do espaço, tanto nas formas espaciais existentes como nas resultantes (SOARES; FLORES, 2016).



A reestruturação dos espaços metropolitanos conectados à economia global perpassa por mudanças intensas apresentando um predomínio do setor de serviços alicerçado a uma base industrial, um crescimento econômico das periferias, elevação do consumo dos setores populares, a produção do espaço urbano pelo mercado e a formação de novas centralidades. Mudanças intraurbanas combinadas com modificações interurbanas em diferentes níveis de escala estão produzindo um espaço metropolitano mais amplo, complexo e em continuidade (SOARES; FLORES, 2016).

A necessidade das indústrias e empresas realizarem suas tarefas e competirem no mercado global tornou as metrópoles como centros de suas funções de gestão e comando conjuntamente com o setor de serviços, que apoiam suas tarefas nesta era de produção pós-industrial e pós-fordista. A nova economia metropolitana baseada nas manufaturas de bens de consumo não-duráveis, na economia informacional e da construção civil aliada ao capital imobiliário-financeiro permitiu que os espaços industriais se dispersassem em função das mudanças tecnológicas e sociais de produção; por outro lado, difundiu a economia terciária e de serviços pessoais, como também de serviços para empresas (SOARES; FLORES, 2016).

Lencioni (2011) caracteriza este processo de metropolização como uma metamorfose socioespacial na estrutura, função e forma da metrópole com diversas características: a formação de uma ampla região urbana de grande escala territorial e limites imprecisos, dinâmicos e difusos; redefinição de hierarquias entre cidades da região; a polinucleação e a ampliação da intensidade e da direção de fluxos internos na região entre centros e periferias. A expansão do setor terciário relaciona-se com o processo de acumulação urbana da metrópole, o capital imobiliário produz novas centralidades ao longo dos eixos de comunicação e transporte, assim combinando uma integração de atividades econômicas de forma dispersa e concentrada (SOARES; FLORES, 2016).

O processo de metropolização demandou por uma maior demanda do solo urbano devido a urbanização nos grandes centros urbanos, ao incremento de espaços residenciais e unidades familiares de moradia menores e do maior consumo per capita do solo urbano pela nova organização reticular empresarial, que ao mesmo tempo proporcionou dispersão e concentração territorial nestes núcleos urbanos. Estes processos se derivaram de maior flexibilidade e liberdade de regulações estatais subsidiárias às intenções do mercado, a partir dos anos 1980, na atuação e da apropriação do solo urbano nas cidades latino-americanas (MATTOS, 2006).

Um novo paradigma de organização urbana é imposto por esta nova articulação do novo sistema econômico neoliberal articulando o novo sistema produtivo com a

materialização de um território urbano cada vez mais expandido por múltiplas redes nodais em uma região com muitos centros e fragmentada que ao mesmo tempo se conectam. Estas tendências da nova organização urbana são concentradas por agentes específicos: o comportamento locacional das famílias e das empresas (MATTOS, 2006).

O comportamento das famílias se distingue pela preferência da moradia individual das classes socioeconômicas mais altas que favorecem o processo de expansão da metrópole com sua maior demanda por solo urbano e por classes socioeconômicas de menor poder aquisitivo que se organizam em solos com valor mais baixo na periferia das regiões metropolitanas tanto por programas de habitação social, condição de escolha pelo seu poder aquisitivo e por organização e posse do solo urbano de maneira informal. Um exemplo do crescimento periurbano é categorizado pelo aparecimento de novos condomínios de alto padrão das classes socioeconômicas de maior aporte de renda com a construção de vastos terrenos murados e até mesmo de bairros-cidades vigiados 24 horas por dia (MATTOS, 2006).

A metrópole contemporânea é uma metrópole de serviços, tanto dos serviços pessoais, como dos serviços às empresas. É um espaço funcional para a gestão da economia capitalista mundializada, a qual por sua complexidade exige uma nova e maior racionalidade na gestão por parte das empresas (SASSEN, 1998).

Essas transformações na economia metropolitana têm também rebatimentos da produção espacial da metrópole com a produção de novas centralidades e de novos espaços de valorização e mudanças importantes no mercado imobiliário metropolitano. A indústria reestruturou-se tanto em termos de padrão de produção (com a revolução tecnológica), como nas relações de trabalho (flexibilização, desregulação). O que também rebateu nos seus padrões espaciais de localização, com as plantas industriais abandonando os núcleos metropolitanos, primeiramente, rumo aos espaços perimetropolitanos e, posteriormente (e atualmente), buscando os espaços “extrametropolitanos” (SOARES, 2018).

As empresas começaram a deslocar-se para áreas mais distantes dentro e também para além das áreas metropolitanas; porém, o seu maior mercado consumidor presente nestas áreas fez com que estas buscassem melhorar sua acessibilidade a todo este mercado e condicionar sua logística subdividindo seus setores e conectando-os em rede por toda esta região. Consequentemente o surgimento de novas centralidades com esta dispersão tanto familiar-residencial quanto industrial trouxe inúmeros empreendimentos para estas áreas intermediárias e periurbanas das regiões metropolitanas: construções de edifícios corporativos, de uso misto comercial e residencial, a verticalização urbana expandindo-se para outras áreas e o crescimento de empreendimentos de grandes superfícies como hipermercados

e *shopping centers* são alguns exemplos do processo de metropolização e também da fragmentação urbana, que através da atuação dos complexos imobiliários e empresariais vão estruturando o espaço urbano contemporâneo (MATTOS, 2006).

Mattos (2006) ainda afirma que estas tendências de profunda transformação na morfologia urbana são correspondentes a investimentos privados que atendem à rentabilidade do capital imobiliário-financeiro e organiza a cidade em função deste. Assim, uma nova paisagem urbana é edificada e criam-se símbolos arquitetônicos que distinguem cidades através de uma imagem corporativa e competitiva no mundo globalizado, sob o nome do: “*city marketing*”.

De acordo com Mattos (2006), os *shopping centers* são grandes superfícies focadas no consumo com forte influência na estruturação urbana e símbolo arquitetônico da metropolização e da dinâmica global propulsora do setor de serviços. Por conseguinte, o papel do *shopping center* na cidade contemporânea será abordado de uma forma teórico-científica a seguir.

## **2.2 O *shopping center* e a sua relação com o espaço urbano**

Padilha (2006, p.69-70) menciona que paralelamente ao crescimento industrial urbano houve um aumento na participação do setor terciário, a partir dos anos 1970, um período ao qual se observou um incremento do consumo por parte da população assalariada. A expansão do consumo, a concentração de pessoas nas cidades e o financiamento público para monopólios varejistas que se criavam no período, tornaram-se propícios para o surgimento dos *shoppings centers* no Brasil (PINTAUDI, 1992, p.26-28).

Silva (2012) destaca que os *shopping centers* participam do processo de descentralização das atividades comerciais, de oferta de atividades de serviços e até mesmo da fragmentação dos espaços urbanos. A necessidade de se estabelecerem em áreas para a construção de seus grandes empreendimentos em que há a possibilidade de se instalarem através da presença de grandes vazios urbanos e da oferta de um solo de baixo valor atrai investimentos deste setor para áreas mais afastadas do centro tradicional.

Os centros tradicionais por já concentrarem economicamente grande parte do comércio e do surgimento da estrutura urbana de muitos núcleos municipais não apresentam mais a disposição de vazios urbanos de grande área para o estabelecimento seja de atividades industriais; seja também de equipamentos que dinamizam o setor terciário: *shopping centers*,

hipermercados, galpões logísticos e infraestruturas de grande porte como aeroportos, entre outros. Com a instalação destas atividades fora do núcleo central urbano, Sposito (2001) afirma que esta descentralização de atividades leva consigo o surgimento de novas centralidades e novas dinâmicas de processos urbanos, como novas infraestruturas e atividades imobiliárias, ou seja, o avanço do setor terciário para estes novos locais e que acabam futuramente se tornando áreas com grande potencial de valorização do solo.

“Os *shopping centers* também formam centralidades e apoderam-se dos territórios vizinhos a estes para novos empreendimentos imobiliários, principalmente residenciais e centro comerciais de alta renda e que possam não somente frequentar, mas também consumir no seu espaço. As áreas já construídas sofrem grande valorização imobiliária e o seu espaço vai se hierarquizando, dinamizando e se tornando complexo com as dinâmicas do setor de serviços; porém atrelado ao consumo e para uma nova identidade: a segregação de outros espaços através de sua valorização e intensidade de seu potencial de fluxos que agrega para o mercado capitalista (FLORES & SOARES, 2015)”.

A Associação Brasileira de *Shopping Centers* (ABRASCE) define que *shopping center* é um empreendimento que possui uma área bruta locável normalmente superior a 5.000 m<sup>2</sup>, com um setor administrativo e que pratica o contrato de aluguel de suas lojas componentes somado a um estacionamento compatível com a legislação de onde este se implementa. Abaixo está a tabela 1, que categoriza o tipo de empreendimento de acordo com seu tamanho de área bruta locável.

Tabela 1 - Classificação do tipo de empreendimento de acordo com a ABRASCE

<b>PORTE</b>	<b>ÁREA BRUTA LOCÁVEL (m<sup>2</sup>)</b>
MEGA	Acima de 60.000
REGIONAL	30.000 - 59.999
MÉDIO	20.000 - 29.999
PEQUENO	Até 19.999

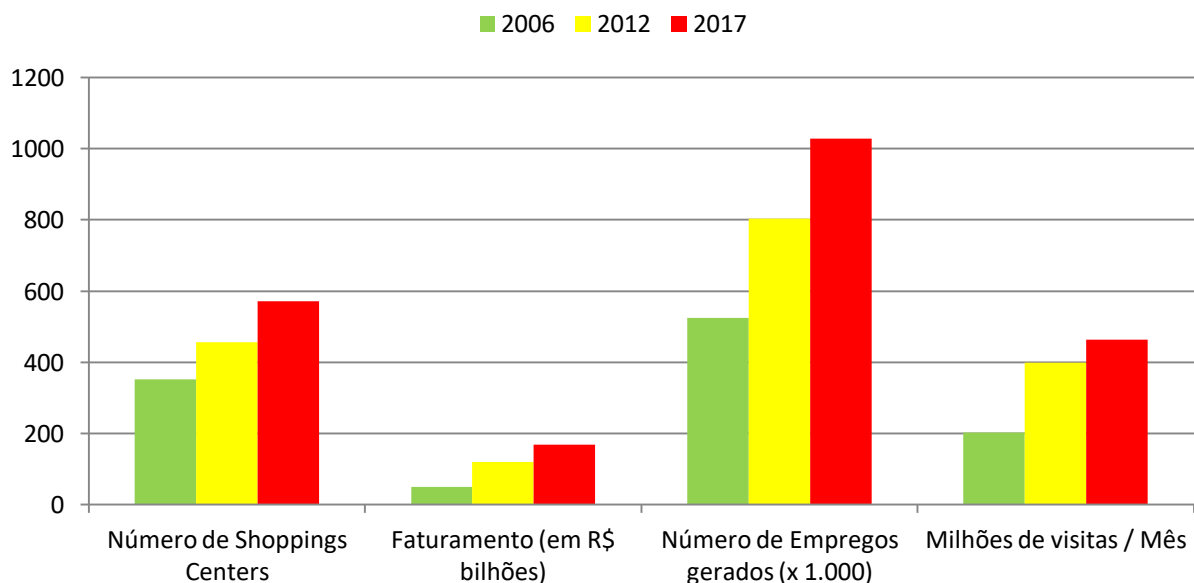
Fonte: Associação Brasileira de *Shopping Centers* (ABRASCE). Elaboração própria, 2018.

Silva (2012) explica que a palavra *shopping center*: centro comercial, deriva de expressão da língua inglesa e nos remetem a um agrupamento de estabelecimentos de comércio varejistas, que oferecem variados tipos de serviços e espaços de lazer. São equipamentos urbanos de grande dimensão espacial que além de possuir uma função comercial é também imobiliária, ou seja, as lojas que compõe este espaço privado são a principal fonte geradora de renda e manutenção deste através de contratos de pagamentos mensais por locação do espaço (aluguel).

A mesma autora ainda afirma que estes espaços privados são muitas vezes confundidos com espaços públicos; pois recriam o espaço urbano em seu interior através da criação de um ambiente seguro, climatizado, bonito, limpo, moderno e que pode servir de ponto de encontro e de relações sociais em suas ruas internas. Pintaudi (1989) corrobora o fato de o *shopping center* ser um empreendimento imobiliário de iniciativa privada que é controlado por um setor administrativo e que reúne em seu espaço varias lojas de comércio varejista e que ofertam o mais variado tipo de serviços.

As maiores empresas do ramo de shoppings centers no Brasil, hoje são: BR Malls, Iguatemi e Multiplan (OLIVEIRA; SHIMADA; MORAES, 2013). De acordo com a ABRASCE, o setor de *shoppings centers* é um dos que mais cresce economicamente e gera empregos no país, como mostra a figura 4.

Figura 4 - Evolução do setor de *shopping centers* no Brasil (2006-2017)



Fonte: ABRASCE – Evolução do setor de *shopping centers* no Brasil (atualizado em 07/02/2018). Elaborado por Anderson Müller Flores, 2018.

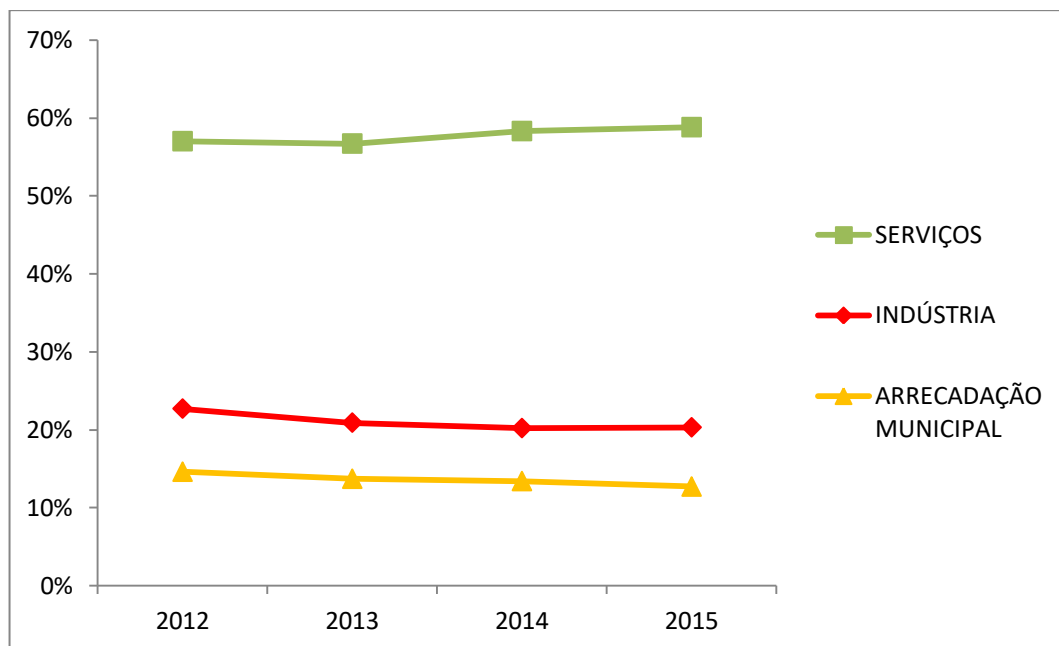
De acordo com a ABRASCE, o Rio Grande do Sul até o ano de 2017 possuía 39 *shopping centers* em operação, o quarto estado brasileiro com maior número deste setor. Somente na RMPA estão 22 dos 39 *shopping centers* do estado.

A representatividade dos *shopping centers* como participantes do setor terciário também se reflete na questão da geração de empregos, segundo a Fecomércio, em 2017, com base nos dados da RAIS (Relação Anual de Informações Sociais), esta divulgou um relatório retratando que 53,2% dos empregos formais do Rio Grande do Sul eram oriundos do setor

terciário e que a maior parte estava ocupada na RMPA, em que concentrava 60,7% dos empregos neste setor. Em Canoas, de acordo com os dados do CAGED (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados), em todo o ano de 2017 foram gerados aproximadamente 17.000 empregos no setor do comércio varejista, ou seja, 8,76% dos empregos no município; e apenas em Janeiro de 2018, o percentual de ocupados no setor do comércio varejista na cidade alcançava 9,51% do total de empregos formais.

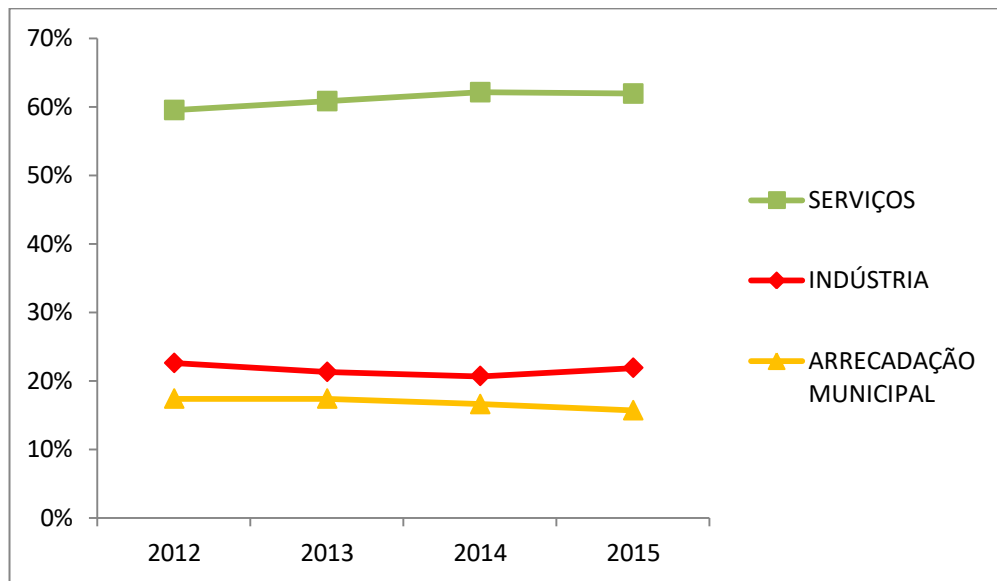
A grande representatividade do setor terciário é característico em diversas escalas: tanto em nível local, regional e estadual. Nos próximos gráficos, figuras 5 a 7, podemos perceber a relevância do setor terciário na economia gaúcha, metropolitana de Porto Alegre e em Canoas. Os dados partem do ano de 2012, ao qual a RMPA não agregou mais nenhum município; e 2015 é o último ano de levantamentos que a FEE utilizou para avaliar a composição da matriz produtiva das escalas de análise que iremos destacar.

Figura 5 - Matriz econômica do Rio Grande do Sul (2012-2015)



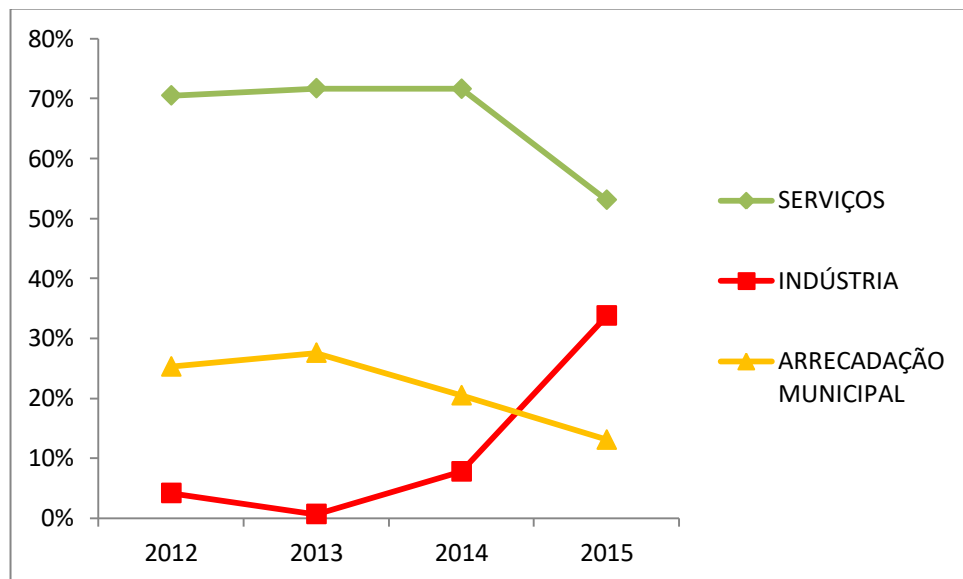
Fonte: FEE – Série histórica/PIB Municípios. Elaboração própria, 2018.

Figura 6 - Matriz econômica da Região Metropolitana de Porto Alegre (2012-2015)



Fonte: FEE – Série histórica/PIB Municípios. Elaboração própria, 2018.

Figura 7 - Matriz econômica do município de Canoas (2012-2015)



Fonte: FEE – Série histórica/PIB Municípios. Elaboração própria, 2018.

A predominância do setor terciário na economia das três escalas de análise (municipal, regional e estadual) reflete o fato de que as atividades comerciais e que ofereçam variados tipos de serviços são consequências de uma nova política econômica e da aplicação de sistemas tecnológico-informacionais que ganharam impulso nas últimas décadas, ao redor do mundo. Principalmente as cidades perceberam estas transformações derivadas do processo de desindustrialização; a “nova economia urbana” atinge principalmente cidades de caráter

metropolitano (MATTOS, 2006 p.49) e Canoas é um exemplo, inserida no contexto da RMPA.

Estas cidades metropolitanas concentram riqueza e poder com a instalação das atividades do setor terciário através desta nova reestruturação produtiva (MATTOS, 2006). Assim, cidades como Canoas, passam a se tornar um produto planejado como consumo produtivo, ou seja, “consumir o lugar” é um lema que expressa a abordagem que predomina nesta nova economia (PADUA, 2015 p.146).

Sposito (2013, p.68) afirma que com a introdução desta economia globalizada - neoliberal e flexível para a movimentação do capital - no Brasil, se tornou frequente a ampliação dos condomínios de luxo em áreas segmentadas por um público de alto padrão e que acabam se segregando do resto do espaço urbano, através de muros e segurança 24 horas, devido à insegurança que o poder do Estado não consegue evitar consequente das desigualdades sociais produzidas no nosso país e em nossas cidades ao longo de nossa história. Com isto, a homogeneização deste espaço urbano através da proliferação de residenciais de alto padrão, a existência de grandes vazios urbanos, a facilidade de mobilidade e proximidade de eixos viários e do Centro municipal, o alto poder de consumo e a grande atuação do promotor imobiliário tornaram o bairro Marechal Rondon, um espaço vantajoso para que em 2014 o processo de construção do ParkShopping Canoas já estivesse em andamento e para que este viesse a se instalar.

Os *shopping centers* são grandes espaços que concentram inúmeros estabelecimentos comerciais e que oferecem algum tipo de serviço: atividades de lazer e recreação, a oferta de variadas opções para a alimentação, compras de vestuário e calçados, serviços estéticos, conveniências como supermercados e agências bancárias, além de inúmeros outros segmentos que este espaço agrega em seu interior. Como o ParkShopping Canoas é um grande espaço de consumo que se instalou recentemente no município de Canoas, evidentemente torna-se importante elucidarmos com maiores detalhes este grande agente que se tornou atuante na transformação do espaço urbano canoense, principalmente no bairro Marechal Rondon.

Para atender toda a infraestrutura deste grande equipamento comercial, se desenvolveu uma aliança de compensação com o poder público municipal de Canoas e a rede Multiplan de *shoppings centers*. Assim, trataremos de abordar de forma teórico-cintífica as características da atuação transformadora do *shopping center* no espaço urbano contemporâneo antes de realçarmos o papel do ParkShopping Canoas na área de estudo e suas efetivas transformações que tornaram-se evidentes para o desenvolvimento deste trabalho.



### 2.3 Uma concepção teórico-científica sobre transformações urbanas proporcionadas com a implementação de um *shopping center*

O *shopping center* reconfigura as cidades extirpando os espaços públicos e os valores da coletividade, passa a se tornar uma atração turística e parte da história de uma cidade ao tornar-se um “paraíso” urbano para certa camada privilegiada da sociedade, alimenta a ilusão de nossas insatisfações psíquicas resolvendo estas através da aquisição material e certas atividades de lazer, afirmando que a satisfação pessoal e a felicidade se tornem mercadorias. São centros que mantêm a lógica do capital e contribuem para perpetuar a ideia de uma sociedade do consumo (PADILHA, 2006 p.190).

Ortigoza (2009, p.56) evidencia que os *shoppings centers* procuram atrair e segmentar seu público-alvo criando ambientes diferenciados. Estes se apresentam como uma linguagem da sedução materializada, um produto social avançado, impondo novos padrões de consumo e até mesmo impactando no desenvolvimento das cidades (SANTOS JÚNIOR, 1992 p.61).

A atividade das diferentes classes sociais vai criando internamente tecidos espaciais, marcas da disputa que vai recortando territorialmente a cidade. Os *shoppings centers* tornaram-se, no interior desse processo, herdeiros diretos dos empreendimentos comerciais e imobiliários que demarcaram os signos de modernidade, desde o final do século passado, nas grandes metrópoles capitalistas: as galerias, as lojas de departamento e os grandes edifícios comerciais (SANTOS JÚNIOR, 1992 p. 62).

A capacidade de um *shopping center* vender está vinculada à sua capacidade de atrair consumidores e reconhecer o volume de vendas que este poderá obter é tarefa primordial quando do planejamento do produto, incluindo seu dimensionamento. Um novo *shopping center* deverá subverter um hábito de compra já instalado e este novo empreendimento deve promover esta transposição (PETROLA; MONETTI, 2004).

O consumidor tem a possibilidade de reconhecer a proximidade, a composição mercadológica e da edificação, além de outros fatores. Muitos fatores devem estar presentes para o sucesso do novo empreendimento e isso deve ser “construído” desde o planejamento do próprio edifício (PETROLA; MONETTI, 2004).

Os *shopping centers* são redefinidores da imagem de uma cidade (TEODORO, 2013 p.195) principalmente por meio da criação de infraestruturas para atender este grande equipamento urbano e conseqüentemente isto resulta em uma valorização da área onde este se instala e também atraindo novas atividades, predominantemente comerciais, em seu entorno.

Santos Jr. (2004) ressalta que a implementação de *shopping centers* mobiliza a atuação do Estado conjuntamente com empreendedores imobiliários a modificar padrões urbanos por conta da construção destes novos espaços que vêm sendo construídos. A ampliação de vias

urbanas é um dos exemplos que introduz novos hábitos e vivências que reordenam o ambiente urbano seja através de novos padrões de edificações, disseminação de atividades comerciais que alimentam os novos padrões de consumo e; assim racionalizando, concentrando capital e rentabilizando o espaço urbano.

Os *shopping centers*, hipermercados e outros centros de entretenimento urbano se distribuem em uma nova divisão espacial de cultura e consumo, descentralizando as funções urbanas e tornando-se fatores dominantes de crescimento e de construção urbana frente ao modelo tradicional das cidades latino-americanas (JANOSHCKA, 2002). Sposito (2001) cita que a tendência desta descentralização cria novos centros que reestruturam o espaço urbano criando novas acessibilidades para estas novas áreas.

A produção de infraestruturas como vias, arruamentos e a provisão de demais serviços públicos valorizam o espaço e criam possibilidades para negócios oriundos do capital (LENCIONI, 2011).

“Como modalidade comercial que requer grandes áreas para a sua instalação, os *shopping centers* criam uma nova centralidade nos locais onde são construídos, dinamizam o espaço em seu entorno, atraem formas comerciais e de serviços, além da atenção do poder público que acaba realizando toda a infraestrutura necessária à implantação destes. Ruas e avenidas são pavimentadas, viadutos, rotatórias e contornos são construídos; cabos e redes de comunicação são instalados, além da estrutura básica como as redes de água, luz e esgoto, entre outros (CLEPS, 2005 p.268).”

Sposito (2013, p.75) continua seu pensamento afirmando que estas novas dinâmicas que orientam a formação destas centralidades são definidas conceitualmente como policentralidade. A policentralidade aparece através da redefinição da estrutura espacial e que ao mesmo tempo exerce atração sobre todo o conjunto da cidade, polarizando pessoas e capital, como é o caso dos grandes equipamentos comerciais: *shoppings centers*, centros empresariais e de negócios, e hipermercados são exemplos.

Estes grandes equipamentos comerciais, como policentralidade, competem com o centro tradicional; pois oferecem de igual para maior grau, atividades diversas e especializadas na oferta de bens e serviços, até mesmo em qualidade sofisticada. Possuem como objetivo ampliar um ponto ou área da cidade a ampliação de sua centralidade através da operação de suas atividades e desde sua construção pela escolha de áreas com baixo preço no mercado do solo; assim acabam redefinindo o processo de produção do espaço urbano com suas intenções e gerando grande impacto; continua Sposito.

Pádua (2015, p.145) esclarece que o espaço atualmente é produzido por estratégias para a realização econômica e se tornando mercadoria de negócios relacionados aos produtos

imobiliários. As novas frentes de valorização no espaço urbano metropolitano e a oportunidade de crescimento imobiliário para construção de novos empreendimentos em grandes terrenos disponíveis permitem uma rápida valorização do espaço.

Pádua (2015) continua sua argumentação esclarecendo que no intuito de construir uma frente de valorização é preciso produzir um novo lugar que seja propício para a chegada de uma população com maior poder de consumo, que irá “consumir o lugar”; ou seja, o autor está atestando o espaço como uma mercadoria. Os espaços se tornam produtos planejados para o consumo produtivo e gradativamente passam a ser consumidos e se transformam em espaços de consumo.

Sposito (2013, p.74) esclarece a centralidade como um espaço denso de elevado valor econômico e grande conteúdo simbólico; e que a perda de importância do centro principal está relacionada ao aparecimento destes subcentros e eixos comerciais e de serviços especializados fora deste centro tradicional. A concentração de serviços e atividades comerciais em mais de uma área, fora do eixo central, nas cidades é definida como multidentalidades e que o crescimento destas em áreas pericentrais concentram fluxos de pessoas e capitais possibilitando o reconhecimento de áreas centrais por exercerem a mesma expressividade que o centro tradicional apresenta.

Ortigoza (2009, p.18) enaltece que o comércio, principalmente a venda em varejo, constitui-se de atividades essencialmente urbanas e que exigem centralidade, o comércio varejista faz parte da própria razão de ser das cidades, seus movimentos e sua organização interna. O comércio e o consumo tornam-se importantes condicionantes e meio para que os comerciantes, consumidores e outros agentes produtores do espaço urbano acabam dinamizando as relações entre cidade e comércio.

O consumo do espaço se generaliza na metrópole, a sintonia entre consumo e centralidade urbana passa a reproduzir uma paisagem do consumo: abrir novas avenidas e propiciar em seu entorno a valorização do espaço na região onde ele é instalado, concomitantemente introduzindo novos conteúdos à centralidade urbana (ORTIGOZA, 2009 p.63). Sposito (2004) comenta que a adição de novos centros urbanos são evidências da fragmentação da cidade através de forma seletiva, mas ao mesmo tempo, integrante no espaço através da instalação de *shoppings centers* e de condomínios autosssegados.

Villaça (2001) cita que o funcionamento da sociedade urbana transforma seletivamente os lugares através de suas exigências funcionais e, portanto, certos pontos se tornam mais atrativos e valorizados acabando por se tornarem mais convenientes na busca de alojamento para pessoas com maior poder aquisitivo. Torna-se válida então esta percepção na

análise dos bairros residenciais socialmente produzidos e induzidos para estas classes socioeconômicas mais abastadas em relação ao seu poder de capital.

O mesmo autor continua sua reflexão referindo-se que o *shopping center* por abranger uma grande área de influência, esta centralidade ou subcentralidade de uma concentração variada de atividades comerciais e de serviços acaba atendendo apenas um grande número de pessoas em uma área de influência menor como a de um bairro, exemplo: o Marechal Rondon. Ao mesmo tempo, os *shopping centers* acabam atraindo um comércio em suas proximidades, um aumento do tráfego urbano, concentração de empregos e conseqüentemente a instantaneidade deste empreendimento acaba ocasionando novas reformulações em relação a leis urbanísticas de zoneamento, principalmente em grandes cidades.

Villaça (2001, p.319) reflete que atividades do setor terciário como escritórios e outras lojas que oferecem atividades comerciais e do ramo de serviços acabam sendo atraídas, assim como os *shopping centers*, em direção aos bairros de renda mais alta. Andrade (2007, p.9) afirma que os *shopping centers* descentralizam as cidades causando deslocamento de pessoas devido à concentração de atividades e empregos ao qual concentra, e estimulam uma reorganização das atividades comerciais e do próprio espaço urbano devido às emergências e infraestruturas que estes estabelecimentos demandam.

Com todo este referencial teórico-científico esboçado podemos, a partir de agora, no próximo capítulo, enfatizar o papel do *shopping center* em questão: o ParkShopping Canoas; como também da área de estudo em que este se instala – o bairro Marechal Rondon. Com isto, posteriormente se abordará o objeto de estudo, elencando as principais transformações que o ParkShopping Canoas, com o seu projeto de implementação e suas demais fases (construção, inauguração e pós-inauguração) desenvolve neste espaço intraurbano canoense.

### **3. A ÁREA DE ESTUDO E O *SHOPPING CENTER***

Antes de elucidarmos o objeto principal de estudo deste trabalho: as transformações urbanas ocasionadas com a implementação do ParkShopping Canoas, torna-se relevante enfatizarmos neste capítulo como se apresenta e se configura a área de estudo, o bairro Marechal Rondon; e por conseguinte, como se manifesta neste bairro este agente atuador de transformações urbanas: o novo *shopping center* de Canoas.

#### **3.1 A área de estudo: o bairro Marechal Rondon**

O bairro Marechal Rondon se localiza a Leste do bairro Centro de Canoas, ao Sul do bairro Igara, a Oeste do bairro Estância Velha e a Norte do bairro Nossa Senhora das Graças. Contando com uma área de 6,25 km<sup>2</sup> e uma população de 11.002 habitantes, a densidade demográfica atinge 1.760,35 hab./km<sup>2</sup> (IBGE, 2010).

O bairro se conecta com o restante do município através de vias importantes: a Avenida Getúlio Vargas (a Oeste), a Rua Boqueirão (a Norte), a Avenida Santos Ferreira (a Sul), e a Avenida Açucena (a Leste). Todas estas vias delimitam a área do bairro, ao qual foi definida pela lei municipal 4.736/2003.

Soma-se a estas vias urbanas a BR-116 – rodovia federal – que conecta Porto Alegre com o eixo conurbado da RMPA e ao restante do país, esta sendo paralela à Avenida Getúlio Vargas. Na figura 8, estará esboçado a localização do bairro Marechal Rondon perante a Canoas.

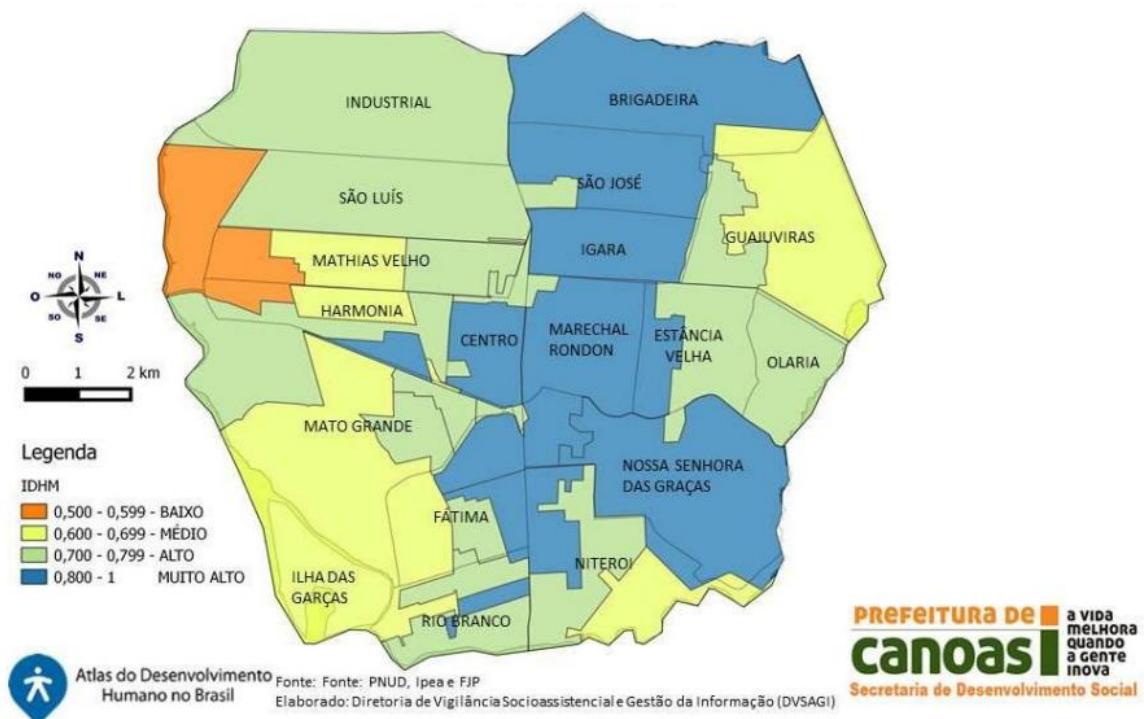
Figura 8 - As subdivisões de Canoas e o bairro Marechal Rondon



Fonte: Instituto Canoas XXI – Prefeitura Municipal de Canoas, Imagens cedidas pelo GoogleEarth. Elaboração própria, 2018.

O bairro Marechal Rondon possui dados socioeconômicos que o apresentam em um perfil de alto desenvolvimento humano, dentro do município de Canoas, como aponta a figura 9. O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) - desenvolvido por Mahbub Ul Haq e Amartya Sen - expressa uma medida que avalia as condições básicas como renda, saúde e educação como fatores de que o ser humano tenha capacidades dignas de se desenvolver com pleno bem-estar através destas categorias de análise, se bem fomentadas.

Figura 9 - Índice de Desenvolvimento Humano em Canoas (2015)



Fonte: Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (IPEA), Fundação João Pinheiro (FJP) e Diagnóstico Socioterritorial do Município de Canoas – UNISINOS. Elaborado pela Diretoria de Vigilância Socioassistencial e Gestão da Informação (DVSAGI), 2015.

A configuração socioeconômica do bairro será descrita através de dados obtidos pelo Censo Demográfico realizado pelo IBGE, em 2010. Assegura-se também que a Prefeitura Municipal de Canoas, em conjunto com o Instituto Canoas XXI até o ano de 2016, compilavam informações municipais em um perfil bibliográfico elaborado em conjunto - o Estado da Cidade: um retrato de Canoas. Porém, depois deste ano não houve mais nenhuma publicação do gênero.

Dos 11.002 habitantes, a maior parte da população do bairro é composta pelo sexo feminino (53,64%), ou seja, um índice superior se comparado ao município de Canoas (51,85%). Em termos populacionais é o terceiro bairro, de 18 bairros de Canoas, com a menor média de moradores por domicílio (2,71).

93,34% da população do bairro se autodeclara branca e também é o bairro com maior representatividade populacional desta etnia em Canoas. O bairro possui rendimento mensal entre 5 a 10 salários mínimos, com predominância da classe socioeconômica B (FLORES, 2016).

Por conseguinte, o bairro Marechal Rondon possui ótimos índices relacionados à educação: o terceiro bairro com maior índice de alfabetização em Canoas - 99,2% da população. Este apresenta também índices baixos de existência de lixo acumulado (<3,40%) devido ao alto índice de coleta de lixo (99,95% dos domicílios); possui baixo índice de existência de esgoto a céu aberto (<0,82%); alto índice de pavimentação em suas vias de circulação (>99,14%); existência de calçadas nas vias urbanas (entre 73 e 98%) e agrega-se a estes índices a maior proporção de domicílios, entre os bairros de Canoas, conectados à rede de esgoto ou pluvial: 81,9%.

A área de estudo também apresenta outros índices que ressaltam o seu alto índice de desenvolvimento humano: o bairro Marechal Rondon compartilha com o bairro Fátima as maiores disponibilidades de áreas verdes por habitante: de 5 a 35m<sup>2</sup>; principalmente por localizarem os maiores parques municipais do município. Também é o bairro onde há uma das menores proporções de beneficiários de programas sociais, como exemplo: o Bolsa Família<sup>2</sup>, apenas 0,99% da população é beneficiada por este.

Em relação à composição etária, o bairro Marechal Rondon possui mais idosos (pessoas com 60 anos ou mais de idade) frente à população mais jovem (com idade igual ou menor de 15 anos). A taxa é de 101,64 idosos para cada 100 jovens, ou seja, a quarta maior taxa de envelhecimento entre os bairros de Canoas. Somente em Canoas, o índice de envelhecimento (compara em números a população de idosos em proporção a de jovens) é de apenas 51,25 idosos para um grupo de 100 jovens. Desta maneira, a faixa etária do bairro é composta por 22,37% da população contendo de 0 a 29 anos, 23,34% da população contendo mais de 60 anos e a grande maioria apresentando idade entre 30 e 59 anos: 54,29% da população.

Em relação à composição econômica do bairro Marechal Rondon, de acordo com a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico de Canoas, em 2013 o bairro apresentava 97,56% de sua economia relacionada com o setor terciário (73,98% relacionados com atividades de serviços e 23,58% relacionados com as atividades comerciais). O restante

---

<sup>2</sup> O Bolsa Família é um programa social direcionado a famílias carentes (de extrema pobreza e pobreza) para conseguirem superar a situação de vulnerabilidade com direito à alimentação, acesso à saúde e à educação; através de transferência direta de renda. Segundo a Caixa Econômica Federal são mais de 13 milhões de famílias atendidas em todo o Brasil. <Disponível em: <http://www.caixa.gov.br/programas-sociais/bolsa-familia/Paginas/default.aspx>>. Acesso em: ago.2018.



da economia do bairro: 2,44% estão relacionados ao setor industrial, ao qual ainda é presente, mas em menor proporção no bairro.

A grande representatividade do setor terciário no bairro se compara em mesma escala com a matriz produtiva do município de Canoas, com a RMPA e também ao estado do Rio Grande do Sul. Através da reestruturação produtiva e conseqüentemente da transformação do solo em produto de consumo através da ação de promotores imobiliários, verificamos a importância que estes e os proprietários fundiários possuem em suas relações na nova organização do espaço urbano. A presença de grandes lotes vazios torna-se motivo de investimento na valorização do solo urbano, quando este passa a ser um produto e produtor do espaço urbano (PADUA, 2015 p.148).

O proprietário fundiário investe em seu terreno com o propósito de gerar novas aplicações e o promotor imobiliário oferece a utilização deste espaço através de produtos na forma de rentabilizar e de valorizar este investimento, como a ideia de parcelamento do solo para a construção de empreendimentos residenciais e comerciais de alto padrão e até mesmo no uso deste para grandes equipamentos comerciais: hipermercados, *shoppings centers*, sedes corporativas, entre outras opções (PADUA, *ibidem*). A expansão urbana no bairro Marechal Rondon se desenvolveu e ainda está sendo promovida através desta atuação: a proliferação de condomínios de alto padrão, a venda de grandes vazios urbanos para loteamentos de casas para pessoas com alto poder aquisitivo, e no qual segmenta e homogeniza a grande área que se urbaniza na parte Leste deste bairro.

Flores e Soares (2015) afirmam que os *shopping centers* procuram se estabelecer onde há um consumidor em potencial, mais especificadamente de alta renda. De acordo com o Instituto Canoas XXI, com dados oriundos do censo demográfico do IBGE (2010), 49% dos domicílios do bairro Marechal Rondon são predominantemente categorizados como classe socioeconômica A e B. As classes socioeconômicas para maior conhecimento estão detalhadas na tabela 2.

Tabela 2 - Classificação das classes socioeconômicas

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

Fonte: IBGE (2010). Elaboração própria, 2016.

Além do bairro Marechal Rondon concentrar uma população de alta renda, o bairro também apresentava um grande vazio urbano ao qual serviu para a implementação do ParkShopping Canoas e à elaboração de seu estudo de impacto de vizinhança em 2013. Mas de quem era o grande vazio urbano e quando ele se tornou projeto para a implementação do ParkShopping Canoas?

O lote do grande vazio urbano ao qual o ParkShopping veio a se instalar era cadastrado sob número 95.336 na Prefeitura Municipal de Canoas e pertencia à Comunidade Evangélica Luterana São Paulo. De acordo com o cadastro de imóveis do Instituto Canoas XXI, o lote começou a ser desmembrado em 2009, em vários outros lotes e muitos destes começaram a pertencer a grupos de incorporadoras e imobiliárias.

O lote, ao qual veio a se instalar o ParkShopping Canoas, de acordo com a EkoSolo – empresa que gerenciou a elaboração do RIMA do empreendimento – esta verificou que o lote já era antropizado. Constituíam-se de sub-bosques de espécies nativas e mata de eucaliptos, ou seja, não havendo ocorrência de espécies arbóreas significativas.

Em relação às medidas de mitigação da construção do empreendimento, no tocante à vegetação local, foi-se considerado um índice de médio impacto. Uma das medidas mitigadoras a implantação de paisagismo e plantio de espécimes nativas floríferas e frutíferas; assim futuramente, uma das medidas foi a compensação ambiental da ampliação do Parque Municipal Getúlio Vargas, ao qual fica próximo.

Em relação à fauna foi constatado que a área é relativamente pobre em espécies, devido ao processo de antropização do meio. Assim, as medidas mitigadoras de cunho ambiental em relação à fauna são de baixo impacto, apenas citando a importância de se fazer a remoção da vegetação existente em sentido sul-norte e no período não reprodutivo das aves, para que estas possam se dispersar às áreas verdes no entorno, no sentido norte-leste.

Nas figura 10 atentaremos à configuração do lote antes de sua urbanização. Somente para fins de pesquisa, imagens de satélite foram utilizadas para captar a situação do terreno antes do período abordado em nosso estudo para termos a ideia da evolução urbana do bairro.

Figura 10 - Área do Lote 95.336 (Comunidade Evangélica Luterana São Paulo) em 2002



. Fonte: Cadastro de imóveis do Instituto Canoas XXI – Prefeitura Municipal de Canoas. Imagem cedida pelo GoogleEarth. Elaboração própria, 2018.

A partir de 2009, o lote 95.336 foi desmembrado, de acordo com o cadastro de imóveis da Prefeitura de Canoas, em cinco novos lotes. Porém, iremos focar por ora sobre o lote do empreendimento do ParkShopping Canoas e os demais serão retratados devidamente quando o assunto durante o restante do trabalho se tornar pertinente a estes.

Voltando à área do desmembramento ao qual se propõe a implementação do ParkShopping Canoas notamos a divisão do lote, principalmente entre muitos grupos empreendedores no ramo imobiliário. Neste meio tempo, entre 2009 e 2013, já tinha sido estruturado a proposta de implementação do ParkShopping Canoas, do grupo Multiplan, já

que por se tratar de um equipamento urbano de grande impacto precisou se realizar antes da aprovação do projeto de sua construção, o estudo de impacto de vizinhança (EIV).

Como consta no EIV do ParkShopping Canoas, o projeto envolvia outras fases além do *shopping center* e contava inicialmente com mais de 200.000m<sup>2</sup> de área construída. Na figura 11 retratará o desmembramento do lote 95.336, o ano aos quais os novos cinco lotes passaram para os novos proprietários e que empreendimento está estabelecido nestas áreas atualmente.

Figura 11 - Desmembramento do Lote 95.336



DESMEMBRAMENTO	ANO DESMEMBRAMENTO	PROPRIETÁRIOS	2018
1	2010	DallaSanta Empreend. & Incorporações (30,925%); Salvadori Incorporações (30,925%); LF Representações (21,05%); ARBE Empreendimentos (17,1%)	FUTURO EMPREENDIMENTO
2	2009	Ônix Part. Empreend. Imobiliários (19,34%); Salvadori Incorporações (18,42%); DallaSanta Empreendimentos (18,42%); Simoni Incorporações (13,81%); Brasil Sul Veículos (13,81); Lusipa Corretora Seguros (13,81%); Benin & Cia. (2,39%)	PARKSHOPPING CANOAS
3	2014	CAPA NEX GROUP	CONDOMÍNIO LIFE PARK
4	2014	CAPA NEX GROUP	CONDOMÍNIO MIRANTES DO PARQUE
5	2014	DOAÇÃO - PREFEITURA	EXPANSÃO PQ. GETÚLIO VARGAS

Fonte: Cadastro de imóveis do Instituto Canoas XXI – Prefeitura Municipal de Canoas. Imagem cedida pelo GoogleEarth. Elaboração própria, 2018.

O Grupo Multiplan realizador e idealizador do projeto do ParkShopping Canoas obtém 84,5% de todo o *shopping Center*, desde 2017, e os outros 15,5% estão sob tutela da UniPark Empreendimentos e Participações. Estes dois grupos apenas conseguiram averbação do lote nove meses antes da inauguração do *shopping center* e foi inserido no cadastro de imóveis de Canoas sob matrícula de número 67.139.

A implementação do ParkShopping Canoas passou por um período onde grande parte dos proprietários eram promotores imobiliários (2009-2017). De acordo com Corrêa (1989 p.19), os promotores imobiliários são agentes que realizam a incorporação e a promoção imobiliária, financiam recursos juntamente com o incorporador para a construção de um dado empreendimento, elaboram estudos técnicos de obra, fator de localização, atua na construção e também na comercialização do devido projeto. Estes agentes são caracterizados desde a gênese do proprietário de um dado lote até o incorporador, construtor e promotor imobiliário.

Nota-se então a parcela significativa de empreendedores e incorporadores na aquisição e na divisão dos lotes, a partir de 2009, no grande vazão urbano ao qual viria então a se desenvolver o projeto do ParkShopping Canoas e dos condomínios verticais residenciais que viriam posteriormente. Silva (2012) atesta que os *shopping centers* contribuem para a valorização no seu entorno e com isto podemos corroborar o investimento dos incorporadores e empreendedores imobiliários na construção de residenciais na volta deste equipamento comercial.

Para atender toda a infraestrutura deste grande equipamento comercial se desenvolveu uma aliança de compensação com o poder público municipal de Canoas e a rede Multiplan de *shoppings centers*. Novas infraestruturas urbanas precisaram ser feitas para atender o futuro *shopping center*: a criação de eixos viários municipais, a duplicação das vias que já existiam, a instalação de pontos de transporte coletivo urbano, a criação de ciclovias para também criar um “marketing” do próprio empreendimento em oferecer aos seus clientes novos modais de mobilidade e acesso ao *shopping center*.

Ademais, a parceria público-privada de compensação da rede Multiplan na revitalização do Parque Municipal Getúlio Vargas – mais conhecido popularmente como Capão do corvo – que fica em frente deste novo equipamento comercial, promoveu uma imagem de sustentabilidade que se tornou atrativa para que houvesse uma demanda de consumidores que pudessem circular pelo empreendimento e também desfrutar de uma área urbana ao ar livre destinada ao lazer: o parque. No próximo subcapítulo, se abordará a questão de como se configura o ParkShopping Canoas.

### 3.2 O ParkShopping Canoas

O ParkShopping Canoas está localizado na área central do bairro Marechal Rondon entre a Avenida Farroupilha e a Avenida Sezefredo Azambuja Vieira, situando-se em um lote de 93.603,31m<sup>2</sup> e contando com uma área bruta de locação de 48.711m<sup>2</sup>. É o 19º empreendimento do grupo Multiplan, uma das maiores empresas gerenciadores de *shopping centers* do Brasil, e o qual foi inaugurado no dia 24 de Novembro de 2017.

O *shopping center* foi entregue com um espaço para mais de 250 lojas e com um investimento superando os R\$ 400 milhões. De acordo com os dados da Multiplan, somente nos 38 dias de operação, do *shopping center* em 2017, as vendas superaram os R\$ 71 milhões e um público de 860.000 visitantes; ou seja, uma média de 22.000 visitantes por dia, praticamente o dobro da população do bairro Marechal Rondon.

O ParkShopping Canoas também conta com mais de 2.500 vagas de estacionamento, um centro de eventos com capacidade para 1.200 pessoas, sete salas de cinema, um hipermercado da rede Zaffari (o 36º da rede), pista de patinação no gelo com 750m<sup>2</sup>, uma academia da rede de franquias SmartFit e algumas lojas âncoras: Renner, Riachuelo e Forever 21 (vestuário); Centauro (esporte); Tok&Stok (lar e decoração); Lojas Americanas (comércio) e a HotZone (parque de diversões indoor). Além das diversas opções de gastronomia, na praça de alimentação, também estão presentes restaurantes de renome e alguns destes com varandas com vista para o Parque Municipal Getúlio Vargas: o BAH, o Las Leñas, o Outback Steak House, a Petisqueira, o Picnic, entre outros.

A decisão do grupo Multiplan de investir em Canoas, mais precisamente no bairro Marechal Rondon, é de que esta área possuía uma grande demanda de consumo e com poucas opções de lazer, assim tornando-a atrativa para o investimento do grupo. Agrega-se a esta questão o fator de localização, considerando a situação de Canoas que inserida na RMPA, possui um dos maiores potenciais de consumo<sup>3</sup> do Rio Grande do Sul e do Brasil.

Além disto, de acordo com as constatações do presidente do Grupo Multiplan, José Isaac Peres, a localização estratégica de Canoas, próxima de uma região bastante populosa (Vale do Rio dos Sinos e a Zona Norte de Porto Alegre) com mais de dois milhões de

---

<sup>3</sup> De acordo com o IPC Marketing, empresa que utiliza metodologias exclusivas para cálculos de potencial de consumo nacional, destaca-se como o único estudo que apresenta em números absolutos o detalhamento do potencial de consumo por categorias de produtos para cada um dos 5.570 municípios do País, com base em dados oficiais. Este trabalho traz múltiplos indicativos dos 22 itens da economia, por classes sociais, focados em cada cidade, sua população, áreas urbana e rural, setores de produção e serviços etc., possibilitando inúmeros comparativos entre os municípios, seu entorno, Estado, regiões e áreas metropolitanas, inclusive em relação a períodos anteriores. O município de Canoas está entre as 100 cidades com maior potencial de consumo do Brasil e a terceira maior do Rio Grande do Sul.

habitantes, soma-se a fatores atrativos para a instalação do novo empreendimento: a composição e predominância de sua área de influência concentrar uma classe socioeconômicas de maior poder aquisitivo: A, B e C; e nos arredores estarem equipados com um forte setor industrial e logístico.

A proximidade do Aeroporto Internacional Salgado Filho, na Zona Norte de Porto Alegre, agregada a uma das principais rodovias de circulação na RMPA, que liga o eixo conurbado desta metrópole: a BR-116; são outros grandes atrativos para a instalação de grandes empreendimentos como um *shopping center*. Outro fator importante para a implantação do ParkShopping, em Canoas, foi o apoio da prefeitura que futuramente avaliou que o empreendimento poderia trazer um maior potencial de geração de empregos no município.

De acordo com o grupo Multiplan, a intenção foi de gerar 1.000 empregos diretos na fase de construção e outros 5.000 empregos após a inauguração do *shopping center* (3.000 vagas indiretas e 2.000 diretas). Além de colaborar com o incremento do comércio e à “modernização da cidade”, a proposta do ParkShopping Canoas de conectar o estabelecimento ao Parque Municipal Getúlio Vargas (como contrapartida de sua instalação) alia à proposta de modernidade com os princípios de sustentabilidade, ou seja, norteando o “marketing” do *shopping center* em questão.

No EIV, o empreendimento conta com mais fases de construção, visando à implementação de um edifício comercial de 10 pavimentos (com uma área total construída de 18.197,71m<sup>2</sup>); um apart-hotel de sete pavimentos (com uma área construída de 6.894,19m<sup>2</sup>); e por último, um hotel de sete pavimentos com 6.859,18m<sup>2</sup> de área construída. Até o ano de 2018, apenas a primeira fase ainda estava operante: a funcionalidade do *shopping center*, com aproximadamente 120.000m<sup>2</sup> de área construída, ou seja, quase 100 mil m<sup>2</sup> a menos do previsto no projeto do EIV.

A propaganda de ser o primeiro *shopping center* conectado a um parque, a inspiração na arquitetura de países escandinavos e a utilização de energia sustentável aliam o fato do empreendimento congregar lazer, ponto de encontro e uma experiência moderna e sustentável para a cidade de Canoas. O empreendimento utilizou-se de energia limpa: com árvores de placas solares tanto no estacionamento quanto no projeto de expansão do Parque Municipal Getúlio Vargas, a utilização de usinas fotovoltaicas com geração de 1,3 Megawatts.

Também utiliza de um sistema de reuso de águas pluviais, torres de resfriamento do sistema de ar-condicionado e a utilização de vidros “*low-e*”, que permitem por meio de uma camada fina de metal transferir uma transmissão de calor de grande proporcionalidade; e, por

consequente, diminuir o uso de ar-condicionado. A máxima eficiência energética oriunda da instalação de lâmpadas LED e uma estação própria de tratamento de esgoto (ETE) para o reaproveitamento da água são alguns exemplos da propaganda e do projeto de sustentabilidade que o *shopping center* traz em seu empreendimento (GRUPO MULTIPLAN).

Em Outubro de 2018, o grupo Multiplan recebeu do Conselho Internacional de *Shoppings Centers*<sup>4</sup> o troféu ouro na categoria de *design* e desenvolvimento pelo projeto do ParkShopping Canoas, devido ao novo conceito de integrar o empreendimento a sua área externa: ao parque. Outro motivo é do mesmo integrar um centro de eventos e uma ampla diversidade de estabelecimentos comerciais (incluindo alimentação e entretenimento).

O *shopping center* também oferece um “templo de consumo”, como afirma Pintaudi (1989). Silva (2012) confere a estes centros de compras planejados como alternativas para a população de classe socioeconômica mais elevada fugir dos congestionamentos das grandes cidades, da falta de estacionamento e da insegurança que os centros urbanos, principalmente nos países subdesenvolvidos, perpassam nos dias de hoje.

Para Aleixo (2005), os *shopping centers* reproduzem as ruas das áreas centrais comerciais das grandes cidades com suas ruas internas, porém fechadas; além de conter espaços de lazer, escritórios, pistas de patinação, teatros, centro de convenções, supermercados, entre outros espaços que contemplem o consumo e as relações sociais independentes de qualquer contato com a rua externa. No ParkShopping Canoas, conforme imagens abaixo, pode-se notar a identificação destes espaços em seu interior: ruas internas com varias lojas, supermercados, pistas de patinação. Ou seja, espaços coletivos, porém não públicos; um espaço privado que abriga atividades terciárias, como afirma Silva (2012).

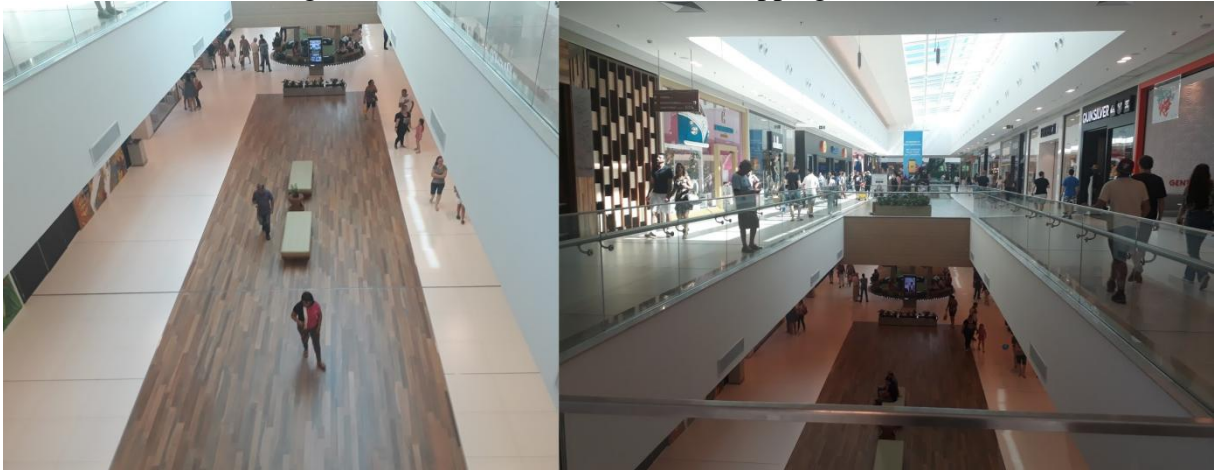
Padilha (2006, p.188-189) afirma que os *shopping centers* criam espaços urbanos ideais: praças, ruas cobertas iluminadas e seguras, cinemas, etc.; ou seja, a busca da felicidade através da materialização dos sentimentos, desejos e prazeres; um símbolo da cultura do consumo da sociedade contemporânea capitalista. Nas figuras 12, 13 e 14; apresentam-se algumas fotos obtidas do ParkShopping Canoas e que exemplificam a criação destes espaços urbanos no interior do empreendimento.

---

<sup>4</sup> O Conselho Internacional de *Shoppings Centers* reúne mais de 70 mil membros em mais de 100 países e tem o objetivo de garantir o papel destes empreendimentos na vida das comunidades em todo o mundo.



Figura 12 - Ruas internas do ParkShopping Canoas



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

Figura 13 - Espaços internos no ParkShopping Canoas



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

Figura 14 - Imagens externas do ParkShopping Canoas



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

De acordo com a classificação da ABRASCE, o ParkShopping Canoas por sua área bruta locável é considerado um empreendimento de porte regional. É o segundo deste tipo a

se localizar em Canoas, o primeiro foi o Canoas Shopping, inaugurado em 1998, localizado na área central da cidade e que conta com uma área bruta locável de 37.820m<sup>2</sup>, também de porte regional. Na figura 15 poderá se identificar a localização do ParkShopping Canoas na área central do bairro Marechal Rondon.

Figura 15 - Localização do ParkShopping Canoas no bairro Marechal Rondon



## Legenda



Imagem cedida pelo GoogleEarth. Elaboração própria, 2018.

Explorado a configuração do ParkShopping Canoas e anteriormente da área de estudo; por conseguinte, abordaremos no próximo capítulo, o objeto de estudo deste trabalho: as reais transformações advindas com a implementação do ParkShopping Canoas no bairro Marechal Rondon.

#### **4. TRANSFORMAÇÕES URBANAS NO BAIRRO MARECHAL RONDON A PARTIR DA IMPLEMENTAÇÃO DO PARKSHOPPING CANOAS**

Vimos no capítulo anterior que *o shopping center* pode ser um estruturador do espaço urbano contemporâneo. Através do EIV ir-se-á elencar os processos de transformação urbanos ocasionados pela implementação do ParkShopping Canoas, no bairro Marechal Rondon.

Serão analisadas as alterações em relação ao Plano Diretor Urbano e Ambiental (PDUA) de Canoas, as alterações na mobilidade urbana e em vias de circulação, a expansão do Parque Municipal Getúlio Vargas, a valorização do solo urbano no bairro e uma descrição geral sobre todas estas alterações neste espaço intraurbano canoense e outras das quais surgiram com a implementação do *shopping center* consequentes ao desenvolvimento deste equipamento comercial imobiliário e citadas no EIV.

Um destaque cabe aqui relacionar que detalhamentos mais aprofundados sobre transformações oriundas de tráfego e de aspectos de cunho ambiental são estipuladas por estudos detalhados sobre estes assuntos e que gerariam outras discussões e problemáticas em relação à implementação do ParkShopping Canoas. Sobre estas temáticas: o aprofundamento das transformações de tráfego e ambiental não serão desenvolvidas neste trabalho e que não fazem parte do objetivo deste. Abaixo caracterizaremos como a implementação do ParkShopping Canoas causou alterações no PDUA em sua área de influência, o bairro Marechal Rondon.

##### **4.1 Alterações no Plano Diretor Urbano e Ambiental (PDUA) relacionados ao uso e ocupação do solo no bairro Marechal Rondon**

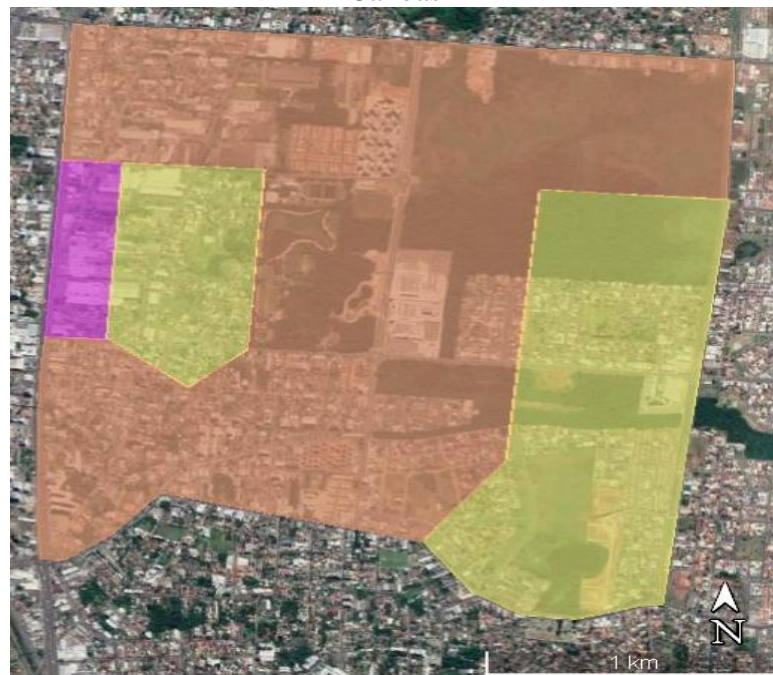
O Plano Diretor Urbano e Ambiental (PDUA) de Canoas instituído sob a lei municipal de nº 5.341/2008 era vigente até o momento de implementação, construção e elaboração do EIV do ParkShopping Canoas. O PDUA dispõe sobre diretrizes de desenvolvimento urbano e ambiental agregado às políticas municipais de cunho urbano.

Referente ao uso e ocupação do solo urbano de Canoas está relacionado ao plano regulador do município com normas urbanísticas que disciplinam o uso e ocupação do solo privado e público, além de estruturar o espaço urbano e o integrar ao espaço metropolitano. A metropolização é um processo muito presente até mesmo na estruturação de macrozonas do atual PDUA de Canoas – referente a 2015, o bairro Marechal Rondon possui três macrozonas.




A macrozona metropolitana se define por interligar os lados Leste e Oeste da cidade que estão separados pela BR-116 e pela linha de trem da TRENURB, ao qual se conecta com o eixo mais conurbado da RMPA e se localiza nas imediações no bairro Marechal Rondon na Av. Getúlio Vargas (paralela à BR-116).

Já as outras partes do bairro, como se pode conferir na figura 16, são pertinentes à Zona de Integração que recebe investimentos públicos e até mesmo com potencial de renovação urbana e densificação, e que futuramente será área de influência, se aprovado, o projeto de conexão de mobilidade urbana do aeromóvel de Canoas. E a Zona de Estruturação Urbana se define como majoritariamente residencial com variado grau de miscigenação de usos, a ser adensada, especialmente, pela ocupação dos vazios urbanos e pela complementação da infraestrutura existente, mantendo-se as características diversificadas de uso e de ocupação de cada parte do seu território.

Figura 16 - Macrozoneamento do bairro Marechal Rondon de acordo com o PDUA (2015) de Canoas



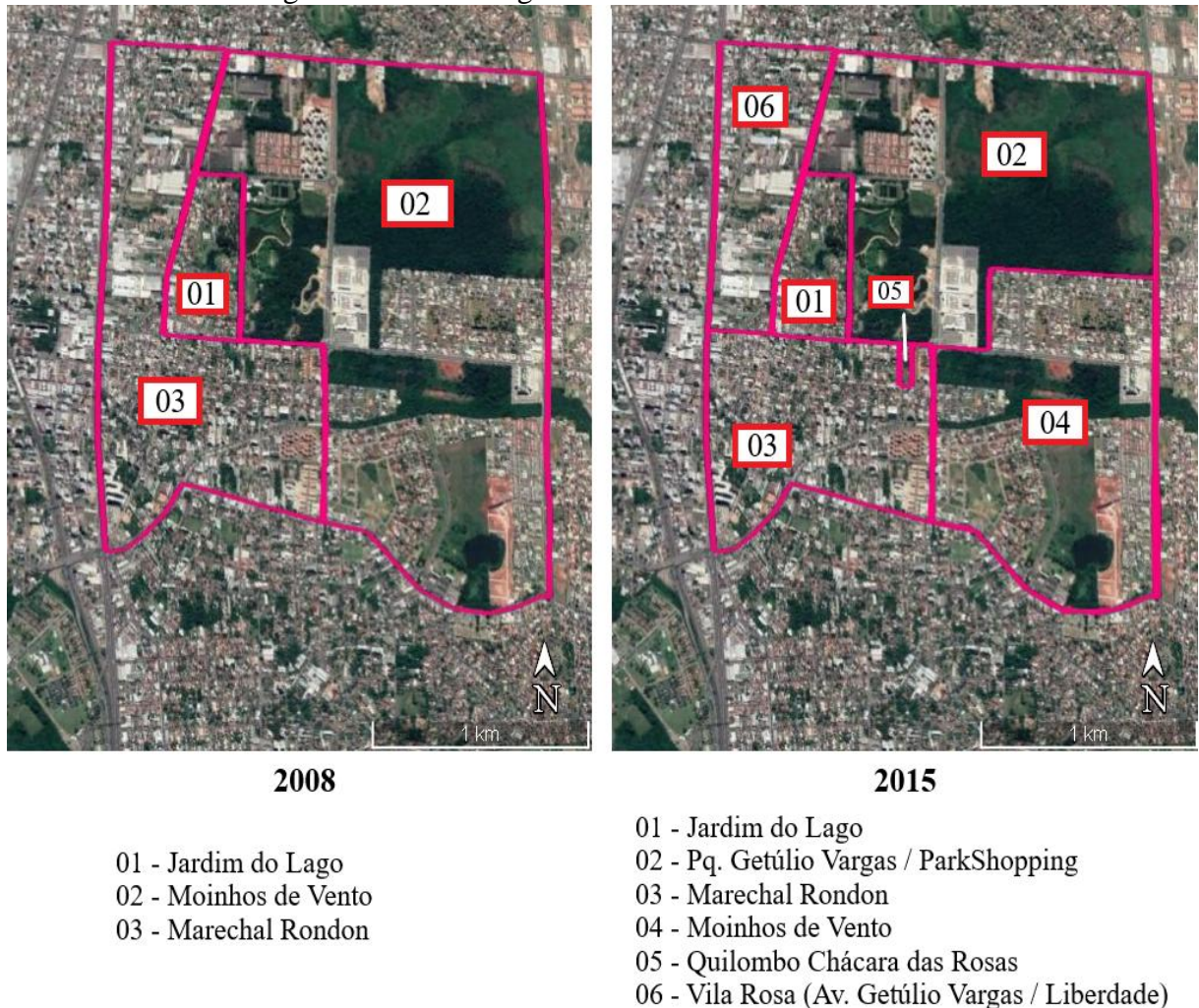
### Legenda

	Zona Metropolitana
	Zona de Integração
	Zona de Estruturação Urbana

Fonte: Plano Diretor Urbano e Ambiental de Canoas (2015), lei municipal nº 5.961/2015. Imagem cedida pelo GoogleEarth. Elaboração própria, 2018.

Para descrevermos melhor as alterações relacionadas ao uso e ocupação do solo no bairro Marechal Rondon, na figura 17 será demonstrada a mudança de microrregiões dentro do bairro com a nova mudança do PDUA, em 2015, passando de três para seis microrregiões. Estas microrregiões servem para o zoneamento do bairro para a cobrança do IPTU (Imposto Predial e Territorial Urbano).

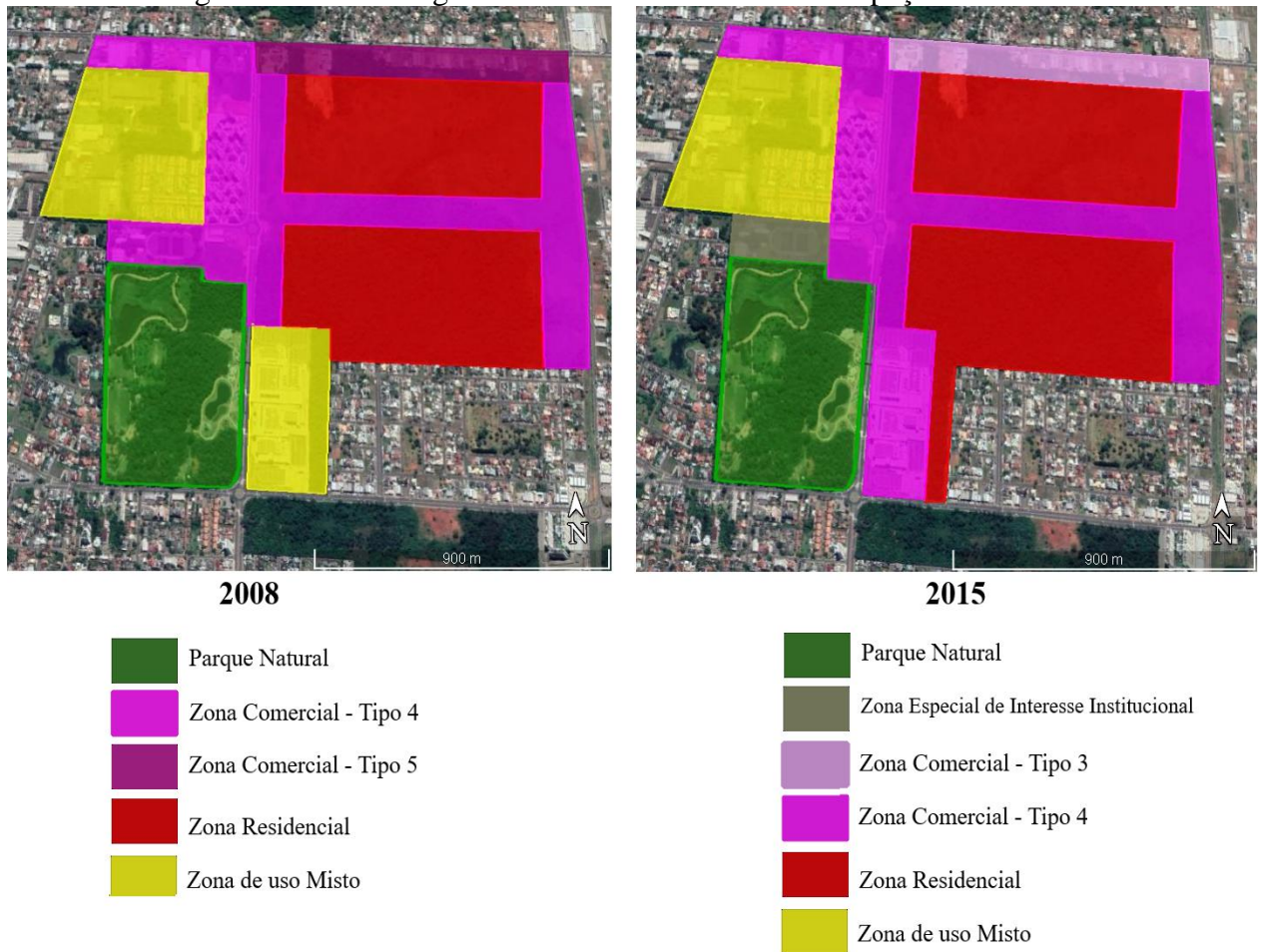
Figura 17 - Microrregiões do bairro Marechal Rondon



Fonte: Planta de valores base de cobrança do IPTU – Canoas, Instituto Canoas XXI/Prefeitura Municipal de Canoas. Imagem cedida pelo GoogleEarth. Elaboração própria, 2018.

As microrregiões 01, 03 e 05 não sofreram mudanças de acordo com o PDUA. A microrregião 02, ao qual se situa o ParkShopping Canoas, obteve três mudanças significativas do PDUA de 2008 para o vigente atualmente: o de 2015. A seguir está a figura 18 que retratará tais mudanças no zoneamento de uso e ocupação do solo. O novo PDUA, de 2015, é vigente sob a lei de nº 5.961/2015.

Figura 18 - Microrregião 02: Zoneamento de uso e ocupação do solo



Fonte: PDUA (2008-2015). Prefeitura Municipal de Canoas. Imagem cedida pelo GoogleEarth. Elaboração própria, 2018.

Criou-se a Zona Especial de Interesse Institucional que são todos os espaços de propriedade do governo, seja em âmbito municipal até federal, que não estavam contemplados de forma mais especificada no antigo PDUA – esta área se localiza o Serviço Social da Indústria (SESI) de Canoas. Ao mesmo tempo, a área do ParkShopping Canoas deixou de ser uma Zona Mista e tornou-se uma Zona Comercial de tipo 4.

Quais as diferenças entre a Zona de uso misto e a de uso comercial? A zona de uso misto deve conciliar as atividades comerciais com as de comércio, serviços e indústria garantindo a boa vivência entre estas. Já a de uso comercial é estritamente estimulada para atividades comerciais e de serviços, possibilitando-se atividades residenciais, de transporte, de logística e de indústrias. Além também da zona de uso comercial permitir uma taxa de ocupação de até 90% do lote, ao qual a zona de uso misto permite uma taxa de ocupação de até 75%.

Outra mudança na microrregião 02 foi em relação ao comércio da Av. Boqueirão, entre a Avenida Farroupilha e a Avenida Açucena, em que a zona de uso comercial passou o seu índice de aproveitamento de construção de 1,5 vezes o tamanho do terreno para apenas uma vez o tamanho do terreno. Exemplo: De 2008 até 2015 se existisse um terreno de 500m<sup>2</sup> poder-se-ia construir no terreno até 750m<sup>2</sup>, enquanto a partir de 2015 este valor se reduziu para o tamanho do lote, no máximo 500m<sup>2</sup> de construção. De acordo com a Prefeitura Municipal de Canoas este índice na Av. Boqueirão foi rebaixado devido ao futuro projeto de construção do aeromóvel, como se constata na figura 19.

Figura 19 - Sinalização de futura obra na Av. Boqueirão



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

Nota-se que a microrregião 02 passou a privilegiar as atividades comerciais e de serviços devido à implementação do ParkShopping Canoas. Principalmente na Avenida Boqueirão, a obra do aeromóvel também afetou novos projetos de empreendedores imobiliários no ramo comercial, devido ao índice de aproveitamento do terreno ter sido adequado para o projeto futuro de mobilidade urbana no município. Verifica-se o poder estruturador do PDUA e da presença do *shopping center* ao qual veio a se instalar no bairro.

Já na microrregião 04 (Moinhos de Vento), a criação de uma Zona especial de interesse institucional partiu de demarcar outro equipamento público: o Hospital Nossa

Senhora das Graças; além de extinguir a demarcação prioritária de uma área verde no interior desta microrregião, passando-a para um uso residencial.

O uso residencial passou a ser dividido nesta microrregião. Enquanto na parte mais antiga predomina um loteamento horizontal de alto padrão (uso residencial do tipo 1.1), a área reservada para os novos condomínios horizontais passou a ser classificada como de uso residencial tipo 1.2. A diferenciação se aplica em várias categorias, a primeira é que nesta área (1.2) podem ser construídos equipamentos urbanos comunitários de qualquer atividade e que não se aplicam ao uso residencial do tipo 1.1; outra característica é que o tipo 1.2 a taxa de ocupação é de 75% frente aos 60% do tipo 1.1 e o índice de aproveitamento do terreno acaba sendo maior no uso residencial do tipo 1.2.

Através desta análise de mudanças no PDUA nesta microrregião fica claro um maior favorecimento do uso do solo residencial para atividades imobiliárias que vão ocupando este espaço, no Sudeste do bairro Marechal Rondon, para a construção de condomínios horizontais de alto padrão. Estas mudanças citadas e algumas imagens desta microrregião estão elencadas nas figuras 20 e 21.

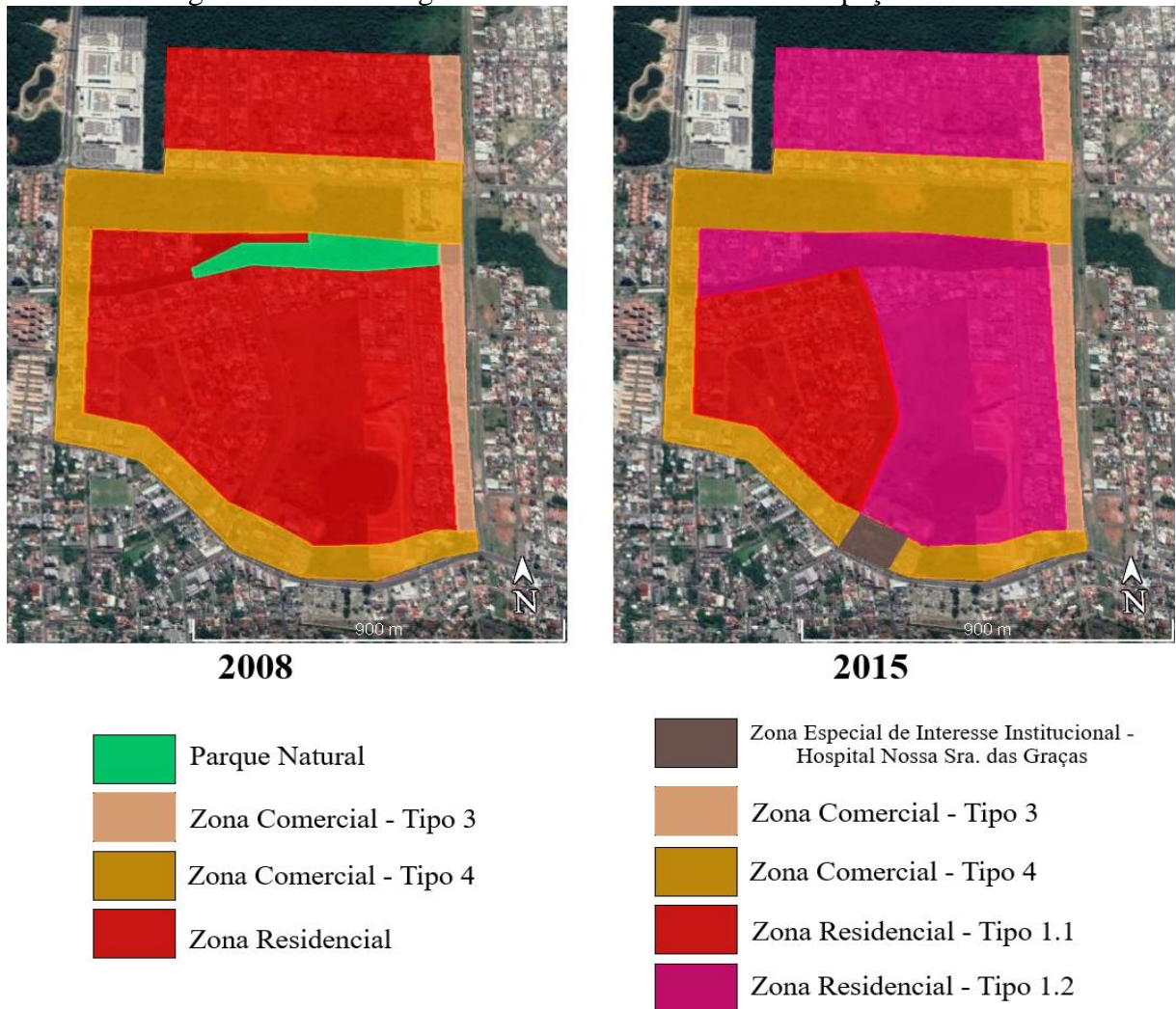
Figura 20 - Exemplos de usos residenciais na microrregião 04



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.



Figura 21 - Microrregião 04: Zoneamento de uso e ocupação do solo

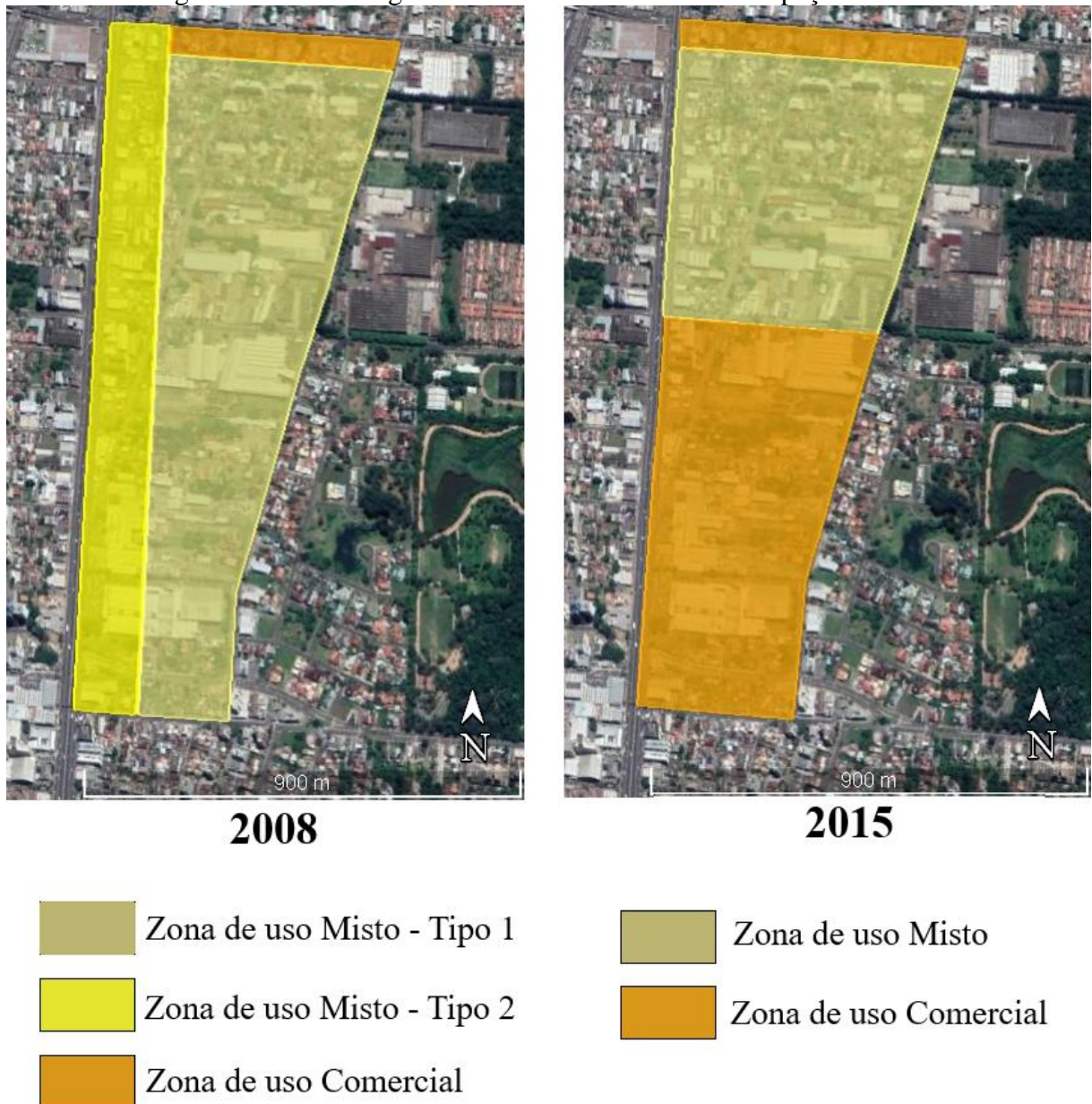


Fonte: PDUA 2008 e PDUA 2015 – Canoas (leis municipais 5.341/2008 e 5.961/2015) – Prefeitura Municipal de Canoas. Imagem cedida pelo GoogleEarth. Elaboração própria, 2018.

A outra região que sofreu mudança no uso e ocupação do solo foi a microrregião 06 (Vila Rosa). A única mudança foi em relação aos imóveis e futuras instalações que virão a se localizar na Avenida Getúlio Vargas, paralela à BR-116. A Avenida Getúlio Vargas passou de ser um uso misto do tipo 3 para o tipo 1, entre a Rua Aurora até proximamente à Avenida Boqueirão; isso significou um impacto na redução do índice de aproveitamento construtivo neste trecho.

Enquanto o trecho da Avenida Getúlio Vargas entre as ruas Dona Rafaela e Aurora o uso e ocupação do solo passou de caráter misto para preferencialmente comercial e de atividades de serviços. Além do índice de aproveitamento construtivo passar de 1,5 para 2; a taxa de ocupação também foi ampliada para 90% e não somente limitada até 75. As mudanças estão categorizadas na figura 22, logo a seguir.

Figura 22 - Microrregião 06: Zoneamento de uso e ocupação do solo



Fonte: PDUA 2008 e PDUA 2015 – Canoas (leis municipais 5.341/2008 e 5.961/2015) – Prefeitura Municipal de Canoas. Imagem cedida pelo GoogleEarth. Elaboração própria, 2018.

Para esta microrregião do bairro Marechal Rondon planeja-se um projeto viário de um túnel que ligaria o bairro com acesso mais rápido ao Centro de Canoas, ao qual se localiza do outro lado da BR-116. Com o novo projeto, o tráfego não dependeria apenas das vias limítrofes do bairro para se conectar com outras partes da cidade, exclusivamente com o Centro.

Assim, a Rua Domingos Martins no Centro, se conectaria diretamente com a Av. Sezefredo A. Vieira e intensificaria o fluxo de forma mais direta e rápida com a região do

Parque Municipal Getúlio Vargas, o ParkShopping Canoas e a região central do Marechal Rondon.

Portanto com esta análise de transformações no PDUA no bairro Marechal Rondon, verifica-se uma tendência a facilitar novos empreendimentos imobiliários residenciais e comerciais, principalmente de novas infraestruturas viárias e de mobilidade urbana que estão em projeto. A seguir, no próximo subcapítulo, estarão elencadas as transformações viárias referentes à mobilidade urbana que o EIV do ParkShopping Canoas especificou para o bairro.

#### **4.2 Alterações na mobilidade urbana: transporte público e vias de circulação**

Coube trazer ao debate deste trabalho as transformações nos processos urbanos derivadas de ações que configuram um novo desenho na superfície do bairro Marechal Rondon, por assim dizer, relacionando-se com a mobilidade urbana: as transformações que ocorreram mediante novas obras de vias urbanas e coerentes ao transporte público. Independentemente de estarem detalhadas estas transformações, mediante a implementação do ParkShopping Canoas e descritas em seu EIV, não se explanará a fundo a questão, já que existe outro estudo relacionado apenas com os impactos de tráfego correlacionados ao novo empreendimento: o EIT, e que podem então gerar novos trabalhos e discussões futuramente acerca de uma análise sobre este estudo.

De acordo com Aleixo (2005); os *shopping centers* são centros que atraem pessoas, interferem na estrutura espacial urbana, criam percursos alternativos à malha ortogonal de quadras interligando vias próximas e distantes, interligam espaços públicos e dão finalidade lucrativa aos terrenos próximos. Ao mesmo tempo, estes centros criam novos fluxos com a cidade e uma nova relação com o espaço urbano.

Corrêa (1997) destaca a facilidade também de transportes como fator de atração e localização para a implementação de grandes estabelecimentos como os *shopping centers*. Já Silva (2012), afirma que se faz necessária a realização de planejamentos para a futura instalação de um *shopping center*.

Através da análise do EIV do ParkShopping Canoas é possível elencar as mudanças previstas sob o conceito de mobilidade urbana, as quais concernentes a alterações no modal de transporte público para acesso do novo empreendimento e também de transformações viárias que este elencou em seu projeto de implementação no bairro Marechal Rondon. Logo abaixo, se explana o que ocorreu no bairro através da sua consequente instalação.

Referente ao transporte público de Canoas, não se via a frota ser renovada desde 2009, de acordo com a Prefeitura Municipal de Canoas. Apenas em 2017 a prefeitura exigiu da empresa que presta este tipo de serviço: a SOGAL (Sociedade de Ônibus Gaúcha Ltda.) a solicitação de renovação da frota e desta garantir a qualidade do serviço prestado. Com este pedido, a SOGAL adquiriu 17 ônibus seminovos e 16 zero quilômetro oriundos do sistema BRT (*Bus Rapid Transit*) da cidade do Rio de Janeiro.

O investimento nestes novos ônibus foi de aproximadamente R\$ 9 milhões, todos eles equipados com acesso à internet *Wi-fi* e adaptados para passageiros portadores de cadeiras de rodas. Com isto, a frota aumentou em 9% e a oferta de ônibus com ar-condicionado atende apenas 35% da frota; porém 75% possuem algum tipo de acessibilidade para portadores de deficiência física e que utilizam a cadeira de rodas.

O pedido da prefeitura em solicitar a renovação da frota para a empresa principal de ônibus coletivo municipal – a SOGAL, remete-se ao fato de que no EIV do ParkShopping Canoas, o poder público municipal deveria ampliar e qualificar as linhas de transporte coletivo para atender os usuários e trabalhadores do novo *shopping center*, também criando novas linhas para atender este empreendimento e o conectando ao sistema de integração com o trem urbano (TRENSURB). Nota-se que este pedido do empreendimento já havia sido feito no EIV, desde 2013, até para atender os trabalhadores da construção do empreendimento; e apenas em 2017, no ano da inauguração deste, que a Prefeitura Municipal solicitou para a SOGAL a renovação da frota, além de planejar uma nova licitação no transporte público canoense. Na figura 23 estão exemplos dos modelos de ônibus que andam circulando nas redondezas do *shopping center* e seus modelos.

Figura 23 - Transporte público em Canoas, do antigo ao novo: o BRT que conecta a cidade ao *shopping center*



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

Apenas uma linha conecta de forma integrada o ParkShopping Canoas com a cidade e mais especificamente com a estação central de trem de Canoas, a linha: C2 SESI – ParkShopping. Por mais que não haja constatações e referências sobre a circulação de ônibus BRT pela cidade de Canoas, a visão do cotidiano exprime uma maior frequência destes ônibus, de categoria mais nova, circulando através desta linha que liga ao *shopping center* com as outras partes da cidade.

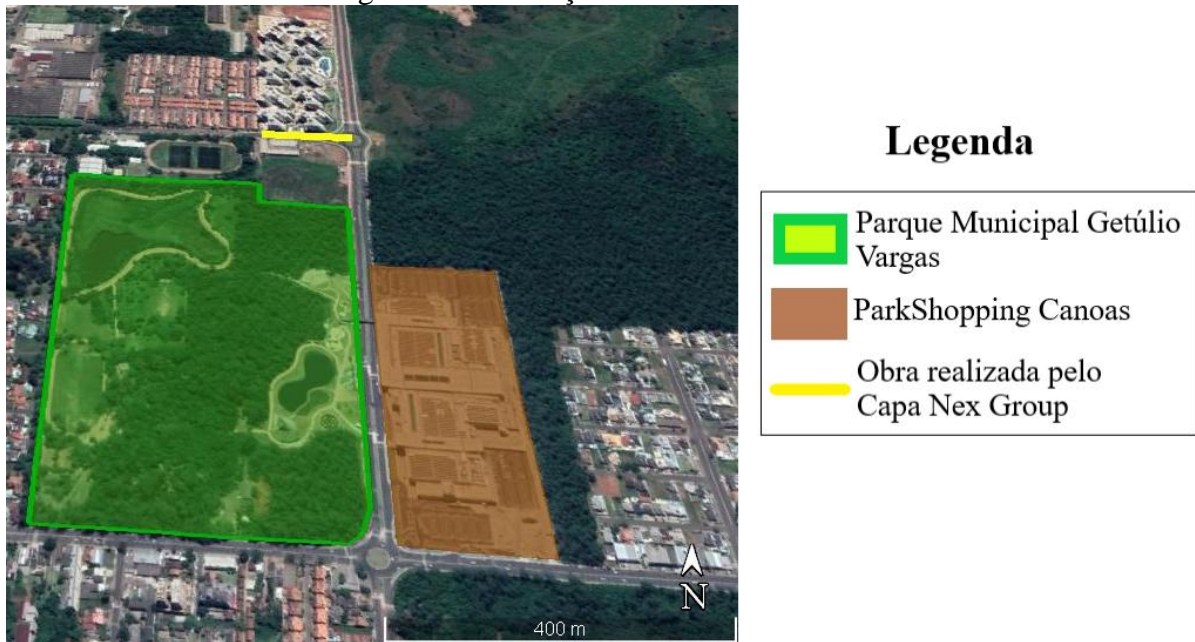
Outro projeto de transporte público elencado pelo EIV do ParkShopping Canoas é a obra do aeromóvel, que parte de uma iniciativa da prefeitura municipal em interligar bairros populosos de Canoas: Guajuviras e Mathias Velho com a linha de trem urbano metropolitano (TRENSURB). Nesta conjuntura se propôs mais uma linha que conectaria este projeto com o novo *shopping center*.

O projeto do aeromóvel seria financiado junto ao governo federal e atingiria uma cifra de mais de R\$ 200 milhões. Porém, o projeto ainda não está em execução; pois encontraram-se falhas com a parceria de uma empresa que executaria as obras do aeromóvel e pela falta de um plano municipal de mobilidade urbana. Somente em 2018, a prefeitura abriu nova licitação para recuperar estas falhas e tentar futuramente colocar em execução o projeto do aeromóvel para Canoas.

Três vias urbanas do bairro Marechal Rondon estavam por sofrer algum tipo de modificação de obra viária, para melhor atender a comunicação do novo *shopping center* com o restante da cidade e consequentemente ao restante da RMPA. A Rua Açucena, as avenidas Dr. Sezefredo Azambuja Vieira e Farroupilha, limitantes ao lote do ParkShopping Canoas e sofreram algum tipo de alteração em suas vias: duplicação e ou prolongamento.

No logradouro da Rua Aurora, a alteração que esta sofreria era de se conectar com a futura expansão da Avenida Farroupilha, que passaria em frente ao novo *shopping center*; o trecho receberia uma rótula na conexão das vias e que compreende uma extensão de 150m. Este novo trecho ficou sob responsabilidade da empresa Capa Nex Group, ao qual possui projetos imobiliários de condomínios verticalizados nos dois lotes que se localizam na esquina com a Av. Farroupilha: o LifePark e o Mirantes do Parque. Esta extensão teve sua obra iniciada em 2015 e foi entregue à população em 2016. Nas figuras 24 e 25 poderemos identificar a localização da obra no bairro e como ficou o projeto.

Figura 24 - Alteração viária na Rua Aurora



Fonte: Estudo de Impacto de Vizinhança (EIV) do ParkShopping Canoas. Imagem cedida pelo GoogleEarth. Elaboração própria, 2018.

Figura 25 - Imagens da Rua Aurora: ampliação e duplicação na área proposta pelo EIV



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

A Avenida Dr. Sezefredo Azambuja Vieira ganhou sua continuação e duplicação com a abertura desta via para a BR-116 e com a Avenida Açucena. As obras perduraram entre o período de 2015 e 2017, ao mesmo tempo, há o projeto de se conectar ao outro lado da rodovia federal (bairro Centro) através de um túnel. O projeto do túnel é especificado no EIV como parte do futuro anel viário que interligaria a parte Leste e Oeste de Canoas pela Zona Central da cidade e atravessando a BR-116, que divide a cidade em dois lados: o Leste e o Oeste, a partir desta.




O túnel abarcaria 50 m de extensão, duplicado nos dois sentidos e contando com um caminho de pedestres, este já foi aprovado pelo Ministério dos Transportes e o edital de projeto do túnel também foi aprovado pelo Estado do Rio Grande do Sul, em 2014. O projeto do túnel e da execução de sua obra é de parceria entre a Prefeitura Municipal de Canoas com a empresa Bourscheid Engenharia e Meio Ambiente; porém, a obra ainda não foi iniciada.

Nas figuras 26, 27 e 28 se identificam as obras que foram elaboradas pela implementação viária na área de influência do ParkShopping Canoas, como também ilustra o projeto do anel viário de Canoas com a execução do futuro túnel.

Figura 26 - Alteração viária na Av. Dr. Sezefredo Azambuja Vieira



## Legenda

	Obra realizada pelo Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes (DNIT)
	Obra realizada pelo Grupo Multiplan
	Obra realizada por Joalpar Holding Ltda.

Fonte: Estudo de Impacto de Vizinhança (EIV) do ParkShopping Canoas. Imagem cedida pelo GoogleEarth. Elaboração própria, jan.2019.

Figura 27 - Imagem da Av. Dr. Sezefredo Azembuja Vieira: ampliação e duplicação propostas pelo EIV






Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

Figura 28 - Projeto do Anel Viário de Canoas



### Legenda

	Túnel
	Anel Viário
	ParkShopping Canoas

Fonte: EIV ParkShopping Canoas, 2013 – Grupo Alinhamento. Imagem cedida pelo GoogleEarth. Elaboração própria, 2018.



Já a Avenida Farroupilha ganhou acesso com a Avenida Boqueirão (no limite Norte do Marechal Rondon) e possuiu duas fases e empreendedores diferentes responsáveis por sua execução. A parte Sul, sob responsabilidade do Grupo do novo *shopping center*, as obras começaram em 2014 e foram finalizadas em 2016, ao qual no último ano ganhou faixas de ciclovia – a única no bairro com este tipo de acessibilidade.

A parte Norte, sob responsabilidade dos proprietários do lote R-13.67.140, as obras de acesso e duplicação iniciaram-se em 2015 e ficaram prontas em 2016. Apenas em 2017 recebeu a acessibilidade da ciclovia. Ao todo há aproximadamente 1,8 km de ciclovia na Avenida Farroupilha.

Sob o lote de matrícula R-13.67.140, nota-se que a iniciativa privada também se tornou presente na ação de colocar em prática as obras no entorno do novo *shopping center*, até porque neste lote futuramente está previsto um novo residencial e demais utilidades, e que está sob aprovação de projeto, até o momento, pela Prefeitura Municipal de Canoas; já que ocorreram mudanças na zona de uso no local, o projeto teve de ser redefinido. A seguir, na tabela 3, estão listados os principais proprietários deste lote:

Tabela 3 - Proprietários do lote adjacente ao ParkShopping Canoas

<b>PROPRIETÁRIO</b>	<b>PARTICIPAÇÃO (%)</b>
DALLASANTA EMP. & INCORPORAÇÕES	30,925
SALVADORI INCORPORAÇÕES	30,925
LF REPRESENTAÇÕES	21,05
ARBE EMPREENDIMENTOS	17,1

Fonte: Instituto Canoas XXI – Prefeitura Municipal de Canoas. Elaboração própria, 2018.

O futuro empreendimento neste lote, com aproximadamente 1 km<sup>2</sup> de área, prevê o parcelamento do solo para a construção de 2.274 unidades habitacionais prevendo atender 11.400 pessoas, conjuntamente 15.000 m<sup>2</sup> destinando a atividades do setor de serviços e comércio nos eixos viários circundantes ao lote: Avenidas Farroupilha, Açucena e futura continuidade da Rua Aurora. Como detalhado no EIV, da Arbe Empreendimentos: uma das proprietárias do lote, o projeto resulta em urbanizações com conceitos estadunidenses dos anos 1980, ao qual a construção de bairros-cidades se alia à criação de um lugar voltado à valorização ambiental, à caminhabilidade “*walkability*” e ao crescimento inteligente “*smart growth*”.

O novo empreendimento se alinha às normas de uso e ocupação destinada à microrregião. Neste local, o destino do uso misto se alinha com usos residenciais, comerciais e industriais de baixo impacto à vizinhança.

O futuro projeto também foi delegado ao Capa Nex Group. A figura 29 demonstrará o projeto do empreendimento a ser realizado no lote adjacente ao ParkShopping Canoas.

Figura 29 - Futuro empreendimento em lote adjacente ao ParkShopping Canoas






Fonte: Estudo de Impacto de Vizinhança (EIV) - Arbe Empreendimentos. Lote n° 38, Matrículas n° 27.491, 27.493 e 67.140 (R - 13.67.140). Canoas, 2010.

A Avenida Farroupilha tornou-se estratégica com a expansão do Parque Municipal Getúlio Vargas, a localização do novo *shopping center* e pela construção de novos empreendimentos residenciais do Capa Nex Group. Assim, a Avenida Farroupilha recebeu não somente toda a estruturação do novo acesso à região, mas também de acesso à expansão do Parque Municipal Getúlio Vargas. Abaixo, segue a figura 30 que identifica a localização das obras na Avenida Farroupilha e logo abaixo, a figura 31, que demonstra a obra finalizada.

Figura 30 - Alteração viária na Av.Farroupilha



## Legenda

	ParkShopping Canoas
	Obra realizada pelo Grupo Multiplan
	Obra realizada por empreendedores do lote R-13.67.140

Fonte: Estudo de Impacto de Vizinhança (EIV) do ParkShopping Canoas. Imagem cedida pelo GoogleEarth. Elaboração própria, 2018.

Figura 31 - Imagens da Av.Farroupilha na área de ampliação proposta pelo EIV



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

#### 4.3 A ampliação do Parque Municipal Getúlio Vargas

Inaugurado em 13 de Dezembro de 1980, segundo informações da Prefeitura Municipal de Canoas, o conhecido Capão do Corvo e oficialmente denominado Parque Municipal Getúlio Vargas está localizado na área central do bairro Marechal Rondon: entre as Avenidas Doutor Sezefredo Azambuja Vieira e Farroupilha. Com a futura instalação do ParkShopping Canoas, próximo ao Parque Municipal Getúlio Vargas, o grande equipamento comercial passou a enquadrar-se na lei federal de nº 9.985/2000, o qual seria obrigado a apoiar a implantação e manutenção de unidades de conservação ambiental; assim, cabendo ao órgão ambiental licenciador do município estimar e calcular o grau de impacto ambiental da obra e atendendo exigências para que o *shopping center* pudesse operar em sua proximidade. O Parque Municipal Getúlio Vargas (PMGV) é considerado uma unidade de conservação natural, de acordo com o Artigo 63 e inciso V do Plano Diretor Urbano e Ambiental de Canoas, em 2008.

Por exigência do PDUA, o futuro *shopping center* em parceria com a Prefeitura Municipal de Canoas e outras empresas (as quais que possuem projetos de empreendimentos residenciais no entorno) assinaram um termo de compromisso para a implantação de uma área desmembrada de um terreno ao lado Leste do Parque Municipal Getúlio Vargas, de aproximadamente sete hectares, para a expansão e revitalização da área consolidada e agregando junto ao parque os seguintes pontos de contemplação:

- Adequação de infraestrutura (redes) da área de expansão e área consolidada: água, energia, vigilância, drenagem e esgotamento pluvial e sanitário;

Figura 32 - Exemplos de adequações hídricas no Parque Municipal Getúlio Vargas



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

- implantação de acesso principal ao Parque pela Avenida Farroupilha, consistindo em pórtico de entrada, estacionamento, sanitários e serviços de apoio (ex: quiosque de informações ou outros), adequado ao fluxo de visitantes e integrado com o sistema de mobilidade urbana;

Figura 33 - Pórtico e acessibilidade ao parque



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

- adequação do acesso pela Avenida Sezefredo Azambuja Vieira permitindo o fluxo de veículos e pedestres;

Figura 34 - Acesso pela Av. Dr. Sezefredo Azambuja Vieira



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

- implantação de caminhos internos (um caminho principal no sentido leste/oeste e caminhos secundários) interligando a área de expansão do parque e a área consolidada;

Figura 35 - Exemplos de caminhos internos



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

- implantação da iluminação na área de expansão e nos novos acessos internos;

Figura 36 - Iluminação do parque



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

- implantação de espaços para lazer na área de expansão (*playground*, atividades lúdicas, trilhas interpretativas, espaços de contemplação e tratamento paisagístico);

Figura 37 - Imagens de áreas de lazer



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

- recuperação do lago menor, consistindo na contenção de margens, adequação de acesso e paisagismo;

Figura 38 - O lago



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

- realocação e qualificação do espaço de churrasqueiras;

Não houve a alteração prevista, mantendo-se as antigas configurações.

- padronização do mobiliário existente e implantação de mobiliário na área de expansão;

Tais alterações foram realizadas em partes. A área de expansão recebeu mobiliário padronizado; porém a antiga área do parque apenas foi inserida a padronização dos equipamentos de sinalização e de acesso ao parque.

- implantação de sinalização, contemplando edificações, instalações esportivas, serviços e acessos (internos e externos), considerando os critérios de visibilidade, legibilidade, segurança e acessibilidade.



Figura 39 - Exemplos de mobiliário padronizado

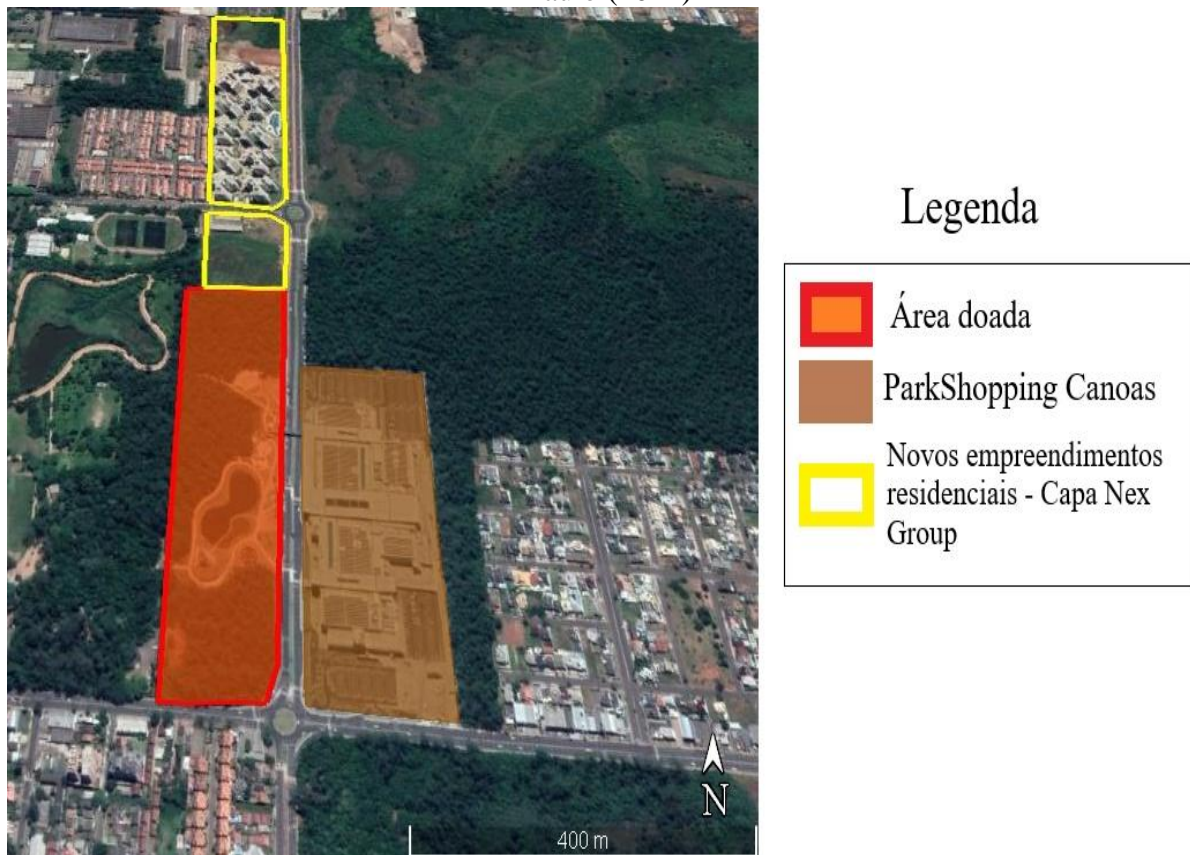


Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

O desmembramento da área em que se executou a expansão do Parque Municipal Getúlio Vargas foi advindo de um grande lote pertencente à Comunidade Evangélica Luterana São Paulo. Este lote, em 2014, passou por um desmembramento e a área atual da expansão do parque foi doada pela Comunidade Luterana São Paulo para a Prefeitura Municipal de Canoas, através do processo de nº 36.084/2012. A área exata do lote doado para a futura expansão do parque municipal é de 66689,77m<sup>2</sup> e pertencente ao cadastro de imóveis como lote de número 133278.

Na figura 40, logo abaixo, será apresentado o processo de desmembramento do último lote da Comunidade Evangélica Luterana São Paulo, em 2014, que identifica-se a localização do PMGV e futuros empreendimentos que se instalaram em seu entorno.

Figura 40 - Desmembramento do lote pertencente à Comunidade Evangélica Luterana São Paulo (2014)



Fonte: Instituto Canoas XXI – Prefeitura Municipal de Canoas. Imagem cedida pelo GoogleEarth. Elaboração própria, 2018.

A inauguração da área de expansão do Parque Municipal Getúlio Vargas, ocorreu em 2016, um ano antes do ParkShopping Canoas. De acordo com o grupo Multiplan foram investidos mais de R\$ 13 milhões em 28.000m<sup>2</sup> da área de expansão do parque, ou seja, quase a metade da área do lote.




As atrações do PMGV incluem parque infantil lúdico, labirinto no formato da logomarca do grupo Multiplan, equipamentos de ginástica, pistas de caminhada, anfiteatro com capacidade para 400 pessoas, um lago artificial com espelhos d'água e chafarizes com tecnologia alemã que fazem um show de águas dançantes e iluminadas durante a noite. O parque também recebeu paisagismo com iluminação de lâmpadas LED e vegetação nativa; ademais, o parque já continha em sua parte mais antiga um minizoológico, estacionamento próprio, espaço para ciclismo e atividades físicas, além de instalações sanitárias e de churrasqueiras.

Na figura 41, a seguir, será demonstrado a área de ampliação do parque em frente ao novo *shopping center*.

Figura 41 - Ampliação do Parque Municipal Getúlio Vargas



### Legenda

	Parque Municipal Getúlio Vargas
	Área de ampliação do PMGV
	ParkShopping Canoas

Fonte: Estudo de Impacto de Vizinhança do ParkShopping Canoas. Imagem cedida pelo GoogleEarth.  
Elaboração própria, 2018.

#### 4.4 A valorização imobiliária no bairro Marechal Rondon

Outra alteração prevista pelo EIV do ParkShopping Canoas é no tocante à valorização imobiliária do bairro; através da implementação do novo *shopping center*, principalmente por este agregar uma série de atividades comerciais, de serviços e espaço de lazer. Além de promover infraestruturas urbanas que condicionam vitalidade para o novo estabelecimento comercial imobiliário também se tornam fatores de amenidade, que em conjunto, valorizam o solo urbano do bairro.

A presença de vazios urbanos e a promoção destes lotes por parte de incorporadores e empreendimentos imobiliários, consequentemente direcionados para a oferta de um padrão construtivo, segmentam o bairro que já possui um fator pericentral e uma composição socioeconômica já presente em sua configuração urbana. A predominância de uma classe econômica de alto padrão e o surgimento de residenciais que atraem cada vez mais investidores e uma população mais homogênea condizente com esta condição tornam-se um fator de atração para a implementação do novo *shopping center* no bairro, ou seja, próximo a uma massa populacional condizente de maior poder de consumo.

O aumento do investimento imobiliário se deu através de crescentes atrações de investimentos financeiros em um setor economicamente seguro e de grande rentabilidade que o setor imobiliário-construtivo proporciona. O solo sendo mercantilizado e a oferta de produtos imobiliários produzindo uma crescente integração entre construtoras, imobiliárias e entidades financeiras desenvolvem cada vez mais decisões e ações dependentes de estratégias deste *cluster*<sup>5</sup> imobiliário-financeiro (MÉNDEZ, 2014 p.49).

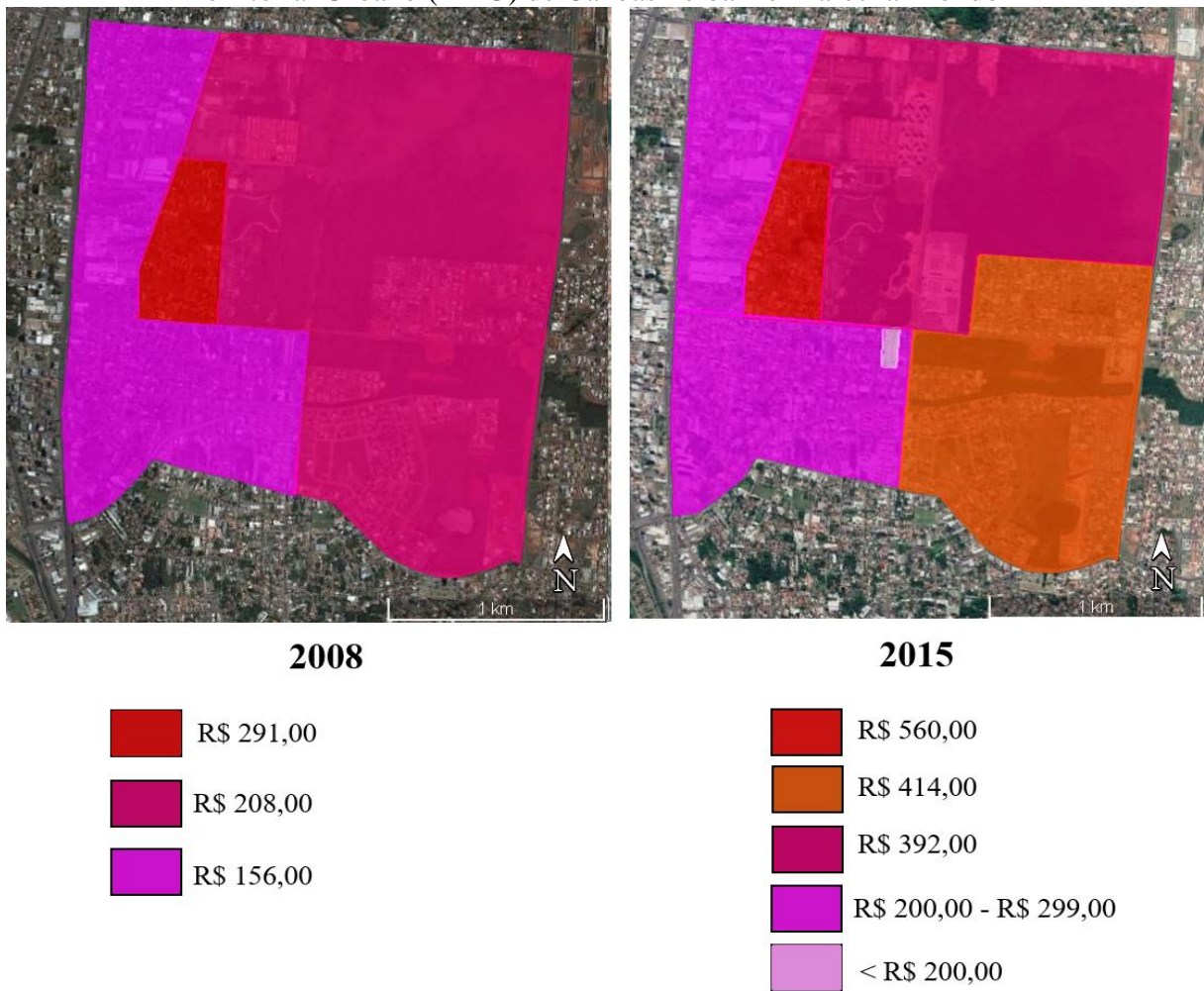
Portanto, compreendemos que o *shopping center* não é somente um estruturador do espaço urbano, mas também ocasiona a valorização do solo urbano, principalmente em suas proximidades. Para realmente observarmos uma modificação positiva de valores no bairro Marechal Rondon, um dos métodos de análise é a comparação do valor de referência de cobrança do metro quadrado nas microrregiões do bairro em relação ao IPTU.

A seguir, na figura 42, podemos observar as mudanças de valores através das microrregiões e através da alteração na subdivisão de cobrança do bairro com a renovação do PDUA de Canoas: entre 2008 e 2015.

---

<sup>5</sup> *Cluster* é uma ideia defendida por Porter (1990), em que as empresas e instituições se organizam de forma coletiva utilizando da competitividade para o desenvolvimento; um caráter estratégico de fatores propulsores de ambientes competitivos entre empresas, regiões e nações. Um grupo de empresas que interconectadas e de instituições associadas, conectadas por interesses comuns e complementários, geograficamente próximos (PORTER, 1998).

Figura 42 - Valor do metro quadrado calculado para fins de cobrança do Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU) de Canoas no bairro Marechal Rondon



Fonte: Planta de Valores de Cobrança do IPTU/Canoas – Instituto Canoas XXI. Elaborado pelo autor, 2018.

Como se percebe, o bairro Marechal Rondon possui desigualdades em relação ao valor cobrado por metro quadrado em seu interior. Primeiramente denotamos que a microrregião 01 - Jardim do Lago, foi a única microrregião do PDUA que não sofreu desmembramento para a nova estipulação de cobrança do IPTU. O Jardim do Lago denota-se como uma região de maior valor por metro quadrado em termos de cobrança do IPTU no bairro Marechal Rondon. Em ambos os planos diretores urbanos: 2008 e 2015, assim é a única microrregião que podemos fazer algum paralelo sobre valorização imobiliária através da cobrança do metro quadro estipulada pelo IPTU.

Em 2008, o valor do metro quadrado no Jardim do Lago era de R\$291,00 e em 2015 este valor chegou à cifra de R\$560,00, ou seja, um aumento de 92,44%. Entretanto, é preciso aplicar o índice de inflação no período analisado, a partir deste aumento significativo. De

acordo com o IPCA (Índice de Preços ao Consumidor): elaborado pelo IBGE; no período de Janeiro de 2008 a Dezembro de 2015, o valor percentual de correção era de 64,44%.

Ou seja, os mesmos R\$291,00 de 2008 estavam valendo em Dezembro de 2015: R\$478,00. Portanto, o real aumento foi de 64,26%. Isto é, houve valorização em termos positivos para a cobrança em termos de metro quadrado na microrregião do Jardim do Lago. Ao mesmo tempo, no EIV do ParkShopping Canoas, o valor do metro quadrado dos apartamentos no bairro Marechal Rondon apresentava-se em torno de R\$ 3.373,00; em uma análise de 34 apartamentos em 2013.

Em 2018, em uma amostra do site Agente Imóvel, 29 apartamentos estavam à venda no bairro Marechal Rondon e o valor médio do metro quadrado foi de R\$9.097,00. Usando-se da mesma metodologia anterior, o aumento sem a inflação foi de 169,7%; mas como no período de Janeiro de 2013 a Junho de 2018, o valor percentual de correção foi de 40% pelo IPCA.

Por assim dizer, os R\$3.373,00 de 2013 estariam valendo em Junho de 2018 a cifra de R\$4.725,08, ou seja, o valor do metro quadrado dos apartamentos à venda no bairro sofreu uma valorização de 92,5%. No tocante ao valor médio do metro quadrado à venda de casas, no EIV em 2013, o valor do metro quadrado era de R\$2.911,00 para uma amostra de 13 casas.

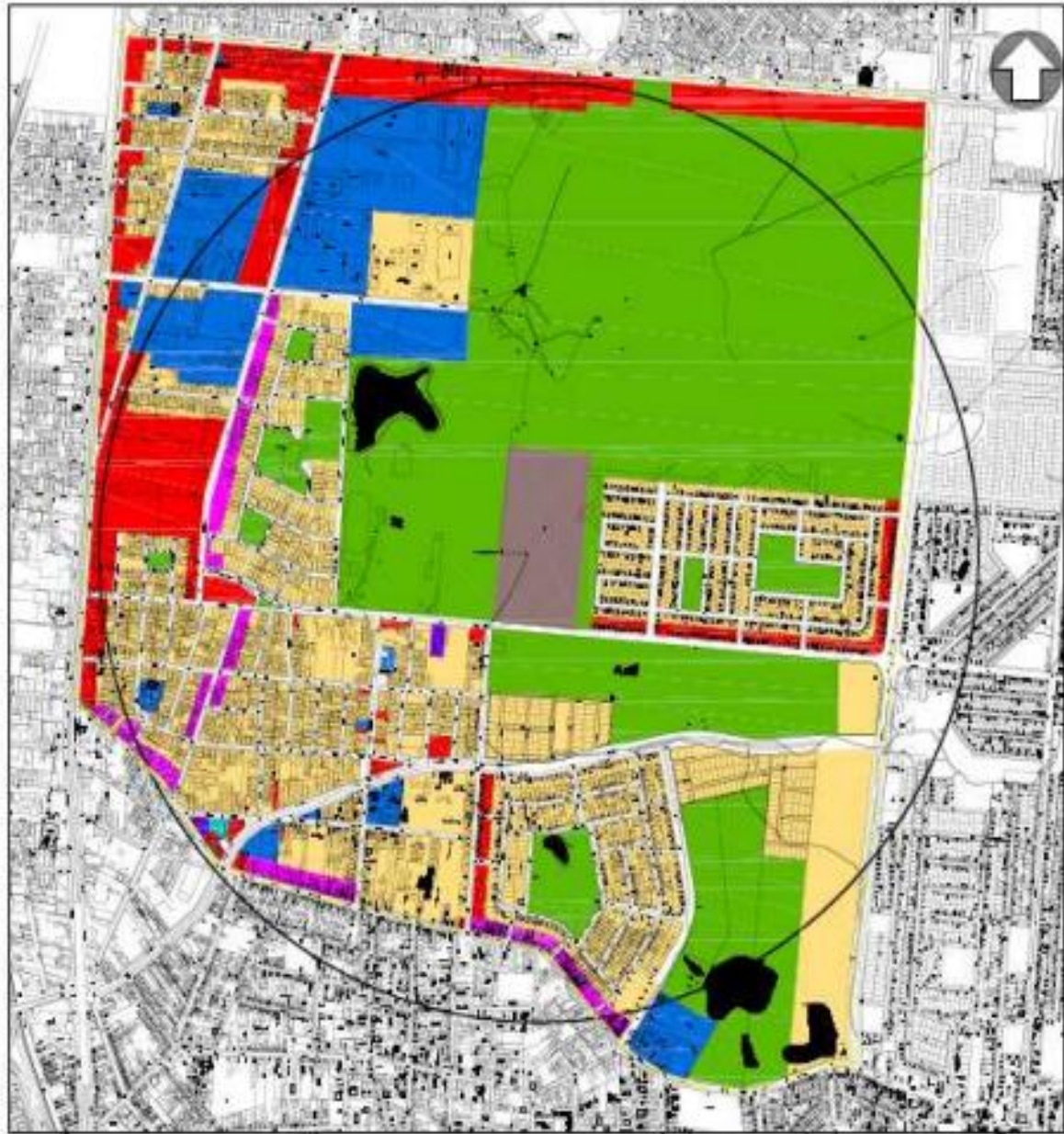
Em 2018, em uma amostra de sete casas à venda, no site Agente imóvel, o valor do metro quadrado foi de R\$4.472,00. Sem a correção da inflação houve uma valorização de 53,62%, mas considerando o valor de correção percentual no período de Janeiro de 2013 a Junho de 2018 pelo IPCA, os mesmos R\$2.911,00 de Janeiro de 2013 estariam valendo em Junho de 2018: R\$4.077,00. O real aumento do valor do metro quadrado das casas à venda no bairro Marechal Rondon não foi tão expressivo quanto o dos apartamentos, mas ainda apresentou uma valorização de 9,68%.

Se avaliarmos o levantamento de volumetria do bairro Marechal Rondon, na figura 40 observaremos que em grande parte, no bairro Marechal Rondon, as edificações apresentam de dois a três pavimentos e que o fenômeno de verticalização com grandes volumetrias é consequente do novo avanço imobiliário consequente da atração advinda da implantação do novo *shopping center*.

Há poucos imóveis que superam os 10 pavimentos de volumetria, no bairro Marechal Rondon, e a maioria surgiram durante e após a implementação do ParkShopping Canoas. Abaixo estão elencadas as figuras 43, 44 e 45; que contribuem para entender o uso do solo no bairro Marechal Rondon e a volumetria de ocupação do solo urbano deste bairro; além da

localização e identificação dos empreendimentos novos e de grande volumetria que surgiram e ainda surgem no bairro.

Figura 43 - Uso e ocupação do solo no bairro Marechal Rondon

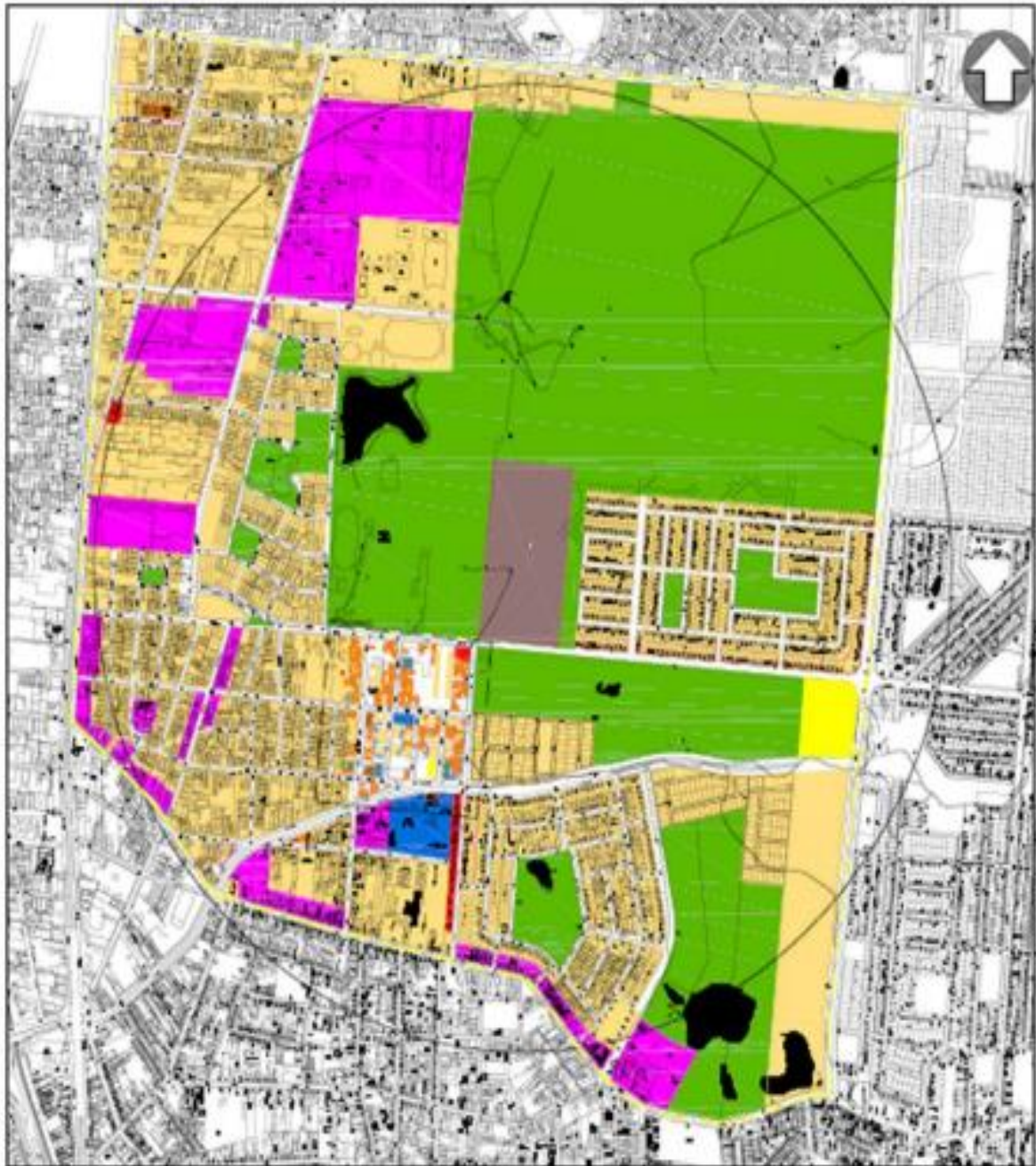


LEGENDA

<span style="color: red;">■</span> ÁREA DO EMPREENDIMENTO	<span style="color: cyan;">■</span> SERVIÇOS
<span style="color: orange;">■</span> USO RESIDENCIAL	<span style="color: blue;">■</span> USO INSTITUCIONAL
<span style="color: darkred;">■</span> USO COMERCIAL	<span style="color: green;">■</span> PRAÇAS - AREAS NÃO EDIFICADAS
<span style="color: magenta;">■</span> USO MISTO	<span style="color: purple;">■</span> PATRIMONIO HISTÓRICO

Fonte: Estudo de Impacto de Vizinhança (EIV) ParkShopping Canoas. Elaboração: Grupo Alinhamento de Arquitetura, Canoas, 2013.

Figura 44 - Volumetria das edificações no bairro Marechal Rondon



LEGENDA

<span style="color: red;">■</span> ÁREA DO EMPREENDIMENTO	<span style="color: blue;">■</span> IMÓVEIS DE 5 PAVIMENTOS
<span style="color: orange;">■</span> IMÓVEIS DE 1 PAVIMENTO	<span style="color: brown;">■</span> IMÓVEIS DE 6 PAVIMENTOS
<span style="color: yellow;">■</span> IMÓVEIS DE 2 PAVIMENTOS	<span style="color: darkgreen;">■</span> IMÓVEIS DE 7 PAVIMENTOS
<span style="color: magenta;">■</span> IMÓVEIS DE 3 PAVIMENTOS	<span style="color: yellowgreen;">■</span> IMÓVEIS DE 12 PAVIMENTOS
<span style="color: cyan;">■</span> IMÓVEIS DE 4 PAVIMENTOS	<span style="color: lightgreen;">■</span> PRAÇAS - AREAS NÃO EDIFICADAS

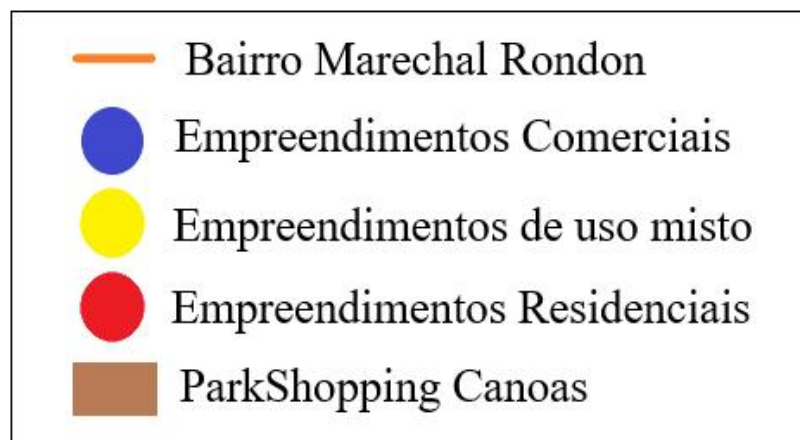
Fonte: Estudo de Impacto de Vizinhança (EIV) ParkShopping Canoas. Elaboração: Grupo Alinhamento de Arquitetura, Canoas, 2013.



Figura 45 - Mapeamento de novas edificações com volumetria acima de 10 pavimentos no bairro Marechal Rondon



## Legenda



Fonte: Pesquisa de campo – Imagem cedida pelo GoogleEarth. Elaboração própria, 2018.

A maior parte dos novos edifícios com alta volumetria, no bairro, é de uso residencial. Na microrregião 03, no qual o PDUA esclarece que há um predomínio do uso e ocupação destinados ao uso residencial, percebe-se a existência de empreendimentos comerciais e uso misto nas principais vias de circulação do bairro, que no PDUA confirma a exclusividade das atividades comerciais e de serviços nestas ruas e avenidas de grande tráfego, como: Av. Getúlio Vargas, Farroupilha e Rua Liberdade.

Após analisarmos todas estas alterações propostas pelo EIV do ParkShopping Canoas: a alteração do PDUA, as modificações concernentes à mobilidade urbana e de vias de circulação no bairro Marechal Rondon, a expansão do Parque Municipal Getúlio Vargas e a valorização imobiliária; iremos verificar quais outras transformações surgiram com a implementação do ParkShopping Canoas, principalmente no período durante e após a construção e inauguração deste.

#### **4.5 Transformações urbanas: da construção do *shopping center* à atualidade (2014-2018).**

Quando falamos em transformações temos que entender primeiramente o que esta palavra significa; a palavra transformar advém de algo que sofre alguma ação e que o condiciona em outro estado; ou seja, há a ocorrência de mudanças em seu perfil. A implantação do ParkShopping Canoas condicionou uma variante de transformações, como podemos ver neste trabalho, desde sua implementação até o momento atual (2014-2018) desenvolvendo atividades que incentivaram o capital imobiliário a atrair para o bairro novas formas de comércio e também de empreendimentos residenciais e de infraestruturas urbanas em conjunto com o poder público municipal.

Silva (2012) esclarece que os *shopping centers* são importantes transformadores do espaço urbano, como os demais equipamentos comerciais de grande superfície, já que influenciam no fluxo de pessoas, veículos e capital, intensificando-os em suas adjacências; além de conferirem também valorização ao solo urbano em seu entorno. Como já enfatizado aqui neste trabalho, o bairro Marechal Rondon apresenta uma configuração de intenso uso residencial e de uma composição socioeconômica de alto poder aquisitivo que induziram este bairro direcionando-o para práticas espaciais que contemplassem as conveniências deste grupo social de alto poder aquisitivo.

As demais vantagens associadas a esta característica do bairro incentivaram para a alocação do *shopping center*, que de acordo com Villaça (2001, p.302-303), desde meados da década de 1970 vêm se concentrando predominantemente em regiões de concentração de camadas socioeconômicas de alto poder aquisitivo. Através destas constatações tornou-se válido demonstrar as transformações retratadas por este trabalho que ocorreram na superfície urbana do bairro Marechal Rondon desde o início da construção do ParkShopping Canoas (2014) até o período atual (2018) e um ano após a sua inauguração.

A figura 42, na próxima página, mostra que a maior intensidade de expansão imobiliária no bairro Marechal Rondon e ocasionalmente das transformações urbanas são oriundas de investimentos no setor imobiliário residencial e comercial. O EIV apostava apenas uma maior concentração de atividades comerciais nas avenidas próximas ao ParkShopping Canoas: Avenida Farroupilha e Sezefredo Azambuja Vieira; porém, nota-se uma distribuição ampla de investimentos imobiliários pelo bairro e nas principais vias de acesso, como mesmo consta no PDUA, quando se instalam atividades deste porte neste tipo de vias de circulação urbana em Canoas.

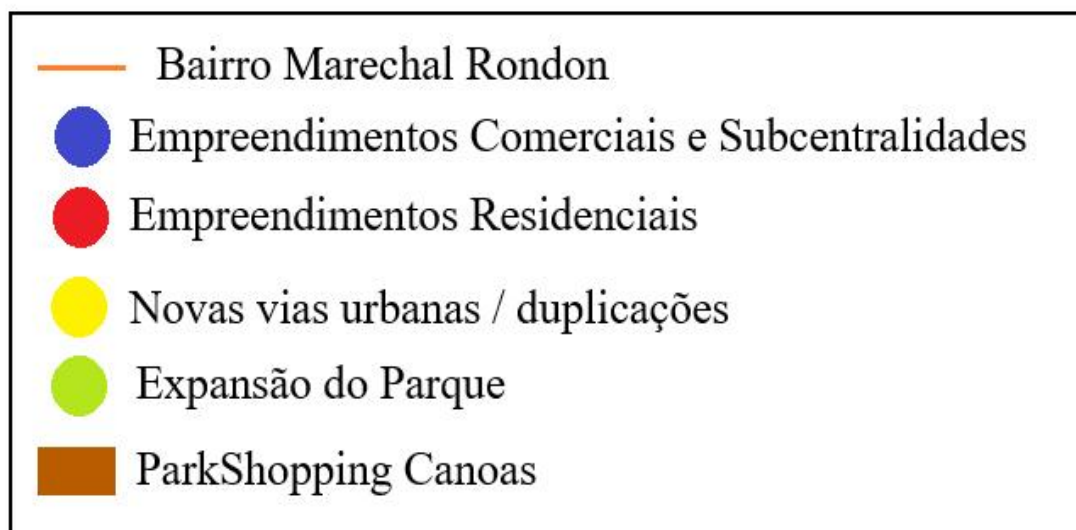
Observando a figura 46, as transformações de ordem viária e a expansão do Parque Municipal Getúlio Vargas estavam dentro do esperado pelo EIV do ParkShopping, assim como também os novos empreendimentos residenciais que se projetaram e ainda se perpetuam no Marechal Rondon. Já que o EIV previa um aumento da demanda de moradias próximas ao *shopping center*, devido ao maior interesse de incorporadoras e construtoras investirem consequente à ampla oferta de serviços e atividades comerciais que este oferece, a maior parte dos empreendimentos residenciais são edifícios e apenas um dos novos empreendimentos construídos é um condomínio horizontal de alto padrão.

Das transformações urbanas previstas pelo EIV apenas não constava uma maior distribuição de atividades comerciais em outras vias de acesso do bairro e de importante movimentação, como: Rua Liberdade; Avenida Getúlio Vargas; Avenida Santos Ferreira e na Avenida Boqueirão. Ainda não foram realizados os empreendimentos no lote ao Norte do ParkShopping Canoas (vazio urbano: lote R-13.67.140) que prevê um empreendimento do grupo ARBE e da implantação do aeromóvel.

Figura 46 - Transformações urbanas ocorridas no bairro Marechal Rondon após a construção do ParkShopping Canoas (2014-2018)



### Legenda



Fonte: Pesquisa de campo – Imagem cedida pelo GoogleEarth. Elaboração própria, 2018.

Percebe-se como a atuação dos investimentos imobiliários em nível comercial e residencial são muito presentes na transformação urbana ocorrida no Marechal Rondon neste período (2014-2018). Das figuras 47 até a 52 retratam uma seleção de imagens que exemplificam os novos empreendimentos que foram realizados e os que estão sendo desenvolvidos no bairro.

Figura 47 - Imagens dos novos empreendimentos que surgiram no bairro Marechal Rondon: Rua Liberdade (2014-2018)



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

Figura 48 - Imagens dos novos empreendimentos que surgiram no bairro Marechal Rondon: Av. Getúlio Vargas (2014-2018)



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

Figura 49 - Imagens dos novos empreendimentos que surgiram no bairro Marechal Rondon: microrregião Moinhos de Vento (2014-2018)



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

Figura 50 - Imagens dos novos empreendimentos que surgiram no bairro Marechal Rondon: Av. Boqueirão (2014-2018)



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

Figura 51 - Imagens dos novos empreendimentos que surgiram no bairro Marechal Rondon:  
Av. Farrroupilha (2014-2018)



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

Figura 52 - Imagens dos novos empreendimentos que surgiram no bairro Marechal Rondon:  
microrregião 03 (2014-2018)



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

Inúmeros estabelecimentos comerciais estão se instalando nas principais vias de acesso do bairro Marechal Rondon e todos eles com uma similaridade comum: o estilo arquitetônico. Muitos destes estabelecimentos são blocos retangulares com um ou dois andares e uma fachada de vidro, muito comum em conjuntos comerciais na contemporaneidade.

“Soluções como o agenciamento das áreas de circulação em blocos retangulares compactos e o uso de uma malha estrutural regular, tão caros à arquitetura moderna... Os planos de vidro, a cerâmica e os murais reforçam o comprometimento da arquitetura comercial com os princípios da arquitetura moderna corrente. O uso de concreto armado, as lajes recortadas... de forma ora leve e envolvente, ora modulada, sóbria e compacta (ALEIXO, 2005).”

Aleixo (2005), também cita que o uso de vidros duplos em fachadas não significa que os arquitetos tenham desprezado às questões de insolação, porém, o uso de ar-condicionado aponta para uma solução empregada ineficiente e que priorizam apenas um *design* “limpo”. Esta utilização de vidros somada ao uso de vigas de aço e lâminas de mármore apenas ditam um jogo de sombras, de cheios e vazios.

Outro tipo de arquitetura muito comum que vem surgindo no comércio do bairro Marechal Rondon são os contêineres. Este tipo de construção é uma alternativa sustentável, apresentando estruturas duráveis, resistentes e até mesmo recicláveis, oferecendo um rápido tempo de construção e de baixo custo, além de serem alternativas de um novo modelo estético de construção (LACERDA, 2016). Abaixo, a figura 53 mostra alguns dos exemplos adotados no comércio do bairro Marechal Rondon.

Figura 53 - Exemplos de empreendimentos comerciais que usam o modelo arquitetônico adotando o uso dos contêineres.



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.



Estes novos conjuntos comerciais que estão se tornando predominantes, no bairro Marechal Rondon, a maior parte vincula-se com fundos de investimentos imobiliários, que segundo Gondim (2013), podem ser classificados como ativos ou passivos, ou seja, compram e vendem imóveis ou simplesmente administram um conjunto de salas comerciais e as alugam. Este tipo de investimento se torna vantajoso, já que o lucro se observa mensalmente pela cobrança de taxas de administração; desempenho e venda somados a títulos de dividendos e adicionais de títulos de amortização; não possui custos de operações de transações imobiliárias; menor custo de manutenção da carteira de imóveis para o investidor; maior liquidez e diversificação em relação à compra direta e o lucro é totalmente isento de dedução do Imposto de Renda de Pessoa Física (IRPF), de acordo com a lei nº 11.196/2005, segundo Varga (2012 apud GONDIM, 2013).

Grande parte do comércio que vem se instalando no bairro é proveniente de atividades relacionadas a supermercados, lojas de roupas e sapatos, escritórios de arquitetura e decoração, academias, lojas de produtos naturais e orgânicos, imobiliárias e, principalmente; restaurantes. Este comércio se localizando nas principais vias de acesso e tráfego do bairro é apenas impulsionado por subcentralidades já existentes em torno dos residenciais de alto padrão localizados no bairro.

Outras opções de comércio crescentes no bairro Marechal Rondon são as relacionadas com o setor gastronômico, desde restaurantes com sistema de *self-service* até gastronomia internacional; *delivery* de sushi até cafeterias e cervejarias. Este “boom” das opções gastronômicas no bairro Marechal Rondon pode-se relacionar com a “gourmetização” do consumo de alimentos. De acordo com Palmieri Jr. (2016), este conceito está atrelado a um estilo de vida ligado a melhores maneiras de se alimentar e do mercado de alimentos persuadir um maior público de consumidores; assim, os restaurantes usam esta tendência, como no caso de cervejarias artesanais; a oferta de produtos naturais e orgânicos; e até mesmo uma alta gastronomia para conquistar possíveis consumidores. Logo abaixo estão apresentadas nas figuras 54 e 55, imagens que ilustram alguns dos estabelecimentos que atendem a categoria de alimentação no bairro Marechal Rondon.

Figura 54 - de restaurantes em operação no bairro Marechal Rondon



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

Figura 55 - Estabelecimentos comerciais de produtos naturais e orgânicos



Imagens obtidas em pesquisa de campo: 10/11/2018. Anderson Müller Flores.

Palmieiri Jr. continua seu pensamento relacionando os hábitos de consumo de alimentos influenciados pelo rendimento familiar. Relembrando que a classe socioeconômica de nível B, a maior predominante no Marechal Rondon segundo Flores (2016), é a que possui maior dispêndio de sua renda em alimentação fora do domicílio; isto também explica que um dos principais fatores de o bairro estar somando variadas opções gastronômicas é consequência de sua composição socioeconômica ser mais favorável a frequentar estes estabelecimentos.

Se analisarmos as tendências da composição socioeconômica predominante do bairro Marechal Rondon iremos perceber que é a classe que mais gasta com alimentação fora do lar e com recreação e cultura; assim, podemos analisar que a classe socioeconômica B é caracterizada como o grupo socioeconômico do “lazer”. Ou seja, realmente possui maior

tendência em frequentar os grandes espaços de consumo, como os *shopping centers*, por concentrarem áreas de consumo e lazer no mesmo espaço (FLORES, 2016).

Ao mesmo tempo, a classe socioeconômica B é a que possui maior dispêndio de sua renda com outras despesas (FLORES, 2016), ou seja, inúmeras atividades não categorizadas; como: serviços de cabeleireiros, barbearias, cerimônias familiares, produtos para animais domésticos, carnês, investimentos, entre outros (SEBRAE/RS, 2018). Com isto podemos denotar que inúmeras atividades ligadas ao setor de serviços tornam-se essenciais para suprirem a demanda desta classe socioeconômica e através desta demanda torna-se vantajoso para que estabelecimentos comerciais que ofertam este tipo de serviços se instalem num bairro como o Marechal Rondon e acabam criando subcentralidades comerciais lineares nas principais vias de fluxo do bairro.

Oliveira Jr. (2010) destaca que as subcentralidades são originadas pela ampliação da distância entre os fragmentos do tecido urbano que surgem pelo crescimento horizontal deste. Estas novas expressões de centralidade que decorrem da imposição vertical do capital no território em distintas escalas e modificam a estrutura urbana, direcionando o crescimento e as estratégias de revalorização da terra urbana. Ao mesmo tempo, estas subcentralidades possuem um caráter menos expressivo que de uma centralidade, mas apresentam as mesmas características de uma centralidade: um forte caráter de renovação em curso com profundas mudanças e substituições de edificações, aumento do valor imobiliário, agrega novas tecnologias construtivas e também expressam potencialidade de impacto de intervenção na cidade, principalmente de caráter econômico. E a forma de serem lineares é de sua característica distinta de se concentrarem em um eixo viário e articuladas por estes (CAMPOS, 2012).

A instalação do ParkShopping Canoas e das infraestruturas de melhoria no bairro apenas confirmaram o futuro atrativo de investimentos nesta área em relação a atividades comerciais e imobiliárias. A formação de subcentralidades lineares mais dinâmicas vem sendo desenvolvidas através do novo comércio que vem se instalando, somados aos já existentes.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O bairro Marechal Rondon, um bairro pericentral de uma cidade metropolitana e inserida no processo de metropolização, incluído nas lógicas do capital imobiliário contemporâneo tornou seu solo urbano valor de uso para práticas deste capital, para que pudesse gerar mais-valia. Ao mesmo tempo, este capital conjuntamente com normas e diretrizes fundamentadas e planejadas no PDUA de Canoas, flexibilizaram este solo intraurbano para as práticas do neoliberalismo.

A presença de uma composição socioeconômica residencial de alto poder aquisitivo e com grande potencial de consumo, sem muitas opções de espaços de lazer e de compras, o bairro Marechal Rondon aliou fatores para a instalação de um empreendimento como o novo *shopping center*. A proximidade de vias de grande fluxo e conexão, em uma área densamente conurbada e com alto potencial econômico, somados ao solo urbano apropriado por incorporadoras e empreendimentos do ramo imobiliário causaram um atrativo para investimentos de grande porte.

A implementação do ParkShopping Canoas moveu poder público e agentes privados na remodelação e transformação do solo urbano no bairro Marechal Rondon. Inúmeras atividades foram previstas e executadas dentro das normas e diretrizes do Plano Diretor Urbano e Ambiental (PDUA) do município. Realizaram-se obras de duplicação e abertura de vias de circulação existentes, a criação de uma linha de transporte público que atende o novo *shopping center* com a região central da cidade; porém, ainda há projetos de mobilidade urbana que ainda não foram executados como previsto no EIV.

A expansão do Parque Municipal Getúlio Vargas, como compensação ambiental deste empreendimento, converteu-se em uma amenidade e fator para a valorização do solo urbano do bairro. Grande parte das exigências do projeto de expansão do Parque Municipal Getúlio Vargas foi atendida.

Estas infraestruturas tornaram atrativos para novas construções e novos moradores que pudessem compartilhar deste espaço reconfigurado em um bairro já valorizado e segmentado de alto padrão. Esta valorização do solo urbano tornou os imóveis atrativos tanto para a venda quanto para o investimento construtivo de novos produtos imobiliários; seja para o uso residencial, comercial e misto. A população de alto poder aquisitivo que se instala e investe nestes novos produtos imobiliários, oriundos para a geração da mais-valia do capital imobiliário-financeiro, é consequente do destino destes investimentos para esta classe

socioeconômica da população que cada vez mais o padrão de alta renda no bairro se apresenta preponderante.

Conseqüentemente, a valorização do solo urbano e o uso deste solo pelas incorporadoras e empreendimentos imobiliários, para a construção de imóveis residenciais e comerciais, também foi conseqüente de transformações no planejamento do uso e ocupação do solo no bairro, previstos também pelo EIV no PDUA municipal. A nova frente de urbanização no setor leste do bairro Marechal Rondon aliado a estas transformações foi dinamizado pela ocupação dos vazios urbanos ainda existentes e direcionados para o capital imobiliário-financeiro.

Novas formas comerciais que vem se alocando para atender esta população, devido à crescente demanda imobiliária e populacional que se apropriam deste bairro, vão formando novas subcentralidades comerciais paralelas ao *shopping center*, principalmente nas vias de maior circulação. O próprio PDUA foi alterado no período de implementação do novo *shopping center* para desenvolver atividades propícias destes novos produtos imobiliários: edifícios residenciais e comerciais de alto padrão e que conseqüentemente atraem atividades ligadas ao setor terciário que atendem esta camada populacional de alto poder aquisitivo.

Este novo tipo de comércio vai se instalando e dinamizando o bairro formando inúmeras subcentralidades lineares, já que se formam nas principais vias do bairro e que se instalam nestas devido às alterações advindas no uso e ocupação do solo no novo PDUA. Por conseguinte, novos estabelecimentos e construções residenciais e comerciais estão sendo atraídas para o bairro e também construídas, mesmo após o fim da construção e inauguração do ParkShopping Canoas.

Podemos perceber que o *shopping center* trouxe para o bairro Marechal Rondon a expansão urbana do bairro através do capital imobiliário-financeiro, em conjunto com o poder estatal municipal e seu PDUA. Esta expansão veio acompanhada através de inúmeras transformações em suas formas espaciais: novas infraestruturas de mobilidade urbana; amenidades como variados tipos de conveniências de serviços, espaços de lazer e atividades comerciais; aos quais valorizam e atraem novos investimentos imobiliários e uma população de alto poder aquisitivo.

Muitos questionamentos poderão ainda surgir através deste trabalho que apenas retratou as transformações urbanas oriundas da implementação do ParkShopping Canoas. Percebemos o quanto o investimento, a atuação do capital imobiliário-financeiro e a implementação de grandes equipamentos comerciais e imobiliários - como os *shopping*

*centers* - são importantes para serem analisados em questão da estruturação e dinamização de certo tipo de atividades nos espaços urbanos.

A partir deste trabalho, esperam-se que novas pesquisas sejam construídas para entendermos como os espaços urbanos pelo nosso país vão sendo construídos e transformados contemporaneamente, seja pela implementação de novos *shopping centers* ou novos produtos imobiliários, como também através de ações e práticas das mais variadas formas e dinâmicas que fazem do espaço urbano atual ser tão complexo.

## 6. REFERÊNCIAS

ALEIXO, Cynthia Augusta Poletto. **Edifícios e galerias comerciais: arquitetura e comércio na cidade de São Paulo, anos 50 e 60**. Dissertação de Mestrado do curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (USP), São Carlos, 2005.

AGENTE IMÓVEL. Tendências Canoas – bairro Marechal Rondon. Disponível em: <https://www.agenteimovel.com.br/mercado-imobiliario/a-venda/canoas,rs/>. Acesso em: jul.2018.

ANDRADE, Marli Tereza Michelsen de. **O shopping center na sociedade globalizada e sua complexidade**. Dissertação de Mestrado do Curso de Geografia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2007.

ASCHER, François. **Metápolis ou o futuro das cidades**. Paris, Ed. Odile Jacob, 1995, p. 14-40.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE *SHOPPING CENTERS* (ABRASCE). Definições e Convenções. Disponível em: <https://www.abrasce.com.br/monitoramento/definicoes-e-convencoes>. Acesso em: jul. 2018.

\_\_\_\_\_. Números do Setor. Disponível em: <https://www.abrasce.com.br/monitoramento>. Acesso em: jul. 2018.

BECKER, Elsbeth Leia Spode. A Geografia e o método dialético. In: **Revista Vidya**, v.25, n.2, p.51-58, Santa Maria (RS), 2005.

BRASIL. Cadastro Geral de Empregados e Desempregados. Perfil do Município de Canoas (2007-2018). Ministério do Trabalho. Disponível em: <http://trabalho.gov.br/trabalhador-caged>. Acesso em: fev. 2018.

\_\_\_\_\_. Estudo de Impacto de Vizinhança. In: Coleção Cadernos técnicos de regulamentação e implementação de instrumentos do Estatuto da Cidade – Programa Nacional de Capacitação das Cidades, v.4, Ministério das Cidades, Brasília, 2011. Disponível em: <http://www.caubr.gov.br/wp-content/uploads/2017/10/CAPACIDADES4.pdf>. Acesso: set.2018.

\_\_\_\_\_. Lei nº 11.196 de 21 de Novembro de 2005. Institui o Regime Especial de Tributação para a Plataforma de Exportação de Serviços de Tecnologia da Informação – REPES, o Regime Especial de Aquisição de Bens de capital para Empresas exportadoras – RECAP e o programa de inclusão digital; dispõe sobre incentivos fiscais para a inovação tecnológica e dá outras providências. Brasília, 2005.

\_\_\_\_\_. Lei nº 9.985 de 18 de Julho de 2000. Institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da natureza e dá outras providências. Ministério do Meio Ambiente, Brasília, 2000.

\_\_\_\_\_. Relação Anual de Informações Sociais (RAIS). Ministério do Trabalho. Disponível em: <http://www.rais.gov.br/sitio/index.jsf>. Acesso em: fev. 2018.

CAMPOS, Heleniza Àvila. **Centralidades lineares em centros metropolitanos : a terceira perimetral de Porto Alegre (RS)**. EDUNISC – Santa Cruz do Sul, 2012.

CANOAS. Cadastro de imóveis do Município de Canoas, Instituto Canoas XXI – Prefeitura Municipal de Canoas.

\_\_\_\_\_. **Estado da Cidade** : um retrato de Canoas. Instituto Canoas XXI – Prefeitura Municipal de Canoas, 2014.

\_\_\_\_\_. **Estado da Cidade** : um retrato de Canoas. Instituto Canoas XXI – Prefeitura Municipal de Canoas, 2013.

\_\_\_\_\_. **Estado da Cidade** : um retrato de Canoas. Instituto Canoas XXI – Prefeitura Municipal de Canoas, 2012.

\_\_\_\_\_. **Estado da Cidade** : um retrato de Canoas. Instituto Canoas XXI – Prefeitura Municipal de Canoas, 2011.

\_\_\_\_\_. GEOCANOAS. Disponível em :

<http://geocanoas.maps.arcgis.com/apps/MapSeries/index.html?appid=3299e816fc404d8a86f4c6c67a26b716>. Acesso : ago. 2018.

\_\_\_\_\_. Lei nº 6.196 de 26 de outubro de 2018. Dispões sobre a estrutura, organização e funcionamento do Poder Executivo Municipal de Canoas e dá outras providências. Canoas, 2018. Disponível em : <https://leismunicipais.com.br/a/rs/c/canoas/lei-ordinaria/2018/619/6196/lei-ordinaria-n-6196-2018-dispoe-sobre-a-estrutura-organizacao-e-funcionamento-do-poder-executivo-municipal-de-canoas-e-da-outras-providencias>. Acesso em : Nov. 2018.

\_\_\_\_\_. Lei nº 5.961 de 11 de Dezembro de 2015. Institui o Plano Diretor Urbano e Ambiental de Canoas, dispões sobre o desenvolvimento urbano no município de Canoas e dá outras providências. Canoas, 2015. Disponível em : <https://leismunicipais.com.br/a/rs/c/canoas/lei-ordinaria/2015/596/5961/lei-ordinaria-n-5961-2015-institui-o-plano-diretor-urbano-ambiental-de-canoas-dispoe-sobre-o-desenvolvimento-urbano-no-municipio-e-da-outras-providencias>. Acesso em : ago. 2018.

\_\_\_\_\_. Lei nº 5.365 de 08 de Janeiro de 2009. Dispõe sobre o Instituto Canoas XXI e dá outras providências. Canoas, 2009. Disponível em : <https://leismunicipais.com.br/a/rs/c/canoas/lei-ordinaria/2009/536/5365/lei-ordinaria-n-5365-2009-dispoe-sobre-o-instituto-canoas-xxi-e-da-outras-providencias>. Acesso em : ago.2018.

\_\_\_\_\_. Lei nº 5.341 de 22 de Outubro de 2008. Institui o Plano Diretor Urbano e Ambiental de Canoas, dispões sobre o desenvolvimento urbano no município de Canoas e dá outras providências. Canoas, 2008. Disponível em : <https://leismunicipais.com.br/a/rs/c/canoas/lei-ordinaria/2008/534/5341/lei-ordinaria-n-5341-2008-institui-o-plano-diretor-urbano-ambiental-de-canoas-dispoe-sobre-o-desenvolvimento-urbano-no-municipio-de-canoas-e-da-outras-providencias>. Acesso em : ago. 2018.

\_\_\_\_\_. Lei nº 4.736 de 1º de Agosto de 2003. Promove a alteração da legislação de denominação e localização dos bairros no município de Canoas e dá outras providências. Canoas, 2003. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a1/rs/c/canoas/lei->



[ordinaria/2003/473/4736/lei-ordinaria-n-4736-2003-promove-a-alteracao-da-legislacao-de-dominacao-e-localizacao-dos-bairros-no-municipio-de-canoas-e-da-outras-providencias](http://www.canoas.rs.gov.br/ordinaria/2003/473/4736/lei-ordinaria-n-4736-2003-promove-a-alteracao-da-legislacao-de-dominacao-e-localizacao-dos-bairros-no-municipio-de-canoas-e-da-outras-providencias).

Acesso em : ago.2018.

\_\_\_\_\_. Parque Municipal Getúlio Vargas. Disponível em : <https://www.canoas.rs.gov.br/parque-getulio-vargas/>. Acesso em : jul.2018.

\_\_\_\_\_. Projeto do Aeromóvel. Disponível em : <https://www.canoas.rs.gov.br/noticias/projeto-do-aeromovel-impede-licitacao-dos-onibus-entenda/>. Acesso em : jul. 2018.

\_\_\_\_\_. Projeto do futuro Túnel. Disponível em : <http://oldsite.canoas.rs.gov.br/site/noticia/visualizar/id/118951>. Acesso: ago.2018.

\_\_\_\_\_. Renovação da Frota de ônibus. Disponível em : <http://oldsite.canoas.rs.gov.br/site/noticia/visualizar/id/126162>. Acesso: jul.2018.

CLEPS, Geisa Daise Gumiero. **Estratégias de reprodução do capital e novas espacialidades urbanas : o comércio de autosserviço em Uberlândia (MG)**. Tese de Doutorado do Curso de Geografia da universidade Estadual de São Paulo (UNESP), Rio Claro, 2005.

CORRÊA, Roberto Lobato. Processos espaciais e a cidade. In: **Trajelórias geográficas**. Editora Bertrand Brasil, Rio de Janeiro, 1997, p. 121-143.

\_\_\_\_\_. **O espaço urbano**. São Paulo: Ática, 1989.

DAVID, C. Trabalho de campo: limites e contribuições para a pesquisa geográfica. In: **Revista GEO-UERJ**. Rio de Janeiro: UERJ, nº.11, p.19-24, 2002.

ESTUDO DE IMPACTO DE VIZINHANÇA. Gleba urbana canoense – ARBE Empreendimentos. Canoas, 2010. Disponível em: [http://ns1.canoas.rs.gov.br/uploads/paginadinamica/403113/EIV\\_Atualizao\\_DEZ2016.pdf](http://ns1.canoas.rs.gov.br/uploads/paginadinamica/403113/EIV_Atualizao_DEZ2016.pdf). Acesso: jul.2018.

\_\_\_\_\_. ParkShopping Canoas. Grupo Alinhamento de Arquitetura, Canoas, Dezembro de 2013.

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS E SERVIÇOS DO RIO GRANDE DO SUL (FECOMÉRCIO). Trabalhadores do setor terciário ocupam 53,2% das vagas formais no Rio Grande do Sul. Notícia em: 08/03/2017. Disponível em: <http://fecomercio-rs.org.br/2017/03/08/trabalhadores-do-setor-terciario-ocupam-532-das-vagas-formais-no-rio-grande-do-sul/>. Acesso em: mar.2018.

FLORES, Anderson Müller. **Canoas: Consumo urbano e novas centralidades**. Trabalho de Conclusão do Curso de Geografia – Universidade federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) – Porto Alegre, 2016.\_\_\_\_\_; SOARES, Paulo Roberto Rodrigues. A dinâmica do consumo na Região Metropolitana de Porto Alegre (RMPA): Novas centralidades. In: **Anais do Seminário de Estudos Urbanos - XI Seminário de Estudos urbanos e Regionais e V**

Comércio e Consumo Urbano. nº11, universidade Federal de Pelotas (UFPEL) – Pelotas, 2015, p. 1-16.

FUNDAÇÃO DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA DO RIO GRANDE DO SUL (FEE). Pib Municipal – Série histórica. Disponível em: <https://www.fee.rs.gov.br/indicadores/pib-rs/municipal/serie-historica/>. Acesso em: jan.2018.

GONDIM, Gabriel Côrtes Magalhães. **Análise de ciclos imobiliários e de estratégias de investimentos**. Trabalho de Conclusão do curso de Engenharia de Produção da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, 2013.

GONZATTO, Marcelo. Valorização de bairro de Canoas faz moradores colocarem casas à venda por mais de R\$ 1 milhão. **Jornal Zero Hora**, 08/09/2017. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/porto-alegre/noticia/2017/09/valorizacao-de-bairro-de-canoas-faz-moradores-colocarem-casas-a-venda-por-mais-de-r-1-milhao-9891210.html>. Acesso em: jan.2018.

GRUPO MULTIPLAN. Disponível em: <http://multiplan.com.br/pt-br/shopping-centers/rio-grande-do-sul/parkshopping-canoas>. Acesso em: nov.2018.

\_\_\_\_\_. Disponível em: <http://multiplan.com.br/pt-br/a-empresa/noticias/multiplan-conquista-premio-no-icsc-global-awards-2018>. Acesso em: nov.2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Censo Demográfico, 2010.

IPC MARKETING EDITORA. Índice de Potencial de Consumo: Release Imprensa 2018. Disponível em: [http://www.ipcbr.com/downpress/Release\\_IPCMaps\\_2018.pdf](http://www.ipcbr.com/downpress/Release_IPCMaps_2018.pdf). Acesso: nov.2018.

JANOSHCKA, M. **El nuevo modelo de la ciudad latinoamericana: fragmentación y privatización**. Eure (Santiago), v. 28, n. 85, p. 11-20, 2002.

LACERDA, Bruno Vieira de. **Projeto de casa contêiner utilizando conceitos ambientalmente sustentáveis**. Trabalho de conclusão do curso de Engenharia Ambiental da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), Campo Mourão, 2016.

LEFEBVRE, Henri. **Lógica formal, lógica dialética**. São Paulo: civilização brasileira, 1983.

LEMOS, Bruno de Oliveira; CARGNIN, Antônio Paulo. Característica da distribuição territorial da indústria de transformação no Estado do Rio Grande do Sul. **Textos para Discussão FEE**, n. 126; Porto Alegre, 2014.

LENCIONI, Sandra. Referências analíticas para a discussão da metamorfose metropolitana. In: LENCIONI, S.; VIDAL-KOPPMANN, S.; HIDALGO, R.; PEREIRA, P.C.X. (orgs.). **Transformações sócio-territoriais nas metrópoles de Buenos Aires, São Paulo e Santiago do Chile**. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU/USP), 2011, p. 51-64.

MATTOS, Carlos A. de. Modernización capitalista y transformación metropolitana en América Latina: cinco tendencias constitutivas. In: **América Latina - cidade, campo e**

**turismo.** Amalia Inés Geraiges de Lemos, Mónica Arroyo, María Laura Silveira. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, p.41-73, Dez. 2006.

MÉNDEZ, Ricardo. Metrópolis en la globalización neoliberal e impacto de su crisis. In: **Revista de ciencias sociales**, segunda época N°25, p.45-68, 2014.

OLIVEIRA JR., Gilberto. **Centro e novas expressões de centralidade em cidades médias: as respostas do centro tradicional na redefinição do velho.** In: III Colóquio Internacional sobre comércio e cidade: uma relação de origem. UNB. Brasília, 2010.

ORTIGOZA, Silvana Aparecida Guarnieri. **Geografia e Consumo: dinâmicas sociais e a produção do espaço urbano.** UNESP: Rio Claro, 2009.

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

PADUA, Rafael Faleiros de. Produção estratégica do espaço e os “novos produtos imobiliários”. In: CARLOS, Ana Fani Alessandrini; VOLOCHKO, Danilo; ALVAREZ, Isabel Pinto. (Orgs.). **A cidade como negócio.** São Paulo: Contexto, 2015, p.145-163.

PALMIERI JR., Valter. A curiosa era do capitalismo *gourmet*. In: Carta social e do trabalho, CESIT/UNICAMP, n.34, Campinas, 2016, p.33-38.

PARKSHOPPING CANOAS. Disponível em: <http://www.parkshoppingcanoas.com.br/o-shopping>. Acesso em: out.2018.

PETROLA, Yoakim; MONETTI, Eliane. A importância na escolha do local de implantação para um *shopping center*. In: **X Encontro Nacional de Tecnologia do ambiente construído: I Conferência Latino-Americana de construção sustentável.** São Paulo, 2004. Disponível em: <https://www.realestate.br/dash/uploads/sistema/Artigos/pap0988d.pdf>. Acesso em: nov.2018.

PINTAUDI, Silvana Maria. *O shopping center no Brasil: condições de surgimento e estratégias de localização.* In: PINTAUDI, S. M.; FRÚGOLI, JR. H. (orgs.). **Shopping Centers: espaço, cultura e modernidade nas cidades brasileiras.** Ed. UNESP: São Paulo, 1992.

\_\_\_\_\_. **O templo da mercadoria: estudo sobre os shopping centers no Estado de São Paulo.** Tese de Doutorado do curso de Geografia da Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 1989.

PORTER, Michael. Clusters and the new economics of competition, **Harvard Business Review**, v.76, n° 6, p.14-77, 1998.

\_\_\_\_\_. **A vantagem competitiva das nações.** Editora Campus, 1990.

RELATÓRIO DE IMPACTOS AMBIENTAIS. ParkShopping Canoas, Grupo Multiplan. Elaboração: EkoSolo Engenharia Ambiental, 2013. Disponível em: [http://oldsite.canoas.rs.gov.br/uploads/paginadinamica/337135/5\\_Impactos\\_ambientais.pdf](http://oldsite.canoas.rs.gov.br/uploads/paginadinamica/337135/5_Impactos_ambientais.pdf). Acesso em: nov.2018.

SANTOS Jr., Wilson Ribeiro dos. *Shopping Centers* em São Paulo: imaginário de transformações urbanas. In: **Revista Geosul**, v. 19, n. 38, jul./dez. Florianópolis, 2004, p. 7-24.

\_\_\_\_\_. Shopping Center: uma imagem de espelhos. In: PINTAUDI, Silvana Maria; FRÚGOLI JÚNIOR, Heitor. **Shopping Centers – Espaço, Cultura e Modernidade nas cidades brasileiras**. UNESP: São Paulo, 1992.

SASSEN, Saskia. **Ciudades en la economía global: enfoques teóricos y metodológicos**. Eure. Santiago, v. XXIV, n. 71, 1998 pp. 5-25.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). Perfil das cidades gaúchas: Canoas. Disponível em: [http://datasebrae.com.br/municipios/rs/Perfil\\_Cidades\\_Gauchas-Canoas.pdf](http://datasebrae.com.br/municipios/rs/Perfil_Cidades_Gauchas-Canoas.pdf). Acesso em: out.2018.

SILVA, Renata Rodrigues da. **Centros Comerciais e Shopping Centers: Transformações no Espaço Urbano de Uberlândia (MG)**. Dissertação de Mestrado do Curso de Geografia da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), Uberlândia, 2012.

SOARES, Paulo Roberto Rodrigues. Metropolização, aglomerações urbano-industriais e desenvolvimento regional no Sul do Brasil. In: **Cadernos Metrópole**, n. 41, v.20, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) - São Paulo, 2018, p. 15-34.

\_\_\_\_\_; FLORES, Anderson Müller. As novas centralidades comerciais e de serviços na Região Metropolitana de Porto Alegre, RS. In: HEIDRICH, Álvaro Luiz; [et. a, Org.l. **Estruturas e dinâmicas socioespaciais urbanas no Rio Grande do Sul: transformações em tempos de globalização (1991-2010)**. Letra1 Editora, Porto Alegre, 2016 p.99-120.

SOUZA, Marcelo Lopes de. **Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial**. Ed. Bertrand Brasil, 2ªed. Rio de Janeiro, 2015.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. **O chão em pedaços: urbanização, economia e cidade** de São Paulo. UNESP, 2004.

\_\_\_\_\_. Segregação socioespacial e Centralidade urbana. In: VASCONCELOS, Pedro de Almeida; CORRÊA, Roberto Lobato; PINTAUDI, Silvana Maria. (Orgs.). **A cidade contemporânea: segregação espacial**. São Paulo: Contexto, 2013, p.17-37.

\_\_\_\_\_. **Textos e Contextos para a leitura geográfica de uma cidade média**. Editora UNESP - Presidente Prudente, 2001.

TEODORO, Pacelli Henrique Martins. **Sustentabilidade e Cidade: a complexidade na teoria e na prática**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2013.

TRENS URBANOS DE PORTO ALEGRE S.A. (TRENSURB). **2017 na TRENSURB: 55 milhões de usuários transportados**. Disponível em: [http://www.trensurb.gov.br/paginas/paginas\\_noticias\\_detalhes.php?codigo\\_sitemap=5065](http://www.trensurb.gov.br/paginas/paginas_noticias_detalhes.php?codigo_sitemap=5065). Acesso em: Fev.2018.

VILLAÇA, F. **Espaço intra-urbano no Brasil**. 2ªed. Studio Nobel (FAESP) – São Paulo, 2001.

## ANEXO

Figura 56 - Atividades que exigem o estudo de Impacto de vizinhança em Canoas, de acordo com a Lei municipal de nº 5.961/2015.

<b>Estudo de Impacto de Vizinhança – EIV (Artigos 191, 192 e 193)</b>
<p><b>Empreendimentos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Empreendimentos e/ou edificações não residenciais com área computável maior que 20.000m<sup>2</sup> ou estacionamentos maiores de 300 veículos.</li> <li>2. Empreendimentos residenciais com mais de 500 unidades residenciais.</li> <li>3. Loteamentos em áreas maiores que 50ha.</li> </ol>
<p><b>Atividades</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Centro cultural, de Eventos ou locais para esporte com área computável maior que 2.000m<sup>2</sup>.</li> <li>3. Entretenimento noturno com área computável superior a 1.000m<sup>2</sup>.</li> <li>4. Supermercado com área computável superior a 10.000m<sup>2</sup>.</li> <li>5. Shopping Centers e Centros Comerciais com área computável superior a 20.000m<sup>2</sup>.</li> <li>6. Central de abastecimento com área computável maior que 20.000m<sup>2</sup>.</li> <li>7. Estabelecimentos de Ensino e Universidades com área computável superior a 10.000m<sup>2</sup>.</li> <li>8. Templo e local de culto geral com área superior a 2.000m<sup>2</sup>.</li> <li>9. Terminais de passageiros e/ou carga.</li> <li>10. Clube, associações e similares com área computável superior a 2.000m<sup>2</sup>.</li> <li>11. Transporte rodoviário de passageiros, mudança e carga com mais de 100 veículos.</li> <li>12. Pólos geradores de tráfego, de ruído ou de risco.</li> <li>13. Atividades Especiais (porto, rodovia, estádio, autódromo, kartódromo, hipódromo, marina, parque temático, penitenciária, heliporto, aeródromos, cemitérios novos, crematório fora de cemitério existente).</li> <li>14. Comércio atacadista com área computável superior a 20.000m<sup>2</sup>.</li> <li>15. Depósito com área computável superior a 20.000m<sup>2</sup>.</li> <li>16. Logística com área superior a 20.000m<sup>2</sup>.</li> <li>17. Hospitais e Clínicas de saúde acima de 2.000m<sup>2</sup>.</li> <li>18. Indústria com área computável superior a 20.000m<sup>2</sup>.</li> <li>19. Usinas de concreto e Extração de areia.</li> <li>20. Parque Logístico / Industrial.</li> </ol>

Fonte: Canoas. Lei nº 5.961 de 11 de Dezembro de 2015. Institui o Plano Diretor Urbano e Ambiental de Canoas, dispõe sobre o desenvolvimento urbano no município de Canoas e dá outras providências. Canoas, 2015.