

GLOBALIZAÇÃO, FORMAS, LUGARES E AÇÕES: ESTUDO DE CASO SOBRE A IMPLEMENTAÇÃO DO INDEPENDÊNCIA SHOPPING EM JUIZ DE FORA-MG ^[1]

Antonio Gabriel Rosa Loures – UFJF – gabgeo@ig.com.br
Nathan Belcavello de Oliveira – UFJF – belcavello@hotmail.com

“E enquanto outros especialistas podem escolher na listagem de ações e na população de objetos, aqueles que interessam aos seus estudos setoriais, o geógrafo é obrigado a trabalhar com todos os objetos e todas as ações” (SANTOS, 2002: 321).

INTRODUÇÃO

Este trabalho tem por finalidade fazer uma utilização prática das teorias e conceitos sobre o fenômeno da globalização, as formas geográficas (SANTOS, 2003), lugares, agentes sociais, entre outros, num caso real – o processo de implantação do Independência Shopping, em Juiz de Fora, Minas Gerais.

O trabalho aqui apresentado faz parte de um projeto mais amplo de análise do empreendimento supradiscriminado, que procurará analisar todas suas facetas, desde aspectos ambientais, como conseqüências sobre a micro-bacia do córrego Independência, até impactos sobre o comércio, mobilidade residencial, tráfego, comércio local e regional; criação de “necessidades” de consumo advindas da instalação do *shopping*, entre outros.

Vemos aqui a oportunidade de acompanharmos a inserção de um grande empreendimento – ícone de uma economia globalizada e excludente – em uma cidade média brasileira e suas conseqüências sobre seu espaço de implantação direto e indireto – cidade e região. Isso nos parece extremamente importante nos estudos de planejamento, pois nos possibilita ver na prática acadêmica aquilo que teorizamos em sala de aula e que vamos enfrentar na vida profissional, pois, assim, podemos vislumbrar a utilização da teoria que estudamos; a atuação dos técnicos (que um dia seremos) em sua árdua tarefa de planejar e, principalmente, convencer aos demais agentes sociais – sobretudo, políticos – da importância do planejamento; e a dinâmica própria dos relacionamentos sociais no processo de produção do espaço urbano.

Para explicação de nossas análises, dividimos o texto em três partes principais. A primeira relaciona dados e conceitos relacionados aos *shoppings centers*, à globalização e ao lugar, procurando analisar explicitar também o conceito de formas geográficas (SANTOS, 2003). Em seguida, partimos para as informações relacionadas com a parte empírica do trabalho. Aqui fornecemos dados relacionados à localização do empreendimento estudado e aos agentes sociais envolvidos e suas ações. Por fim, apresentamos algumas considerações.

1. OS SHOPPINGS CENTERS, A GLOBALIZAÇÃO E O LUGAR

Segundo dados da Associação Brasileira de *Shoppings Centers* (ABRASCE), o Brasil dispõe, em 2004, de 160 *shoppings centers* associados à entidade, dos quais 62,50% se localizam na Região Sudeste do país.

O primeiro empreendimento deste tipo no país foi o Iguatemi, em São Paulo, em 1966; contudo, somente a partir da década de 1970 o país assistiu a sua proliferação (VILLAÇA, 2001:302), concentrada, principalmente, nas principais metrópoles. Em finais da década de 1980 é que essa “forma geográfica” (SANTOS, 2003) se difunde para as cidades médias brasileiras.

“O shopping center é o sucessor da loja de departamentos, que por sua vez é a sucessora

da loja geral, de meados do século XIX. Têm em comum o fato de basear-se na economia de aglomeração e na variedade de conteúdos que se complementam (em oposição à especialização)” (VILLAÇA, 2001: 303).

O shopping center como instrumento da globalização

“As formas se tornaram instrumentos ideais para promover a introdução do capital tecnológico estrangeiro numa economia subdesenvolvida e para ajudar o processo de superacumulação, cuja contrapartida é a superexploração” (SANTOS, 2003: 198).

Dentro da perspectiva de M. Santos sobre formas geográficas, o *shopping* se coloca como forma privilegiada de introdução do capital financeiro-imobiliário-comercial no espaço, a partir do qual se (re)produz. É também a tentativa de mercantilização do ponto, produto espacial do trabalho, através de sua produção em “[...] *aglomerações imobiliárias – pacotes imobiliários – cada vez maiores e complexas, pois só elas produzem os pontos*” (VILLAÇA, 2001: 304). Isso se traduz numa “[...] *grande força de concentração e de rentabilidade espacial*” (VILLAÇA, 2001: 307).

Desta maneira, o fenômeno da globalização econômica se insere nas cidades, através da “[...] *constituição de equipamentos coletivos e infra-estruturas urbanas [(formas), que] dinamizaram tanto a capacidade produtiva quanto a rotatividade efetiva do capital*” (RAMOS et BARBOSA, 2002:102), sendo o *shopping center* sua tradução mais adequada, pois potencializa a capacidade produtiva do capital globalizado, pela concentração que proporciona; dinamizando seu fluxo pela diminuição do tempo gasto para o consumo, uma vez que este se apresenta com uma gama diversificada de bens e serviços.

A inserção da forma no lugar

Tendo a necessidade de agilidade em sua (re)produção, o capital globalizado torna cada vez mais rápida a inserção de suas formas no lugar. Esse tipo de inserção, rude e impositiva, trás conseqüências imediatas há vizinhança de uma dada forma geográfica, sem permiti-la uma adaptação gradual e harmônica.

“Na verdade, a ‘novidade’ ou o problema novo que esses estabelecimentos trazem não é propriamente o vulto de seus impactos, mas o fato de eles ocorrerem quase instantaneamente. [...] A instantaneidade – mais que a dimensão – dos empreendimentos imobiliários característicos dessa nova era de alta concentração de capital imobiliário (produção de pacotes imobiliários) é que está provocando uma revolução nas áreas nobres de nossas cidades e em nosso urbanismo” (VILLAÇA, 2001: 307).

Sendo assim, remetemo-nos ao caso da implantação do Independência Shopping, em uma das áreas mais nobres da cidade mineira de Juiz de Fora, expondo as ações executadas pelos agentes sociais envolvidos com o empreendimento e com o lugar onde se insere.

2. O INDEPENDÊNCIA SHOPPING E OS AGENTES SOCIAIS ENVOLVIDOS

O Independência Shopping está sendo implantando na interseção das regiões de planejamento [\[2\]](#) do Centro e do Cascatinha, conforme nos mostra a figura 1. Os valores previstos em projeto podem ser observados na tabela 1.

A de se destacar também que tal projeto está sendo implantado em uma região valorizada e estratégica de Juiz de Fora, entre bairros (Cascatinha e São Mateus) com perfis sócio-econômicos de classe média a média-alta (PJF, 1999) e lindeira à via de acesso (avenida Independência) mais usada para a BR-040, principal rodovia que liga a cidade às metrópoles do país (São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte). Além disso, está entre

outros empreendimentos de grande monta imobiliária (vide figura 1), como o condomínio Estrela Sul ^[3] e o hospital Monte Sinai ^[4], entre outros. Um último dado de localização importante seria a proximidade com o bairro Dom Bosco, de perfil sócio-econômico de classe menos favorecida.

Os empreendedores envolvidos na implantação e construção do Independência Shopping se denominam como Sociedade Independência, abarcando a Antônio Arbex, José Ricardo Daibert, Renato Machado e Caíque Leal Teixeira, todos empresários do setor imobiliário juizforano, possuindo ainda outros investimentos como o Alameda Mall, Empresarial Park Sul, Minas Center e Estrela Mall (acumulando, com estes empreendimentos, mais de 60.000 m² de áreas construídas e alugadas em Juiz de Fora) (TRIBUNA DE MINAS, 31/05/2003a).

Figura 1 – Foto aérea do local de implantação do empreendimento



Fonton Imagem/ PJP/ CESAMA
 Planejamento Urbano
 Nathan Belcavello de Oliveira
 Maio de 2004

115 0 230 m
 1 : 11 500

LEGENDA

-  Terreno do Independência Shopping
-  Hospital Monte Sinai e terreno para ampliação
-  Terreno do Hipermercado Bretas
-  Campo de futebol destinado a se tornar praça

Fonte: Adaptado da foto aérea 669000E_7591000N ^[5]

Tabela 1 – Memorial descritivo técnico/social do Independência Shopping

Especificações		Valores
Área	do Conjunto	225.000 m ²
	do Terreno	52.000 m ²
	Construída	170.000 m ²
	Bruta Locável	60.000 m ²
Lojas	Âncoras	8 lojas
	Mega	32 lojas

	<i>Satélites</i>	265 lojas
	<i>Alimentação</i>	30 lojas
<i>Empregos</i>	<i>Período de Obras</i>	1.500 empregos diretos
	<i>em Funcionamento</i>	2.000 empregos diretos
<i>Estacionamento</i>		1.200 veículos simultaneamente
<i>Serviço de Terraplanagem</i>		300.000 m ³ de terra movimentados na escavação de 15 m de profundidade
<i>Fases do empreendimento</i>		3 fases
<i>Inauguração</i>		Outubro de 2005

Fonte: PJF, 2002.

Ações dos agentes sociais envolvidos

Para fim metodológico, iremos reunir os agentes sociais envolvidos na implementação do *shopping* em três, sendo: os empreendedores, o Estado e os moradores.

Todavia, *“antes de considerarmos a ação de cada um destes agentes, convém tecer alguns comentários gerais sobre eles em conjunto. [...] A ação destes agentes se faz dentro de um marco jurídico que regula a atuação deles. Este marco não é neutro, refletindo o interesse dominante de um dos agentes, e constituindo-se, em muitos casos, em uma retórica ambígua, que permite que haja transgressões de acordo com os interesses do agente dominante”* (CORRÊA, 1999: 12). Dentro desta ótica de R. L. Corrêa, também chamamos a atenção que as ações variam também dentro de cada conjunto de agentes sociais, sendo estas, muitas vezes, conflitantes.

Dentro do conjunto que denominamos empreendedores, colocamos todos agentes envolvidos diretamente na implantação do Independência Shopping, já discriminados linhas acima; somente acrescentaríamos aqui a empresa de consultoria contratada para fazer o estudo de viabilidade econômica do projeto. Por sua vez, no conjunto Estado, agrupamos os técnicos e os políticos da prefeitura envolvidos no processo legal de aprovação do projeto do shopping. Finalmente, os moradores seriam as comunidades circunvizinhas ao empreendimento, ou seja, os moradores dos bairros Cascatinha, Dom Bosco e São Mateus. No decorrer do processo de análise do projeto para sua aprovação notamos claramente o poder dos empreendedores junto aos políticos para sua aprovação. Mesmo assim, os técnicos da prefeitura, centrados na Diretoria de Planejamento e Gestão Estratégica – DPGE, na Diretoria de Política Pública – DPU – e na Gerência de Transporte e Trânsito – GETTRAN – apontaram a inviabilidade da implantação do *shopping* no local pretendido, devido aos impactos negativos gerados por tal, como problemas na fluidez do tráfego local, que acarretaria impactos sobre toda a cidade, entre outros. Contudo, mesmo entre os pareceres dos técnicos da prefeitura podemos notar embates, pois em um parecer da GETTRAN, por exemplo, é favorável a implementação da primeira e segunda etapa do projeto. Assim, o projeto acaba sendo aprovado e se é dada licença para construção e funcionamento do empreendimento.

Aqui podemos notar claramente os conflitos de interesse e as ações tomadas pelos empreendedores e o Estado numa ressonância, mesmo que contraditória, a princípio, mas que acaba por dar amparo aos interesses do primeiro agente social.

“A atuação do Estado se faz, fundamentalmente e em última análise, visando criar condições de realização e reprodução da sociedade capitalista, isto é, condições que viabilizem o processo de acumulação e a reprodução das classes sociais e suas frações” (CORRÊA, 1999: 26).

Por sua vez, os moradores, mesmo sendo os que irão sofrer mais diretamente com a implantação do *shopping*, têm uma atuação melindrosa durante todo o processo, atendo-se a participarem, através dos líderes comunitários dos três bairros circunvizinhos ao terreno proposto ao projeto, das reuniões marcadas pelos órgãos da prefeitura. Somente

poderíamos destacar como atuação mais “energética” dos moradores, uma carta destinada à DPU, feita pelos habitantes do São Mateus, que se localizam aos pés do morro onde estão sendo realizadas as obras de terraplanagem para instalação das fundações do Independência Shopping, exigindo a tomada de medidas mitigadoras para solução da descida de material sedimentado das obras, carreado para as ruas e casas do bairro pelas chuvas. Em momento nenhum se vê tais agentes sociais procurando tomar consciência dos impactos que irão sofrer nem, muito menos, exercendo sua cidadania no processo de aprovação.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Podemos concluir no acompanhamento desse processo de implantação que, mais uma vez, o Estado participa auxiliando ao capital na formação do espaço urbano propício a sua reprodução. O *shopping*, forma privilegiada de inserção do consumo “global” no local se potencializa mediante o consentimento dos gestores da cidade. Contudo, esse consumo “global” é excludente, pois é inatingível para aqueles que não possuem renda para consumir e se vêem desprotegidos dentro de seu próprio lugar.

“Esse quadro próprio da reprodução dos efeitos mais drásticos da lógica da produção social capitalista, agrava-se quando se verifica a retração dos investimentos em políticas públicas compensatórias dirigidas a esses segmentos sociais” (RAMOS et BARBOSA, 2003: 108).

Também a forma atua no esvaziamento social do lugar aonde se insere. Esvaziamento da cidadania daqueles que, a priori, eram detentores do lugar. Perde-se o direito à cidade.

“O arremedo de cidade dá lugar ao nascimento de uma cidade fragmentada ou, sem exagero, a um simulacro da condição de cidadania. O homem público procura se reproduzir em um espaço privado, ou ainda, o espaço público é recriado em esferas menores e privativas. Recusa-se dessa maneira a conviver dentro de uma sociedade variada e multifacetada. Confunde-se sociedade com homogeneidade. [...] Nessas ‘ilhas utópicas’ é o padrão monetário que determina a possibilidade de ingresso. Por isso, tantas vezes se confunde a idéia de ter direitos com o fato de apresentar signos sociais que demonstrem um certo padrão de consumo. Definitivamente, as noções de cidadão e de consumidor se associam e se misturam” (GOMES, 2002: 187).

Será essa “confusão” entre cidadania e padrão de consumo a causa da passividade dos moradores frente à implantação de um ícone tão expressivo do consumismo? Talvez essa indagação seja respondida na única ação tomada pelos moradores que, em momento nenhum contrariam a implantação do empreendimento, mas somente reclamam sobre a forma com que está sendo implantado. Aqui apoiamos a execução deste trabalho, pois estamos mostrando para a população que as ações devem ser tomadas preventivamente. Estamos dando a oportunidade de reconhecimento dos embates entre os agentes sociais, para que as camadas menos “intelectualizadas” (RAMOS et BARBOSA, 2002) possam tomar consciência das conseqüências da implementação de tais formas geográficas em seu lugar cotidiano, para assim tomarem as medidas que acharem necessárias. Assim exercerão sua verdadeira cidadania.

Todavia, enfatizamos a importância do nosso trabalho para a cidade, pois ao apontarmos as questões da inserção do capitalismo no espaço imediato, estamos contribuindo para uma leitura racional do mesmo, para que possamos otimizar os pontos positivos e minimizar os pontos negativos, uma vez que o empreendimento se encontra em fase de construção e seu funcionamento é certo.

Para finalizar destacamos que o presente exercício contribuiu em muito para a nossa formação profissional, que tem no espaço e na sociedade o seu principal campo de estudo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CASTELLS, M. A questão urbana. Tradução de Arlene Caetano. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.
- CORRÊA, R. L. O espaço urbano. 4ed. São Paulo: Ática, 1999.
- DPGE et DPU. Análise de implantação do Independência Shopping. Juiz de Fora, fev. 2003.
- FOTON IMAGEM. Foto aérea 669000E 7591000N. Juiz de Fora: PJF/CESAMA, maio 2000.
- GETTRAN. Análise para liberação de licença para construção/funcionamento de pólo gerador de tráfego (Lei 6910/86 – art.50). In: Parecer técnico número 02/2003. Juiz de Fora, mar. 2003.
- GOMES, P. C. da C. A condição urbana: ensaios de geopolítica da cidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- <http://www.abrasce.com.br/>, acessado em 08 maio 2004.
- _____. Plano Diretor de Juiz de Fora: diagnóstico. Juiz de Fora: Concorde, 1999.
- _____. Processo administrativo número 5277/02. Juiz de Fora, dez. 2002.
- SANTOS, M. Metamorfoses do espaço habitado: fundamentos teóricos e metodológicos da Geografia. 2ed. São Paulo: Hucitec, 1991.
- _____. A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: USP, 2002.
- _____. Economia espacial: críticas e alternativas. Tradução de Maria Irene de Q. F. Szmrecsányi. São Paulo: USP, 2003.
- RAMOS, M. H. R. et BARBOSA, M. J. de S. Globalização, novas relações econômicas e impactos em cidades brasileiras. In: RAMOS, M. H. R. (org.). Metamorfoses sociais e políticas urbanas. Rio de Janeiro: DP&A, 2002, p. 85-111.
- TRIBUNA DE MINAS. Independência Shopping será o maior da região. Juiz de Fora, 31 de maio de 2003, p. 6.
- _____. Shopping de R\$ 75 milhões cria até 2 mil empregos. Juiz de Fora, 31 de maio de 2003, p. 4.
- VILLAÇA, F. Espaço intra-urbano no Brasil. São Paulo: Studio Nobel/FAPESP/Lincoln Institute, 2001.

[1]

Trabalho de iniciação científica

[2]

Unidade de planejamento da prefeitura, que agrupa bairros com características sócio-econômicas homogêneas e contínuas, segundo o Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano – PDDU.

[3]

No condomínio, além da parte residencial “fechada”, está previsto a instalação do campus Centro de Ensino Superior – CES – uma instituição de ensino particular.

[4]

Este hospital está sendo ampliado.

[5]

Foto aérea cedida pela PJF ao Departamento de Geociências – ICHL/UFJF.

[6]

Carta anexa ao processo administrativo número 5277/02 (PJF, 2002).