

## ESPAÇO URBANO: UMA ANÁLISE A PARTIR DA POTENCIALIZAÇÃO DO COMÉRCIO VAREJISTA DE ALVORADA DO SUL-PR

Maico Eduardo Dias Dias<sup>1</sup>

---

**Resumo:** O objetivo do presente artigo é discutir de forma analítica a potencialização do comércio varejista de Alvorada do Sul-PR, cidade localizada no Norte do Paraná e que está inserida na Região Metropolitana de Londrina-PR. Esse recorte espacial já foi objeto de pesquisa do autor deste trabalho em 2014, ao qual resultou em uma monografia de conclusão do curso de Bacharelado em Geografia da Universidade Estadual de Londrina, que teve como objeto de estudo as relações desta pequena cidade com o agronegócio e lazer. Passado então quatro anos da análise, o que se propõe neste ensaio é uma análise de verificação quanto às transformações e rumos que tomaram o mercado de chácaras de lazer e sua efetiva influência no comércio varejista local. Sendo assim, esta verificação procura considerar a produção do espaço urbano a partir da dinâmica do lazer de segunda residência no município, uma vez que essa dinâmica intensifica o fluxo de pessoas no comércio varejista nos finais de semana e feriados. Observou-se a intensificação do mercado de chácaras de lazer, de forma que atraiu investidores de outras regiões. Consequentemente potencializou-se ainda mais o comércio varejista, ao qual se especializou para atender o público do lazer.

**Palavras-Chave:** Loteamentos; Chácaras de lazer; Varejo.

---

### INTRODUÇÃO

O presente trabalho procura fazer a verificação de uma análise já realizada pelo autor deste ensaio, a pesquisa verificada teve como resultado uma monografia de conclusão do curso de Geografia pela Universidade Estadual de Londrina em 2014. Trata-se de uma pesquisa realizada no município de Alvorada do Sul-PR, localizado no Norte do Paraná, estando distante da cidade de Londrina cerca de 70 km, e que faz parte de sua Região Metropolitana. Essa pesquisa teve como objetivo fazer uma discussão sobre esta pequena cidade a partir das atividades do agronegócio e do lazer, a partir disso constatou-se a influência do lazer de segunda residência em loteamentos de chácaras, com o desenvolvimento do comércio varejista local. Essa influência se dá pela quantidade de pessoas que frequentam a cidade aos finais de semana e feriados, e realizam suas compras neste comércio.

A partir disso, após quatro anos desta pesquisa o autor propõe-se juntamente com a colaboração seu <sup>2</sup>orientador do PPGEU – UEL, a verificar se o mercado de loteamentos de chácaras ainda é promissor no município, e se a dinâmica de potencialização do comércio varejista através do consumo dos chacareiros ainda se faz presente. Mas para tal discussão foi necessária

---

<sup>1</sup> Mestrando do PPGEU - UEL/Bolsista CAPES, [maico.d2@hotmail.com](mailto:maico.d2@hotmail.com)

<sup>2</sup> Prof. Dr. Edilson Luis de Oliveira/ Projeto de Pesquisa 10001 – Capital e Trabalho na Economia Urbana do Espaço Metropolitano de Londrina – PR.

uma contextualização teórica dos temas abordados, sendo assim, foram abordados conceitos como; a produção do espaço urbano, parcelamento do solo e comércio varejista. Com essas abordagens foram apresentadas análises de como a implantação de loteamentos de chácaras de lazer criaram uma identidade local ao município de Alvorada do Sul, a identidade de uma cidade que proporciona lazer à cidade metrópole de Londrina e sua região. A partir desta conceituação também foi possível analisar leis municipais quanto ao parcelamento do solo, e suas reais interferências nesta dinâmica imobiliária. E ainda compreender como se dá o comércio varejista em uma pequena cidade, elucidando sua importância para este núcleo urbano.

Porém, o principal objetivo deste artigo é fazer uma relação desta potencialização com a produção do espaço nesta pequena cidade. Procurando assim, encontrar as transformações de edificações na avenida principal a qual esta aglomerada o comércio varejista, elencando novas atividades, especializações de bens e serviços que atendem ao lazer e que proporcionam uma nova divisão do trabalho, e também elencar perspectivas de planejamento quanto a esta atividade.

Por fim, de acordo com as observações do comércio varejista local, entra-se em questão a crítica com relação ao planejamento urbano e suas abordagens quanto às políticas de fomento a esta identificada dinâmica, levando em consideração o comparativo da primeira análise do autor aos dias atuais. Fica claro na discussão a real importância da participação da cidade de Alvorada do Sul na dinâmica regional de Londrina, proporcionando espaços produzidos para o lazer que encadeia a produção espacial intra-urbana, expressa pelo comércio varejista.

## **MATERIAIS E MÉTODOS**

O presente artigo foi elaborado a partir do método de verificação de uma pesquisa realizada pelo autor do trabalho em 2014. A verificação se deu a partir de uma revisão bibliográfica acerca dos temas envolvidos na dinâmica verificada, sendo eles, espaço urbano, parcelamento do solo urbano e comércio varejista.

Além das revisões bibliográficas, foram feitas observações quanto à paisagem do comércio varejista estudado, com o objetivo de elucidar as transformações das edificações, de investimentos econômicos, aumento de estabelecimentos e se houveram reflexos expressivos quanto ao planejamento urbano e ações públicas. Foi realizada também, uma pesquisa quanto à situação atual do mercado de chácaras de lazer, quais as fontes de investimentos e suas origens. Buscando a análise da potencialização do comércio varejista devido ao lazer de segunda residência, a especialização que o município de Alvorada do Sul vem desenvolvendo.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

### Espaço Urbano

Para que se faça uma discussão a cerca da potencialização de um segmento de tamanha importância para a dinâmica urbana, como é o caso do comércio varejista, demanda-se de uma contextualização de tal segmento para o contexto de pequenas cidades. Porém, esta contextualização deve ser feita, de forma que haja o entendimento de sua participação na produção do espaço urbano. Sendo assim, sob o olhar de Milton Santos (1988) “o espaço deve ser considerado como um conjunto indissociável de que participam de um lado, certo arranjo de objetos geográficos, objetos naturais e objetos sociais, e, de outro, a vida que os preenche e os anima, seja a sociedade em movimento” (SANTOS, 1988, p.10). Dessa forma, fica evidente que nos núcleos urbanos, este conjunto indissociável é bem mais denso do que em áreas rurais. Existe então, um grau maior de complexidade dos objetos e ações.

Segundo Harvey (2005) o espaço e o tempo na vida social acontecem de forma cotidiana, com a intencionalidade de promover os vínculos materiais existentes entre processos político, econômicos e culturais. Ele ainda elenca suas concepções quanto ao espaço, o relacionando diretamente com o modelo de produção capitalista, afirmando que os níveis de relações e fluxos existentes neste modelo determinam a capacidade e desempenho da produção do espaço (HARVEY, 2005).

O mesmo autor afirma que “a objetividade do tempo e do espaço advém em ambos os casos, de práticas materiais de reprodução social; e, na medida em que essas podem variar geográfica e historicamente, verifica-se que o tempo social e o espaço social são construídos diferentemente” (HARVEY, 2005, p. 189). Dessa maneira, se tem a justificativa das cidades apresentarem particularidades, isso se dá devido à diferenciação entre as práticas materiais existentes nos lugares, contendo ainda diferentes reproduções sociais, o que proporcionam a produção de espaços com características diferenciadas (HARVEY, 2005).

Lefebvre (2006) nos alerta sobre a complexidade em compreender a produção do espaço, e que as suas formas de representações muitas vezes são simplistas. Sendo assim, “[...] as representações do espaço e os espaços de representação intervêm diferentemente na produção do espaço: segundo suas qualidades e propriedades, segundo as sociedades (modo de produção), segundo as épocas” (LEFEBVRE, 2006, p. 75). O autor ainda menciona que o espaço pode ser vivido, concebido e percebido. Trazendo esta concepção para o espaço urbano, mais uma vez, é válido lembrar que pela complexidade desta fração espacial, estas considerações filosóficas permanecem mais intensas do que em outros espaços (LEFEBVRE, 2006). Essa dinâmica de maiores complexidades espacial em áreas urbanizadas se dá em diferentes escalas.

No caso em que se aborda neste ensaio, discute-se sobre uma pequena cidade, que apesar de ter um núcleo urbano pequeno, desenvolve-se a produção do espaço urbano a partir de atividades e condições particulares ao seu espaço local e regional.

De acordo com Fresca (2010) é de significativa importância delimitar a escala de núcleo urbano em que nos referimos conceitualmente. A autora destaca a diferença entre Centros Locais e Pequenas cidades, explicando que a primeira denominação citada refere-se ao menor escalão de cidades no Brasil, já o segundo trata-se de um núcleo urbano com maiores complexidades, ou seja, que extrapolam as condições mínimas contempladas nos Centros Locais. Estas condições vão muito além do contingente populacional, perpassando pela sua integração e influências dentro da rede urbana em que está inserida (FRESCA, 2010).

As pequenas cidades ainda são responsáveis por atender parcela significativa da população em termos de bens e serviços imediatos à sua população. Mas deve-se considerar que estes apresentam outro caráter qualitativo comparativo a outros momentos históricos. Em outras palavras, os bens e serviços tornaram-se muito mais abrangente em razão das necessidades ou imposições do sistema de consumo à população urbana. Mudanças quantitativas e qualitativas vêm ocorrendo no terciário das pequenas cidades, suprindo em parte, demandas de seu mercado consumidor, seja pela presença dos estabelecimentos físicos, bem como pelo comércio via internet. Esta última possibilidade de aquisição de bens, articulado à renda dos consumidores, tem provocado muitas modificações nos anteriores esquemas de análise do terciário (FRESCA, 2010, p. 4).

A explicação de Fresca (2010) nos traz o embasamento necessário para classificarmos a cidade de Alvorada do Sul como uma pequena cidade. Uma vez que além de proporcionar a população local bens e serviços, está inserida na dinâmica regional, destaca-se o desenvolvimento do turismo de segunda residência que atende Londrina e outras cidades de sua Região Metropolitana, através dos loteamentos de chácaras de lazer. Porém, não podemos negar o carro chefe da economia local que é o agronegócio de Soja e milho, fator este que também intensifica e contribui para a produção do espaço urbano desta cidade.

Tendo em vista a grande quantidade de pequenas cidades no Brasil, faz-se necessária a abordagem desta escala de núcleo urbano, uma vez que seja evidenciada a importância de suas especializações produtivas, e quais suas relevâncias nos contextos regionais e locais (FRESCA; VEIGA, 2011). “A discussão entre a temática de especializações produtivas e pequenas cidades não tem sido explorada, dificultando em partes análises das múltiplas e complexas relações entre o avanço da urbanização a produção, distribuição, circulação e consumo” (FRESCA; VEIGA, 2011, p.390). Este fato ocorre pela descentralização da indústria, proporcionando notoriedade a estas cidades, produção de espaços urbanos específicos e circuitos espaciais de produção particulares às diferentes regiões do Brasil.

## **Loteamentos de chácaras de lazer e seu papel na produção do espaço urbano**

De acordo com Dias (2014), levando em consideração as condições locais do município de Alvorada do Sul, com a característica de proximidade da cidade de Londrina, com distância de cerca de 70 km. E ainda, as condições históricas, quanto à construção da Represa Capivara, iniciou-se em meados da década de 1990 a criação de loteamentos de chácaras de lazer às margens das águas da represa. Este mercado imobiliário ainda em expansão no município acarreta o deslocamento de pessoas aos finais de semana e feriados à cidade em busca de lazer (DIAS, 2014).

Este fenômeno tem se intensificado nos últimos anos, visto a lucratividade imobiliária e ainda os retornos econômicos gerados em meio ao espaço urbano. Dessa forma, modalidades de loteamentos se desenvolveram no município, sendo necessárias até mesmo adequações nas leis de parcelamento, uso e ocupação do solo urbano.

As chácaras de lazer se enquadram em Área de Urbanização Específica, denominada pela lei de ZR2, pois se tratam de zonas residenciais. E são caracterizadas como específicas, porque mesmo estando dotadas de infraestruturas urbanas, as mesmas se encontram afastadas da sede municipal, uma vez que este mercado procura a proximidade das águas da Represa Capivara. As ZR2 contemplam então dois tipos de loteamentos, os fechados, e os loteamentos, que no caso são abertos. A Lei 1521/2008 que dispõe sobre o parcelamento e remembramento do solo para fins Urbanos e dá outras Providências, em seu artigo 4 define que:

XIV. LOTEAMENTO. É o parcelamento do solo urbano efetuado pela subdivisão de gleba em lotes destinados às atividades urbanas, com abertura de novas vias de circulação, de logradouros públicos ou prolongamento, modificação ou ampliação das vias existentes;

XV. LOTEAMENTO FECHADO. É o parcelamento do solo efetuado pela subdivisão de gleba em lotes destinados edificação, com abertura de novas vias de circulação, de logradouros públicos ou prolongamento, modificação ou ampliação das vias existentes, com fechamento de seu perímetro e controle de acesso de não moradores (ALVORADA DO SUL, 2008).

Estas duas modalidades de loteamentos de chácaras disseminam-se pelo território do município de Alvorada do Sul, contando com as propagandas e o marketing imobiliário para atingir o público regional, o qual é o principal foco deste mercado.

No ano de 2017 o grupo AME Loteadora fez um alto investimento, com uma estimativa de cerca de cinco milhões de reais para lançar o empreendimento Farol do Paranapanema II, um loteamento com toda a infraestrutura. É um condomínio fechado que possui uma área total de 205.424,12 m<sup>2</sup>, com a projeção de 243 lotes de áreas individuais, aproximadas entre 403,00 a 1.271,00 m<sup>2</sup> (AME LOTEADORA, 2018). Podemos ver a seguir o projeto urbanístico do loteamento em questão.

**Figura:** Loteamento Farol do Paranapanema II.



**Fonte:** Acervo AME Loteadora, 2018.

Percebe-se com este empreendimento que ainda existe a expansão dos loteamentos no município, e que os investimentos imobiliários que visam o lazer de segunda residência, também estão sendo feitos por loteadoras de outras localidades, no caso da AME loteadora, por exemplo, que tem sua sede localizada em Mandaguari-PR. Esta análise é feita a partir do levantamento feito em 2014 pelo autor do presente trabalho, uma vez que neste ano existia apenas uma empresa trabalhando neste segmento no município (DIAS, 2014). Tratava-se da XDAL Construção e Incorporação, esta construtora ainda está inserida no mercado e também tem novos empreendimentos a serem lançados.

Sendo assim, esta densidade demográfica causada aos finais de semanas e feriados no município à procura de lazer, traz consigo uma demanda consumidora. Esse consumo se dá na esfera de bens e serviços local, o que gera a potencialização de atividades econômicas nesta pequena cidade (DIAS, 2014). Esta especialidade funcional da cidade em questão, quanto ao alcance do turismo regional, se destaca principalmente pelos seus reflexos no comércio varejista local.

### **A produção do espaço urbano a partir da potencialização do comércio varejista**

Primeiramente, para que se entenda a potencialização deste segmento, cabe o entendimento desta atividade que é tão importante para o espaço urbano. Sendo assim, de acordo com Cleps e Carvalho (2006) o comércio varejista é o que atende o consumidor final, o comércio que garante

que a sociedade consumirá o que é produzido pelo sistema produtivo. Com o advento da produção em escala global, e as diversas tecnologias que estão sendo utilizadas a cada dia, e que atendem o setor produtivo, industriais, transporte e não menos importante logística e marketing. Estes fatores tornam a “presença quase maciça de supermercados e hipermercados, de shopping centers, de empresas multinacionais de fast food, de redes de franquias, de novos sistemas viários que dão acesso aos grandes estabelecimentos comerciais [...]” (CLEPS; CARVALHO, 2006, p. 81). Apesar destes estabelecimentos não estarem presentes nas pequenas cidades, se tem uma influência grande por partes destes nos comércios locais. Essas influências podem ser destacadas pelas metodologias de propaganda e o atendimento de redes atacadistas de grandes redes supermercadistas

Acredita-se que a centralidade não se define pela localização, mas pelas articulações entre as localidades, pois se trata de relações espaciais. Assim, estudar o comércio, suas formas e sua localização, significa compreender a organização do espaço urbano e suas complexidades, entender as mudanças sociais e a evolução dos valores e da estrutura urbana. Investigar as atividades comerciais possibilita analisar a dinâmica da sociedade e o processo de (re) produção da cidade visto que, para o comércio, a localização é uma condição estratégica de desenvolvimento (CLEPS; CARVALHO, 2006, p. 82).

Dessa forma, nota-se que pela distribuição espacial, formas de aglomerações e localização do comércio varejista, se podem analisar aspectos socioeconômicos das cidades, compreendendo aspectos do ordenamento do território urbano. No caso da pequena cidade de Alvorada do Sul, o comércio apresenta sua maior concentração na avenida principal da cidade, justamente o local de passagens quase que obrigatória para os chacareiros aos finais de semana. Fator este que valoriza cada dia mais os imóveis nesta localidade.

Em uma cidade pequena onde a quantidade de estabelecimentos industriais é restrita, estando suas principais atividades relacionadas aos agronegócios, o comércio varejista se torna muito importante, ao passo que o mesmo vai atender as necessidades básicas das pessoas. Quando ocorre um processo de potencialização do turismo local, acontece também certa expansão do comércio varejista que, passa a atender uma demanda muito maior que antes (DIAS, 2014, p.53).

Com a notória expansão do turismo de segunda residência, alavancada pelos novos loteamentos de chácaras de lazer, se vê a necessidade de um planejamento urbano não somente a estes empreendimentos, mas também a todas as atividades que os dão suporte. Dentre estas podemos destacar o comércio varejista, que necessita ter um olhar mais estratégico do poder público municipal.

Os autores Procopiuck e Djalo (2008) citam o comércio como algo indissociável dos núcleos urbano, o relaciona com a formação das primeiras cidades, e o associa com significativa importância nos dias atuais, tanto em pequenas cidades quanto nas metrópoles. Dizem ainda que o comércio “não deve, assim, ser considerado como apenas mais um serviço que se oferece na

cidade, mas como um elemento de coesão do tecido social e do território que o estrutura” (PROCOPIUCK; DJALO, 2008, p. 316). Dessa forma, a valorização do comércio varejista é essencial.

Contudo, levar em consideração a atividade comercial nas cidades como item de avaliações e planejamento, é considerar a vitalidade e viabilidade de determinadas áreas das cidades, sendo ela pequena ou não. Quando se fala em vitalidade, refere-se a áreas com capacidade de reconfiguração urbana, ou seja, locais propensos a se desenvolverem, se requalificarem. Já a viabilidade está ligada a capacidade de uma determinada área receber investimentos, ou seja, se trata de uma viabilidade econômica de desenvolvimento e conseqüentemente desenvolvimento do espaço urbano (PROCOPIUCK; DJALO, 2008).

Da interação entre cidade e atividade comercial, o comércio se vê favorecido na medida em que a cidade é mais atrativa, tanto para os residentes quanto aos visitantes, investidores ou consumidores; e, em contrapartida, o comércio, com sua dinâmica e capacidade atrativa, traz vida que beneficia a própria cidade. Assim, um centro comercial local vivo agrega, além da função econômica, também a função de centro cultural e social da comunidade; logo, configura-se em elemento de relevância para coesão social, formação de identidade local e de difusão cultural (PROCOPIUCK; DJALO, 2008, p. 316).

A identidade local em que os autores citam vai de encontro com a análise aqui pretendida, pois estamos falando de uma pequena cidade que caminha atualmente a uma especialização de atividade, no caso a turística. Esta especialização deve ser tomada pela sociedade, comerciantes e principalmente pelo poder público municipal. “Essas tendências refletem não somente na dinâmica comercial dos centros urbanos, mas também, na configuração da própria cidade e na qualidade de vida dos cidadãos [...]” (PROCOPIUCK; DJALO, 2008, p. 317). Isso porque, quando se trata de pequenas cidades, o comércio abriga uma parcela significativa de trabalhadores, gerando renda e poder de compra.

Mas vale ressaltar que aliar uma boa estratégia de fomento ao comércio local não é tarefa fácil, se tem a necessidade de grande desdobramento dos diversos atores econômicos e sociais envolvidos. “[...] Há necessidade de desenvolvimento de estratégias capazes de convergir qualidades e competências de amplas articulações entre o poder público, iniciativa privada e sociedade em geral” (PROCOPIUCK; DJALO, 2008, p. 322).

É fato que a potencialização do comércio de Alvorada do Sul, se dá atualmente pelo contingente de turistas de segunda residência que frequentam as chácaras de lazer. Desse modo, fica evidente o encadeamento nos resultados das atividades imobiliárias e comerciais no município, atraindo o fluxo necessário ao consumo nestes espaços.

O comércio surge como parte integrante das condições de vida da sociedade e também como produto desta, numa relação dialética e histórica. Assim, o comércio se problematiza dentro do processo de reprodução do espaço geográfico, tornando-se condição e produto para a reprodução das relações de produção que se estabelecem entre os homens na sua prática cotidiana. Ou seja, no uso e apropriação da natureza através das técnicas e do trabalho, que são dinamizadas pela constante busca de satisfazer as necessidades do capital (SILVA, 2014, p. 155).

A relação entre o mercado de chácaras e o comércio varejista também se expressa pelas necessidades que são geradas nestes ambientes. Podemos citar o caso das piscinas, que à medida que aumentaram os loteamentos, foram construídas diversas piscinas. Esta demanda estimulou a abertura de uma loja vendedora de piscinas, produtos de limpeza e ainda especializada em serviços de manutenção e reparos. “Dentro do sistema capitalista de produção, criam-se novas necessidades a todo instante, pois uma enorme quantidade de novos objetos são fabricados e lançados no mercado” (SILVA, 2014, p. 167).

Silva (2014) destaca ainda que:

Que é a garantia da constante reprodução de novas necessidades e a busca incessante em satisfazê-las e a procura em ampliar os lucros, que colocam o comércio e o consumo como elementos importantes para os estudos geográficos, pois o comércio, dentro desta perspectiva teórica, permite estudar dois movimentos socioespaciais que determinam o processo de reprodução do espaço urbano, que são a cotidianidade e a centralidade (SILVA, 2014, p. 170).

Se tratando da centralidade, de acordo com o autor supracitado, é ela quem garante a manutenção da localização do comércio, garante também que é nestes locais que haverá a reprodução do espaço, ao qual poderá se requalificar, dando novas funções a antigas formas e objetos geográficos, bem como produzindo novos (SILVA, 2014).

No tocante a este ponto, volta-se a preocupação de um planejamento mais ativo quanto ao comércio varejista, pois, identificaram-se prédios sem usos na avenida principal desde a primeira visita ao local no ano de 2014. Sendo assim, sugerem-se medidas de controle através de leis municipais que obriguem o uso de fato a estes imóveis, a medida mais viável seria a aplicação do IPTU progressivo no tempo.

Dentre esta e outras medidas de planejamento e ação devem ser tomadas, para que seja garantida a importante relação do comércio varejista com o mercado imobiliário de chácaras. Proporcionando a legitimidade da identidade local com relação à hospitalidade aos chacareiros, e renda a população local.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise da produção do espaço urbano a partir do desenvolvimento do comércio varejista se faz pertinente, pois esta ótica permite elucidar os caminhos que levaram a potencialização desta atividade, deixando visíveis as características da sociedade que produz o espaço urbano. Este também é um dos caminhos que permite a contextualizar a especialização de um centro local ou uma pequena cidade, expressando as técnicas e formas de trabalhos que foram aplicadas ao longo de um período de tempo e seus resultados.

No caso de Alvorada do Sul constatou-se que a dinâmica analisada em 2014 pelo autor deste trabalho que resultou em uma monografia de conclusão de curso, ainda está presente na atualidade. Verificou-se a presença de novos loteamentos de chácaras de lazer, com investimentos ainda maiores do que constatados anteriormente, sendo estes investimentos de loteadoras de outros municípios que se atentaram ao mercado promissor de vendas de chácaras de lazer. Através disso, observou-se a potencialização ainda maior do comércio varejista local, que vem se especializando em atender a demanda de chacareiros aos finais de semana. Essa potencialização gerada ao comércio desta pequena cidade tem contribuído de forma significativa para a produção do espaço urbano, alterando formas de edificações, criando especializações de vendas e serviços e aumentando a divisão do trabalho.

Porém, vale ressaltar que se observaram também edificações na avenida central que ainda estão sem usos desde a primeira análise. Esse fator é preocupante do ponto de vista da regulação de uso por parte do poder municipal, quanto às edificações desta área nobre da cidade. É evidente que se necessita de intervenções quanto a esta problemática. Uma das medidas plausíveis de se tomar é a aplicação efetiva do IPTU progressivo no tempo, que é previsto pelo Estatuto da Cidade em seu artigo 7º, da Lei 10.257/2001. Este instrumento permite o município o aumentar progressivamente o imposto do imóvel, caso o proprietário não lhe dê o uso correto previsto no Plano Diretor Municipal.

O setor público municipal carece ainda de dar apoio aos comerciantes via planejamento estratégico de maior impulsionamento do comércio, utilizando-se da identidade local proporcionada pelo lazer de segunda residência. Propõe que este planejamento deva ser feito junto a Associação Comercial da cidade, identificando as potencialidades e necessidades do comércio varejista, elencando ações que contribua para seu maior desenvolvimento.

## REFERÊNCIAS

AME, Loteadora e Loteadora. **Loteamento Farol do Paranapanema II**. 2018. Disponível em: <<http://www.ameloteadora.com.br/container.php?conteudo=contato.php>>. Acesso em: 26/08/2018.

CLEPS, Geisa Daisa Gumiero; CARVALHO, Pompeu Figueiredo. **O Comércio e a Reprodução do Espaço Urbano na Cidade de Uberlândia-MG**. Geografia: Ações e Reflexões. Rio Claro, UNESP/IGCE, AGETEO, 2006. Disponível em: <[http://www.rc.unesp.br/igce/geografia/pos/downloads/2006/o\\_comercio.pdf](http://www.rc.unesp.br/igce/geografia/pos/downloads/2006/o_comercio.pdf)>. Acesso em: 26/08/2018.

DIAS, Maico Eduardo Dias. **A pequena cidade de Alvorada do Sul-PR: Uma discussão a partir do agronegócio e lazer**. 2014. 68 p. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em Geografia) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina. Disponível: <[http://www.uel.br/cce/geo/tcc/172\\_apequenacidadealvoradadosulpruma%20discussaoapartirdoagronegocioedolazer\\_2014.pdf](http://www.uel.br/cce/geo/tcc/172_apequenacidadealvoradadosulpruma%20discussaoapartirdoagronegocioedolazer_2014.pdf)>. Acesso: 25/08/2018.

FRESCA, Tânia Maria. Centros Locais e Pequenas Cidades. **Mercator** - número especial, p. 75 a 81, Dez, 2010. Disponível em: <<http://www.mercator.ufc.br/mercator/article/view/398/310>>. Acesso em: 25/08/2018.

FRESCA, Tânia Maria; VEIGA, Léia Aparecida. Pequenas Cidades e Especializações Funcionais: O caso de Santa fé-PR. **Sociedade & Natureza**. Uberlândia, ano 23 n°3, 387-396, set/dez, 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/sn/v23n3/v23n3a02>>. Acesso em: 20/08/2018.

HARVEY, David. **A Produção Capitalista do Espaço**. São Paulo, Annablume, (Coleção geografia e Adjacências), 252 p, 2005.

HARVEY, David. **Condição Pós-moderna**. São Paulo: Edições Loyola, p.187-218, 2005.

LEFEBVRE, Henri. **A produção do espaço**. Trad. Doralice Barros Pereira e Sérgio Martins (do original: La production de l'espace. 4e éd. Paris: Éditions Anthropos, 2000). Primeira versão, 2006.

PROCOPIUCK, Mario; DJALO, Abdulah Bubacar. Comércio como Fator de Coesão dos Centros Urbanos: Caso da Revitalização comercial do Centro de Curitiba. **Revista Turismo Visão e Ação** – Eletrônica v. 10, n° 03. p. 313 – 334, set/dez. 2008. Disponível em: <[www.univali.br/revistaturismo](http://www.univali.br/revistaturismo)>. Acesso em: 28/08/2018.

SANTOS, Milton. **A Metamorfose do Espaço Habitado: Fundamentos teóricos metodológicos da geografia**. Hucitec, São Paulo, 1988.

SILVA, Carlos Henrique Costa. Estudo Sobre o Comércio e Consumo na Perspectiva da Geografia Urbana. **Revista Geosul**. Florianópolis, v. 29, n. 58, p 149-178, jul./dez. 2014. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/geosul/article/download/26590/28843>>. Acesso em: 28/08/2018.