

RESUMO APRESENTAÇÃO ORAL PADRÃO - CENTRO DE CIÊNCIAS  
MATEMÁTICAS E DA NATUREZA (CCMN)/GEOGRAFIA

**SHOPPING CENTERS E O SETOR DE SERVIÇOS: ESTUDO DE CASO DO  
BOULEVARD SHOPPING EM CAMPOS DOS GOYTACAZES - RJ**

*Patrick José Santiago (pjs.ufrj@gmail.com)*

*William Ribeiro Da Silva (williamribeiro@hotmail.com)*

Entendendo que a cidade média está articulada a Rede Urbana (Corrêa, 1995) e tem um papel fundamental na interiorização do território (Santos, 1993) torna-se importante realizar estudos para compreender como os processos de reestruturação urbana brasileira têm impactado nas centralidades urbanas, principalmente no fim do século XX e nesse início do século XXI.

Partindo disso, pretende-se aqui entender como esse processo de reestruturação urbana impacta Campos dos Goytacazes, no norte fluminense, a partir do setor de serviços e do empreendimento do tipo shopping center, implantado no município em 2011. Essa pesquisa está vinculada ao estudo da Reestruturação Espacial do Estado do Rio de Janeiro e encontra-se em fase inicial.

O objetivo geral da pesquisa é analisar como a população de Campos dos Goytacazes é influenciada ao consumo no e do espaço do shopping center a partir da presença do setor de serviços . Para isso é importante espacializar esses empreendimentos, entender como a população vê e lida com o espaço do mall, analisar como a administradora tenta se mostrar mais chamativa ao

público geral, além de debater a existência de um padrão locacional e logístico nesse modelo de prestação de serviços.

Para responder esses apontamentos é preciso buscar bibliograficamente informações a respeito da Rede Urbana (Corrêa, 1995), Reestruturação Urbana e tendências de urbanização no Brasil (Santos, 1993) e Cidades médias e Shopping Center (Silva et al, 2017). De forma empírica é necessário fazer análises a respeito da composição do mix de lojas e serviços presentes no empreendimento, realizar entrevistas com a administração e gerência do local e das lojas e também com uma amostra da população, usuária ou não do empreendimento.

Já podemos notar um poder de centralidade e concentração no shopping center ao notarmos a presença de uma gama relativamente grande do setor de serviços e entre eles um supermercado e um posto da Polícia Federal, esse último fazendo com que qualquer pessoa que necessite fazer um passaporte tenha de ir até esse local.

CORRÊA, Roberto Lobato. O Espaço Urbano. São Paulo, 1995

MAIA, D. S; DA SILVA, W. R; WHITACKER, A. M. Centro e Centralidade em cidades médias. 1. ed. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2017.

SANTOS, Milton. A Urbanização Brasileira. São Paulo: Hucitec, 1993.