



Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Geografia - UFPR

DISTRIBUIÇÃO ESPACIAL VAREJISTA NA AGLOMERAÇÃO URBANA DE LONDRINA – PR

RETAIL SPATIAL DISTRIBUTION IN THE URBAN AGGLOMERATION OF LONDRINA – BRAZIL

DISTRIBUTION SPATIALE COMMERCIALE DANS L'AGGLOMERATION DE LONDRINA – BRÉSIL

(Recebido em 06-09-2022; Aceito em: 26-12-2024)

Guilherme Pereira Cocato

Mestre em Geografia pela Universidade Estadual Paulista (FCT/UNESP) –

Presidente Prudente/SP, Brasil

guilhermecocato@gmail.com

Resumo

Este trabalho prioriza uma abordagem geográfica acerca das relações entre o comércio e as cidades, tendo como objetos de estudo a atividade e os estabelecimentos varejistas espacialmente distribuídos na denominada aglomeração urbana de Londrina - PR, composta pelos municípios de Arapongas, Cambé, Ibirapuã, Londrina e Rolândia. Estes municípios foram escolhidos por sua representatividade em suas funções socioeconômicas no interior da região metropolitana oficialmente instituída. Tendo como objetivo compreender como os estabelecimentos varejistas se distribuem pela aglomeração, foi utilizada uma combinação de procedimentos metodológicos que abrangeu mais de uma fonte de dados e informações. Entre elas, o Cadastro Nacional de Endereços para Fins Estatísticos (CNEFE) e a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), bem como a representação dos resultados foi realizada por meio de produtos cartográficos. De maneira essencial, aferiu-se que a presença dos estabelecimentos varejistas no recorte espacial é marcante, estando concentrados em determinadas áreas, mas também dispersos em um possível processo de descentralização ao longo da aglomeração. Outra frente de análise se originou a partir da diferenciação das atividades varejistas predominantes no recorte. Dessa forma, nesta pesquisa, tem-se uma interação necessária entre discussões conceituais relevantes à temática e o uso de metodologias, quantitativas e qualitativas, que podem auxiliar no movimento de materialização dos elementos pontuados. Pela importância das atividades varejistas no espaço urbano e na reprodução social dos cidadãos, entende-se que investigações geográficas que as enfoquem devem ser gradativamente fomentadas, sendo este estudo mais uma contribuição ao arcabouço teórico-metodológico em constituição.

Palavras-chave: Estruturação da cidade; Centralidade; Descentralização; Brasil.

Abstract

This work prioritizes a geographical approach about the relations between commerce and cities, having as study objects the activity and retail establishments spatially distributed in the so-called urban agglomeration of Londrina - PR, composed of the municipalities of Arapongas, Cambé, Ibirapuã, Londrina and Rolândia. These municipalities were chosen for their representativeness in their socioeconomic functions within the officially instituted metropolitan region. In order to understand how retail establishments are distributed by agglomeration, a combination of methodological procedures was

used that covered more than one source of data and information. Among them, the National Register of Addresses for Statistical Purposes (CNEFE) and the National Classification of Economic Activities (CNAE), as well as the representation of the results was carried out using cartographic products. Essentially, it was verified that the presence of retail establishments in the spatial area is remarkable, being concentrated in certain areas, but also dispersed in a possible process of decentralization throughout the agglomeration. Another front of analysis originated from the differentiation of retail activities prevalent in the area. Thus, in this research, there is a necessary interaction between conceptual discussions relevant to the theme and the use of quantitative and qualitative methodologies, which can assist in the movement of materialization of the elements. Due to the importance of retail activities in the urban space and in the social reproduction of city dwellers, it is understood that geographical investigations that focus on them should be gradually promoted, with this study being another contribution to the theoretical-methodological framework being constituted.

Key words: Structuring of the city; Centrality; Decentralization; Brazil.

Resumé

Ce travail privilégie une approche géographique des relations entre le commerce et les villes, ayant pour objet d'étude l'activité et les établissements commerciaux répartis spatialement dans la soi-disant agglomération urbaine de Londrina - PR, composée des communes d'Arapongas, Cambé, Ibirapuã, Londrina et Rolândia. Ces communes ont été choisies pour leur représentativité dans leurs fonctions socio-économiques au sein de la région métropolitaine officiellement instituée. Afin de comprendre comment les établissements de vente au détail sont répartis par agglomération, une combinaison de procédures méthodologiques a été utilisée, couvrant plus d'une source de données et d'informations. Parmi eux, le Registre National des Adresses à des Fins Statistiques (CNEFE) et la Nomenclature Nationale des Activités Économiques (CNAE), ainsi que la représentation des résultats a été réalisée à partir de produits cartographiques. Pour l'essentiel, il a été vérifié que la présence d'établissements de vente au détail dans la zone spatiale est remarquable, étant concentrés dans certaines zones, mais aussi dispersés dans un éventuel processus de décentralisation dans toute l'agglomération. Un autre front d'analyse est né de la différenciation des activités de vente au détail qui prévalent dans le détourage. Ainsi, dans cette recherche, il y a une interaction nécessaire entre les discussions conceptuelles pertinentes au thème et l'utilisation de méthodologies quantitatives et qualitatives, qui peuvent aider au mouvement de matérialisation des éléments notés. En raison de l'importance des activités commerciales dans l'espace urbain et dans la reproduction sociale des citadins, il est entendu que les investigations géographiques qui se focalisent sur eux doivent être progressivement favorisées, cette étude étant une autre contribution au cadre théorico-méthodologique en cours de constitution.

Mots clés: Structuration de la ville; centralité; décentralisation; Brésil.

Introdução

Na atualidade, os estudos que priorizam os estabelecimentos comerciais e as práticas de consumo nas cidades estão ligados diretamente à Geografia Urbana e Econômica. A cada tempo, surgem novas relações específicas que possibilitam a existência de novas formas comerciais, padrões de consumo e sociabilidades. As formas de comércio dialogam diretamente com todos os outros elementos do espaço geográfico.

O comércio e o consumo são práticas comuns e cotidianas, por isso é preciso problematizá-las e questionar seu impacto no funcionamento das condições materiais e imateriais da vida urbana

moderna. A dinâmica do comércio faz parte do cotidiano da reprodução social dos habitantes e trabalhadores das cidades; e, no âmbito da realidade brasileira, as atividades terciárias, comerciais e especificamente varejistas assumem um papel indispensável.

Nesse contexto, o varejo é um representante das atividades econômicas no espaço urbano. As localizações dos estabelecimentos comerciais varejistas são influenciadas por processos socioespaciais urbanos contínuos, que afetam suas condições de reprodução e possibilidades de sobrevivência. São elementos que participam ativamente dos processos de centralização e descentralização urbanos. O papel da Ciência Geográfica é discutir o porquê de esses estabelecimentos se localizarem em determinados espaços, em detrimento de outros, e quais as repercussões disso para a população urbana.

Este trabalho foi orientado a fim de contribuir para a compreensão de como os estabelecimentos varejistas se distribuem espacialmente no espaço urbano. Como recorte espacial analisado, foi proposto uma classificação de cinco municípios que compõem a aglomeração urbana de Londrina: Arapongas, Cambé, Ibirapuã, Londrina e Rolândia (Figura 01). São eles os mais representativos em termos de população, atividades econômicas, presença de conurbação e complexidade das funcionalidades existentes dentre os 25 municípios que atualmente compõem a Região Metropolitana de Londrina – RML, institucionalizada em 1998 (PARANÁ, 1998).

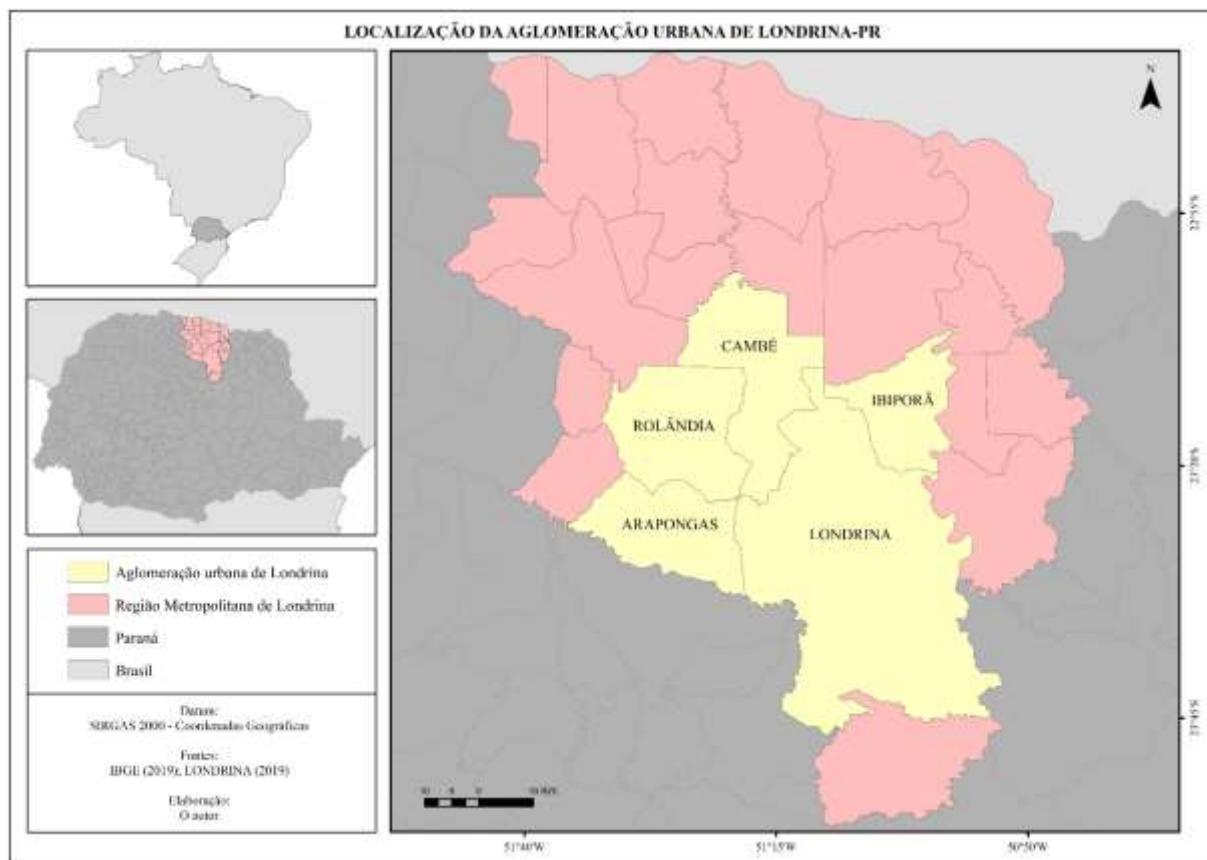
É importante destacar que Londrina possui um desenvolvimento histórico-geográfico intimamente ligado às atividades cafeeiras e aos lucros financeiros por elas gerados, que possibilitaram o surgimento e fortalecimento de atividades comerciais na cidade e região (COCATO, 2019). Por não ser o foco detalhar a trajetória da aglomeração urbana de Londrina e dos estabelecimentos comerciais nela presentes, para isso, recomenda-se as obras de Oliveira (2011) e Grassiotto e Grassiotto (2003).

A metodologia escolhida para dar corpo à investigação foi uma mescla no uso dos dados censitários do Cadastro Nacional de Endereços para Fins Estatísticos – CNEFE (IBGE, 2010) e da Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE (IBGE, 2017). Juntos, possibilitaram identificar e sistematizar os diferentes tipos de estabelecimentos varejistas de acordo com as suas principais atividades de comercialização.

Entende-se que a presença de estabelecimentos varejistas aferida na aglomeração urbana de Londrina é marcante. Estão dispersos e descentralizados ao longo do recorte espacial estudado, principalmente em Londrina. No entanto, também estão concentrados e formam possíveis centralidades urbanas em determinados pontos da aglomeração. Aprofundando-nos nos estudos dessas centralidades, podemos contribuir com o entendimento das formas espaciais comerciais e das

atividades econômicas que estas exercem; indispensáveis para a estruturação das cidades e o modo de vida urbano.

Figura 01: Localização da aglomeração urbana de Londrina - PR.



Fonte: IBGE (2019); LONDRINA (2019).

Elaboração: o autor (2022).

Proposta metodológica

Adentrando nos procedimentos metodológicos utilizados na construção deste trabalho, mais especificamente na união dos dados do CNEFE com as informações da CNAE, ressalta-se a importância do tratamento de elementos quantitativos, em conjunto com análises qualitativas embasadas cientificamente, em produções acadêmicas da Geografia. De acordo com Porto-Sales *et al.* (2014), os profissionais da Ciência Geográfica devem valorizar mais pesquisas que visem à sistematização de dados e informações. Existe uma pequena participação dos geógrafos na aplicação dos seus conhecimentos no planejamento e gestão urbana e territorial, e uma tendência de opor o conhecimento teórico ao desenvolvimento e aplicação de metodologias de caráter numérico e quantitativo.

Ainda citando Porto-Sales *et al.* (2014), para superar essas aparentemente eternas dicotomias, o CNEFE pode ser considerado como uma ferramenta importante. Nele, têm-se características

essenciais dos estabelecimentos existentes nas aglomerações brasileiras no ano de 2010, como a descrição das atividades exercidas e as coordenadas espaciais dos endereços listados. É imprescindível que se aprenda a filtrar, editar e combinar tais dados, já que se trata de um cadastro de abrangência nacional com inúmeras possibilidades de uso.

Para a distribuição espacial dos estabelecimentos varejistas, foram removidos todos os endereços que representavam domicílios particulares, coletivos, estabelecimentos agropecuários, de ensino, saúde e em construção, por meio da variável “espécie de endereço”. Em seguida foi realizada uma triagem entre os endereços classificados como “de outras finalidades”, excluindo todos os que não fossem de clara atividade econômica. Finalmente, foram removidos os de uso industrial, atacadista e de comércio que não se enquadrasssem em atividades varejistas.

A partir dos estabelecimentos restantes na listagem do CNEFE (IBGE, 2010), optou-se por classificá-los de acordo com a CNAE (IBGE, 2017). A CNAE, elaborada pela Comissão Nacional de Classificação de Atividades (CONCLA), tem como referência a International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC), aprovada pela Comissão Estatística das Nações Unidas e recomendada como instrumento de homogeneização e padronização das estatísticas econômicas em âmbito internacional.

Propõe uma estrutura de atividades econômicas nacionais divididas hierarquicamente em Seção, Divisão, Grupo, Classe e Subclasse. Essa última é de uso exclusivo da administração pública. A partir dessa classificação foram selecionados os estabelecimentos pertencentes à Divisão “Comércio Varejista” (Código 47) – com seus oito Grupos – e dos Grupos “Comércio de Peças e Acessórios para Veículos Automotores” (Código 453) e “Comércio, Manutenção e Reparação de Motocicletas, Peças e Acessórios” (Código 454). Esses dois últimos grupos pertencem à Divisão “Comércio e Reparação de Veículos Automotores e Motocicletas” (Código 45). As divisões mencionadas pertencem à Seção “Comércio; Reparação de Veículos Automotores e Motocicletas” (Código G). Os estabelecimentos selecionados foram classificados, por códigos, de acordo com o Quadro 01:

Dessa maneira, foi composta uma fusão na aplicação de duas ferramentas de classificação diferentes: a CNAE na definição das atividades econômicas estudadas, no caso as atividades de comércio varejista pertencentes aos grupos escolhidos; e o CNEFE na delimitação de localização (por setores censitários) dos estabelecimentos comerciais pertencentes a esses grupos.

Quadro 01: Classificação metodológica de estabelecimentos varejistas a partir de definições da CNAE.

Divisões	Grupos	Descrição dos Grupos	Código
47	471	Comércio varejista não especializado	1
	472	Comércio varejista de produtos alimentícios, bebidas e fumo	2
	473	Comércio varejista de combustíveis para veículos automotores	3
	474	Comércio varejista de material de construção	4
	475	Comércio varejista de equipamentos de informática e comunicação; equipamentos e artigos de uso doméstico	5
	476	Comércio varejista de artigos culturais, recreativos e esportivos	6
	477	Comércio varejista de produtos farmacêuticos, perfumaria e cosméticos e artigos médicos, ópticos e ortopédicos	7
	478	Comércio varejista de produtos novos não especificados anteriormente e de produtos usados	8
45	453 / 454	Comércio de peças e acessórios para veículos automotores / comércio, manutenção e reparação de motocicletas, peças e acessórios	9

Fonte: IBGE (2017).

Elaboração: O autor (2022).

Assim, tem-se o processo de geocodificação, em que os dados selecionados e classificados são transformados em informações distribuídas espacialmente. O resultado é uma base de localização das atividades varejistas na aglomeração de Londrina. Para a elaboração dos mapas foi utilizado o software ArcGIS 10.3 e bases cartográficas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (IBGE, 2019) e do Sistema de Informação Geográfica de Londrina – SIGLON (LONDRINA, 2019), com os limites municipais e as respectivas subdivisões censitárias – especialmente os setores – contidos em seu interior.

O varejo na aglomeração de Londrina - PR

Foram quantificados, em todos os setores censitários da aglomeração urbana de Londrina, os estabelecimentos varejistas existentes, de acordo com a classificação por grupos e seus respectivos códigos, de 1 a 9 (Quadro 01). Em números totais, aferiram-se 911 setores censitários com presença de pelo menos um estabelecimento varejista, nos cinco municípios da aglomeração. É uma marca significativa, já que o número total de setores censitários nesses municípios é de 1156, sendo 1069 urbanos. Nestes 911 setores (78,8% do total), um total de 9432 empresas varejistas foram identificadas e classificadas, como indica a Tabela 01:

Como principal município da aglomeração urbana em questão, Londrina se destaca com o maior número de estabelecimentos varejistas, em todos os segmentos, assim como na quantidade de setores censitários em que tais estabelecimentos estão presentes. Na sequência, tem-se Arapongas,

polo da indústria moveleira que atrai diversos tipos de comércio pelas atividades desenvolvidas e mão de obra presente. Cambé aparece na 3º posição dos números totais, dado: o deslocamento contínuo de pessoas e mercadorias propiciado pela conurbação com Londrina e Rolândia, o aumento demográfico e o fato de ser lócus de indústrias e empresas específicas que não conseguem se estabelecer na cidade central, mas se aproveitam da oportunidade de estarem no interior da zona de influência da aglomeração.

Tabela 01: Número de estabelecimentos varejistas na aglomeração urbana de Londrina, de acordo com os grupos de atividades econômicas da CNAE (códigos de 1 a 9).

Municípios	Nº de Setores Censitários	Códigos dos grupos do Comércio Varejista									
		1	2	3	4	5	6	7	8	Total	
Arapongas	115	128	150	27	84	192	66	86	453	92	1278
Cambé	109	150	109	19	49	122	40	52	367	100	1008
Ibiporã	51	77	75	10	27	57	19	27	145	25	462
Londrina	576	573	741	114	397	797	235	299	2101	663	5920
Rolândia	60	72	136	15	34	106	49	49	262	41	764
Total	911	1000	1211	185	591	1274	409	513	3328	921	9432

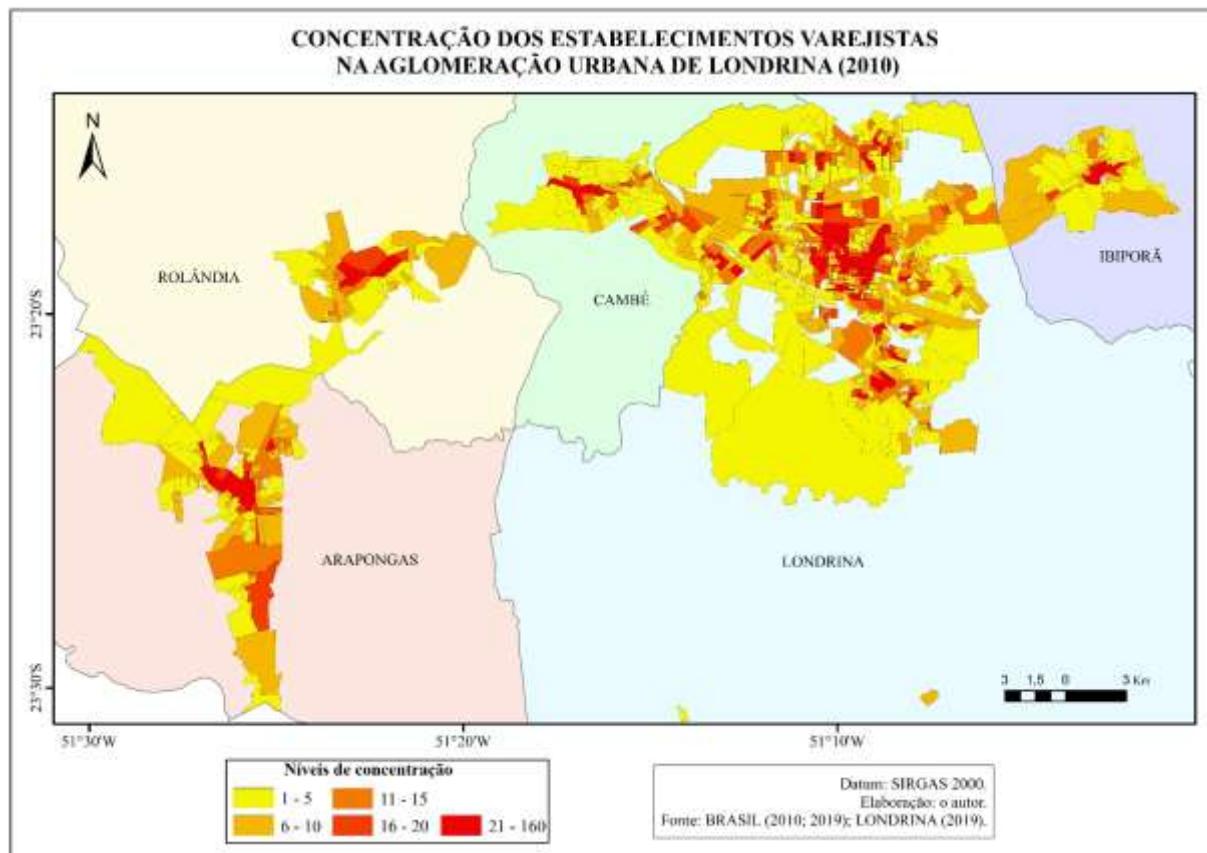
Fonte: IBGE (2010).

Elaboração: O autor (2022).

Analizando a distribuição espacial dos estabelecimentos varejistas, percebe-se que eles se apresentam distribuídos por grande parte da malha urbana e setores censitários dos municípios de Londrina, Ibiporã, Cambé, Rolândia e Arapongas. A maior quantidade deles está concentrada nos setores censitários principais destas cidades, mas também aparecem em diferentes áreas periféricas, que podem se constituir enquanto pequenas concentrações descentralizadas (comparadas com o centro principal). A Figura 02 demonstra o número de estabelecimentos varejistas de acordo com diferentes níveis de concentração de empresas.

No caso de Londrina, existem setores com altos níveis de concentração do varejo em todas as zonas/subdistritos do perímetro urbano: centro, norte, sul, leste e oeste. É importante destacar que grande parte das maiores concentrações aparecem sobrepostas às grandes vias intra e interurbanas que conectam áreas relevantes da cidade, tanto em termos demográficos quanto de presença de atividades econômicas em geral. O centro principal – tanto em sua porção mais tradicional composta pela ocupação no formato das quadras e vias em “tabuleiro de xadrez” de 1929 (FRESCA, 2013), quanto em sua porção mais expandida em direção à zona leste – concentra os principais setores com presença massiva dos estabelecimentos varejistas (entre eles o único setor que destoa do restante, com 160 estabelecimentos).

Figura 02: Número de estabelecimentos varejistas em diferentes níveis de concentração na aglomeração urbana de Londrina (2010).



Fonte: BRASIL (2010; 2019); LONDRINA (2019).

Elaboração: O autor (2022).

Na zona norte de Londrina, aparecem setores com alta concentração varejista distribuídos ao longo de uma mesma linha no sentido leste-oeste, que se trata da Avenida Saul Elkind. Nela, principalmente, abriga-se o único subcentro consolidado da cidade, que possui formas espaciais comerciais, serviços diversos e um poder de atração qualitativamente comparável ao centro principal, ainda que quantitativamente menor em escala. Beidack e Fresca (2011) traçam o histórico de formação ao norte do centro principal, que remete às décadas de 1960 e 1970, período de crescimento urbano acelerado, êxodo rural, integração nacional e modernização do território brasileiro; um verdadeiro avanço do meio técnico-científico (SANTOS, 1996).

Aliado a esses fatores, tem-se a nova política habitacional, que favoreceu a implantação de numerosos conjuntos habitacionais e loteamentos populares nas periferias das cidades, com escassa infraestrutura e presença de atividades e serviços essenciais (BEIDACK; FRESCA, 2011). Em Londrina, a zona norte cresceu impulsionada pelos elementos descritos, posteriormente adquirindo melhorias no ambiente construído e nas condições de moradia da população, que deixaram de ser

exclusivamente para estratos sociais de baixo poder aquisito. Atualmente, a grande existência dos estabelecimentos varejistas indica a continuidade do fortalecimento desse subcentro.

Na zona sul, os setores mais povoados pelo varejo estão localizados na direção sudeste, nos bairros que margeiam a rodovia PR-445 rumo à Curitiba. Via de grande circulação de veículos, possui forte presença de oficinas mecânicas e vendas de peças para automotores. Além disso, existem nessa área muitos bairros populares, alguns frutos de ocupações que foram regularizadas, e que necessitam de comércios e prestadores de serviços que satisfaçam as necessidades mais básicas por produtos do cotidiano. A zona oeste de Londrina é marcada pela conurbação com Cambé, com áreas residenciais de padrão diversificado e alguns comércios também do dia a dia.

Em toda a cidade principal da aglomeração existem indícios de concentrações varejistas ocorrendo concomitantemente à dispersão dos estabelecimentos, já que mesmo os setores não localizados nas áreas mais concentradas abordadas até aqui, possuem, em sua maioria, estabelecimentos dessa natureza econômica. Como já mencionado, são 78,8% do total dos setores da aglomeração urbana, incluindo os rurais (Tabela 01).

Nos casos de Cambé, Ibirapuã e Rolândia, a maior concentração do varejo restringe-se aos centros principais, enquanto em Arapongas uma parcela significativa dos estabelecimentos varejistas também se concentra no sentido sul da malha urbana, acompanhando vias importantes, como a BR-369, e novas expansões urbanas/loteamentos.

Nesse ponto, é importante que se aprofunde a análise no segmento varejista, assim como as estratégias espaciais buscadas por esses estabelecimentos. Algumas caracterizações dessa atividade comercial são necessárias. A distribuição espacial varejista possui particularidades diretamente relacionadas à diversidade de produtos comercializados – que fazem parte das necessidades básicas de todo habitante urbano – e às condições do ambiente construído.

A distribuição espacial varejista

A atividade varejista pode ser conceituada como pertencente à dinâmica das trocas comerciais e do mercado consumidor, que, por meio de uma série de ações, possibilita a chegada de mercadorias ao consumidor final (CARVALHO, 2007). Na cadeia de distribuição, o varejo atua como facilitador do processo de consumo, muitas vezes atendendo a diversas necessidades, em variados locais e horários de atendimento. Cobra (1997) reforça a importância do varejo ao afirmar que as atividades desse segmento diminuem os custos, para que o produtor não precise vender seu produto ao consumidor final de forma direta.

Dadas as características que indicam a rotatividade nas atividades e a vulnerabilidade aos movimentos do mercado, os varejistas que conseguem se manter ativos necessitam estar em constante adaptação, com ações que atendam às mudanças no consumo, além das transformações dos locais e momentos de venda. O espalhamento da dispersão espacial varejista passa a ser considerada como uma opção viável, integrando-se aos desejos capitalistas de expansão da acumulação por meio da realização do capital nas trocas comerciais. As tendências de expansão do lucro forçam o capital a se movimentar além das barreiras socioespaciais em que se encontra aglomerado e confinado, mas também esbarra nos limites infraestruturais, dos capitais incorporados em elementos fixos, e nas próprias condições de reprodução social dos trabalhadores que não se mantêm em níveis adequados (diminuindo o potencial de consumo).

Tendências opostas para a concentração e dispersão geográfica correm uma contra a outra. E não há garantia de um equilíbrio estável entre elas. As forças que contribuem para a aglomeração podem facilmente ser construídas cumulativamente uma sobre a outra e produzir uma concentração excessiva desfavorável a mais acumulação. As forças que contribuem para a dispersão também podem facilmente ficar fora do alcance (HARVEY, 2013, p. 529).

Segundo Harvey (2013), não se deve surpreender por tais movimentos e processos, já que o capitalismo é dinâmico, expansionista e marcado por contradições, impulsionado pela vontade de acumulação e abastecido pela força de trabalho que constantemente precariza. O que não se pode esquecer é que a lógica que determina os movimentos do sistema capitalista é uma lógica histórica e social, portanto organizada por seres humanos em determinado momento e passível de transformação.

Desde a década de 1990, novas necessidades de consumo já afloravam na sociedade brasileira (BNDES, 1996). Isso foi causa e resultado de uma intensa e crescente disputa dos comerciantes pelo consumidor, por influência de uma economia cada vez mais globalizada, diversificada na produção de mercadorias e regida pela competitividade. A entrada de redes internacionais no Brasil, principalmente aquelas ligadas ao autosserviço alimentar (Carrefour, Wal-Mart etc.), são exemplos desse processo. Quaisquer diferenciais locacionais são importantes. Portanto, as estratégias espaciais são essenciais para o aumento das vendas e do consumo no segmento varejista.

Como afirmam Silva e Cleps (2011), as lojas são pontos de referência nas cidades, sendo que determinadas concentrações delas podem identificar uma área de forma marcante. Dentre as atividades e agentes capitalistas produtores do espaço urbano, discutidos por Corrêa (1989), o comércio varejista se destaca não somente por transformar a função dos lugares, mas também seu significado. Segundo Pintaudi (1999), as formas e localizações do comércio varejista nas cidades se modificam ao longo do tempo, comportando essências sociais, de durações desiguais, e revelando

contradições inerentes ao seu funcionamento, que acabam por se materializar nos próprios fluxos e deslocamentos socioeconômicos gerados.

A partir do modo de produção capitalista e dos processos desencadeados pós-Revolução Industrial, as formas varejistas perderam e ganharam diferentes funções no meio urbano. São pertencentes ao modo de vida urbano, e, portanto, às formas comerciais que assumem nesses espaços, procurando os locais mais vantajosos e de fácil acesso para atrair seus consumidores. Por isso, entende-se que a análise do comércio pode proporcionar uma compreensão mais ampla do espaço urbano nas diversas estruturas em que este se constitui. Como afirma Pintaudi (1999, p. 144), “[...] comércio e cidade são elementos indissociáveis”.

Silva (2014) afirma que as formas de comércio fazem parte da gênese da cidade moderna, e que sua localização, estrutura e funcionamento impactam diretamente no processo de reprodução do espaço urbano. Isso porque o comércio contém e produz centralidades, expressas pelas (re)valorizações do espaço em constantes incorporações de novas áreas na expansão imobiliária, aumentando o fluxo de pessoas e incentivando a construção de infraestruturas viárias e de acessibilidade. Promove uma verdadeira união de componentes da produção do espaço urbano capitalista: a produção, circulação, distribuição, troca e consumo. Segundo Silva (2014, p. 161): “Além disso, por meio da vida cotidiana alcança-se o entendimento de que as formas comerciais são formas sociais e que sua existência, maturação, sobrevivência e resistência se ligam ao movimento da vida em comunidade”.

Nesse contexto, o comércio varejista ganha destaque na formação de centralidades urbanas, concentradas e dispersas, já que diferentes formas comerciais implicam em diferentes estratégias e possibilidades de localização. Dada a importância da questão locacional na formação e consolidação de centralidades, a produção territorial do espaço urbano ultrapassa os limites da cidade, avançando ao longo de seus eixos viários e da conurbação com cidades próximas. Esse ponto eleva a importância do estudo das centralidades varejistas em um recorte espacial para além de um único município, como é a aglomeração urbana de Londrina.

De forma a elucidar alguns conceitos, destaca-se que os termos concentração e desconcentração remetem melhor ao sentido de aglomeração no território, com elementos como pessoas, carros e estabelecimentos. Já os termos centralização e descentralização indicam dinâmicas qualitativas de acúmulo de atividades. Portanto, segundo Whitacker (2003), o que melhor caracteriza as centralidades são os fluxos e deslocamentos (de pessoas, mercadorias, de finanças), além das localizações:

A dinâmica de concentração e dispersão cria e recria centralidades que irão ocupar e valorar diferentemente e diferencialmente territórios no tecido urbano e se traduzem em segmentação de usos e não usos e na fragmentação socioespacial. Por isso, compreendemos o caráter processual da centralidade, em complementação ao centro, expressão territorial. Ou ainda, que a centralidade diz respeito aos “fluxos, a fluidez” e o centro é a “perenidade”, ou seja, a centralidade é expressão da dinâmica de definição/redefinição das áreas centrais e dos fluxos no interior da cidade (WHITACKER, 2003, p. 138).

Portanto, quando se aborda a temática de centralidades urbanas, entende-se que estas possuem um caráter de atração momentânea e de acordo com os elementos e atividades que se priorizam na análise, como é o caso do comércio varejista.

Determinadas centralidades na periferia podem exercer atração somente aos consumidores que residem mais próximos. Já outras, mais distantes, mas mais especializadas, podem receber mais atenção se possuírem boas condições de acesso. Além da acessibilidade, proximidade e especialização, outros elementos podem ser determinantes na capacidade de atrair frequentadores às centralidades comerciais, como o fato de ser um eixo importante de ligação entre diferentes áreas da cidade, a oferta de empregos e preços mais vantajosos.

Segundo Sposito (1998), as centralidades urbanas podem ser analisadas pela relação entre duas escalas essenciais: a dimensão intraurbana e a de rede urbana. Assim, os habitantes de uma determinada cidade podem ter como referências o centro principal e outras diversas centralidades, intra e interurbanas. As interurbanas, além de atenderem o público intraurbano, atraem pessoas de todo a aglomeração, especialmente quando se trata da atividade varejista. É um elemento facilmente observável no cotidiano dos espaços de consumo em Londrina.

A partir do momento em que se necessita buscar espaços mais amplos para a instalação de novas formas comerciais, começa a ocorrer a descentralização/migração do comércio para áreas mais afastadas/periféricas. É uma reestruturação intra e interurbana, pois os novos fluxos não atuam somente nas cidades de origem, mas em toda sua área de influência (CLEPS, 2004).

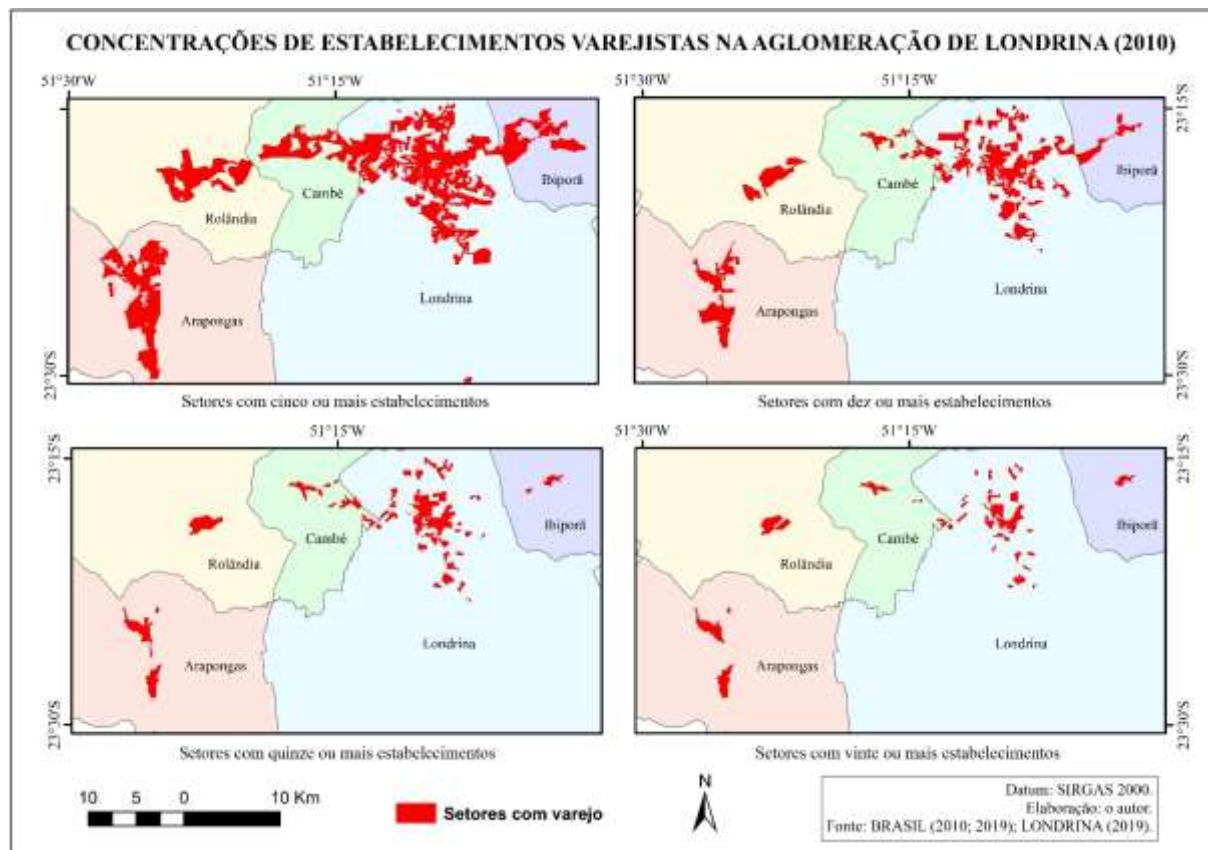
Esse processo também se encontra evidente na aglomeração de Londrina. Muitas concentrações se formaram afastadas do centro principal. Consolidam-se polos múltiplos de atração, e ainda existem centralidades funcionais, que concentram estabelecimentos comerciais com a mesma finalidade, nos casos das oficinas e lojas de peças/acessórios para automóveis e farmácias/ópticas/venda de produtos médicos. Elementos como acessibilidade, circulação e função da área influenciam na consolidação de tais centralidades.

De acordo com Oliveira (2011), a formação de centros comerciais periféricos é o maior exemplo da expansão do meio construído e da segmentação do consumo. É um processo contínuo que se iniciou na economia urbana londrinense a partir da década de 1970, e permanece até os dias

de hoje. O subcentro da Avenida Saul Elkind é um dos melhores exemplos, composta pelo entrelaçamento de comércios de tipos e tamanhos diferenciados.

Silva (2006) afirma que, em Londrina, verifica-se a tendência da dispersão da centralidade e da constituição de múltiplas áreas centrais em virtude de alguns fatores: o plano urbano com saturação do projeto inicial; interesses privados na valorização de terras do centro principal e posteriormente da Zona Norte e do Setor Sudoeste; rápida ausência de estoque de terras no centro principal e algumas zonas de expansão (uma das possíveis razões da verticalização intensa); legislação urbana flexível; investimentos públicos em infraestrutura de áreas de expansão; investimentos privados na instalação de shopping centers; popularização dos automóveis e descentralização do transporte público coletivo (terminais de integração nos bairros); concentração acentuada de estabelecimentos comerciais e de serviços no centro principal de Londrina, mantendo sua importância para o aglomerado como todo, mas sem inviabilizar a presença de outras centralidades; economia com presença de capitais externos, que indicam complexificação das funcionalidades; fragmentação do espaço urbano com presença de múltiplas centralidades e áreas com diferentes padrões de consumo.

Figura 03: Diferentes concentrações dos estabelecimentos varejistas na aglomeração urbana de Londrina (2010).



Fonte: BRASIL (2010; 2019); LONDRINA (2019).

Elaboração: O autor (2022).

De maneira a ilustrar a distribuição espacial varejista descentralizada na aglomeração de Londrina, foram selecionados e representados cartograficamente, na Figura 03, quatro tipos de análises: os setores censitários com cinco ou mais estabelecimentos varejistas; setores com dez ou mais; setores com quinze ou mais; e setores com vinte ou mais estabelecimentos varejistas.

No recorte dos setores censitários com cinco ou mais empresas do segmento varejista, essas se apresentam pulverizadas em grande parte da malha urbana dos cinco municípios. São 558 setores censitários com cinco ou mais estabelecimentos varejistas, perfazendo 61,2% dos 911 setores com presença do varejo e 48,3% do total de setores censitários presentes no recorte espacial (1156). Trata-se de números significativos, que representam a extensa presença do comércio varejista em grande parte da aglomeração.

Para o recorte com dez ou mais estabelecimentos varejistas, os números retratam 298 setores censitários, com forte presença nos centros principais de cada cidade, mas ainda assim se distribuindo em grande número e extensão espacial por todos os subdistritos urbanos de Londrina. A representatividade é de 32,7% dos setores com presença do varejo (911) e 25,8% do total de setores censitários (1156).

No recorte com quinze ou mais estabelecimentos varejistas, são 189 setores censitários, com presença nos centros principais de cada cidade, na zona sul da malha urbana de Arapongas e ainda em todos os subdistritos urbanos de Londrina. A representatividade é de 20,7% dos setores com presença do varejo (911) e 16,3% do total de setores censitários (1156).

Para vinte ou mais empresas varejistas, a presença de tais setores se restringe aos centros principais de Ibiporã, Cambé e Rolândia. Em Arapongas, a parcela sul da malha urbana ainda se mantém. No perímetro urbano de Londrina, o centro principal aparece como grande expoente, seguido das zonas norte e sul da cidade. Foram aferidos 112 setores censitários nessa seleção, representando 12,3% dos setores com presença do varejo (911) e 9,7% do total de setores existentes (1156).

Apesar dos processos de descentralização se fortalecerem, o poder de atração do núcleo central de Londrina ainda permanece estável. Problemas urbanos como trânsito, estacionamento, distâncias, acessibilidade e horários de funcionamento comercial proporcionam um redirecionamento de certas parcelas da população, de maior poder aquisitivo, para centralidades mais afastadas, mas isso não anula a importância do centro principal (SILVA, 2004).

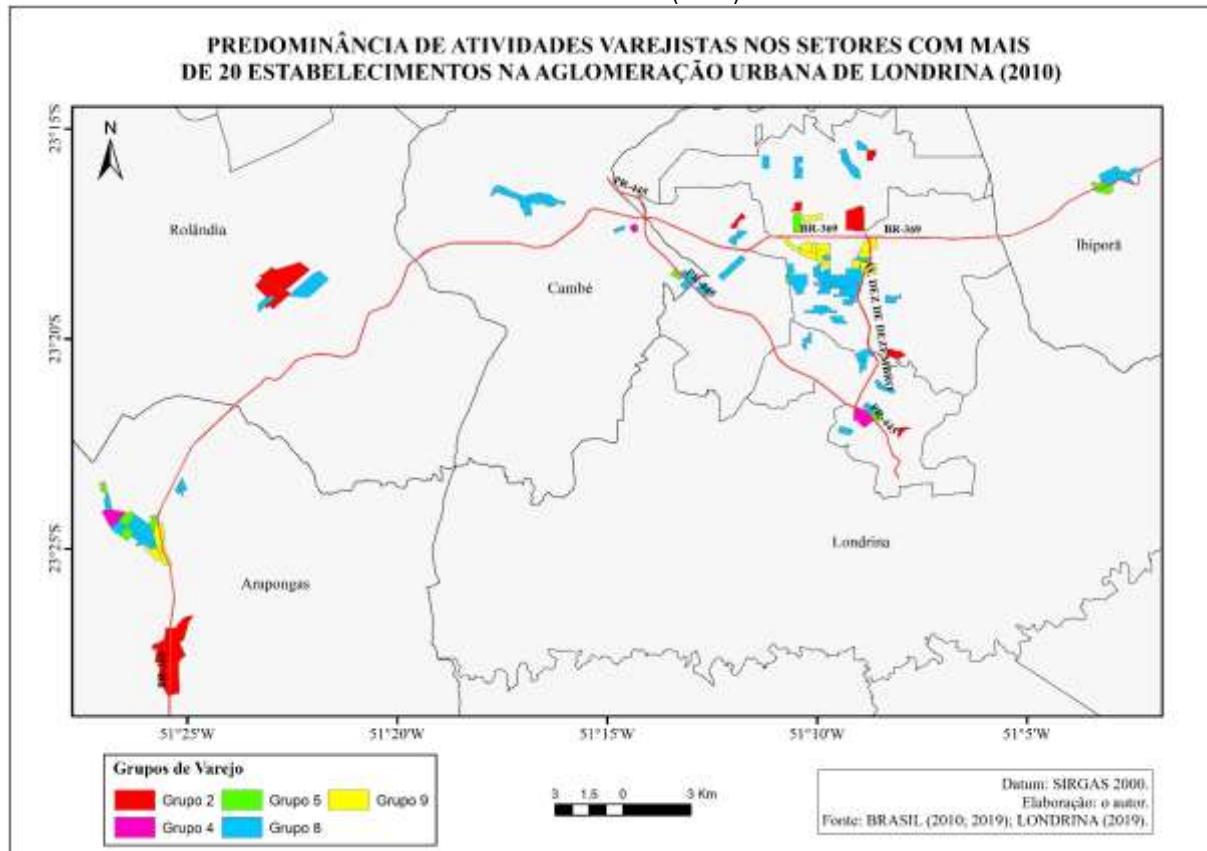
Para ambas, centralidades principal e periféricas, existem as vantagens e as desvantagens locacionais. De acordo com Carvalho (2007), enquanto no núcleo central existem ofertas de bens com maior diversidade e convergência de transportes, nas periferias existe a diminuição dos congestionamentos, flexibilidade de horários e proximidade com as residências. No núcleo central

existem as dificuldades de trânsito e as aglomerações de pessoas que prejudicam o tempo disponível para atividades de compra; já nas periferias é maior a escassez de mercadorias variadas e de infraestruturas melhores e mais robustas.

Atividades varejistas predominantes

No que tange à distribuição espacial dos diferentes tipos de estabelecimentos, a Figura 04 ilustra os grupos varejistas predominantes nos setores censitários com presença acima de 20 empresas, sendo que alguns padrões emergem na análise. A seguir, será realizada uma análise por grupo de atividades varejistas, de acordo com o que foi apresentado no Quadro 1.

Figura 04: Tipos de atividades varejistas predominantes em setores censitários com mais de 20 estabelecimentos (2010).



Fonte: BRASIL (2010; 2019); LONDRINA (2019).

Elaboração: O autor (2022).

Alguns grupos não receberam uma descrição mais detalhada pelo fato de que não se distribuem de maneira espacialmente predominante nos setores censitários. No geral, os comércios pertencentes aos Grupos 1 (não especializado), 3 (combustíveis para veículos automotores), 6 (artigos culturais, recreativos e esportivos) e 7 (produtos farmacêuticos, perfumaria e cosméticos e artigos

médicos, ópticos e ortopédicos) se apresentaram de forma menos destacada quanto à concentração de estabelecimentos por setor, em relação aos demais grupos varejistas.

Isso não significa que sejam menos relevantes para a dinâmica comercial da aglomeração urbana de Londrina ou para o ciclo de reprodução social nas cidades, algo rapidamente compreensível pela quantidade de estabelecimentos dos Grupos 1 (1.000 estabelecimentos), 3 (185 estabelecimentos), 6 (409 estabelecimentos) e 7 (513 estabelecimentos), presentes na Tabela 1. Tal cenário pode indicar, dentre outras possibilidades, que esses tipos de comércio estão distribuídos de maneira mais pulverizada e menos concentrada que o restante.

Os comércios do Grupo 2 (alimentícios, bebidas e fumo), que são representados principalmente por padarias, açouques, peixarias e sacolões de hortifrutigranjeiros, predominam em setores dispersos de Londrina e Arapongas, além do centro principal de Rolândia. Isso pode ser explicado pela satisfação de necessidades básicas de alimentação da população urbana em todas as porções da cidade. São estabelecimentos marcados não pelo capital, mas pelo trabalho intensivo.

O Grupo 4 (materiais de construção) está presente no centro de Arapongas e de forma periférica em Cambé (acompanhando o eixo viário da PR-445) e na Zona Sul de Londrina. São lojas de tamanho e estrutura variados, não atingindo requisitos de capital intensivo, mas possuindo grandes estoques e vendas em largas proporções, com baixo lucro por unidade. Esta atividade remete às necessidades específicas da população urbana, geralmente procurando localizações próximas de grandes eixos viários, favorecendo a acessibilidade para busca de materiais e entregas constantes.

O Grupo 5 (equipamentos de informática, comunicação e de uso doméstico) também está presente de forma predominante em alguns setores, especificamente nos centros de Arapongas e Ibirapuã, e dispersos em Cambé e Londrina. Esse grupo varejista geralmente é diversificado, podendo ser composto tanto por pequenas lojas de acessórios para celulares, quanto por grandes redes nacionais do ramo cama, mesa e banho.

Os dois últimos grupos chamam a atenção pela sua presença numerosa na aglomeração urbana. São os Grupos 8 (produtos não especificados) e 9 (peças e acessórios para veículos automotores e motocicletas). São estabelecimentos frequentemente de tamanho reduzido, mão de obra familiar e mais intensivo em trabalho do que em capital. É extremamente comum que os estabelecimentos do Grupo 8 reúnam uma diversidade imensa de mercadorias, como em bazares e brechós, artigos e móveis usados, além de lojas de calçados e petshops.

Dada a diversidade de mercadorias necessárias à reprodução social urbana, não é uma surpresa que o Grupo 8 esteja em destaque nos centros principais dos cinco municípios estudados, assim como disperso em Arapongas, Cambé, e especialmente, Londrina. Nas áreas urbanas mais

afastadas dos centros principais, os estabelecimentos varejistas sobrevivem pela sua diversidade no oferecimento de mercadorias e pelo atendimento aos residentes dos bairros próximos, que satisfazem suas necessidades mais básicas e diárias nos comércios locais (COCATO, 2019).

O Grupo 9, por sua vez, indica uma preferência por localizações próximas de vias urbanas importantes, pelo seu caráter de comercialização automotiva. Em Londrina, estão presentes em numerosos setores que cercam a Avenida Dez de Dezembro, a BR-369 e a Avenida Rio Branco (ligação do Centro com a Zona Norte). Em Arapongas também se encontram nos setores circundantes da BR-369, via de intenso fluxo de veículos pela presença do polo industrial-moveleiro estabelecido na cidade.

Tomando a contribuição de Harvey (2005) para o estudo de processos espaciais urbanos, percebe-se que a localização e predominância de determinados tipos de estabelecimentos varejistas acontecem de maneira íntima com as condições do ambiente construído (tamanho e condições das vias, fácil acessibilidade, estacionamento, transporte urbano descentralizado); a presença de conjuntos residenciais já estabelecidos ou em expansão; e as próprias necessidades e desejos de consumo da população urbana.

Assim, estabelecimentos que atendem necessidades mais básicas, como alimentação e vestuário, estão tanto concentrados quanto dispersos, enquanto o comércio automotivo procura vias de ligação em escala intra e interurbana da aglomeração. Em termos de reprodução social das populações urbanas, fica evidente a importância da atividade varejista, bem como de suas formas e distribuição espacial, pelo simples fato de que a integração da sociedade moderna se dá, antes de tudo, pelo mercado (PINTAUDI, 1999).

Portanto, o espaço urbano pode ser considerado como um aglomerado de múltiplas centralidades socioeconômicas, diversas em forma e conteúdo. As possibilidades de análise são inúmeras, variando conforme os fatores que serão tomados como principais em cada abordagem. É nessa realidade socioespacial, discutida de maneira competente por outros autores, que se procura contribuir com destaque para a formação de uma distribuição espacial varejista complexa, concentrada e dispersa, dotada das qualidades de centralização e descentralização em relação aos deslocamentos para o consumo.

Considerações finais

Entende-se que os resultados alcançados indicam alguns pontos a serem ressaltados, especialmente frente à complexidade do tema trabalhado. Particularmente, esta temática foi escolhida pela sua representatividade no cotidiano de todos os habitantes das cidades. No dia a dia, são

inúmeras as observações que podem ser realizadas sobre o quanto importantes são os estabelecimentos varejistas para a sobrevivência e reprodução social dos cidadãos, que, em grande parte, se constituem enquanto classe trabalhadora de baixa renda.

Existem certas necessidades básicas como alimentação, vestuário, calçados, produtos de limpeza e higiene, assim como equipamentos e acessórios domiciliares, que não podem ser adiados em seu consumo, apesar de sofrerem constantes modificações em seus preços e diversidade ao longo do tempo. Visando atender a essas necessidades, os estabelecimentos varejistas podem se estabelecer em variadas porções do espaço urbano, dependendo da sua capacidade de colocar em prática as estratégias espaciais em busca de locais com melhor acessibilidade e condições infraestruturais do ambiente construído.

Para a aglomeração urbana de Londrina não é diferente. Foi possível aferir, pelo conjunto de dados e mapas, que os estabelecimentos estão dispersos e são numerosos ao longo de toda a malha urbana. Em alguns pontos os varejos se concentram mais intensamente, como nos centros principais dos municípios e centralidades já consolidadas (Avenida Saul Elkind na Zona Norte de Londrina). Em outros, a dispersão é evidente, e ocorrem concentrações descentralizadas de diversas proporções.

Essas concentrações proporcionam uma qualidade de atração descentralizada em relação aos centros principais, especialmente para as atividades comerciais varejistas, podendo afetar consumidores próximos e/ou distantes delas; alterando o deslocamento de pedestres e veículos que circulam pelas vias das cidades. Podem então se transformar momentaneamente em centralidades urbanas. É importante ressaltar que não se deve confundir tais centralidades com subcentros e centros principais já consolidados.

A distribuição espacial dos estabelecimentos varejistas, concentrada e dispersa, é uma leitura importante dos processos de centralização-descentralização urbanos na aglomeração de Londrina. Os seguintes fatores se destacam: presença concentrada em localidades específicas; dispersão marcante nas áreas afastadas dos centros principais e a reconcentração dos estabelecimentos, que podem gerar centralidades varejistas múltiplas e simultâneas.

Entre as contribuições deste estudo, também se sobressai a metodologia utilizada, que procura se apresentar como mais uma opção para os estudos geográficos, em suas mais diversas disciplinas e abordagens teóricas. Salientamos que as considerações aqui colocadas são todas construções em constante andamento e reformulação, que necessitam de impulso, acabamento e da companhia de mais trabalhos que façam avançar a Geografia brasileira.

Referências

- BNDES. *Comércio varejista – Supermercados*. Rio de Janeiro: [s. n.], 1996. Disponível em: <https://docplayer.com.br/2169718-Comercio-varejista-supermercados-area-operacional-2-gerencia-de-estudos-setoriais-2.html>. Acesso em: 15 dez. 2020.
- BEIDACK, A. R. S.; FRESCA, T. M. Reestruturação urbana e novas centralidades: um estudo sobre a zona norte de Londrina – PR. *Boletim de Geografia*, Maringá, v. 29, n. 2, p. 147-163, 2011. Disponível em: <http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/BolGeogr/article/view/9898>. Acesso em: 25 set. 2021.
- CARVALHO, A. R. P. *A descentralização da atividade varejista na cidade de Montes Claros*. 96 p. Dissertação (Mestrado em Administração) – PUC/MG, Belo Horizonte, 2007.
- CLEPS, G. D. G. O comércio e a cidade: novas territorialidades urbanas. *Sociedade & Natureza*, Uberlândia, v. 16, n. 30, p. 117-132, 2004. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/sociedadenatureza/article/view/9183>. Acesso em: 05 mar. 2020.
- COBRA, M. *Marketing básico*. São Paulo: Atlas, 1997.
- COCATO, G. P. *O varejo no aglomerado urbano de Londrina: descentralização e multicentralização*. 2019. 141 f. Monografia (Bacharel em Geografia) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2019.
- CORRÊA, R. L. *O espaço urbano*. São Paulo: Ática, 1989.
- FRESCA, T. M. O espaço metropolitano de Londrina – PR: novas centralidades e mercado imobiliário. *Revista de Geografia*, Recife, v. 30, n. 2, p. 51-78, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/revistageografia/article/view/229020>. Acesso em: 29 out. 2021.
- GRASSIOTTO, M. L. F.; GRASSIOTTO, J. de A. A atividade comercial e sua relação com o urbano: o exemplo de Londrina. *Semina: Ciências Sociais e Humanas*, Londrina, v. 24, n. 1, p. 101-120, 2003. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/seminasoc/article/view/3840>. Acesso em: 20 dez. 2020.
- HARVEY, D. *A produção capitalista do espaço*. São Paulo: Annablume, 2005.
- HARVEY, D. *Os limites do capital*. São Paulo: Boitempo, 2013.
- IBGE. *Cadastro Nacional de Endereços para Fins Estatísticos*. Rio de Janeiro: [s. n.], 2010. Disponível em: https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/cnefe/default_cnefe.shtm. Acesso em: 20 ago. 2020.
- IBGE. *Classificação Nacional de Atividades Econômicas*. Rio de Janeiro: [s. n.], 2017. Disponível em: <https://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html?view=estrutura>. Acesso em: 20 ago. 2020.
- IBGE. *Mapas. Bases e referenciais. Bases cartográficas. Malhas digitais*. Rio de Janeiro: [s. n.], 2019. Disponível em: <https://mapas.ibge.gov.br/bases-e-referenciais/bases-cartograficas/malhas-digitais.html>. Acesso em: 05 mar. 2021.
- LONDRINA (Prefeitura Municipal). *Downloads*. Londrina: [s. n.], 2019. Disponível em: http://www.londrina.pr.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=20114&Itemid=1988. Acesso em: 05 mar. 2021.
- OLIVEIRA, E. L. *Divisão do trabalho e circuitos da economia urbana*. Londrina: EdUEL, 2011.
- PARANÁ, Casa Civil. Lei Complementar nº. 81, de 17 de Junho de 1998. *Institui a Região Metropolitana de Londrina, constituída pelos municípios que especifica*. 1998. Disponível em: <https://www.legislacao.pr.gov.br/legislacao/listarAtosAno.do?action=exibir&codAto=8483&indice=1&totalRegistros=5&anoSpan=1999&anoSelecionado=1998&mesSelecionado=0&isPaginado=true>. Acesso em: 10 set. 2021.
- PINTAUDI, S. M. A cidade e as formas do comércio. In. CARLOS, A. F. A. (Org.). *Novos caminhos da Geografia*. São Paulo: Contexto, 1999.
- PORTO-SALES, A. L. et al. Pesquisa em Geografia urbana: desafios e possibilidades de análise espacial com o uso do Cadastro Nacional de Endereços para Fins Estatísticos (CNEFE). *Caderno Prudentino de Geografia*, Presidente Prudente, n. 36, v. 2, p. 81-103, 2014. Disponível em: <http://revista.fct.unesp.br/index.php/cpg/article/view/3194>. Acesso em: 17 ago. 2020.
- SANTOS, M. *A natureza do espaço. Técnica e tempo. Razão e emoção*. São Paulo: Hucitec, 1996.

- SILVA, C. H. C. Estudos sobre o comércio e o consumo na perspectiva da Geografia urbana. *Revista Geosul*, Florianópolis, v. 29, n. 58, p. 149-178, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/geosul/article/view/26590>. Acesso em: 12 mai. 2020.
- SILVA, J. P. G.; CLEPS, G. D. G. Expansão das lojas de bairro e o comércio de autoserviço em Uberlândia-MG. *Caminhos de Geografia*, Uberlândia, v. 12, n. 39, p. 104-115, 2011. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/16534>. Acesso em: 13 dez. 2020.
- SILVA, W. R. Novos centros, novas centralidades, novas diferenças. A fragmentação do espaço urbano de Londrina. *Revista Geografia*, Rio Claro, v. 29, n. 1, p. 55-70, 2004. Disponível em: <http://www.periodicos.rc.biblioteca.unesp.br/index.php/ageteo/article/view/842>. Acesso em: 12 dez. 2020.
- SILVA, W. R. *Para além das cidades – centralidade e estruturação urbana: Londrina e Maringá*. 280 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2006.
- SPOSITO, M. E. B. A gestão do território e as diferentes escalas da centralidade urbana. *Revista Território*, ano III, nº 4, 1998.
- WHITACKER, A. M. *Reestruturação urbana e centralidade em São José do Rio Preto – SP*. 238 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2003.