

A INFLUÊNCIA DOS PRINCIPAIS CENTROS COMERCIAIS DE BAURU NA SOCIEDADE QUANTO AOS ASPECTOS ESPACIAIS, SOCIAIS E AMBIENTAIS.

Thainá Gabriele Bossi Rico¹; Renan Amauri Guaranha Rinaldi¹.

¹Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas – Universidade do Sagrado Coração
thainabossi@hotmail.com;renan.rinaldi@usc.br

Tipo de Pesquisa: Iniciação Científica Voluntária - PIVIC
Área do Conhecimento: Planejamento Urbano

Desde a antiguidade, as cidades possuíam áreas destinadas para a troca de produtos e o encontro de pessoas, com o advento da revolução industrial, o inchaço dos centros urbanos e as mudanças das dinâmicas econômicas e sociais, a pequena loja que vendia produtos refinados e muitas vezes exclusivos se transformou em grandes estabelecimentos comerciais como as lojas de departamento e magazines, ou lojas de novidades. Posteriormente, surgiram nos Estados Unidos da América a partir da década de 20, os shopping centers, caracterizados pelo agrupamento de estabelecimentos comerciais varejistas, num dado local. Esses empreendimentos, coordenados então pelo capital imobiliário e não mais pelo mercantil, se estabeleciam nas periferias das cidades ou em áreas centrais degradadas, interferindo significativamente na estrutura urbana. A pesquisa visa nesse contexto identificar e analisar os impactos urbanos e socioambientais positivos e negativos causados por esses centros comerciais na malha da cidade de Bauru e na sociedade. Dessa forma, os três principais centros comerciais da cidade de Bauru e seus respectivos arredores foram analisados, buscando obter por meio de análises qualitativas e quantitativas no local, fotografias e produção de mapas, os resultados a respeito dos impactos causados pela inserção desses espaços complexos na sociedade, com relação ao aumento da densidade, valorização imobiliária, elevação significativa do fluxo viário e locação dos vazios urbanos que acontecem devido a especulação imobiliária.

Palavras-Chaves: Bauru; Centros comerciais; Impactos urbanos e socioambientais; Shoppings;