



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA – UNESP – CAMPUS DE PRESIDENTE
PRUDENTE
ARQUITETURA E URBANISMO
ORIENTADORA: EDA MARIA GÓES
AUTORA: TAINÁ DE OLIVEIRA HERMOSO
INICIAÇÃO CIENTÍFICA/FUNDAÇÃO DE AMPARO À PESQUISA DO ESTADO DE
SÃO PAULO- FAPESP

OS *SHOPPING CENTERS* DE LONDRINA (PR) E MARÍLIA (SP): PRÁTICAS
SOCIAIS E ESPACIAIS DE CONSUMO

Introdução

Este projeto foi parte dos trabalhos desenvolvidos dentro do Projeto Temático “Lógicas econômicas contemporâneas e práticas espaciais: cidades médias e consumo”. A proposta aqui apresentada em específico trata das cidades de Marília-SP e Londrina-PR. Ambas cidades médias, com população expressiva e centros regionais, apresentam uma presença forte de estabelecimentos comerciais e dentro de sua escala específica, os *shopping centers*. O tema foi justificado tanto pelo reconhecimento da importância que os *shopping centers* tem para a compreensão das lógicas econômicas, quanto por se apresentar como recurso necessário a procedimentos que possam possibilitar a apreensão do cotidiano desses espaços.

Metodologia

As etapas constituíram-se de: 1. Levantamento bibliográfico sobre o tema e leituras. 2. Atualização de mapas, identificação dos *shoppings*, levantamento de material publicitário, 3. Definição dos locais de estudo: em Marília, Marília Shopping e Esmeralda Shopping. Em Londrina, Shopping Catuaí, Norte Shopping e Boulevard Shopping. 4. Pesquisas de campo nos *shoppings*, observando práticas dos consumidores em diferentes dias e horários. 5. Registros fotográficos do entorno e, quando possível, do interior dos *shoppings* 6. Contagem das placas dos carros nos estacionamentos, com posterior elaboração de gráficos e tabelas. 7. Observação e sistematização dos sistemas de segurança empregados, com mapas e plantas representativos sendo elaborados posteriormente.

Resultados e Conclusões

Como resultado foi produzido material de interesse sobre as cidades pesquisadas: fotos, tabelas, plantas, mapas e gráficos (Figuras 1 e 2), além de análises sobre questões relacionadas à comparação de dois *shoppings* com localizações diferentes (em Marília), um *shopping* temático (Boulevard, em Londrina) e outros aspectos relacionados aos processos de fragmentação socioespacial e às formas de apropriação.

Em Marília destaca-se o claro direcionamento de cada *shopping*. O Esmeralda sendo voltado para a classe mais alta, próximo a áreas nobres da cidade e o Marília Shopping, que visa atender a região, localizado em uma área mais periférica, é o tipo de *shopping* mais comum em cidades médias.

Em Londrina, dentre os três *shoppings* estudados, o Catuaí na zona sul, localiza-se em um local também nobre, sendo o maior e mais frequentado da região. O Norte Shopping, atendendo a grande parcela de moradores da zona norte (campanha de “ligação” com a região) e o Boulevard, apresentando proposta diferenciada a partir de uma tematização clara (relação com a história da cidade, elementos da cidade de Londres e da Inglaterra).

Ao fim deste trabalho, foi possível observar que, ainda que o elemento *shopping center* muitas vezes se caracterize pela homogeneidade, existem particularidades que envolvem cada um deles considerando sua inserção urbana, público e práticas espaciais.

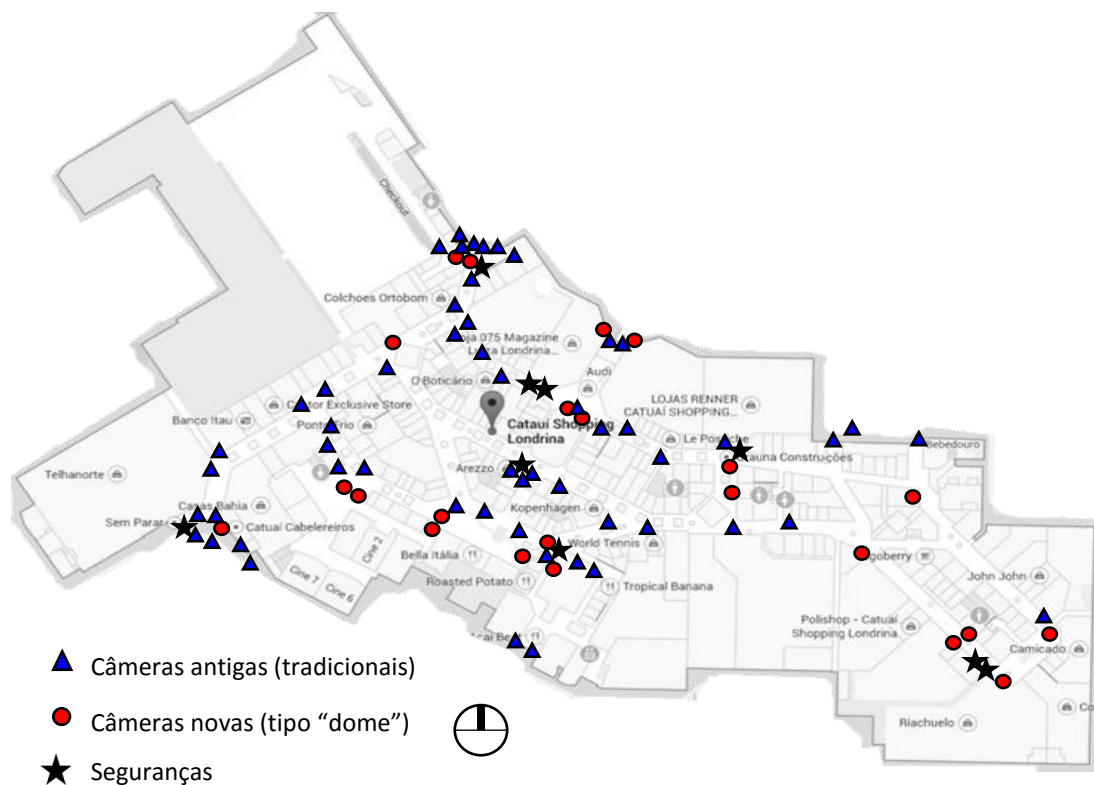
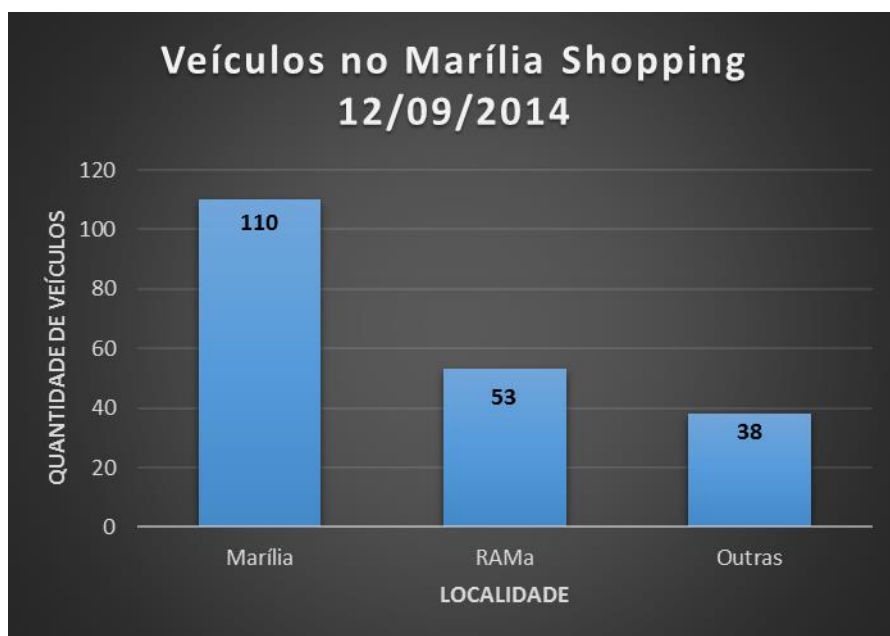


Figura 1 – Mapa de equipamentos de segurança no Shopping Catuaí (Londrina-PR)
 Elaboração: Google Maps, modificado por Tainá Hermoso



*RAMa: Região Administrativa de Marília

Figura 2 – Gráfico representativo da proveniência dos carros no estacionamento do Marília Shopping (Marília – SP)
 Elaboração: Tainá Hermoso