

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO SUDOESTE DA BAHIA – UESB
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – DCSA
COLEGIADO DO CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

LILIANE OLIVEIRA COSTA BRAGA

**REVITALIZAÇÃO DOS CENTROS URBANOS:
UM ESTUDO SOBRE A PROPOSTA DE REVITALIZAÇÃO DO
CENTRO DE VITÓRIA DA CONQUISTA**

VITÓRIA DA CONQUISTA - BA
2014

LILIANE OLIVEIRA COSTA BRAGA

**REVITALIZAÇÃO DOS CENTROS URBANOS:
UM ESTUDO SOBRE A PROPOSTA DE REVITALIZAÇÃO DO CENTRO DE
VITÓRIA DA CONQUISTA**

Trabalho monográfico apresentado ao Curso de Economia da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, como requisito para aprovação na disciplina Monografia II e obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas.

ORIENTADOR: Dr. RONAN SOARES DOS SANTOS

VITÓRIA DA CONQUISTA,
2014

Lista de Fotos

Foto 1 – Feira do Paraguai na Praça Arlindo Rodrigues	42
Foto 2 – Praça da Bandeira.....	43
Foto 3 – Projeto de revitalização na Praça da Bandeira	43
Foto 4 – Estacionamento na Rua 07 de Setembro	44
Foto 5 – Fachada do Shopping Conquista Center.....	47

RESUMO

Este trabalho propõe-se a analisar a atual situação do centro de Vitória da Conquista e quais as justificativas para a sua revitalização, e se há a necessidade de revitalizá-lo. Para isso algumas perguntas foram feitas aos comerciantes e para a Câmara de Dirigentes Lojistas da cidade, como qual o perfil do consumidor, sobre os problemas e valorização do centro comercial, ao longo dos últimos 20 anos. Para tanto, se faz relevante apresentar como ocorre a formação dos centros e subcentros, algumas experiências de revitalização em outras cidades e como o centro se comportou após as mudanças. Ainda serão considerados aspectos relevantes que acompanham o processo de revitalização dos espaços urbanos, como a gentrificação. Como resultado observou-se que o centro comercial de Vitória da Conquista está atuando em suas plenas atividades econômicas sem prejuízo do faturamento devido à criação dos subcentros. O sentido de revitalização não se aplica, podendo ser substituído por modernização ou reorganização.

Palavras-Chave: Centro, Espaço Urbano, Deterioração, Revitalização, Gentrificação.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	3
1 FORMAÇÃO DO ESPAÇO URBANO.....	6
1.1 Formação dos Centros Urbanos e Aspectos Econômicos	6
1.2 O surgimento dos Subcentros.....	9
1.3 O Processo de Decadência dos Centros Urbanos.....	13
2 EXPERIÊNCIA DE REVITALIZAÇÃO EM CIDADES DO BRASIL	22
2.1 Contexto Histórico da Revitalização: Revitalização X Gentrificação	22
2.2 Experiência de Revitalização na Rua Vidal Ramos, Florianópolis, Santa Catarina 27	
2.3 Experiência de Revitalização no centro de Vitória, Espírito Santo	29
3 A FORMAÇÃO DO CENTRO DE VITÓRIA DA CONQUISTA	34
3.1 Consolidação do Centro na Atualidade.....	34
3.2 Proposta de Revitalização	40
CONCLUSÃO.....	49
REFERÊNCIAS	51

INTRODUÇÃO

O centro principal é derivado de toda a aglomeração socioespacial humana. Em cada cidade, em cada comunidade, as relações sociais como comprar, vender, trocar serão feitas em um ponto comum a todos. Quando ocorre o crescimento populacional e crescimento horizontal da cidade, conseqüentemente, há uma segregação que leva a criação de outros centros, chamados neste trabalho de subcentros.

Os subcentros são criados a partir da aglomeração de atividades que se formam fora do centro principal da cidade, geralmente por conta do crescimento horizontal, que leva a população à tentativa de otimizar o tempo reduzindo o deslocamento até o centro para resolver suas obrigações. Com a possibilidade de não precisar ir ao centro para negociar ou comprar a desvalorização da área central pode ser evidente, e conseqüentemente o abandono dela. Faz-se então interessante a proposta de revitalização deste espaço para promover o aumento do consumo e das movimentações econômicas que antes aconteciam a pleno vapor naquela região.

O processo de revitalização dos centros vem sendo realizado em diversas cidades do Brasil e em outros países. Alguns dos exemplos citados neste trabalho mostram a revitalização pioneira na história que ocorreu em Paris por meio de Haussmann, o prefeito da cidade, conhecido como o artista da destruição (TERRA, 2010) e a revitalização do centro de Vitória no Espírito Santo (BOTELHO, 2005) e da Rua Vidal Ramos em Florianópolis, Santa Catarina (BARRETTO, 2013).

As justificativas para tal medida podem ter como princípio a degradação da área central frente ao surgimento de subcentros, pela deterioração dos prédios antigos que ocupam boa parte do espaço central, objetivando melhorias no aspecto econômico, social e cultural do centro. O foco em higienizar ou gentrificar o local também são pontos relevantes que merecem atenção. Podem ser incentivados pelo poder público ou privado.

Então se inicia um questionamento sobre a situação do centro principal, que passa a ser visto como decadente por não apresentar mais a característica de principal, o mais importante.

A idéia de revitalização também está sendo discutida na cidade de Vitória da Conquista localizada na região sudoeste do estado baiano, a 503 km de distância da capital

Salvador. Considerada a terceira maior cidade da Bahia, conta com uma população de 336.987 habitantes (segundo estimativa do IBGE de 2013), sendo assim uma cidade média.

A economia do município de Vitória da Conquista ocupa o quinto lugar no estado da Bahia com participação de 2,29% no PIB. Entre os anos de 1999 e 2009 o PIB municipal cresceu o superior a 340%. O município tem apresentado um crescimento contínuo devido à expansão de diversas atividades como o setor de construção civil, mas se deve principalmente ao setor de serviços que representa mais de 70% da participação (PREFEITURA VITORIA DA CONQUISTA). Como consequência desse aumento na economia os setores de educação e saúde tem ampliado o crescimento populacional, atraindo estudantes de várias regiões circunvizinhas e de outros estados, e atendendo também a muitas pessoas que procuram por medicina especializada.

Este aumento da demanda por serviços em Vitória da Conquista proporciona um crescimento horizontal da cidade o que faz surgir a necessidade de subcentros. Na cidade existem muitos subcentros como o Bairro Brasil e a Avenida Olívia Flores (ALMEIDA, 2012), entre outros, que favorecem o acesso a diversos tipos de serviços e facilitam o dia-a-dia de grande parte da população.

O objetivo geral deste trabalho é analisar ou fazer um estudo sobre a real necessidade da revitalização do centro de Vitória da Conquista e quais as justificativas para a sua revitalização, bem como discutir os motivos que incentivam o poder público e privado a investir na sua revitalização. Para tanto, se faz relevante apresentar algumas experiências de revitalização em outras cidades e como o centro se comportou após as mudanças.

Entre os objetivos específicos está apresentar algumas experiências de revitalização de centros principais e discutir a necessidade e a proposta de revitalização do centro de Vitória da Conquista.

Ainda serão considerados aspectos relevantes que acompanham o processo de revitalização dos espaços urbanos. A gentrificação é um deles. O que ocasiona a gentrificação e quais as consequências desse processo para a cidade serão abordados ao longo desse trabalho.

A metodologia utilizada na construção deste trabalho teve como base uma pesquisa bibliográfica e histórica de autores estudiosos desse tema. Para a pesquisa *in loco* foi feita uma entrevista com o responsável pela Câmara de Dirigentes Lojistas – CDL – da cidade, que são responsáveis pela proposta de revitalização do centro. Alguns lojistas do centro de Conquista também serão consultados sobre o que pensam a respeito da proposta e se

concordam com tais medidas. Mais precisamente, os entrevistados serão lojistas que atuam no centro há alguns anos e que possam ressaltar as diferenças existentes entre o passado, onde o centro ocupava o foco de todo o comércio e serviço da cidade, e atualmente, com a criação dos subcentros que favorecem o acesso ao comércio e serviços em diferentes bairros da cidade.

Os entrevistados foram questionados a respeito do comportamento e do perfil dos clientes ao longo dos anos, sobre a valorização do preço do aluguel dos imóveis e também sobre a situação do estacionamento no centro. Como o centro estende-se numa área muito ampla, alguns pontos são mais interessantes para a observação e entrevista dos lojistas, como é o caso do Conquista Center, considerado há aproximadamente 20 anos como o *shopping Center* da cidade. A Rua Francisco Santos, Avenida Lauro de Freitas e Praças da Bandeira e 09 de Novembro são importantes espaços que reúnem o comércio de confecções, setor relevante que destaca a economia de Vitória da Conquista entre a região sudoeste da Bahia e norte de Minas Gerais. As entrevistas ocorreram basicamente nestes lugares.

O trabalho está organizado em três capítulos, sendo o primeiro, a tratar da formação do espaço urbano e seu processo de deterioração; o segundo trará experiências de revitalização em algumas localidades; e o terceiro consiste na formação do centro de Vitória da Conquista e a proposta de revitalização.

Neste trabalho será discutido esse processo de formação do centro e sua deterioração e a necessidade de revitalização no centro da cidade de Vitória da Conquista, considerando quais são as características de decadência que este centro apresenta para ser revitalizado.

Este trabalho visa esclarecer a atual circunstância da referida cidade, e se há necessidade de revitalizar o centro principal e, caso haja, como deve ser feito.

1 FORMAÇÃO DO ESPAÇO URBANO

1.1 Formação dos Centros Urbanos e Aspectos Econômicos

De acordo com Corrêa (1995), em meados do século XIX, com o despertar da Revolução Industrial, um marco para a sustentação do capitalismo na época, a ampliação das ferrovias teve papel importante nas relações inter-regionais e interestaduais. Os terminais rodoviários eram projetados dentro das grandes cidades nas proximidades um do outro e também próximos ao terminal marítimo visando diminuir os custos de escoamento das cargas. Conseqüentemente próximos a esses terminais se inseriram empresas e diversas atividades relacionadas ao comércio com outras cidades e estados, fornecendo bens necessários à produção industrial.

Este processo facilitava o acesso entre fornecedores e compradores e logo empresas nascentes perceberam os benefícios desta logística e pouco a pouco foram sendo implantadas nas proximidades. O mercado de trabalho ampliou-se e criaram-se os transportes intraurbanos para atender a população que necessitava deslocar-se para a nascente área central. Nas palavras do autor, “verifica-se uma certa sincronia entre o emergir do capitalismo em sua fase plenamente industrial e o aparecimento da Área Central” (CORRÊA, 1995, p. 39).

A cidade capitalista é o lugar onde ocorre uma série de processos sociais, entre eles a acumulação de capital e a reprodução social que são responsáveis pela organização espacial da cidade. Para Corrêa (1995) o espaço de uma cidade capitalista apresenta uma série de características que se faz preponderante para o estudo do espaço urbano. Em um primeiro momento de sua observação o espaço constitui-se de diferentes usos da terra aplicados entre si. Estes usos definem áreas, como o centro da cidade, local de concentração de atividades econômicas, áreas industriais e residenciais que se diferem em termos de conteúdo social, lazer, entre outras, sem descartar também aquelas áreas até então desocupadas, que futuramente farão parte deste contexto de habitação. Esta fragmentação da cidade demonstra a forma com que ela foi organizada, de uma forma abstrata, sem um planejamento prévio. De acordo a necessidade gerada pela comunidade ali estabelecida, pelos fatores sociais, econômicos e financeiros.

O espaço urbano é ainda conceituado como articulado. Isto porque cada uma de suas partes se relaciona com as demais de várias formas. Pelo fluxo de veículos e de pessoas que nela transitam para realizarem suas mais distintas atividades, associados à carga e descarga de

mercadorias, a rotina de deslocamento de áreas residenciais para os mais diversos locais de trabalho, compra e venda de mercadorias, visitas a parentes e amigos, idas às áreas de lazer, cultura, relacionados à saúde, educação, entre outros.

Materialmente falando, é possível notar a articulação dos espaços urbanos, mas ocorre também de uma forma não tão visível. Dentro do espaço urbano ocorrem manifestações capitalistas envolvendo as decisões e investimentos de capital, salários, juros, dinheiro, abrangendo ainda a prática do poder e da ideologia. Estas encabeçadas comumente por parte das autoridades políticas e grandes empresários com influência sobre as decisões que afetarão a toda a sociedade.

Ainda de acordo com Corrêa (1995), em outro momento de sua apreensão o espaço urbano também se caracteriza como reflexo da sociedade. Através de áreas residenciais segregadas é nitidamente perceptível a divisão da estrutura social em classes, com áreas nobres com uma infraestrutura satisfatoriamente necessária à sobrevivência da população e outras áreas à margem da sociedade. O autor faz uma constatação sobre esse espaço reflexo da sociedade:

[...] Primeiramente por ser reflexo social e fragmentado, o espaço urbano, especialmente o da cidade capitalista, é profundamente desigual: a desigualdade constitui-se em característica própria do espaço urbano capitalista. Em segundo lugar, por ser reflexo social e porque a sociedade tem sua dinâmica, o espaço urbano é também mutável, dispondo de uma mutabilidade que é complexa, com ritmos e natureza diferenciados [...] (CORRÊA, 1995, p. 8).

Por fim, o autor caracteriza o espaço da cidade como um condicionante da sociedade. Esse condicionamento acontece através da interferência do homem na reprodução das condições de produção e das relações de produção. As estratégias de produção instituídas pelas empresas para conseguir atender ao consumidor de forma satisfatória e ser atendido pelo fornecedor com mais acessibilidade são exemplos de como o espaço atua como condicionante. Ao decorrer do tempo, empresários e produtores perceberam a necessidade de localizarem-se próximos para viabilizar o processo produtivo com menores custos, esta necessidade é gerada pela própria sociedade capitalista. O centro urbano é assim originado, por esta junção de empresas de diversos setores, seja de comércio, serviço ou produção, em determinado local com o intuito de se aproximarem tanto dos consumidores como dos fornecedores para viabilizar o processo capitalista de acumulação (CORRÊA, 1995).

Segundo Lopes Junior (2007), é interessante observar o papel que o centro exerce na convergência e divergência de fluxos, ou seja, na concentração e dispersão de todas as

atividades econômicas, comerciais e financeiras. O centro é um ponto de referência que interliga as atividades econômicas com diversidade de setores, permitindo a circulação de pessoas, produto e dinheiro. A dinâmica do centro proporciona que muitos consumidores, trabalhadores e empresários resolvam seus interesses basicamente em um único espaço. Como cita o autor: "... os centros executam, ou melhor, concentram o consumo e bens e serviços". (LOPES JUNIOR, 2007, p. 20).

Os autores Corrêa e Lopes Junior compartilham da mesma concepção sobre a importância do centro nos mais diversos aspectos econômicos de uma cidade. O espaço central é a mola propulsora do dinamismo das mais variadas atividades e setores existentes em uma determinada área. Dada a concentração de empresas comerciais ou do ramo produtivo no centro, as empresas nascentes veem a necessidade de se inserirem neste mercado para concorrer ou fornecer matérias-primas para a produção, gerando um ciclo que altera positivamente a fluidez do sistema econômico-financeiro da referida cidade. Enfim, em uma sociedade capitalista esse fenômeno é muito bem aceito pelos lucros gerados possibilitando a acumulação do capital privado.

O que vem a mente ao se referir ao conceito de centro é que para se tornar tal é necessário que exista algo ao seu redor. No que diz respeito ao conceito de centros urbanos ocorre da mesma forma, eles seriam assim formados a partir de um ponto em comum de uma comunidade, seja por ele representar uma produção ou um comércio. Este processo de formação caracteriza então, que a partir de um determinado ponto onde muitas pessoas se deslocam para realizarem atividades afins forma-se o centro. No entanto, essa idéia corriqueira de um espaço preexistente não explica muito sobre a natureza e concepção dos centros urbanos.

No surgimento de uma cidade ou povoado não existe uma determinação prévia de onde funcionará o centro urbano, pois, a cada novo habitante que se insere nasce a necessidade de uma organização coletiva, seja para alimentar-se, vestir-se ou qualquer outra precisão. O fato é que dentro dessa cidade ou povoado alguém da população terá a visão, que se faz necessário facilitar que todos satisfaçam suas necessidades ali por perto e implanta um mercadinho ou uma loja de roupas, possibilitando que todos possam consumir sem precisar buscar em uma cidade vizinha por exemplo. A partir da aglomeração de pontos comerciais ou processo produtivo surge o que se denomina centro urbano (VILLAÇA, 2001).

O movimento que leva diversas atividades econômicas a se localizarem juntas pode ser definido como processo de coesão ou economias externas de aglomeração (CORRÊA,

1995). A aglomeração urbana em um ponto específico de uma cidade ou povoado com variedade de serviços e comércio faz a população deslocar-se em busca de satisfazer as mais diversas necessidades que este ponto ofereça. Esse deslocamento ocorre de uma forma obrigatória, visto que não há outro lugar dentro da cidade com oferta desses serviços. Com a grande quantidade de empresas do ramo de comércio e serviços e também de produção, que podem ser as fornecedoras para tais empresas, nota-se um movimento econômico que faz com que grande parcela da população se desloque para trabalhar, produzir e reproduzir (VILLAÇA, 2001).

Esta aglomeração de pessoas leva a atividades econômicas intensas e necessárias para a produção e reprodução social, tornando o centro um local onde negócios são fechados, bens são produzidos e trabalho humano é incorporado em cada atividade. As pessoas ali se encontram para vender, comprar, negociar, enfim estabelecer relações sociais e comerciais. Tendo em vista toda esta cadeia de atividades que se complementam é possível perceber a importância do centro urbano de uma população.

Ainda de acordo com Silva (2003) o processo de formação da cidade é fundamental para o desenvolvimento socioeconômico capitalista, pois nela há concentração de relações produtivas:

[...] a cidade pode ser considerada como espaço de produção, circulação e consumo, portanto, inserida na lógica capitalista, que suscita a necessidade de concentrar equipamentos, atividades e serviços de modo que as relações econômicas e sociais possam conquistar maior dinamicidade [...] (SILVA, 2003, p. 23).

Os autores mencionados tratam aqui da conceituação das economias de aglomeração e de como funciona este processo. Ao citar sobre esse assunto em seus trabalhos eles enfatizam a relevância da aglomeração no contexto socioeconômico de uma cidade ao facilitar a logística entre os produtores/fornecedores/clientes. Como o centro é o ponto de referência das mais diversas atividades, a aglomeração existente ali gera uma otimização de tempo, visto que os indivíduos deslocam-se para seus respectivos trabalhos e podem também resolver seus problemas, fazer suas compras basicamente nas proximidades.

1.2 O surgimento dos Subcentros

Ao observar os aspectos positivos que um centro possui como a sua grandiosa variedade de atividades, inicia-se uma disputa voluntária e involuntária por ocupação desse espaço, pois existem necessidades em comum a toda a população que se satisfaz naquele determinado ponto. Todos precisam estar neste local e realizar seus negócios ou suprir suas necessidades básicas.

No entanto, nem todos da cidade ou povoado residem próximo a este espaço econômico e devem deslocar-se independentemente da distância a ser percorrida até chegar a esse destino. Em busca de controle do tempo e energia gastos neste percurso, procura-se construir casas próximas ao centro, facilitando o acesso diário das famílias na execução dos seus afazeres, como trabalho dos pais e escola dos filhos. A rotina habitual das famílias é algo inerente à vida humana, faz parte da vasta gama de atividades que norteiam as relações de interdependência entre as pessoas de uma sociedade e será almejado por todos exercê-la de forma fácil reduzindo ao máximo as dificuldades impostas por ela, se possível obviamente. Villaça (2001) assim define o surgimento do centro: “O centro surge então a partir da necessidade de afastamentos indesejados, mas obrigatórios” (VILLAÇA, 2001, p. 239).

No decorrer dessa disputa por um espaço vizinho ao centro, surge outro fato que é bem explicado pela lei da oferta e da demanda, a valorização de lotes situados nas proximidades. Essa valorização ocorre pela grande busca da população em residir perto do centro e ter conforme citado acima um controle maior do tempo e energia despendido nos deslocamentos cotidianos. A partir daí nota-se que as classes econômicas mais altas possuirão o poder de usufruir dos espaços próximos ao centro, visto que estarão dispostos a pagar qualquer valor para ali se estabelecerem. Conforme conclui Lopes Junior (2007): “nesta perspectiva, a área central passa a ter valor ainda maior, ou seja, os preços da terra e dos imóveis se elevam decorrente das vantagens locacionais” (LOPES JUNIOR, 2007, p.21).

Com o passar do tempo e o aumento das famílias a tendência é que a aglomeração e a sociedade em si se tornem mais complexas, ao ponto de optarem por aumentar o tempo de deslocamento de sua residência até aonde realizem suas atividades habituais. Os espaços afastados das cidades torna-se o objeto de desejo para muitos que em busca de maior tranquilidade optam por acrescentar algumas horas ao trajeto durante o seu dia.

Mas, para acontecer essa troca, do controle para a otimização do tempo se faz relevante às vantagens que serão obtidas que podem ser tanto a dimensão do terreno que se oferta nas áreas afastadas do centro, ou até mesmo a diminuição dos ruídos e da poluição que geralmente acometem as áreas centrais com mais intensidade. Pois bem, a área afastada do

centro oferece boas condições de moradia para quem procura certo “isolamento”, mas geralmente ela não tem infraestrutura adequada para habitação. Então se inicia um processo de desenvolvimento, seja pelo poder público ou privado, com mecanismos que atrairão mais pessoas em adquirir lotes nesses espaços.

O poder público investe em infraestrutura do local, como boas estradas e transporte, visto que nem todos os moradores terão o mesmo nível de acessibilidade. Alguns possuem carro próprio, outros dependem de transporte coletivo, e há ainda outros que se deslocarão a pé para o centro. O importante é que os espaços em comum da sociedade são ocupados por todos, e as autoridades políticas devem fazer o possível para favorecer o acesso de todos aos seus respectivos trabalhos, escolas, locais de lazer e cultura.

De acordo com Villaça (2001), existe uma disputa pelo controle das condições de deslocamento, tanto para o centro como para a periferia, o qual ele se refere como “não-centro”,

[...] Entende-se por condições de deslocamento aquelas que produzem e resolvem os problemas de deslocamento – a produção das localizações (os “pontos”) boas (ou más) para morar, para construir um supermercado, para abrir uma pré-escola ou um salão de beleza, para construir um centro empresarial, etc. As que resolvem os problemas de deslocamento são o sistema viário (ruas, metrô, vias elevadas, viadutos, túneis, bem como a localização dos metrô, dos túneis, etc.) e os veículos (veículos particulares e públicos) [...] (VILLAÇA, 2001, p. 243).

Ao considerar os aspectos citados pelo autor observa-se que uma série de requisitos é necessária para que haja uma procura por moradias distante dos centros. Além de priorizar um local mais tranquilo para viver, longe de ruídos indesejados é conveniente que se tenha condições de deslocar-se com conforto, sem intempéries durante o percurso no trânsito. Essas condições que promovem um bom deslocamento são manipuladas pelas autoridades federais, estaduais e municipais. A sociedade pode solicitar que algo seja feito através de manifestos e ofícios, mas a concretização da facilidade de acesso aos pontos da cidade é da alçada do poder público.

Outro aspecto importante é o qual se refere à produção das condições de deslocamento, ou seja, das escolhas dos pontos comerciais ao longo desse trajeto até as zonas afastadas. No decorrer do tempo, com o aumento da população residindo nesse espaço faz-se imprescindível que lojas, supermercados, escolas sejam construídas nas proximidades para favorecer os seus moradores. Segundo Villaça (2001), o intuito do deslocamento das classes de alta renda para a área afastada do centro visa otimizar o uso do tempo ou controlá-lo e por

isso, se as classes migram para esta área juntamente com elas vão as escolas dessas classes, seus shoppings e até o centro da cidade. Para o autor, “dominar o centro e o acesso a ele representa não só uma vantagem material concreta, mas também o domínio de toda uma simbologia”, (VILLAÇA, 2001, p. 244), ou seja, percebe-se a alta influência exercida pelas classes sociais mais elevadas sobre a construção do espaço central.

Como o espaço urbano capitalista é um produto social, resultado de ações e comportamento humanos ao longo dos tempos e causado por agentes que produzem e consomem espaço, as constantes mudanças que são inerentes à natureza humana levam a um processo de reorganização do espaço. Estas ações ocorrem através da incorporação de novas áreas ao espaço urbano, deterioração de certas áreas, renovação urbana influenciada por alteração da infraestrutura para fins econômicos, etc. Apesar de todas essas intervenções ao espaço, ele mantém suas características de ser fragmentado e articulado, reflexo e condicionante social, mesmo que suas formas espaciais e funções tenham mudado (CORRÊA, 1995).

O autor ressalta que existem agentes determinantes que atuam na incorporação de áreas, nas mudanças de infraestrutura e escolha dos locais privilegiados demonstrando o domínio exercido por classes influentes. Os capitalistas detentores dos meios de produção, os proprietários de terras, promotores imobiliários e o Estado operam nas decisões sobre o rumo a seguir dos grupos sociais excluídos.

Os três primeiros grupos citados atuam de formas distintas, porém, com algo em comum: o interesse em apropriar-se da renda da terra. Atualmente é perceptível o funcionamento do capitalismo na área da construção civil, por exemplo, em que estes grupos se aliam de forma a explorar campos antes desocupados edificando residências de luxo e quando há o apoio do Estado, nas construções simples em lugares mais humildes para atender a camada da população menos abastada.

A busca por locais mais afastados do centro tem sido ambicionada por grande parte da população abastada e então as estratégias executadas pelos grupos aliados no propósito de fornecer este recurso tem se tornado cada vez mais evidentes e frequentes. Muitos são os motivos que levam ao interesse de residir em zonas periféricas, no caso, longe dos centros urbanos.

As regiões afastadas da cidade foram sendo ocupadas pelas camadas mais altas da sociedade não somente pela otimização do uso do tempo e pela busca por áreas menos poluídas ou mais espaçosas. A facilidade no deslocamento provocada pela vulgarização do

automóvel e o interesse de empresas imobiliárias em construir em espaços antes despovoados são motivos bem relevantes para a desocupação do centro principal por parte de tais camadas. À medida que as classes de alta renda abandonam o centro evidencia-se que estabelecimentos comerciais, órgãos públicos, espaços de cultura e lazer se aglomeram nas proximidades onde essas classes se situam, pois, a demanda é gerada basicamente por esse grupo.

Essas aglomerações diversificadas e equilibradas de comércio e serviços que não são o centro principal nomeiam-se como *subcentros* para (VILLAÇA, 2001). Este passa a ser uma réplica do centro principal em menor dimensão e atendimento, pois o centro principal atende a totalidade da cidade, enquanto o subcentro está disponível para a comunidade das proximidades.

O abandono dos centros principais por parte da elite da sociedade leva a um questionamento sobre uma possível decadência dos centros urbanos, haja vista que esta classe da população é a que mais demanda os serviços ofertados no centro. Sem esta parcela da sociedade teoricamente sobraria um vazio que as camadas mais baixas da população não conseguiriam ocupar. No entanto, as atividades realizadas no centro principal driblaram essa situação e as empresas passaram a atender as camadas baixas e, portanto, esses novos consumidores que tomaram o espaço do centro. Nas palavras de Villaça (2001): “Aquilo a que se chama ideologicamente de “decadência” do centro é tão-somente sua tomada pelas camadas populares, justamente sua tomada pela maioria da população” (VILLAÇA, 2001, p. 283). Nessas condições, sendo o centro realmente da maioria, ele é centro da cidade.

Então, até aqui exposto, fica evidente que o abandono do centro pelas camadas mais ricas da população não deve gerar uma deterioração do centro principal, e sim, uma descentralização do espaço que se dividem em subcentros. Os subcentros por sua vez geram aglomeração de atividades que antes eram encontradas apenas no centro principal da cidade. Com o surgimento dos subcentros os indivíduos tem a possibilidade de escolha entre grandes deslocamentos ou ser atendidos nas proximidades de seus bairros, optando por o que o satisfaz da maneira em que deseja ou o seu tempo disponível permite.

1.3 O Processo de Decadência dos Centros Urbanos

O processo de deslocamento do centro principal para as mais variadas áreas de uma determinada cidade, apresentando-se em forma de subcentros, é algo que vem acontecendo

desde meados do século XIX (VILLAÇA, 2001). O abandono do centro principal pelas classes média e alta rendas faz com que novos centros sejam formados para satisfazer as necessidades das classes onde elas se localizam. Enquanto isso a divisão social de classes fica cada vez mais visível, criando dois lados de uma mesma cidade, a dos ricos e a dos pobres, simbolizado distintamente pelo “centro velho”, o que antes pertencia à classe alta e agora foi popularizado, e o “centro novo”, dos mais ricos. Nas palavras do autor: “O centro tradicional abandonado pelas burguesias, vem sendo tomado pelas camadas populares” (VILLAÇA, 2001, p.311).

Ao deixarem de trabalhar, consumir e conviver com frequência no centro surge a idéia que este está se deteriorando, como se o sustentáculo das atividades no centro fosse dado totalmente por essa minoria da população. A partir do momento que esta parcela da sociedade desloca-se para áreas afastadas uma gama de atividades de comércio e serviço deixam de atendê-los e precisam criar estratégias para que a outra parcela da sociedade que ficou as margens do centro possa erguê-lo novamente. Porém como já citado anteriormente, as camadas da população com renda inferior se apossaram do vácuo que ficou no centro devido ao abandono das classes detentoras de poder, e por ser a grande massa da população, o centro passa a ser deles.

Deve-se considerar, no entanto, o significado da estrutura urbana como um todo articulado se relacionando entre as suas partes, ou seja, “centros novos” e “centros velhos” não podem ser desvinculados totalmente, pois um se relaciona com o outro, e as alterações em uma parte afetam as demais partes. Ao acontecer a segregação dos centros, muitas atividades existentes apenas naquele local são implantadas nos subcentros, e muitas das empresas abrem filiais nestes subcentros, mantendo na área central a matriz industrial ou comercial. Desta forma observam-se as relações existentes entre os espaços urbanos direta ou indiretamente (VILLAÇA, 2001).

Muitos são os fatores que levam a população mais rica a abandonarem o centro principal e construir novos centros específicos para satisfazer os seus desejos, materiais ou não. O aumento constante do preço da terra, impostos e aluguéis, os congestionamentos e transtornos causados pelo superpovoamento das áreas centrais, a falta de espaço para expansão, característicos da aglomeração do centro e ausência ou perda de amenidades, levam a uma conseqüente repulsão do centro (CORRÊA, 1995).

As empresas ali estabelecidas sofrem com os altos impostos estipulados pelo Estado sem ter em contrapartida melhorias de acesso às demais firmas e sem possibilidade de

ampliarem seus negócios por falta de espaço físico e condições estruturais como locais de estacionamento, por exemplo. Todas estas condições afetam negativamente os capitalistas que visam lucros extraordinários e menos restrições.

O autor também esclarece que esta descentralização está associada ao crescimento da cidade, em termos demográficos ou espaciais, aumentando assim a distância existente entre a área central e as novas áreas residenciais. O processo de descentralização favoreceu a abertura de filiais de empresas antes localizadas no centro, pelo fato do aumento do espaço, pois se fez necessário atender a demanda da população que reside em áreas afastadas dos centros urbanos, sem que eles precisem deslocar-se até este ponto central.

Todo este processo de descentralização, a criação de subcentros, a ampliação dos meios de transporte e infraestrutura das vias que viabilizaram o percurso das pessoas até as zonas mais afastadas da cidade, fazem parte da dinâmica imposta pelo capitalismo. Para os capitalistas a abertura de novas áreas representa também a abertura de novos mercados com possibilidades de retornos financeiros extraordinários. Com a ampliação do espaço destas empresas os capitalistas perceberam que poderiam fazer investimentos com vistas ao domínio do mercado de determinados segmentos e conquistarem seus lucros. Enquanto funcionavam nas áreas centrais com pouco espaço e sem oportunidade de investir em seu negócio, a probabilidade de expandirem era mínima. Ao se implantarem em regiões mais afastadas tornou-se interessante oferecer aos seus clientes, fornecedores e visitantes, o conforto de uma estrutura com estacionamento e sem ruídos, sem que eles precisem rodar pela cidade à procura de vaga e se deparem com barulhos desagradáveis de anúncios oriundos de carros de propaganda. Conforme cita Corrêa (1995): “a descentralização torna-se um meio de se manter uma taxa de lucro que a exclusiva localização central não mais é capaz de fornecer” (CORRÊA, 1995, p. 47).

A descentralização traz em seu processo benefícios para a sociedade capitalista em vários aspectos. Consumidores, industriais e promotores imobiliários usufruem da descentralização de formas particulares a cada um. Para os consumidores, o aparecimento de núcleos secundários de diversas atividades comerciais e serviços oferecem a oportunidade de gerar menos custos com transporte e tempo, tendo em vista que se torna possível obter produtos e serviços desejados nas proximidades de suas residências, mais rapidamente e sem grandes deslocamentos. Isso facilita a criação desses núcleos secundários, pois, ao constatar que a redução de tempo gera satisfação nos consumidores, o sistema capitalista percebe que existe demanda e oferece oportunidades para que o consumo seja maior, visto que ao reduzir

tempo e gastos com transporte, o poder de compra dos consumidores aumenta (CORRÊA, 1995).

As vantagens para o capital industrial estão relacionadas à nova localização e a venda do terreno do antigo estabelecimento. Ao se instalar uma nova indústria ou comércio em determinada área as possibilidades de crescimento são enormes. Primeiro porque alcança novos mercados, ainda que dentro de uma cidade, pois os custos de transporte são amenizados (geralmente grandes empresas são implantadas numa área de aglomeração de tais para facilitar o fornecimento e escoamento de produção, isso, claro, válido para grandes investimentos). Segundo porque grandes indústrias comumente dispõem de subsídios governamentais para ali funcionarem, como redução de impostos por um período. Neste caso a empresa se prontifica a contratar pessoas e assim gerar emprego para a economia local. Em contrapartida com as pequenas economias não ocorre assim.

De acordo ainda com o autor:

[...] A descentralização do capital comercial, por outro lado tende a levar ao desaparecimento das firmas dos bairros, pequenas firmas sem economias de escala, incapazes de concorrerem com as grandes, estruturadas em cadeias de lojas comandadas da Área Central: isto é particularmente marcante para certos gêneros comerciais [...] (CORRÊA, 1995, p. 48).

Quando a empresa desloca-se para outro lugar, ela lucra também com a venda do terreno onde funcionava a indústria ou estabelecimento comercial. E na maioria das vezes este terreno está muito bem valorizado financeiramente, pois até então a área central ainda ostenta os maiores preços.

Para os promotores imobiliários a formação de subcentros representa a abertura de campo para novos investimentos e reprodução do capital, tanto em áreas residenciais como em áreas empresariais. O autor cita como exemplo os *shopping centers* que são em muitos casos administrados e construídos pelo setor imobiliário e que são localizados em bairros mais afastados, ou seja, cria-se um subcentro. Corrêa (1995) conclui que “o processo de descentralização tem assim uma lógica que é aquela do capitalismo monopolista” (CORRÊA, 1995, p. 49).

É válido salientar mais uma característica importante para a formação dos subcentros que é a inacessibilidade socioeconômica das camadas populares ao centro principal. A dificuldade de chegarem a esta área por falta de investimentos em infraestrutura e transporte a partir de seus bairros, forçaram a implantação de estabelecimentos comerciais para atender a essa parte excluída da população (VILLAÇA, 2001).

A segregação ou a divisão social do espaço urbano, neste caso residencial, é caracterizado por uniformidades dos diversos grupos sociais localizados em um mesmo espaço. As diferenças socioeconômicas existentes são verificadas a partir das disparidades entre os bairros modestos e os luxuosos com grande infraestrutura. Com base nas características do espaço urbano, a fragmentação, ocorre também devido ao crescimento populacional nas cidades, de forma a surgir o problema de onde morar.

De acordo com Corrêa (1995) é necessário entender o problema da habitação. Ela é tratada pelo autor como uma mercadoria com valor de uso e troca e, portanto, submetida às leis de mercado. Porém ela depende de outra mercadoria que é a terra urbana, “cuja produção é lenta, artesanal e cara, excluindo parcela ponderável, senão a maior parte, da população de seu acesso, atendendo apenas a uma pequena demanda solvável” (CORRÊA, 1995, p. 62).

O papel do Estado é de total importância nesta facilitação do acesso das camadas de baixa renda às moradias, incluindo essa parcela da população nos direitos que são reservados a eles. De uma forma indireta, através do financiamento aos consumidores e às construtoras ampliando a demanda solvável e a possibilidade de acumulação capitalista. Já diretamente o próprio Estado pode construir as habitações. Logicamente essas construções serão em áreas mais simples, menos valorizadas, visto que a renda da grande massa da população não lhes permite usufruir de áreas nobres. Estas são moradias da minoria da população abastada que detém o poder de escolha. Esta classe dominante atua aumentando esse processo de segregação quando exerce sua vontade e possibilidade em selecionar o espaço em que querem viver. Ao se determinarem em suas opções de escolha automaticamente conseguem excluir as demais classes de sua zona de habitação, então o que sobra geralmente são as áreas periféricas como opção da classe baixa.

São notórias as divergências existentes entre os espaços ocupados pelas camadas de alta renda e os bairros periféricos com relação às infraestruturas ofertadas pelo Estado. Cada vez mais os condomínios luxuosos se destacam na cidade pela aparência moderna, pelo grau de segurança que seus habitantes usufruem, pela limpeza e status que demonstram. O percurso até estas áreas estão sempre sendo melhorados para oferecer boas condições de acesso às famílias ali estabelecidas. As melhorias das vias urbanas surgiram a partir do interesse dos promotores imobiliários nas camadas de mais alta renda por determinadas regiões e assim começa um movimento de oferta de serviços para essa área emergente (VILLAÇA, 2001).

Outra forma de atuação das classes dominantes na segregação é o controle que possuem sobre o mercado de terras, a incorporação imobiliária e a construção, dividindo o

espaço de acordo com suas pretensões capitalistas. Eles selecionam a área que os interessam e o interesse da camada de baixa renda não influencia em suas tomadas de decisões. As melhores terras, as mais bem localizadas e com infraestrutura exemplar ficarão de posse da classe que ostenta luxo e que detém o poder.

Segundo Villaça (2001) “as classes de mais alta renda escolhem a direção de crescimento” (VILLAÇA, 2001, p. 320) e quem os auxiliam nesta decisão são os promotores imobiliários que estão sempre alertas com o encaminhamento dos mercados nascentes. Estes visam a lucratividade através da transação da mercadoria terra e se interessam obviamente por áreas novas que possam ser ocupadas de forma a ostentar o patrimônio de seus clientes.

Estas áreas de possível crescimento tende a levar empresas públicas e privadas para fazer parte desta nova realidade. *Shopping Centers*, hipermercados, órgãos federais e estaduais partem para essa nova localização justamente para atender a demanda da população que geralmente fará maior uso de suas ofertas, a classe renda alta.

A partir do momento que as classes optam por uma determinada área, elas não tem idéia do status que passam a adquirir por ali se estabelecerem, no entanto, a aglomeração de camadas de mais alta renda em um ponto específico torna este lugar valorizado e, portanto, há um status ao morar ali. Nas palavras de Villaça (2001), “o status não existia antes de essas regiões serem ocupadas por tais classes; não existiam quando essas regiões eram vagas. É efeito e não, causa, da preferência das classes de mais alta renda” (VILLAÇA, 2001, p. 320).

Então ao se aglomerarem as classes mais abastadas em um mesmo local consequentemente ali será muito valorizado e demandado por outros pertencentes a mesma classe. Opostamente, as aglomerações das camadas de baixa renda em uma área a definirá como sem valor de mercado e consequentemente sem infraestrutura adequada.

O autor ainda ressalta as condições de deslocamento fazendo uma distinção entre os indivíduos da classe de renda alta e classe de renda baixa. No contexto da sociedade atual, dominada pelo automóvel a pior localização será onde a população depende do transporte público para se locomover e isso muitas vezes pode provocar a aglomeração nas proximidades do centro da cidade, justamente para que esses indivíduos tenham mais facilidade nos deslocamentos.

No caso da camada mais abastada da população a distância não é um problema, visto que todos possuem automóveis particulares e podem ir onde precisarem sem grandes esforços. Porém, a camada mais pobre da população terá outro problema que é o transporte público ineficiente porque as ruas onde essas pessoas vivem não possuem infraestrutura adequada

para corredores de ônibus, daí as empresas de transporte disponibilizarem veículos antigos e em estado de deterioração para não comprometerem a sua frota e não usufruir de prejuízos com manutenção frequente.

É perceptível então que o Estado beneficia em grandes proporções a classe dominante da sociedade através de infraestrutura nas áreas onde ela reside. Ruas pavimentadas, arborizadas, para que seus moradores possam transitar com seus automóveis sem problemas com buracos ou qualquer obstáculo na via. Em contrapartida, as localizações da população mais pobre são desestruturadas, sem qualquer conforto para seus moradores. Sendo assim, a disparidade entre os bairros luxuosos e os periféricos é enorme o que revelará o valor de mercado que cada um possui.

Para Corrêa (1995) a segregação residencial pode ser vista como um meio de reprodução social, e o espaço social atua como um condicionante sobre a sociedade. Para o autor o local onde funcionam empresas do setor produtivo, comércio ou serviços constitui-se como local de produção. Em compensação espaços residenciais podem ser definidos como unidades territoriais e sociais tornando-os assim um local de reprodução. Segundo Corrêa “a segregação residencial significa não apenas um meio de privilégios para a classe dominante, mas também um meio de controle e de reprodução social para o futuro” (CORRÊA, 1995, p. 66).

Conforme considerado anteriormente a descentralização urbana ocorre na busca pelas vantagens locacionais disputadas pelas classes sociais. Nesta luta os vencedores são sempre a classe dominante que detém o poder das escolhas e tem ao seu lado, ou até em seu controle, os promotores imobiliários e o Estado. A otimização dos gastos de tempo despendido nos deslocamentos é uma vantagem muito disputada por todos. Villaça (2001) resume que “o benefício ou o recurso fundamental que se disputa no espaço urbano é o tempo de deslocamento” (VILLAÇA, 2001, p. 328).

Então a camada das classes de alta renda procuram para si otimizar as condições de deslocamento, mas ao fazer isso as condições para a parcela da sociedade de baixa renda são pioradas. Para que as classes ricas usufruam de melhores condições de deslocamento, é necessária a intervenção do Estado em produzir um sistema viário de qualidade, oferecendo conforto e segurança para o transporte individual destas pessoas. Em compensação deixa de distribuir os recursos nas áreas periféricas, onde habitam a maior parte da população pobre, permanecendo as vias esburacadas, sem sinalização adequada e transporte coletivo deteriorado.

Segundo o autor existirá um conflito entre a classe decorrente da disputa das camadas de renda baixa pela sua sobrevivência, lutando por melhores condições sociais. Apesar de que como dito anteriormente, as classes dominantes obterem seus desejos sem esforço algum, pois será beneficiado pelo Estado ao criarem suas localizações nobres e simplesmente pelo fato de terem o poder na sociedade serão atendidas as suas reivindicações (VILLAÇA, 2001).

Complementando o pensamento de Villaça (2001), Silva (2003) explica que é necessário entender a dinâmica própria do espaço urbano “que se mostra conflituoso por apresentar facetas de concentração e dispersão, riqueza e pobreza, produção e destruição da alienação e da conscientização” (SILVA, 2003, p. 30).

Os autores trabalham com um mesmo raciocínio sobre o efeito da segregação das classes através da divisão territorial. Efeitos esses visíveis de uma sociedade desigual em que poucos detêm o poder e tem ao seu favor políticas públicas que os favorecem, enquanto a maioria da população, os mais pobres, é pouco beneficiada. O conflito então existe a partir do momento que a classe pouco favorecida faz suas reivindicações ao Estado por melhoria de condições de vida. Entende-se que o processo de segregação dos centros urbanos ocasiona um aumento da desigualdade socioeconômica.

No caso da criação dos subcentros, quando as classes de renda alta optam por afastar-se do centro em busca de terrenos mais espaçosos, de locais com menos poluição, ainda assim eles conseguem otimizar o tempo de deslocamento, pois, os seus empregos, seus espaços de lazer e cultura, a escola de seus filhos, tendem a migrar para tal localização. Com isso esta classe causa uma revolução do centro principal produzindo o que Villaça (2001) define como “centros expandidos”, o “seu” centro e o centro “dos outros” (VILLAÇA, 2001, p. 329).

A localização das indústrias também passa por essa disputa de localização. Neste caso o que entra em jogo são os interesses de deslocamento dos capitalistas, dos trabalhadores e os interesses das atividades terciárias e da habitação. Primeiro os capitalistas decidem em que cidade atuar através da abertura do mercado e também dos benefícios oferecidos pelo governo, depois passam a disputar a localização com as residências e com o comércio. Nesta disputa o interesse deles passa a ser a acessibilidade ao centro. Villaça (2001) conclui: “Esse interesse na centralidade é a própria razão de ser das cidades, como organismo espacial. Sem ele, as cidades não existiriam” (VILLAÇA, 2001, p. 329).

Na realidade essa disputa pelas melhores localizações, sejam elas residenciais ou não, parte da ideologia propalada pela classe dominante de deterioração. O intuito de tal

classe é simplesmente facilitar o seu processo de dominação da sociedade. Para tanto é utilizada a ideologia da naturalização de processos sociais. A expressão deterioração do centro consiste em classificar o centro urbano como envelhecido, em um estado de quase ruína, pelo fato de abandonarem os grandes edifícios que antes funcionavam ali. Mas a preocupação dos detentores capitalistas é que esse processo seja tão natural que não os envolva como parte integrante dessa decadência, pelo fato também do centro ser uma área importante de uma cidade. Conforme pontua Villaça (2001): “a ideologia dominante quer veicular a crença de que a ruína do centro é um processo natural, decorrente de seu envelhecimento” (VILLAÇA, 2001, p. 345).

Ao se desocupar prédios antigos e abandoná-los, a classe de alta renda contribui, ainda que não acreditem que sejam participantes do processo de degradação, com a invasão dos mesmos por moradores de rua e usuários de entorpecentes que se apossam de tais locais. Consequentemente esse espaço torna-se rejeitado por uma minoria da população que não se enquadra nesta classe de despossuídos de renda e a partir daí o centro é caracterizado como perigoso e decadente. Tanto no sentido de ser moradia de uma classe marginalizada como no envolvimento do Estado que não atua com políticas públicas com vistas a restaurar a imagem e estrutura deste novo centro. O efeito do processo de deterioração dos espaços urbanos gera com o abandono e desocupação dos prédios a apropriação indevida e inadequada dessas edificações e se tornam cortiços ou são ocupadas para atividades de fins ilegais (VARGAS, 2006).

As transformações que ocorrem nos espaços produzem mudanças no cotidiano dos habitantes dali e das proximidades em todo o seu contexto, como afirma Carlos,

[...] Essas transformações espaciais produzem, imediatamente, transformações nos usos, funções e formas de apropriação de espaço e, com isso, transformações no modo de vida, pois modifica as relações e a vida dos habitantes, bem como sua condição diante do lugar que diz respeito a sua vida e com o qual se identifica [...] (CARLOS, 2007, p. 88).

O Estado tem um papel importante neste contexto ao fomentar medidas que estimulem o desenvolvimento das atividades no centro principal, apesar de ele não estar deteriorado, não no sentido que se tenta aplicar. Como já foi dito anteriormente o centro abandonado pela burguesia passa então a ser frequentado pelas camadas da população de menor renda, ou seja, o centro torna-se deles (CORRÊA, 1995).

O que se faz perceptível ao analisar as estratégias para aplicação de planos referentes a construção ou reestruturação dos espaços é que a cidade é utilizada apenas no seu sentido

físico como para morar, trabalhar ou divertir. A cidade é reconhecida como meio físico, esquecendo-se das relações interpessoais que se estabelecem entre seus habitantes e há então uma busca pela viabilização dessas necessidades básicas e o que se encontra são soluções técnicas (CARLOS, 2007). Talvez consigam resolver uma boa parte dos problemas físicos e estruturais, mas os problemas sociais são deixados em um segundo plano, fato que influencia diretamente na segregação das classes.

A classe dominante que se deslocou para áreas mais afastadas da região central da cidade cria para seu grupo o centro “novo”. O centro “velho” antes pertencente a eles agora é da maioria da população. O centro “novo” então de acordo com a ideologia dominante é o criado por essa classe, esse é então o mais novo centro da cidade (VILLAÇA, 2001).

Ao inculcar na mente da maioria da população que a cidade é a parte constituída onde está a minoria da população, ou seja, a classe mais rica, o Estado investe nesta nova cidade e passa a privilegiá-la, oferecendo completa infraestrutura e protegendo-a, e ao fazer isso por uma parte da cidade o Estado está atuando em toda ela.

Este fato é mesmo muito interessante, pois o que é visto com muita frequência é o investimento do governo do Estado nestas áreas privilegiadas em detrimento das demais. A urbanização, pavimentação, iluminação, segurança destas áreas é bem mais perceptível que em qualquer outro local da cidade. Portanto, as desigualdades prevalecerão entre as classes e o conflito também, visto que as disparidades entre elas são muito acentuadas.

2 EXPERIÊNCIA DE REVITALIZAÇÃO EM CIDADES DO BRASIL

2.1 Contexto Histórico da Revitalização: Revitalização X Gentrificação

O significado da palavra revitalização de acordo com o dicionário virtual Michaelis é “ato ou efeito de revitalizar, conjunto de medidas capazes de dar novo impulso ou maior eficiência a algo”. Ainda, segundo o Dicionário Informal revitalizar é “o mesmo que revigorar, dar nova vida, reviver”. Relacionando o sentido de revitalização aos centros urbanos, a idéia que surge é que estes se apresentam “mortos” para que seja imprescindível revigorá-los, revivê-los, ressuscitá-los. O desgaste pelo tempo e a falta de manutenção e

reestruturação dos centros urbanos o deterioram e há a necessidade de investir neles para sua recuperação, tanto física quanto social.

Para os autores Moura, Guerra, Seixas e Freitas (2005) a revitalização urbana envolve estratégias de cunho social, econômico e cultural em um processo de inclusão e integração dos diversos setores de forma a atender toda a coletividade, utilizando programas de urbanização muito diferenciados. Assim, a revitalização ganha uma amplitude social generalizada, buscando correlacionar os projetos para todos os setores da sociedade.

O primeiro projeto de revitalização da história da literatura acadêmica que se conhece deve-se ao Barão Haussmann (BARRETTO, 2013), prefeito de Paris nos anos 1853, nomeado por Napoleão III. Haussmann foi inovador e assumiu um projeto urbano e político no intuito de tornar a cidade moderna e higienizada, pois Paris não possuía sistema de saneamento básico e pavimentação naquela época. Durante a sua longa administração entre 1853 e 1870, demoliu casarões antigos e construiu modernos prédios, parques e avenidas amplas, dentre as quais está a famosa Champs Elisées. Georges Eugene Haussmann era considerado o maior modernizador urbano que deixou suas marcas registradas na cidade até o dia de hoje (TERRA, 2010).

Diante do referido projeto pioneiro de revitalização em Paris e de seus objetivos, é válido salientar os questionamentos feitos por Vargas (2006) no sentido de compreender como ocorre o processo de deterioração para justificar a intervenção via revitalização. As causas e efeitos podem ter origem interna ou externa, ou seja, a revitalização pode ocorrer por consequência dos congestionamentos de atividades inerentes aos centros urbanos ou pelo desgaste natural ao longo do tempo. No entanto, a degradação pode ser decorrente da concorrência com outras áreas da cidade consideradas mais promissoras e com sua constituição mais moderna. Na condição de efeito do processo de deterioração vê-se o abandono ou desocupação das edificações por parte tanto da ala pública quanto privada, fazendo com que seja possível a ocupação indevida desses locais na forma de encortiçamento.

De acordo com Barretto (2013) a revitalização tem como base englobar em um projeto uma série de questões com vistas a solucionar diversos problemas urbanos, tais como melhoria dos transportes e do trânsito, regulamentação do uso do solo e combate à marginalidade. Envolve também esquemas de melhoria das moradias no âmbito da estruturação, localização e saneamento, analisando suas deficiências atuando juntamente com o Estado, o que justifica a participação dos departamentos de saúde nos projetos.

A partir dos termos expostos observa-se que o processo de revitalização, requalificação ou qualificação trata-se de uma reestruturação e remodelação urbana com a finalidade de retomar o espaço urbano como público, ou seja, que todos os atores se tornem participantes do novo ambiente social (LEITE, 2002).

Esta afirmação gera uma busca nas mais diversas possibilidades que este espaço público possa ser definido. Ser público por ser um espaço comum a todos independente de classes sociais econômicas e financeiras, ou ser público ao atender a determinados grupos sociais especificamente. Esses questionamentos surgem no sentido de entender como funciona o processo de revitalização e quais os fatores que são necessários para adotar essa medida. Como ocorre a intervenção tanto do poder público como do setor privado na reestruturação ou recuperação de tal localidade irá definir tais questões (BOTELHO, 2005).

Faz-se necessário então uma clareza nos objetivos do projeto de revitalização, visto que vários objetivos podem ser enumerados para justificar tal intervenção. Se existe uma preocupação com a otimização da infraestrutura do local para benefícios de toda a coletividade, ou simplesmente uma forma de valorização da gestão urbana com fins políticos ou dinamização da economia urbana através do turismo, lazer e cultura, entre outros (VARGAS, 2006). O distanciamento entre as propostas de revitalização e o que efetivamente se alcança é fortemente destacado pela autora:

[...] os objetivos devem refletir as reais demandas sociais, mediada pela possibilidade técnica e viabilidade de alcançá-los. Não podem ser estabelecidos a partir dos desejos dos administradores públicos em acordo com os empreendedores imobiliários ou a partir de alguns devaneios dos que propõe e projetam estas intervenções [...] (VARGAS, 2006, p. 04).

Ainda neste contexto Arantes (2009, apud GAGLIARDI, 2011) cita que os projetos de requalificação urbana que se espalha pelo mundo é resultado da hegemonia dos Estados Unidos como efeito da tendência da globalização nas políticas de ocupação territorial urbana. Essa tendência de requalificação ou reestruturação da matriz americana chega aos demais países através da globalização e se difunde criando cenários semelhantes ou pelo menos com idéias semelhantes. Existe aí uma absorção da cultura do país central.

No atual cenário econômico de competição entre os mercados, o local e o global se confundem, pois a revitalização numa determinada localidade com vistas a atrair os olhares de forma global, traz consigo a exigência de mudanças tanto no sentido físico quanto cultural de uma região. Em seu artigo Botelho diz:

[...] Mas, uma vez que o modelo difundido no mundo é o mesmo (os centros precisam se revitalizar para tornar as cidades competitivas), o que se observa em muitos casos é o comprometimento da diferenciação que existia em cada sítio, seja no aspecto cultural e dos usos e costumes locais, seja no plano urbanístico e arquitetônico [...] (BOTELHO, 2005, p.54).

Ainda, dentro dessa explanação a cultura funciona como uma aliança de classes e interesses: “[... essa centralidade da cultura faz convergir a participação ativa das cidades nas redes globais por meio da competitividade econômica...], que dê a idéia de cidadania induzida pelas atividades culturais” (ARANTES, 2009, p. 47 apud GAGLIARDI, 2011, p. 124).

Segundo Ultramari (2006) as demandas culturais são fortes influenciadoras no processo de revitalização urbana e é o que justifica em sua grande parte os projetos realizados no Brasil. O autor cita que os grandes projetos encabeçados no cenário urbano nacional acontecem em áreas tradicionais da cidade, subutilizadas e com forte referencial histórico, o que releva a adaptação dessas áreas em novos espaços de cultura e lazer.

Haja vista que as mudanças físicas elaboradas no local, além de criarem um novo aspecto ao ambiente e as fachadas das construções, trazem mudanças de usos e costumes locais. Transformam o ambiente comum em algo novo, e conseqüentemente influenciam na maneira de pensar e agir da população que ali frequenta. O que pode ser interessante se o lugar antes era pouco frequentado por não proporcionar bem-estar, seja por motivo de insegurança, falta de higienização ou iluminação adequada. Enfim, uma série de hipóteses que podem ser apontadas por impedirem as pessoas de visitar alguns locais.

É interessante salientar no campo da diferenciação decorrente da revitalização, o contexto do espaço público e espaço urbano dentro da sociedade. De acordo com Leite (2002) o espaço urbano não deve ser confundido com espaço público, haja vista, que existem ações que atribuem sentido de lugar e pertencimento aos espaços urbanos e inversamente, do mesmo modo, os espaços públicos sobrevêm igualmente na construção do sentido para as ações, tornando os espaços urbanos componentes dos espaços públicos. Nas palavras do autor, “locais onde as diferenças se publicizam e se confrontam politicamente” (LEITE, 2002, p. 116).

Neste sentido, observam-se duas vertentes do espaço que se faz em termos de público (do qual retira a categoria ação) e urbano (referindo-se ao contexto espacial). Ambos interagem, mas possuem diferenças: “Embora o espaço público se constitua, na maioria das vezes, no espaço urbano, devemos entendê-lo como algo que ultrapassa a rua...” (LEITE, 2002, p. 116).

Para Ultramari (2006) os projetos de revitalização urbana devem ser pensados de forma a atender a toda comunidade, ou seja, praticar a inclusão nesse novo ambiente de todas as classes. O autor acrescenta que nesse projeto deve vir explícito a idéia do progresso e de um patriotismo único de forma a integrar toda a cidade num projeto comum, valorizando as parcerias do público com o privado complementado por um único pensamento de agregar a todos. No entanto, a maioria dos projetos se inicia pelo interesse de uma minoria com foco em ações estratégicas de cunho político e econômico.

Detalhando melhor o exposto acima, ainda de acordo com Leite (2002) dentro da dimensão espacial da vida urbana existe uma atribuição de usos e ações em determinados locais da cidade, o que traduz em uma diversidade de públicos que ocupam tais espaços conforme as suas necessidades e interesses. As diferentes ações que são atribuídas a esses locais o influenciam, de tal forma a caracterizá-los com alguma individualidade ou particularidade de público.

A partir desse contexto de diferenciação é comum utilizar-se o termo gentrificação – *gentrifying* no original em idioma inglês ou *gentrification*. É um termo atribuído a uma socióloga naturalizada inglesa, Ruth Glass, e tem um sentido de enobrecimento, já que não existe uma tradução perfeita para o português. Foi utilizado pela primeira vez em um processo de invasão dos bairros operários de Londres pela classe média nos anos de 1964. Essa invasão ao acometer tais bairros fazia com que a região se tornasse valorizada elevando os preços dos imóveis e, conseqüentemente expulsando os moradores pobres de suas casas (BARRETTO, 2013).

Para Menezes (2000, apud LEITE, 2002) o sentido de gentrificação pode ser percebido durante os processos de revitalização urbana quando estes sinalizam o foco econômico das ações previstas. Transformação de lugares antigos em espaços com variedade de opções de lazer, com vistas ao turismo e ao consumo é forte tendência de uma política de gentrificação.

Os processos de gentrificação podem significar ainda, não somente a desapropriação da área antes ocupada pela classe baixa da população e agora tomada pela classe média e alta, mas também uma mudança no uso e costumes desse local. Uma mudança nos hábitos antes existentes ali que após a ocupação pelas classes mais abastadas fará com que a população de baixa renda se sinta obrigada a deixar o local por não usufruir do mesmo padrão de vida. Há uma relação entre os grandes projetos urbanos e os processos de gentrificação (ULTRAMARI, 2006).

A reestruturação ou revitalização dos espaços proporciona outro aspecto físico ao que antes era modesto e comum. Ocorre uma reestruturação produtiva que se faz necessário para atender as demandas que surgem no decorrer deste processo seja na inovação ou na capacidade produtiva em questão. A ascensão das atividades financeiras é o retorno esperado para o investimento feito no setor de turismo e lazer “como parte importante das atividades culturais que passam a ter lugar nesse novo cenário urbano” (GAGLIARDI, 2011, p. 124).

Diante dessa breve conceituação da revitalização nos espaços urbanos e quais as possibilidades a partir desse processo, será mencionado a seguir experiências de revitalização em duas cidades do Brasil. Um caso mais específico que trata da revitalização da Rua Vidal Ramos, no Centro Histórico da cidade de Florianópolis, Santa Catarina e a revitalização do centro de Vitória, capital do Espírito Santo.

2.2 Experiência de Revitalização na Rua Vidal Ramos, Florianópolis, Santa Catarina

A Rua Vidal Ramos é uma importante avenida da cidade de Florianópolis, capital de Santa Catarina, estado que abrange 295 municípios. A população estimada de Florianópolis em 2013 é de aproximadamente 453.285 habitantes (IBGE cidades).

A cidade de Florianópolis apresenta uma economia bastante diversificada entre a prestação de serviços públicos, indústria de transformação, turismo por conta de suas belas praias, alternância climática entre verões e invernos acentuados e sua paisagem urbana moderna, mas, que guarda muito do estilo arquitetônico colonial. As atividades comerciais na cidade também são de grande relevância para a economia local. (PREFEITURA MUNICIPAL DE FLORIANÓPOLIS).

De acordo com o SEBRAE/SC o chamado Projeto Revitalização transformou a rotina dos comerciantes, trabalhadores e consumidores da Rua Vidal Ramos. O que antes era um tradicional comércio varejista sem graça no seu aspecto físico tornaram-se atraentes *shoppings* a céu aberto, com fachadas de lojas restauradas e pintura padronizada, placas de identificação, com instalação de bancos, floreiras e lixeiras, contribuindo para a higienização da rua e bem-estar dos que por ali circulam ou trabalham.

Ainda conforme o exposto no sítio do SEBRAE/SC, os lojistas do Estado se reuniram para tentar impedir a deterioração no comércio que já era visível por conta da pouca frequência de consumidores, especificamente na Rua Vidal Ramos, que era muito pouco

frequentada (BARRETTO, 2013). Os comerciantes locais sentiam a necessidade de se reinventarem para não perder a competitividade com o restante do comércio da cidade.

A ação envolveu o SEBRAE/SC, prefeituras de seis cidades de Santa Catarina que participaram do projeto, proprietários de aproximadamente 220 empresas e instituições locais do varejo. Após a realização da reestruturação física da Rua Vidal Ramos, o SEBRAE/SC promoveu uma série de cursos e consultoria aos lojistas para melhorarem o atendimento ao público e também aperfeiçoar as técnicas de gestão e alcançarem maior êxito em seus negócios.

O presente relato dessa experiência de revitalização da Rua Vidal Ramos é fruto de um estudo elaborado pela Doutora em Antropologia pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Margarita Barretto, publicado no ano de 2013.

Na referida explanação a autora demonstra através de fotos as características da antiga rua e como após o processo de revitalização ela está atualmente. A pesquisa ocorreu a partir da observação da rua, do comportamento dos lojistas, funcionários e consumidores que por ali passavam, e através de questionamentos para quem apreciava as vitrines, sem interromper os que faziam compras no momento.

De acordo com Barretto (2013) os entrevistados definem a rua como pacata, descuidada e perigosa, sem muito movimento e que dava medo aos lojistas e funcionários ao fecharem suas lojas. Por ter pouca movimentação ela era praticamente abandonada também pelos órgãos municipais, pois não possuía sequer uma infraestrutura adequada, com bueiros entupidos que transbordavam esgoto quando chovia. Muitas das pessoas entrevistadas nas proximidades declararam que antes da revitalização não haviam nem chegado a atravessar a rua por conta do baixo movimento ali e do risco de serem assaltadas.

Após o processo de revitalização a Rua Vidal Ramos ganhou um aspecto totalmente renovado. Novas fachadas e completa pavimentação em acordo feito junto à prefeitura da cidade que investiu em uma nova rede de saneamento básico e iluminação, deixando os lojistas, funcionários e transeuntes daquela localidade mais satisfeitos em utilizar a rua. A rua também ganhou bancos, lixeiras e floreiras, o que acrescentou charme ao local. A rua passou a ser bem frequentada, inclusive por quem não estava interessado em fazer compras, mas por quem passou a fazer do seu trajeto esse novo ambiente aconchegante e reunir-se com amigos para tomarem um café ou simplesmente sentarem nos bancos e observarem a nova paisagem.

A população da rua, moradores e lojistas, fizeram acordo com relação ao horário de descartar o lixo nas lixeiras e o horário de recolhimento realizado pela empresa de limpeza

urbana. Com isso a rua permanece limpa, sem odores desagradáveis, sem risco de contaminação por ter lixo espalhado e sem risco também de ter impedido o funcionamento da rede de esgoto por conta de resíduos nas tubulações.

Com a alta do movimento os lojistas perceberam um aumento nas vendas e acreditam que obter maiores ganhos é só uma questão de tempo.

De acordo com Barretto (2013) algumas questões foram levantadas, como a acessibilidade das pessoas na rua. Depois da revitalização a rua ficou mais estreita porque as calçadas foram alargadas para a colocação dos bancos e lixeiras e para a melhor circulação dos pedestres. Sendo assim o tráfego de carros foi proibido em praticamente toda a extensão da rua. Algumas pessoas questionaram o fato de não poder estacionar na rua e terem de deixar seus carros distantes de seus respectivos locais de trabalho. Mas nem todas as pessoas se incomodaram com isso. De acordo com o relato da autora uma entrevistada disse não ver problema algum nessa mudança e que acidentes seriam evitados por não haver trânsito ali.

Alguns outros questionamentos, como a falta de policiamento durante a semana e a utilização da rua por mendigos durante a noite para dormirem são controversos.

A autora concluiu que com o processo de revitalização houve grandes melhorias na rua e proximidades, na infraestrutura, pavimentação, saneamento, trânsito, iluminação. A mudança nas fachadas das lojas com um visual glamoroso criou um ar de enobrecimento ou gentrificação, visto que os consumidores da classe mais alta, antes confinados nos *shoppings*, passaram a frequentar esse novo ambiente. Mas pelo que foi observado não houve uma segregação, visto que permaneceram os antigos donos das lojas e os antigos consumidores a usufruir do ambiente revitalizado.

A autora discorreu sobre o seu ponto de vista acerca da sociedade capitalista que leva à segregação das classes e diz que a revitalização urbana não inclui os marginalizados, mas inclui a classe média que também sofreu com a exclusão no decorrer do século XX. Ela acrescenta que é necessário que haja políticas públicas com o intuito de incluir todas as classes: “Enquanto não houver projetos políticos para incluir todas as classes sociais, porque o modelo econômico escolhido – o neoliberalismo – é excludente, considera-se que projetos para incluir, pelo menos, as classes médias são bem-vindos” (BARRETTO, 2013, p. 601).

2.3 Experiência de Revitalização no centro de Vitória, Espírito Santo

A cidade de Vitória, capital do estado do Espírito Santo tem uma população de 348.268 habitantes segundo estimativa do IBGE (2013). Considerada uma cidade média, Vitória inicia sua fundação 34 anos após o descobrimento do Brasil em 1500. A ilha de Vitória está localizada na região sudeste do Estado próxima aos grandes centros urbanos do país e é rica em belezas naturais e culturais que atraem inúmeros turistas a cada ano. Por apresentar um índice notável de crescimento em relação às demais cidades do Brasil, vem se tornando um destino turístico em ascensão. A economia da cidade está voltada para o setor de serviços e comércio mais intensamente, mas também fazem parte de suas atividades a indústria e extração mineral, e em menor quantidade a agropecuária, pesca e aquicultura. Entre as maiores e mais conhecidas empresas da capital estão a Petrobrás Distribuidora e a Vale, do setor de comércio atacadista e indústria de extração mineral, respectivamente. (PREFEITURA VITÓRIA, 2012).

O atual centro tradicional de Vitória foi cenário de ocupação pelos portugueses desde a década de 1550 onde a vila foi construída no intuito de refugiar os colonizadores que se protegiam de possíveis invasores, pois o local era de difícil acesso e íngreme possibilitando a visualização de todos os arredores. Até o século XIX a atividade econômica baseava-se apenas no setor açucareiro e logo após com o estabelecimento do café na província, o porto era utilizado para o escoamento da produção regional para o Rio de Janeiro. A partir de 1960 é que a cidade obteve importância como porto exportador do minério de ferro vindo de Minas Gerais através da Estrada de Ferro Vitória a Minas (BOTELHO, 2005).

Segundo o texto do autor, até os anos 1960 o centro era alvo de investimentos das políticas públicas do Estado, mas a partir daí com o crescimento populacional e a expansão da malha urbana a região central foi perceptivelmente esvaziada, e já não apresentava importância que demandasse os investimentos do poder municipal. O processo de degradação do centro ocorreu principalmente pelo abandono e desvalorização dos imóveis, pela desocupação da classe média e pelo descaso do poder municipal, e também pela popularização do centro que é uma consequência do abandono do local pela população mais abastada.

[...] A ação planejada do poder público e a especulação imobiliária promoveram a descentralização e a polinucleação da cidade, reduzindo o centro original a um “corredor de tráfego”, com importância deliberadamente diminuída [...] (BOTELHO, 2005, p. 58).

Ainda de acordo com Anjos e Lima (2008) desde o final da década de 1970 o processo de degradação da região central de Vitória sinalizava o esvaziamento através da

mudança nos rumos dos investimentos que foram transferidos para a região norte da cidade e consequentemente fizeram com que a população residente ali abandonasse o centro e fosse em busca de regiões prósperas. A falta de investimentos do poder público trouxe para o centro de Vitória uma paulatina degradação dos espaços.

A partir dos anos 1980 o centro de Vitória mostrou uma considerável recuperação através do retorno dos investimentos do poder municipal com um discurso pautado na qualidade de vida, valorização do patrimônio público e a participação popular. Com características do empreendedorismo americano e planejamento estratégico catalão, as políticas públicas municipais se orientaram a partir da imagem da cidade, implantando esta na globalização mundial ao promover o seu reconhecimento (BOTELHO, 2005).

O interesse por parte do poder público municipal no projeto de revitalização do centro de Vitória vem ocorrendo desde meados dos anos de 1990. A necessidade de retomar o centro como importante área de desenvolvimento socioeconômico da cidade é uma das prioridades do governo municipal, que tem como foco a preservação e valorização do patrimônio histórico e cultural e reverter a situação de esvaziamento central. Para tanto o município criou a Coordenação de Revitalização Urbana, constituída por arquitetos e urbanistas para acompanhar e executar o programa de Revitalização do Centro. Esta equipe atua na elaboração de projetos de reurbanização e recuperação da área central e na execução desses projetos (PREFEITURA VITÓRIA, 2012).

Entre as medidas adotadas para promover a revitalização do centro, estão a recuperação dos imóveis de interesse de preservação, a identificação e destinação de imóveis inutilizados para alguma outra finalidade, a reurbanização e requalificação dos espaços públicos, a valorização do patrimônio histórico, cultural e paisagístico da cidade e há também projetos para implantação de novos instrumentos turísticos, culturais e de lazer com vistas ao ganho social e econômico para a região (PREFEITURA VITÓRIA, 2012).

As ações voltadas para a revitalização ou revalorização do centro de Vitória demonstraram uma associação com a preservação do patrimônio cultural, em parceria com a sociedade nos aspectos socioeconômicos, histórico cultural, ambiental e urbano. De acordo com Botelho (2005) esta associação do tema revitalização do centro e do tema patrimônio cultural, ainda que não exclusivamente relacionado, torna-se relevante ao constar tanto no Plano Estratégico da Cidade de Vitória quanto no Plano Plurianual 2002-2005. Percebe-se então uma estratégia por parte do poder público em inserir de forma competitiva a cidade no

cenário globalizado, garantindo assim a diferenciação e sustentabilidade do desenvolvimento almejado para a cidade.

Para alcançar tal objetivo Anjos e Lima citam que revitalizar o centro é mais que pintar e renovar prédios e fachadas. É necessário pensar que a intervenção ocorre dentro de uma realidade conhecida e que a possibilidade desta intervenção provoca mudanças na realidade dos que vivem ali e tais mudanças devem ser desejadas por estas pessoas.

[...] significa “re-vigorar forças” pessoas, suas relações com o espaço em que vivem, com as instituições em sua volta e com elas mesmas. Isso requer partir do conhecimento do que é real/concreto e re-articular com um todo, ainda que desconhecido e fragmentado [...] (ANJOS E LIMA, 2008, p. 11).

A preservação do patrimônio histórico de Vitória apresenta uma grande importância para a cidade no aspecto do cenário globalizado competitivo em que se encontra. Alguns imóveis tombados no centro da cidade podem ser exemplificados no processo de revitalização/revalorização do centro histórico, como a Capela de Santa Luzia (século XVI), Igreja do Rosário (1765), a Igreja de São Gonçalo (1707-1766) e dois sobrados coloniais da Rua José Marcelino.

Algumas mudanças foram percebidas ao longo do processo de revitalização do centro de Vitória. Conforme relata Botelho (2005) as edificações da Avenida Jerônimo Monteiro considerada a mais movimentada da região ganharam novas fachadas, tanto as construções públicas como o Museu de Arte do Espírito Santo, quanto os imóveis comerciais privados. Até o porto que se encontra no centro da cidade e funciona em suas plenas atividades portuária não desqualificou o local, pelo contrário, o aspecto deste não apresenta a degradação comum que este tipo de atividade ocasiona. E o porto passou então a fazer parte dos pontos turísticos do local.

Na região do Parque Moscoso existe um parque que foi criado para valorização da área e referência para os visitantes da cidade. Este parque havia sido interditado por conta da situação degradante em que se tornou sendo ocupado por pessoas usuárias de entorpecentes e para a prostituição. Após a proposta de revitalização o parque foi reaberto e recuperado com vistas a resgatar a imagem inicial do projeto e produzir renovação no entorno. No entanto, as casas vizinhas ao parque ainda não foram todas restauradas e muitas permanecem em estado precário.

Um das dificuldades encontradas no centro da cidade citada na pesquisa do autor é a ausência de pessoas circulando no local durante a noite. O cenário revigorado e deslumbrante do dia dá lugar a sensações de vazio e abandono durante a noite, o que tem

repercutido na economia do centro. Por conta do esvaziamento noturno os hotéis da região estão cada vez mais desocupados e ameaçados de fechamento. Para amenizar tais efeitos o poder público municipal através da Secretaria Municipal de Habitação implantou políticas de moradia no centro que foram aprovadas pelo Conselho Municipal de Habitação (BOTELHO, 2005).

O projeto intitulado Morar no Centro tem como principal foco promover a readequação dos prédios abandonados para diminuir o déficit habitacional e dar a eles uma função social transformando-os em moradias populares. Através desta ação espera-se repovoar a área central de Vitória oferecendo completa infraestrutura nos serviços básicos como abastecimento de água, coleta de lixo e oferta de serviços de saúde, lazer e ensino. Segundo o sítio Prefeitura Vitória o Morar no Centro é um dos projetos que são integrados ao Programa de Revitalização do Centro que tem o objetivo de transformar o centro de Vitória em um espaço com opções de cultura, lazer, negócios e moradia. Em números, o projeto pretende entregar a população 134 unidades habitacionais “reduzindo o déficit habitacional da capital em 1,8%” (PREFEITURA VITÓRIA, 2013).

As conclusões de Botelho (2005) sobre o andamento do processo de revitalização do centro de Vitória são bem positivas. O interesse do poder público local em ser o grande condutor de todo o processo é algo que ressalta em sua relevância. Visto a extensão do espaço revitalizado que é bastante significativo, o processo de recuperação abrangeu também áreas que não são consideradas patrimônio histórico e não se enquadram na agenda de revitalização. Não possuem elementos tradicionais de interesse público, mas apresentam características da trajetória local. O autor considera então que o espaço central de Vitória, apesar de todos os investimentos feitos ali para promover o povoamento local não possui traços de gentrificação. O Programa Morar no Centro cumpriu a sua proposta de beneficiar a população de baixa renda com moradia e infraestrutura adequada.

As observações de Anjos e Lima (2008) apesar de serem positivas quanto ao resultado da revitalização do centro apontam algumas melhorias que a população que reside ali aguarda. Em sua pesquisa os autores relatam que a falta de segurança pública no local é o ponto de maior preocupação por parte dos moradores, em alguns momentos do dia, mas principalmente a noite e finais de semana quando o contingente policial diminui. A falta de opções de lazer, cultura e diversão ainda é veemente no centro e a população espera melhorias por parte do setor público para valorizar o local. Algumas outras questões foram apontadas

como a falta de planejamento no trânsito, problemas com a educação, serviços de saúde, entre outros.

Apesar das dificuldades encontradas pelos moradores do centro de Vitória, a grande maioria da população local afirma gostar de residir nele. Esperam que o poder público municipal continue tomando medidas para valorizar a área e incentivar a ocupação do centro para habitação através de melhorias em acesso a cultura, lazer, educação, saúde, entre outros. Alguns passos já foram iniciados para promover a habitação do centro, como a revitalização de prédios ociosos para a população carente de Vitória, mas a infraestrutura ainda deixa a desejar na oferta de serviços básicos que em comparação com determinadas regiões da capital, pecam na qualidade. Mesmo assim, os moradores do centro acreditam que a possibilidade de crescimento com infraestrutura de qualidade é enorme e que as melhorias que podem ser implantadas só farão aumentar o prazer de todos que habitam no centro (ANJOS E LIMA, 2008).

3 A FORMAÇÃO DO CENTRO DE VITÓRIA DA CONQUISTA

3.1 Consolidação do Centro na Atualidade

Vitória da Conquista é uma cidade localizada no interior da Bahia com distância de 503 km da capital Salvador. Mais precisamente, a cidade se encontra na região Sudoeste do estado e limita-se aos municípios de Cândido Sales, Belo Campo, Anagé, Planalto, Barra do Choça, Itambé, Ribeirão do Largo e Encruzilhada (PREFEITURA VITÓRIA DA CONQUISTA, 2012). A cidade apresenta uma trajetória de muitas lutas na construção de sua história, com muitos conflitos entre os colonizadores portugueses, liderados por João Gonçalves da Costa, ex-escravo português, e os índios que povoavam o lugar antes que se tornasse uma vila.

A conquista do Sertão da Ressaca ocorreu com intensa violência por parte dos colonizadores sobre as tribos indígenas da região. Capitaneados por João Gonçalves da Costa, não somente os índios eram forçados à submissão pelos conquistadores, mas também os quilombos existentes ali. Através de muita resistência os colonizadores conseguiram se consolidar na região e fundar o Arraial da Conquista por volta dos anos de 1780. Esta data não é muito precisa, mas foi considerada ao se ter conhecimento através de uma carta redigida

pelo ex-governador da Bahia, Manuel da Cunha Menezes em Lisboa de que havia um homem chamado João Gonçalves e sua família, instalados e criação de gado no local (IVO, 2005).

A estrutura política-administrativa do povoado começaria a se estabelecer após a instalação de João Gonçalves e sua família que já haviam submetido os habitantes nativos a seus padrões,

[...] O grupo familiar de João Gonçalves da Costa sedimentou-se como membros do poder local do arraial que a partir de 1840, elevado à categoria de vila, recebe o nome pomposo de Imperial Vila da Vitória. Três outras famílias também se sedimentaram no lugar no início do século XIX, os Ferraz de Araujo, os Lopes Moitinho, e os Ferreira Campos. A maioria de seus descendentes ocupou cargos burocráticos na administração local e funções na Câmara e no executivo do município durante todo o século XIX e XX [...] (IVO, 2005, p. 09).

A construção da cidade se inicia a partir de um pequeno povoado às margens do rio Verruga que brotava no Poço Escuro, reserva ecológica ainda existente em menor dimensão na cidade. Seguindo o curso do rio, as casas foram sendo construídas ocupando o que atualmente é a Praça Tancredo Neves, Praça Barão do Rio Branco, Rua 02 de Julho e Góes Calmon, entre outros (MEDEIROS, 1998).

Estes espaços são notoriamente importantes para o contexto atual da cidade, com aglomerações de comércio e serviços diversos, entre eles o de saúde, e também para o lazer e cultura. A Praça Tancredo Neves é enfeitada todos os anos para a celebração do Natal e grande parte da população comparece para usufruir do espaço com seus familiares e apreciar um pouco da natureza, visto que tem uma bela paisagem com muitas árvores, pássaros e peixes. Na Praça Barão do Rio Branco acontecem variados eventos promovendo a cultura da cidade.

De acordo com Ferraz (2001) os processos de construir a cidade e o urbano são resultados de diversas ações que fizeram parte de relações sociais internas e externas ao povoado:

[...] A configuração territorial de Vitória da Conquista é fruto de diversos processos vivenciados e produzidos com base em relações sociais internas e externas à cidade. Assim, é resultado da ação de vários agentes produtores do espaço urbano em constante luta pela conquista de seus interesses e necessidades [...] (FERRAZ, 2001, p. 29).

Durante o processo de urbanização do povoado é interessante considerar que nos anos de 1780 já havia um aglomerado humano com mais de 60 pessoas, João Gonçalves da Costa e seus familiares. Entre os anos de 1780 e 1816 a economia local apresentava características agrícolas com a produção de algodão para a venda e o povoado também era

trajeto para a passagem de boiadas que seguiam em direção à capital Salvador. Neste período já se observava um crescimento populacional tímido, mas que contava com aproximadamente 40 casas e uma igreja em construção.

Com o passar do tempo e o crescimento da vila surgiu a preocupação com o seu planejamento territorial e como promover a melhor ocupação do solo mediante arruamento. O crescimento urbano continuou de forma lenta no século XIX e ocorria na direção norte/sul, acompanhando o leito de um córrego, uma das nascentes do rio Verruga. A pequena vila também teve sua expansão direcionada pelas estradas que a cortavam e que influenciaram em sua configuração territorial (FERRAZ, 2001).

Para Soares (2014) é válido salientar o conceito de urbanização antes de caracterizar a urbanização da cidade de Vitória da Conquista. A definição apresentada por Gonçalves (1998, apud SOARES, 2013) é bastante interessante:

[...] No seu sentido mais geral, o processo de urbanização é a expressão histórica concreta, organizada no espaço, do desenvolvimento e da mudança social. Explicá-lo corresponde a analisar como o processo de desenvolvimento se materializa numa determinada divisão social e territorial do trabalho, que corresponde a uma contínua reordenação da população e da produção no território (no Brasil sob uma regulação histórica crescente do Estado) e que é a expressão continuamente atualizada de uma estrutura social crescente diferenciada e complexa [...] (GONÇALVES, 1998, p. 21 apud SOARES, 2013, p. 18).

Com base no texto citado Soares (2014) faz uma análise sobre alguns pontos, entre eles, o processo, divisão social e territorial do trabalho e regulação do Estado. Quanto ao processo o estudo sobre a urbanização deve ser feito com base em uma análise histórica ao decorrer de um longo intervalo de tempo.

A divisão social compreende um processo que abrange não só a construção do espaço urbano, mas também a zona rural que é parte integrante da divisão social do trabalho. Já a divisão territorial do trabalho é resultado de como a região se comporta no processo de acumulação nacional, ou seja, as intervenções determinadas pelo Poder Público e as alterações no padrão de acumulação implicam nesta divisão. Assim, “como é o padrão de acumulação prevalecente que estrutura a divisão social e territorial do trabalho, pode-se concluir que o padrão de acumulação existente vai determinar o ritmo da urbanização” (SOARES, 2014, p. 18) e “Quanto à regulação do Poder Público temos que destacar que através de legislação e incentivos ou discriminação a certos setores da economia o governo pode intensificar ou frear a urbanização” (SOARES, 2014, p. 19).

Diante da síntese apresentada sobre a definição de urbanização se torna mais clara a discussão sobre o processo de urbanização da cidade de Vitória da Conquista. Algumas condições históricas da economia tiveram bastante importância para as mudanças no aspecto urbano do município. A grande depressão iniciada em 1929 e o golpe de estado em 1930 foram fatores que influenciaram o processo de industrialização no país e a derrocada da hegemonia agrário-exportadora predominante. A mudança na base do processo produtivo antes basicamente agrícola para o industrial afetou de forma lenta, porém persistente, a cidade de Vitória da Conquista, motivando os camponeses a abandonarem o campo e irem em busca de melhores condições de vida na zona urbana (SOARES, 2014).

Entre outros fatores que propiciaram a migração rural está o encarecimento do preço das terras. Durante a década de 1970 o governo federal concedeu recursos financeiros para a expansão da lavoura cafeeira para além das regiões sul e sudeste do Brasil. As terras favoráveis para o plantio do café na Bahia ficaram consideravelmente caras e o pequeno produtor não possuía condições financeiras para adquiri-las. A única opção era trabalhar na terra para o proprietário, quando não era exigido por parte do comprador receber a propriedade livre de agregados, moradores ou trabalhadores, o que resultava na expulsão desses camponeses da terra. Consequentemente precisavam deixar a zona rural e partir em busca de trabalho na cidade (FERRAZ, 2001).

A mecanização também influenciou no processo de migração rural não só na Bahia, mas em todo o país:

[...] o processo de modernização agrícola provocou uma forte concentração da terra, expulsando enorme contingente populacional do campo para a cidade. Estima-se que cerca de 30 milhões de pessoas deixaram a área rural em busca de áreas urbanas entre 1960-1980 [...] (BAENINGER, 1992, p. 13 apud FERRAZ, 2001, p. 35).

Em consequência desse processo de urbanização a primeira agência bancária foi inaugurada no ano de 1930 e supriu as necessidades quanto aos financiamentos que eram realizados pelos coronéis. A estrutura na qual a cidade se encontrava esta prática não era mais suficiente, por conta do crescimento comercial (SOARES, 2014).

É a partir dos anos de 1940 que as mudanças significativas no contexto estrutural e socioeconômico começam a surgir na cidade. O centro da cidade que antes exercia uma função religiosa e cívica, devido às sua história de colonização e onde se construiu a primeira igreja da cidade, passa por transformações que descaracterizam seus traços de velha cidade

provincial. Neste momento então o centro passa a ser composto por lojas, bancos, cinemas, hotéis e escritórios tornando-se também o centro econômico da cidade (SOARES, 2014).

O centro deixa então de ser apenas o local de consumo para ser o lugar dos empregos das elites econômicas, o que favorece a aproximação do centro também para um espaço residencial, evitando assim os grandes deslocamentos.

Com os empresários da época residindo no centro com o intuito de facilitar o acesso às suas empresas, pois não existia transporte público municipal e as vias eram de péssima qualidade, a área central se valoriza e passa a ser o local de moradia da elite econômica. Assim sendo, morar no centro é cada vez mais caro e a população pobre, grande maioria na cidade, vê-se obrigada a se afastar e suas residências são construídas nos bairros periféricos da cidade. Estes bairros começam a existir a partir da criação da rodovia BR 116 ao se expandirem por suas margens. O conceito de “o lado de lá” da cidade referindo-se aos bairros pobres e “o lado de cá” tratando-se dos bairros nobres começa a fazer parte da divisão socioeconômica da cidade, valorizando a região central e discriminando a região periférica (SOARES, 2014).

Observando esse aspecto de segregação nas transformações da cidade, Medeiros (1977) conclui:

[...] A cidade modificou-se também para, dentro de seu espaço físico, separar suas classes sociais. Assim, o aglomerado urbano como que desenha fisicamente sua realidade social. Está se fixando definitivamente a separação entre ruas e bairros ricos e ruas e bairros pobres e a cidade mostra sua verdadeira face de, encoberta pelo movimento do comércio e de seu setor de serviços, sua euforia econômica, suas corridas de jegue no Primeiro de Maio, centro urbano onde a justiça social é muito desejada porque é carente [...] (MEDEIROS, 1977, p. 09).

A abertura de estradas foi imprescindível para o desenvolvimento do comércio. A construção da BA 415 (Avenida Brumado) que liga Ilhéus a Bom Jesus da Lapa e a BR 116 (Avenida Presidente Dutra) facilitou o livre acesso do povo conquistense a outras cidades e estados e também a chegada de mineiros, paulistas e nordestinos de diversos estados, inclusive sergipanos e pernambucanos (PREFEITURA VITÓRIA DA CONQUISTA, 2012).

Antes da construção das estradas Vitória da Conquista se via isolada e com dificuldades nas atividades comerciais pela difícil acessibilidade às regiões onde eram compradas as mercadorias. Todas as mercadorias que chegavam a cidade eram transportadas por animais de carga, o que levava tempo e não tinha garantias que os produtos chegassem com qualidade à cidade. Com a abertura das estradas o transporte passou a ser feito por meio das carrocerias de caminhões e neste momento começou a surgir os primeiros e grandes

comerciantes da cidade e também os caixeiros viajantes que “são atores sociais de grande significado para o desenvolvimento econômico da cidade” (SOARES, 2014, p. 22).

Outro fator interessante apontado por Ferraz (2001) é que a criação das rodovias fomentou a expansão da malha urbana nas proximidades de seus perímetros implantando bairros e loteamentos, como o Bairro Brasil, criado a partir da abertura da Rio-Bahia (BR 116). As demais rodovias que cortam a cidade foram transformadas em avenidas, como a Av. Brumado (BA 262) e a Av. Juracy Magalhães (BA 415). Com o surgimento desses bairros houve também uma expansão imobiliária que via a possibilidade de crescimento da cidade como um mercado de potencial lucratividade.

Ainda que o crescimento populacional e econômico da cidade tenha proporcionado à criação de bairros ao decorrer das margens das rodovias, é importante salientar que também a partir desse processo, a segregação ocorreu de forma intensa, dividindo os dois lados da cidade. Para Soares (2014) a urbanização em Vitória da Conquista aconteceu de uma forma precoce se comparado ao Estado da Bahia “e esse fato reflete o contexto de um desenvolvimento urbano excludente” (SOARES, 2014, p. 101).

A cidade de Vitória da Conquista continuou se expandindo no setor comercial. As feiras livres se tornaram grande fonte de riqueza para os comerciantes da cidade, e surge então a necessidade de instalação de mais uma agência bancária. A Caixa Econômica Federal foi inaugurada no dia 02 de setembro de 1936 pelo governador Juracy Magalhães (SOARES, 2014).

A crise do café, no final dos anos 1980 permitiu que a cidade deixasse de ser apenas agrícola e se inserisse como polo de serviços. Saúde, educação e comércio ampliam-se tornando o município como referência para essas atividades atraindo a demanda de regiões circunvizinhas, e consequentemente se consolidando como a terceira maior cidade do interior da Bahia (PREFEITURA VITÓRIA DA CONQUISTA, 2012).

Atualmente o município de Vitória da Conquista é uma cidade média que representa uma parcela importante na economia do estado baiano. Segundo Geraldo Reis, diretor-geral da SEI, a economia baiana demonstrou um crescimento significativo no ano de 2010 com evidências de um processo de desconcentração produtiva, ou seja, houve uma perda na composição econômica da Região Metropolitana e uma maior participação dos municípios menores em território e identidade. Nas palavras de Geraldo Reis “a desconcentração produtiva é reflexo de uma política voltada para o crescimento dos 417 municípios baianos

com impactos positivos sobre a geração de emprego e renda nas diversas regiões econômicas do estado” (SEI, 2012).

O município assume então uma parcela significativa na participação do PIB do estado no setor comercial e de serviços e conseqüentemente outras atividades tendem a ganhar espaço, como o setor de construção civil, ramo que apresentou um crescimento expressivo nos últimos anos. Após a implementação do programa Minha Casa Minha Vida por parte do Governo Federal este setor ampliou-se e promoveu empregos, o que tem favorecido positivamente o fortalecimento do mercado local (PREFEITURA VITÓRIA DA CONQUISTA, 2012).

[...] O município de Vitória da Conquista com 2,79% situa-se nas primeiras posições do ranking devido à dinâmica das atividades comerciais, assim como pela prestação de serviços às famílias e às empresas e serviços educacionais e de saúde [...] (SEI, 2012).

Com a economia consolidada nos setores de serviços e comércio, e destacada em toda a Bahia por seu potencial, Vitória da Conquista passa por um processo de crescimento acelerado que a cidade não imaginava chegar a tanto. Algumas entidades como a Câmara de Dirigentes Lojistas, Associação de Comerciantes, Federação do Comércio e Sindicato dos Sacoleiros, Ambulantes e Camelôs da cidade estão se mobilizando junto ao poder público municipal visando reestruturar a cidade através de uma revitalização comercial. Os objetivos, propostas e as razões da busca por tal intervenção no município serão discutidos no ponto a seguir.

3.2 Proposta de Revitalização

Vitória da Conquista é uma das cidades que mais se destacam no interior da Bahia e o setor de comércio tem uma grande participação na geração de emprego e renda (INFORME CDL, 2012). O centro do município é considerado o coração do comércio e é onde o consumidor tem a possibilidade de encontrar tudo o que necessita em diversos segmentos, confecções, calçados, eletrodomésticos, entre outros. A variedade é tão grande que atrai consumidores de várias regiões circunvizinhas, entre elas o norte de Minas Gerais, que fazem suas compras e também procuram uma diversidade de serviços em saúde e educação oferecidos na cidade.

Toda essa demanda pelo comércio de Vitória da Conquista satisfaz os comerciantes de variados segmentos, mas em contrapartida traz uma preocupação com relação à estrutura

que o centro comercial oferece. A partir desta preocupação surge então uma proposta de melhoria no centro antigo, a revitalização comercial, que já ocorreu em algumas cidades do Brasil, como os casos de Florianópolis e Vitória, no Espírito Santo, e obteve-se êxito.

Entrevistado sobre o objetivo da proposta de revitalização em Vitória da Conquista, o gerente da CDL respondeu que “o objetivo era facilitar a vinda do consumidor para o centro, atendendo bem, atendendo confortavelmente, então por isso se fez todo esse projeto de revitalização do centro comercial” (ANTÔNIO VILMAR, 2014). Ou seja, o projeto visa proporcionar à população conquistense e visitante um maior conforto e acessibilidade para realizarem suas compras ou contratar os serviços desejados.

Algumas entidades se posicionaram para defender a proposta como um meio para tornar o ambiente mais agradável, seguro e atrativo. A Câmara de Dirigentes Lojistas - CDL, Associação Comercial e Industrial de Vitória da Conquista, Federação do Comércio e o Sindicato dos Sacoleiros, Ambulantes e Camelôs – SINDISAC estão mobilizados em busca de alternativas junto ao poder público municipal para ter suas demandas atendidas. O SEBRAE da cidade, parceiro nas reivindicações dessas entidades, elaborou um projeto conceitual de um *shopping* a céu aberto para atender as necessidades de acessibilidade, conforto e segurança para os consumidores e empresários.

O projeto do *Shopping* a Céu Aberto visa a organização da área comercial do centro com algumas características semelhantes a de um *shopping* convencional. Ele prevê a mudança no visual das fachadas da loja, a acessibilidade, mudança na rede elétrica, melhorias em algumas ruas, praças e avenidas e até a o tratamento do Rio Verruga (CDL VITÓRIA DA CONQUISTA, 2012).

Algumas questões foram apontadas como um gargalo que neutraliza a possibilidade do centro comercial funcionar plenamente não só economicamente, mas de forma que os lojistas e consumidores se sintam satisfeitos em relacionarem-se nas vendas e compras. A má ocupação das praças por barracas que não possuem infraestrutura adequada, nem para o comerciante e tampouco para os consumidores e a falta de vagas para estacionamento são motivos de reclamações e reivindicações por parte de toda a classe de comerciários. Tendo em vista esses problemas as entidades citadas acima juntamente com os empresários do centro elaboraram propostas para amenizar tal situação.

Um dos projetos que fazem parte da proposta de revitalização é a construção de um *Shopping* Popular para alocar os comerciantes que trabalham na conhecida “Feira do Paraguai” localizada na Praça Arlindo Rodrigues e os comerciantes donos das barracas da

Praça da Bandeira e Travessa Santa Rita. Estes trabalhadores são Microempreendedores Individuais e exercem suas funções no Mercado Formal.

Foto 1 – Feira do Paraguai na Praça Arlindo Rodrigues



Fonte: CDL (2012)

A construção do *Shopping* Popular já está em andamento, na Praça Arlindo Rodrigues, antigo local da “Feira do Paraguai”. As obras foram iniciadas em maio de 2013 e a previsão de entrega é de dez a doze meses. A construção do *Shopping* Popular é um importante passo para a revitalização e modernização de uma área de intensa movimentação. Conforme confirma a CDL:

[...] Esta revitalização da área comercial do Centro da cidade é um anseio antigo dos comerciantes, pois trará benefícios para toda a população, que merece uma cidade mais bonita e atrativa, com mais comodidade e infraestrutura, bem como, os visitantes de outras localidades, que escolhem o comércio conquistense para investir e fazer suas compras, movimentando, ainda mais, a economia da cidade [...] (ASCOM CDL, 2014).

Outro projeto é com relação ao Mercado de Artesanato de Vitória da Conquista, situado na Praça da Bandeira. Os artesãos atualmente já estão sendo alocados onde funcionava o Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes – DNIT, no encontro da Avenida Brumado com a Avenida Integração. A obra foi executada com recursos próprios do Governo Municipal e conta com 240 boxes que serão ocupados por trabalhadores que atuam nesse ramo, priorizando o fortalecimento da Economia Solidária e os Microempreendedores Individuais. Todos os trabalhadores já são formalizados e precisavam

de um espaço com estrutura adequada para exporem seus trabalhos artesanais (INFORME CDL, 2012).

Foto 2 – Praça da Bandeira



Fonte: CDL (2012)

Com a realização destes dois projetos o objetivo principal passa a ser a mobilidade urbana no centro. Ao desocupar essas praças o espaço será destinado para a criação de algumas vagas de estacionamento rotativo na tentativa de amenizar a dificuldade em encontrar um lugar para estacionar. A desocupação da área também facilitará a circulação tanto de veículos como de pedestres no local.

Foto 3 – Projeto de revitalização na Praça da Bandeira



Fonte: CDL (2012)

O problema da falta de estacionamento no centro comercial de Vitória da Conquista é motivo de insatisfação por parte dos comerciantes do local e preocupação com relação ao acesso dos consumidores às lojas. Os lojistas do centro citam que a falta de estacionamento é uma dificuldade que vem aumentando gradativamente ao longo dos anos, e como é perceptível, após as facilidades de financiamento de automóveis em todo o país, a frota de carros cresceu significativamente em Vitória da Conquista. Quanto a isso, não veem problema algum, mas a situação se torna crítica por falta de investimento do poder público que não acompanha o crescimento socioeconômico e cultural do município, esclarece o Sr. Alípio Ribeiro, comerciário de Conquista há 38 anos.

As condições se complicam ainda mais por conta da circulação de veículos vindos de fora da cidade. Como Vitória da Conquista é o centro de referência para muitos municípios circunvizinhos, a cidade recebe diariamente muitos visitantes para consumir, seja no comércio ou algum tipo de serviço, como por exemplo, os de saúde. Esta situação traz uma inquietação aos comerciários que temem uma redução no faturamento pela dificuldade de o cliente chegar até a loja. A Sra. Daíse, comerciante há aproximadamente 20 anos, comenta que a falta de vagas de estacionamento no centro oferece dificuldade para os clientes de fora: “a gente sabe que afeta o consumo, como vem os clientes de fora comprar, isso já é uma barreira” (DAÍSE MARQUES, 2014).

Foto 4 – Estacionamento na Rua 07 de Setembro



Fonte: CDL (2014)

Diante dessas circunstâncias os lojistas entrevistados se posicionaram favoráveis ao retorno da Zona Azul na cidade. A Zona Azul é um sistema de estacionamento rotativo pago que foi implantado na cidade em 2005 e que garante a permanência máxima do veículo na mesma vaga por duas horas. Por meio de licitação a Prefeitura Municipal de Vitória da Conquista concedeu a administração do serviço à empresa Sinart, que atuou na cidade por cinco anos. No entanto, a empresa rompeu o contrato com a Prefeitura antes do final do prazo do contrato aditivado, e desde então a cidade não conta mais com o serviço, mas a Prefeitura Municipal está se esforçando na elaboração de um novo processo licitatório (CDL VITÓRIA DA CONQUISTA, 2013).

A rotatividade gerada em função da fiscalização da Zona Azul é interessante para que a população que se dirige ao centro com veículo próprio possa fazer suas compras ou resolver qualquer tipo de negociação sem se preocupar se vai encontrar uma vaga. Enquanto isso a CDL tem buscado conscientizar os lojistas, comerciários, bancários e prestadores de serviços que trabalham no centro a se tornarem mensalistas em estacionamentos privados, desocupando as vagas da rua para os consumidores (CDL VITÓRIA DA CONQUISTA, 2014).

Apesar das dificuldades estruturais existentes no centro comercial de Vitória da Conquista, alguns fatos demonstram o quanto esta área vem se mostrando cada vez mais valorizada. Prova disso é o constante aumento no preço dos aluguéis do local. Em uma entrevista concedida a CDL, o corretor de imóveis Pascoal Viana citou que os pontos comerciais do centro são muito procurados e, portanto, são os mais caros. O metro quadrado na Avenida Lauro de Freitas, coração do centro, chega a custar de R\$ 6.000 a R\$ 10.000 (CDL VITÓRIA DA CONQUISTA, 2013).

Esta disparidade nos preços dos aluguéis, como qualifica o Sr. Alípio Ribeiro, assusta os empresários e dificulta a inserção de novos comerciantes no centro. Para quem já possui sua empresa há muitos anos no comércio e tem contrato de aluguel com o mesmo proprietário, ainda é possível conseguir manter os preços com um reajuste menos intenso, relata a Sra. Cláudia Dutra, comerciante a 16 anos no comércio de Vitória da Conquista. De acordo ainda com a comerciante, os lojistas entendem que o crescimento da cidade proporciona essa valorização: “O centro comercial ele vem sendo bastante valorizado e isso tudo acrescenta valor também nos pontos comerciais” (CLÁUDIA DUTRA, 2014). Mas os valores exorbitantes dificulta a manutenção dos negócios: “Hoje com um aluguel no centro comercial é praticamente impossível de se manter os negócios” (CLÁUDIA DUTRA, 2014).

Com relação à descentralização comercial que ocorre em toda a cidade por conta do seu crescimento territorial, outros subcentros foram criados em vários bairros da cidade. De acordo com entrevista realizada ao gerente da CDL, Sr. Antônio Vilmar, a feirinha do Bairro Patagônia, o Bairro Brasil como um todo, o *Shopping Conquista Sul*, a Av. Olívia Flores e o Bairro Alto Maron são comércios regionais localizados que atendem às necessidades de consumidores que residem em seus arredores. O fato de estes subcentros existirem não compromete economicamente o centro comercial principal de Vitória da Conquista, pelo contrário, esta é uma tendência devido ao crescimento do município e que favorece o leque de escolhas do consumidor. Nas palavras do entrevistado “há uma troca de consumidor que vem ao centro e alguns que vão para os bairros... tem consumidor para todo o tipo de comércio e comércio para todo consumidor” (ANTÔNIO VILMAR, 2014).

Ainda sobre a criação de subcentros, a Sra. Cláudia Dutra salienta que estes são sim concorrentes do centro comercial da cidade, visto que o consumidor possui a opção de se encaminhar até o centro ou fazer suas compras em outros pontos comerciais. No entanto, não somente os subcentros criam essa concorrência, mas também os mercados virtuais que são cada vez mais acessíveis ao público que busca comodidade.

Questionado sobre o perfil dos consumidores a partir dos anos de 1990, o Sr. Antônio Vilmar afirma que cada comércio procura atender a demanda de tipos específicos de público. Independente disso existe um entrosamento entre o centro e o subcentro no sentido de que se o consumidor não encontra um determinado produto no local onde costuma comprar ou não consegue adquirir um tipo de serviço naquele ponto comercial, ele se dirige ao centro. Da mesma forma se o consumidor pode satisfazer suas necessidades em subcentros quer seja pela proximidade de sua residência, pelo tempo que dispõe ou por comodidade, ele não se esforçará para ir ao centro comercial da cidade.

Para os lojistas entrevistados a respeito do perfil dos consumidores do centro comercial, a maior parte da população que frequenta o centro são de classes média e baixa. O Sr. Alípio destaca que a classe de maior poder aquisitivo viaja constantemente, o que a faz consumidora de produtos de grandes centros. O empresário observou ainda que na década de 90 a população da cidade comprava mais no centro, porém naquela época não existiam subcentros como atualmente, e este fato então não significa queda no consumo no centro.

Para o entrevistado por mais que o *Shopping Conquista Sul*, entre outros subcentros, seja local de consumo para as classes média e alta, também é uma atração para os consumidores que chegam das cidades circunvizinhas, que o utilizam como espaço de lazer e

consumo. Porém essa realidade não descaracteriza o centro, que continua sendo o principal ponto comercial da cidade: “há o perfil do consumidor para determinada área, mas o que a gente viu foi que houve também uma participação do consumidor da regionalização para o centro comercial” (ANTÔNIO VILMAR, 2014).

Um ponto interessante de se observar está relacionado com o perfil do público há aproximadamente 30 anos quando na cidade foi inaugurado o “Conquista Center”, considerado o primeiro *shopping* do município. Localizado na Praça Tancredo Neves, região central, onde toda a história da cidade começou, o empreendimento veio agregar valor para a área.

Foto 5 – Fachada do Shopping Conquista Center



Fonte: A autora (2014)

Em entrevista ao Sr. Zelito Pereira, vigilante do prédio há 33 anos, ele relata que o espaço era muito bem frequentado, principalmente por pessoas de alto poder aquisitivo que iam fazer suas compras nas lojas de artigo de luxo que existiam no local. No decorrer do tempo os consumidores começaram a sofrer com a falta de vagas de estacionamento nas ruas, visto que o estacionamento do *shopping* é privativo, somente para os empresários que alugam as salas. Conseqüentemente aos poucos os lojistas foram saindo por não haver uma lucratividade, visto que o consumo está sendo reduzido no local. O Sr. Zelito relaciona essa redução na frequência à falta de estacionamento e também a criação de subcentros na cidade:

[...] No decorrer do tempo, pelo fato do *shopping* não ter estacionamento, cinema, praça de alimentação... e por inaugurar na cidade outro *shopping* com todas essas coisas, então aqui mudou

muito o perfil dos clientes, e muitas lojas também saíram daqui, atualmente tem mais salas de escritório, loja de roupas tem pouquíssimas [...] (ZELITO PEREIRA, 2014).

O *Shopping Conquista Center* tornou-se então um espaço para prestação de serviços, com escritórios de advocacia, financeiras, consultorias, entre outros. O perfil do local mudou passando a atender uma demanda específica de mercado.

Todos os entrevistados concordaram que a situação do centro comercial de Vitória da Conquista, apesar de não ter sofrido queda no consumo devido ao surgimento de vários subcentros, merece uma atenção especial. O que se busca é atender o cliente da melhor forma possível para manter a referência que o centro é um espaço para todos e onde todos encontram tudo o que precisa. Mas, alguns dos problemas citados preocupam os lojistas e o que se espera é que o poder público municipal invista no projeto de revitalização da área central:

[...] É preciso urgentemente que o poder público tenha olhos voltados para o centro comercial, porque se continuar como vai a tendência é desativar o centro comercial de Conquista, quando Conquista é uma cidade comercial e anti-industrial e sempre viveu do comércio e principalmente do comércio de portas abertas [...] (ALÍPIO RIBEIRO, 2014).

De acordo com a fala do Sr. Alípio, a preocupação é que a deterioração do centro comercial possa no futuro afetar economicamente o local, visto que o consumidor está mais exigente e em busca de melhores condições de conforto.

CONCLUSÃO

O centro comercial de Vitória da Conquista vem se tornando cada vez mais referência para os municípios circunvizinhos e norte de Minas Gerais. Muitos consumidores que compram no comércio e que buscam algum tipo de serviço são visitantes, visto que a cidade procura oferecer uma gama de produtos que os municípios menores não possuem.

O processo de formação da cidade de Vitória da Conquista é algo contínuo, pois a mesma cresce em população e território de forma acelerada a cada ano. Tendo em vista esse crescimento nos diversos setores, sendo o comercial e de serviços que alavancam esse processo, é compreensível a preocupação com a economia do centro comercial do município.

A proposta de revitalização do centro comercial está sendo muito debatida na cidade, através das entidades que estão à frente com a participação dos lojistas juntamente com o poder público. O que deve ser esclarecido é que o termo revitalização, conforme citado neste trabalho, significa “reviver”, “dar nova vida a algo”, “revigorar”, trazendo a idéia de que algo está morto para precisar ter nova vida.

Neste sentido é importante observar que, de acordo com as entrevistas realizadas, o centro comercial de Vitória da Conquista não está “morto”, muito pelo contrário. O centro comercial vive um momento de intensa movimentação econômica e financeira, bem frequentado por pessoas de classe média e baixa, pois as classes de maior poder aquisitivo costumam comprar nos grandes centros de outras cidades, ou em segmentos específicos para estas classes.

A revitalização comercial poderia ser tratada como um processo de modernização, reorganização ou reestruturação comercial, pois trataria diretamente as questões abordadas sobre a falta de estrutura para receber o cliente, sendo eles a falta de vagas de estacionamento, melhorias na pavimentação, iluminação, segurança, entre outros.

O termo revitalizar seria interessante se aplicado em um ambiente econômico que houvesse esvaziamento ou afastamento do consumidor por algum motivo específico, tornando o centro comercial decadente economicamente. As experiências de revitalização citadas no decorrer deste trabalho que aconteceram na Rua Vidal Ramos em Florianópolis e em Vitória, no Espírito Santo tinham esse objetivo.

Ambos os casos, o centro comercial estava sendo pouco frequentado, seja pela estrutura antiga que oferecia, pelo aspecto sujo e arcaico, pela falta de segurança e iluminação no local. Os constantes assaltos e a sensação de insegurança fizeram com que os

consumidores esvaziassem o centro que se tornou alvo dos usuários de drogas, moradores de rua e prostitutas, o que inviabilizava que as famílias pudessem andar tranquilamente pelas calçadas. Os lojistas do local sentiram-se prejudicados com essa realidade e para não fecharem suas portas tentou junto ao poder público municipal das suas respectivas cidades, trazer ao centro uma nova vida, tornando-o eficiente novamente.

Ambas as experiências foram bem sucedidas e o poder público municipal investiu na revitalização, mudando um centro decadente para um espaço totalmente revigorado estrutural e economicamente.

No caso de Vitória da Conquista as mudanças devem ocorrer de forma semelhante, porém com o objetivo principal distinto. A economia do centro da cidade não está decadente. O centro comercial de Conquista ainda continua sendo o coração da cidade. A economia do município é basicamente comercial e de serviços e atende a uma numerosa população entre os residentes na cidade e os visitantes que demandam serviços aqui. Os subcentros criados a partir do crescimento territorial da cidade não afetou o faturamento do centro comercial, “tem consumidor para todo o tipo de comércio e comércio para todo consumidor” (ANTÔNIO VILMAR, 2014).

A área central de Vitória da Conquista tem sido bastante valorizada, prova disso são os preços dos aluguéis com frequentes reajustes, o que traz receio aos lojistas. Apesar disso a estrutura da cidade gera transtornos para os comerciantes e consumidores, como por exemplo, a falta de vagas de estacionamento. A cidade cresceu sem um planejamento prévio, seguindo o curso do Rio Verruga, como foi explicado anteriormente. Não houve uma reestruturação até por não se ter expectativa de que a cidade alcançaria a dimensão atual.

Então, neste sentido o centro comercial necessita de uma reorganização para que possa atender os clientes bem de uma forma segura e confortável. A modernização é imprescindível para o embelezamento do centro, com espaços agradáveis com bancos e praças onde os consumidores possam descansar e conversar, com mais vagas de estacionamento, uma melhor iluminação, entre outras coisas.

Essa modernização precisa ser inclusiva, de forma que não afaste as pessoas da classe mais baixa da população e provoque um processo de gentrificação, de enobrecimento da área, e conseqüentemente não provoque maiores aumentos nos preços dos alugueis resultando na impossibilidade de comerciantes de lojas de menor porte continuar com suas empresas.

REFERÊNCIAS

BARRETTO, Margarita. Revitalização Urbana, Lazer e Turismo. 2013. **Revista Rosa dos ventos**, Rio Grande do Sul, v. 5, n. 4, p. 593-601, out-dez. 2013.

BOTELHO, Tarcísio, R. Revitalização dos Centros Urbanos no Brasil: Uma Análise Comparativa das Experiências de Vitória, Fortaleza e São Luís. 2005. **Revista Eure**, Santiago de Chile, v. 31, n. 93, p. 53-71, agosto. 2005.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O Espaço Urbano: Novos Escritos Sobre a Cidade**. 2007. FFLCH. 1. ed. São Paulo, 123 p. ISBN: 978-85-7506-144-2.

CDL VITÓRIA DA CONQUISTA. **Revitalização do Centro Comercial Urgente!** Disponível em: <<http://www.cdlvca.com/v1/2012/02/16/revitalizacao-do-centro-comercial-urgente/>>. Acesso em: 13 jul. 2014.

_____. **Construção do Shopping Popular está em andamento.** Disponível em: <<http://www.cdlvca.com/v1/2014/02/04/construcao-do-shopping-popular-esta-em-andamento/>>. Acesso em: 13 jul. 2014.

_____. **Administração Municipal Sanciona Lei sobre Sistema de Estacionamento Rotativo – Zona Azul.** Disponível em: <<http://www.cdlvca.com/v1/2013/05/09/administracao-municipal-sanciona-lei-sobre-sistema-de-estacionamento-rotativo-zona-azul/>>. Acesso em: 13 jul. 2014.

_____. **Expectativa para Implantação da Zona Azul.** Disponível em: <<http://www.cdlvca.com/v1/2014/01/27/expectativa-para-implantacao-da-zona-azul/>>. Acesso em: 13 jul. 2014.

_____. **Pontos Comerciais do Centro são os Mais Valorizados de Conquista.** Disponível em: <<http://www.cdlvca.com/v1/2013/02/13/pontos-comerciais-do-centro-sao-os-mais-valorizados-de-conquista/>>. Acesso em: 13 jul. 2014.

CORRÊA, Roberto Lobato. **O Espaço Urbano**. São Paulo: Ática, 1995. 94 p. (Série Princípios)

FERRAZ, Ana Emília de Quadros. **O Urbano em Construção. Vitória da Conquista: um retrato de duas décadas**. Vitória da Conquista. Edições UESB, 2001. 202 p.

GAGLIARDI, Clarissa M. R. Um Grande Projeto entre O Mar e as Colinas: A Renovação Urbana da Cidade Italiana de Gênova. 2011. **Cadernos MetrÓpole**, São Paulo, v. 13, n. 25, p. 123-143, jan-jun. 2011.

IBGE CIDADES. **Florianópolis**. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=420540&search=||infogr%Elficos:-informa%E7%F5es-completas>>. Acesso em: 25 abril. 2014.

_____. **Vitória.** Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=320530&search=espirito-santo|vitoria>>. Acesso em: 22 mai. 2014.

_____. **Vitória da Conquista.** Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=293330&search=bahia|vitoria-da-conquista|infograficos:-informacoes-completas>>. Acesso em: 13 abril. 2014.

INFORME CDL. **Revitalização do Centro de Conquista é Urgente.** Disponível em: <http://issuu.com/cdlvitoriadaconquista/docs/informe_agosto_issuu?e=4991220/2943402>. Acesso em: 04 jul. 2014.

IVO, Isnara Pereira. **A conquista do Sertão da Bahia no Século XVIII: Mediação Cultural e Aventura de um Preto Forro no Império Português.** 2005. 11 f. ANPUH – XXIII Simpósio Nacional de História, Londrina, 2005.

LEITE, Rogério Proença. **Contra-Usos e Espaço Público: Notas Sobre a Construção Social dos Lugares na MangueTown.** 2002. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 17, n.49, p. 115-172, jun. 2002.

LOPES JÚNIOR, W. M. **Centro, Periferia e Novas Centralidades em Cidade média: O Caso de Bauru – SP.** 2007. 244 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Pós-graduação) – Instituto de Geociências, Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2007.

MEDEIROS, Ruy H. de A. **Aspecto Urbano de Conquista Através da História.** Fifó, Vitória da Conquista, 11 outubro de 1977. *Ensaios Conquistenses*, p. 7-9.

MEDEIROS, Ruy H. de A. **Núcleo Urbano Inicial.** Fifó, Vitória da Conquista, 10 junho de 1998. *Ensaios Conquistenses*, p. 1-3.

MOURA, Dulce; GUERRA, Isabel; SEIXAS, João; FREITAS, Maria João. **A Revitalização Urbana. Contributos Para a Definição de um Conceito Operativo.** 2005. 34 f. **Parte do relatório Políticas Públicas de Revitalização:** reflexão para formulação estratégica e operacional das actuações a concretizar no QREN, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2005.

PREFEITURA DE FLORIANOPOLIS. **Secretaria Municipal de Turismo.** Disponível em: < <http://www.pmf.sc.gov.br/entidades/turismo/index.php?cms=historia&menu=5>>. Acesso em: 25 abril. 2014.

PREFEITURA VITÓRIA. **Secretaria de Habitação.** Disponível em: < <http://www.vitoria.es.gov.br/sehab.php?pagina=morarnocentro>>. Acesso em: 23 mai. 2014.

_____. **Secretaria de Desenvolvimento da Cidade.** Disponível em: <<http://www.vitoria.es.gov.br/sedec.php?pagina=oqueeo programa>>. Acesso em: 23 mai. 2014.

PREFEITURA VITÓRIA DA CONQUISTA. **Cidade.** Disponível em: < <http://www.pmvc.ba.gov.br/v2/historia/>>. Acesso em: 02 jul. 2014.

REVITALIZAR. In: DICIONÁRIO Informal. São Paulo, 2013. Disponível em: <<http://www.dicionarioinformal.com.br/revitalizar/>>. Acesso em: 17 abril. 2014.

REVITALIZAÇÃO. In: DICIONÁRIO Michaelis UOL. Editora Melhoramentos. São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=revitaliza%E7%E3o>>. Acesso em: 17 abril. 2014.

SEBRAE. **Programa de Revitalização de Espaços Comerciais**. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/ideais/default.asp?vcdtexto=5455&%5E%5E>>. Acesso em: 22 abril. 2014.

SEI. **PIB municipal: setor de serviços representa 63% da economia baiana**. Disponível em: <http://www.sei.ba.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=1349:pib-municipal-setor-de-servicos-representa-63-da-economia-baiana&catid=1:latest-news&Itemid=243>. Acesso em: 06 jul. 2014.

SILVA, William Ribeiro da. **A Formação do Centro Principal de Londrina e o Estudo da Centralidade Urbana**. 2003. 44 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Tese de Mestrado) - FCT/UNESP, campus de Presidente Prudente, SP. Londrina, v.12, n.2. 2003.

SOARES, Ronan. **A Construção de Cidades no Brasil: Capital, Poder Público, População e a Produção do Espaço Urbano em Vitória da Conquista (1940 – 2010)**. 2014. 384 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Tese de Doutorado) – Universitat de Barcelona, Facultat de Geografia i Historia, Barcelona, 2014.

VARGAS, Heliana Comin. **Centros Urbanos: Por quê Intervir?**. 2006. 13 f. Palestra apresentada no Seminário Internacional de Reabilitação de Edifícios em áreas centrais, EPUSP, São Paulo, 2006.

VILLAÇA, Flávio. **Espaço Intra-Urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel: FASPESP: Lincoln Institute, 2001.

TERRA. **A Paris de Haussmann, o Artista da Destruição**. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/educacao/historia/a-paris-de-haussmann-o-artista-da-destruicao,21083ba2262ea310VgnCLD200000bbcecb0aRCRD.html>>. Acesso em: 15 abril. 2014.

ULTRAMARI, Clovis. **Grandes Projetos Urbanos no Brasil: Conceitos, Contextualização e Discussão de Três Casos. Urbana – Revista Eletrônica do Centro Interdisciplinar de Estudos sobre a Cidade**, São Paulo, v. 1, n. 1, 2006.