

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

**ROGÉRIO VIANA MUNIZ**

**NOVAS CENTRALIDADES EM CIDADES MÉDIAS: UM ESTUDO SOBRE A  
AVENIDA JURACY MAGALHÃES EM VITÓRIA DA CONQUISTA/BA**

**VITÓRIA DA CONQUISTA**

**2014**

**ROGÉRIO VIANA MUNIZ**

**NOVAS CENTRALIDADES EM CIDADES MÉDIAS: UM ESTUDO SOBRE A  
AVENIDA JURACY MAGALHÃES EM VITÓRIA DA CONQUISTA/BA**

Monografia apresentada ao Departamento de Ciências Sociais Aplicadas (DCSA) como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB).

Orientador: Prof. Drº. Ronan Soares dos Santos

VITORIA DA CONQUISTA

2014

**ROGÉRIO VIANA MUNIZ**

**NOVAS CENTRALIDADES EM CIDADES MÉDIAS: UM ESTUDO SOBRE A  
AVENIDA JURACY MAGALHÃES EM VITÓRIA DA CONQUISTA/BA**

Monografia apresentada ao Departamento de Ciências Sociais Aplicadas (DCSA), como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB).

Aprovada em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>o</sup>. Dr<sup>o</sup>. Ronan Soares dos Santos  
Orientador

---

Prof<sup>o</sup>. Ms. Darci Rodrigues Alves  
**Examinador**

---

Prof<sup>a</sup> . Rita de Cássia Lima  
**Examinadora**

VITÓRIA DA CONQUISTA-BA

2014

## **Agradecimentos**

Agradeço primeiramente a Deus e segundo aos meus pais por ter possibilitado o meu ingresso na Universidade e chegar a este momento de conclusão do curso. Agradeço a minha companheira Rose e a minha filha Máisa a compreensão pelas vezes que não pude estar ao lado delas quando estava estudando.

Agradeço também aos professores da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, que se preocupam e com muito empenho transmitem conhecimento aos discentes.

Um agradecimento especial ao professor Ronan Soares Que contribuiu Imensamente com o trabalho, pois, este não seria possível sem o seu auxílio.

Agradeço aos amigos/irmãos (a) Vinicius Barbosa, Harlei Mendes e Gabrielle Santos, que durante todo o curso contribuíram intelectualmente e emocionalmente para minha formação acadêmica, sei que sem estes amigos não conseguiria tal formação.

Agradeço aos senhores, Pascoal Mônaco Viana, Rubem Couto E Adélio Martins pela colaboração com as entrevistas para este trabalho, pois, os depoimentos colhidos foram de suma importância para compreensão do trabalho.

## RESUMO

Este trabalho monográfico tem por objetivo apresentar fatores econômicos e sociais que estão afetando uma área específica da cidade de Vitória da Conquista, Bahia, Brasil: a Avenida Juracy Magalhães, onde o crescimento, tanto econômico quanto demográfico está contribuindo para o surgimento de uma nova centralidade na malha urbana conquistense. O estudo apresenta várias contribuições teóricas. Foram utilizados, de forma mais abrangente, os autores Corrêa (1989), Carlos (2004), Santos (1996) e Villaça (2001), apoiando-se em pesquisa descritiva e exploratória a partir de bibliografias como: livros, artigos, monografias, dissertações. O trabalho evidencia que a avenida vem se tornando, a cada dia, uma nova centralidade, não só por influência do *shopping* Conquista Sul, mas também pela localização privilegiada, principalmente como importante via de ligação de bairros e acesso ao centro comercial e financeiro da cidade. Conclui-se que, do ponto de vista das atividades comerciais, de prestação de serviço e outras, imprescindíveis para o processo de vitalidade da área, a Avenida Juracy Magalhães produz economia, sendo dotada de um grande número de atividades licenciadas e de uma expressiva circulação monetária. Portanto a vitalidade e a centralidade urbana, que se expressam em uma diversidade de atividades de grande interesse socioeconômico, são, até o presente momento, bastante evidentes.

**Palavras chaves:** Espaço urbano, novas centralidades, cidade média, Avenida Juracy Magalhães, Vitória da Conquista.

## ABSTRACT

This monograph aims to present economic and social factors that are affecting a specific area of the city of Vitória da Conquista, Bahia, Brazil: Juracy Magalhães Avenue, where growth, economic and population is contributing to the emergence of a new centrality conquistense the urban fabric. The study has several contributions theoretical. were used, more broadly, the Correa (1989), Carlos (2004), Santos (1996) and Villaça (2001) authors, relying on descriptive and exploratory research from bibliographies as books, articles, monographs, dissertations. The study shows that the avenue is becoming every day a new centrality, not only influence the Conquista South shopping, but also very special location, principally as a major thoroughfare connecting neighborhoods and access to the commercial and financial center. We conclude that from the point of view of trade, service delivery and other, essential for the process of vitality of the area, Avenue Juracy Magalhães produces economy, being endowed with a large number of licensed activities and an expressive movement monetary. Therefore the vitality and urban centrality, which are expressed in a large variety of socioeconomic interest activities are, to date, quite evident.

**Keywords:**urban space, new centralities, average city, Avenue Juracy Magalhães, Vitória da Conquista.

## LISTA DE FIGURAS E GRÁFICOS

<b>Figura 1:</b> Brasil: população rural e urbana, 1940/2000	15
<b>Figura 2:</b> Crescimento do PIB de Vitória da Conquista – BA	42
<b>Figura 3:</b> Taquara Drink som na década de 1970	44
<b>Figura 4:</b> Avenida Juracy Magalhães na década de 1990	45
<b>Figura 5:</b> Avenida Juracy Magalhães 2013	47
<b>Figura 6:</b> Fachada do escritório da Policia Federal/Vitória da Conquista	50
<b>Figura7:</b> Shopping Conquista Sul 2013	51
<b>Figura 8:</b> Avenida Juracy Magalhães em horário de pico	52
<b>Figura 9:</b> Hotel IBIS 2013	53
<b>Figura 10:</b> Render de novo lançamento empresarial na av. Juracy Magalhães	54
<b>Figura 11:</b> Posto Surpresa 2013	55
<b>Figura12:</b> Prédio da futura agência da CEF	56
<b>Figura 13:</b> Propaganda de venda de lotes com fim específico	57

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1:</b> Crescimento da população brasileira 1940 a 1991	14
<b>Tabela 2:</b> Alvarás emitidos pela PMVC no período 2000/2013	49
<b>Tabela 3:</b> População de Vitória da Conquista por bairros	50

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	9
<b>CAPÍTULO 1 - O ESPAÇO URBANO</b>	12
1.1 Conceitos sobre o espaço urbano	12
1.2 Os produtores do espaço urbano	17
1.3 O surgimento do centro	26
<b>CAPÍTULO 2 - A NOVA CENTRALIDADE</b>	29
2.1 Conceitos de cidade média	29
2.2 Conceitos de centralidade	34
2.3 Os subcentros de comércio e serviços	37
<b>CAPÍTULO 3 - A INFLUÊNCIA DA AVENIDA JURACY MAGALHÃES PARA A NOVA CENTRALIDADE</b>	41
3.1 Características de Vitória da Conquista	41
3.2 História e desenho urbano da avenida: o uso e a ocupação	43
3.3 A expansão das atividades econômicas	48
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	60
<b>REFERÊNCIAS</b>	62

## INTRODUÇÃO

Ao longo do curso de ciências econômicas, deparei-me com a transformação da cidade de Vitória da Conquista - Bahia, mais especificamente, com as alterações físicas e econômicas que vinham acontecendo na Avenida Juraci Magalhães, pois transitava constantemente por ela e percebia que eram poucas as empresas que mantinham as suas instalações naquela localidade.

Contudo, no decorrer do tempo, tal situação modificou-se e chamou a minha atenção: o comércio crescente, a implantação de algumas indústrias, além de serviços de hospedagem, saúde, alimentação, fizeram com que surgisse a vontade de entender como este processo de crescimento urbano e econômico se dava.

Sendo assim, ao explorar este fenômeno, compreendi que o crescimento urbano e econômico acontece por meio de atitudes do poder público e privado, e que tais atitudes levam à ocorrência do crescimento de forma desigual, originando segregação entre as classes sociais.

Apesar disso, este crescimento proporciona benefícios. Tanto para a urbe no seu todo, quanto para locais específicos. A Avenida Juracy Magalhães constitui importante exemplo, já que colabora com o crescimento urbano/econômico, beneficiando consumidores locais da região, empresários e, por consequência, toda a sociedade conquistense, com a oferta de uma gama de produtos e serviços, que, em sua maioria, era oferecida apenas em grandes centros. Daí a pertinência do estudo.

A discussão sobre a expansão urbana nos últimos anos contribui, então, para as constantes preocupações sociais e econômicas. Por este motivo, a ciência econômica começa a inquietar-se com o fenômeno, uma vez que tal situação tornou-se um campo propício para se investigarem as razões da existência da ocupação do espaço, e, neste trabalho, como já mencionado, especificamente a ocupação do solo urbano em Vitória da Conquista.

Esta cidade, demograficamente, é a terceira maior da Bahia e vem apresentando desenvolvimento em diversos setores. O PIB vem em um constante crescimento, com um incremento de 340% de 1999 até 2009 (PMVC, 2013), configurando, hoje, o município como o 6º no estado baiano; a população residente, segundo o IBGE, em 2010, era de 306.866 habitantes. O contínuo crescimento da população urbana traz a possibilidade de modificações no espaço. Estes fatores, junto a outros diversos, estão influenciando áreas de negócios como os ramos imobiliário e de prestação de serviços (IBGE, 2010).

As formas como são ocupados os espaços, as intenções a partir das quais os agentes tomam decisões que estejam ligadas à ocupação do solo e as consequências causadas com relação à descentralização do comércio e dos serviços traduzem-se em possíveis benesses para a sociedade.

O interesse em conhecer a formação da cidade advém da circunstância de que ela é o lugar onde vive hoje a maioria da população e o local em que o capital, em boa parte, é investido, seja na indústria, no comércio, nos serviços, seja no próprio espaço da urbe.

O seu atributo de espaço urbano também pode ser examinado no cotidiano, por meio de sua atitude dinâmica. Tal atitude configura-se no espaço da urbe com a abertura de novas vias urbanas ,a construção de prédios, a demolição de antigos domicílios, a criação de novos bairros e a anexação de propriedades rurais ao espaço da cidade.

Entretanto, o solo é um bem cuja quantidade é limitada, e sua disposição dependerá do poder aquisitivo dos indivíduos além da maneira como este será administrado e distribuído pelo poder público.

As atitudes tanto do poder público quanto do setor privado ditam as regras a serem seguidas pela sociedade e, assim, conduzem a construção da cidade, muitas vezes, de forma desigual e segregada. A respeito da segregação, Carlos (2004) coloca que ela pode acontecer apoiada na existência da propriedade privada do solo urbano, que se reúne a vários outros elementos, como a estratégia de classes, em que o fator renda comporá a localização das pessoas de acordo com o possível valor do solo.

Por sua vez, a conjuntura econômica atual leva a pressupor que diversos fatores, entre eles as empresas, movimentam-se, pois, o espaço urbano tende a ser instável devido às oscilações do mercado, que busca a produção e reprodução dos investimentos feitos a fim de obter lucratividade.

As médias e grandes cidades produzem uma maior variedade de bens com alguns rendimentos e se beneficiam mais dos setores com elevadas economias de escala, com firmas localizadas no centro comercial responsável pelo maior volume de comércio e/ou serviços.

O estudo da expansão urbana na cidade de Vitória da Conquista e, particularmente, da Avenida Juracy Magalhães tem como foco demonstrar a forma como o processo de ocupação e apropriação deste espaço acontece, além de como a otimização da ocupação transforma-se em possíveis benefícios para a sociedade e se esta ocupação, realmente, se dá de uma forma eficiente.

Nessa avenida, é percebido um grande movimento de empresas de diversos ramos, como lojas de materiais de construção, postos de combustíveis, lojas de revenda de

automóveis, pet shops e serviços como restaurantes, que suprem as demandas dos consumidores e diretamente contribuem para o desenvolvimento urbano e econômico da cidade.

Além disso, há uma grande participação do poder público no desenvolvimento desta avenida enquanto nova centralidade. Isso por meio de leis explícitas no Plano Diretor Urbano, que foram aprovadas no município e que direcionam o crescimento da urbe.

Mas ainda existem outros segmentos específicos do comércio, o de luxo, como a loja Inovare e o próprio *shopping* Conquista Sul, além de algumas churrascarias, como A Los Pampas e a Trilha do Sul, que buscam uma clientela diferenciada. Outro fenômeno ocorrente é o deslocamento de agências bancárias para este local.

Este trabalho, então, tem como objetivo geral analisar a influência da Av. Juracy Magalhães como nova centralidade em Vitória da Conquista e, como objetivos específicos: evidenciar a ocupação do solo desta avenida; descrever as transformações físicas e econômicas ocorridas na Avenida Juracy Magalhães; e mostrar como a avenida vem se tornando uma nova centralidade.

O estudo teve contribuições científicas de vários autores e dispôs de uma metodologia que abrange o estudo de caso; houve também a avaliação de fontes documentais diretas e indiretas que, por meio de revisão bibliográfica, apresentou o processo de produção e transformação do espaço.

Utilizando-se arquivos disponíveis em *sites* e documentos como dados auxiliares, foram feitas entrevistas com empresários, comentando sobre a referida avenida. O estudo conta com três capítulos e está distribuído da seguinte forma:

O capítulo 1 apresenta informações acerca do espaço urbano, a partir dos conceitos, dos produtores e do surgimento do centro.

O capítulo 2 apresenta informações sobre a nova centralidade, a partir dos conceitos de cidade média e de centralidade, além dos argumentos sobre os subcentros de comércio e serviços.

O capítulo 3, e último, discorre sobre a Avenida Juracy Magalhães como uma nova centralidade.

Já as considerações finais falam sobre os indícios da nova centralidade e o momento vivido economicamente na avenida. Por fim são apresentadas as Referências Bibliográficas que permitiram o embasamento deste trabalho.

## **CAPÍTULO 1 - O ESPAÇO URBANO**

### **1.1 Conceitos sobre o espaço urbano**

Na produção do espaço, existem várias formas de evolução dos ambientes. Uma delas está no espaço urbano que, no decorrer do tempo, é acometido de mudança no contexto físico e social, e cujo desenvolvimento é elemento de análise de várias ciências, entre elas a econômica.

O espaço urbano configura-se pela utilização do solo de formas variadas, fragmentando-se em diferentes espaços na cidade, como as áreas comerciais, que se encontram geralmente no centro e áreas para morada, que, dependendo do poder público ou da vontade do setor privado, fará o direcionamento de cada espaço a cada tipo de classe social. A atitude dos entes públicos e privados, desta forma, provoca segregação. Pode-se falar a respeito, ainda, da utilização do solo para implantação de sítio industrial, onde se localizarão as empresas deste segmento.

Deste modo, Corrêa afirma que “o espaço de uma grande cidade capitalista constitui-se, em um primeiro momento de sua apreensão, no conjunto de diferentes usos da terra justapostos entre si” (1995, p.7).

Os fragmentos do espaço são conectados com a intenção de que haja a integração entre pessoas, veículos motorizados ou não, empresas, etc. Neste espaço, há também circulação de capital, transporte de mercadorias, deslocamentos humanos quotidianos para o trabalho e a escola, entre outros.

Deslocamentos infrequentes, como ir à igreja, ao cinema, a shows, trajetos eventuais para compras de todos os tipos geralmente estão relacionados com os centros. Desta forma é colocado que o “espaço urbano é simultaneamente fragmentado e articulado e cada parte mantém relações espaciais com as demais áreas, ainda que em diferentes intensidades” (CORRÊA, 1995, p.7).

Assim, o espaço urbano condiz com a realidade da população que o utiliza e o transforma. No entanto existe segregação neste espaço, já que a estrutura social é dividida em classes, onde imperam as desigualdades, que são consequências do sistema de produção vigente no mundo contemporâneo, ou seja, o capitalismo.

Portanto entende-se que o espaço urbano se configura como um vetor sob o qual a sociedade está sustentada e que promove sua sobrevivência. Neste aspecto, a transformação do espaço se faz necessária e acontece por meio da implantação de obras estruturais.

Tais obras se dão por meio do poder público ou privado para que se tragam benefícios à população e que produzam um desenvolvimento da economia o que, por consequência, se refletirá em toda a sociedade.

Contudo, como afirma Santos: “O espaço é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, entre sistemas de objetos e sistemas de ações não consideradas isoladamente, mas como o quadro único no qual a história se dá ”(SANTOS 1996 b, p.111).

A produção do espaço, como se sabe, é resultado da ação de agentes políticos e econômicos sobre a natureza. Então, considerando que o objeto é produto do trabalho no espaço, ele (o objeto) vem se tornando, ao longo da história, artificial, ou seja, o que é natural deixa de o ser por meio das mãos do homem.

Assim, o espaço é uma mescla de partes que se moldam em um conjunto no qual os processos produtivos e a sociedade, nos momentos históricos, fizeram e, hoje, fazem a sua transformação. Todas as relações pessoais, como os movimentos quotidianos, o direito constitucional de ir e vir, todos os deslocamentos que sejam frequentes ou infrequentes são atrelados à articulação supracitada. Assim, para Castells (1977) *apud* (KOCK, 2004, p.15) “[...] o sistema urbano é entendido como a articulação espacialmente específica dos elementos fundamentais do sistema econômico, político e ideológico de uma formação social.”.

O arranjo urbano se configura como conhecimento, mas, para Lefebvre, o espaço (1974) *apud* (GODOY, 2004, p.31) “consiste, a grosso modo, no lugar onde as relações capitalistas se reproduzem e se localizam com todas as suas manifestações de conflitos e contradições”.

O sistema capitalista em si é contraditório, pois as ações nele contidas refletem benefícios apenas para alguns, e estes se encontram na classe mais abastada. No entanto, neste espaço, a ocupação e o crescimento estimulam o desenvolvimento de diferentes cenários, pois estão em constante mudança, especialmente no contexto do crescimento econômico vivido atualmente.

O espaço é um importante bem consumido pelas pessoas, em que, quanto maior a renda, maior o espaço que o indivíduo pode consumir. À medida que o espaço urbano cresce, mais bens são gerados pelo espaço e disponibilizados ao consumo dos indivíduos. Mas, como muitos bens não são livres, quanto maior o espaço urbano, mais opções de consumo são disponibilizadas e, quanto maior a renda do indivíduo, mais ele pode consumir. Dado que seu padrão de vida depende da quantidade de bens que consome, maior pode ser seu padrão de vida, obviamente associado ao maior consumo.

O espaço urbano, portanto, cresce junto com a população. Segundo afirma Santos (1996), a urbanização no Brasil é um fato que aconteceu há pouco tempo, em meados dos anos 1940, com as políticas implementadas pelo Estado a fim de modificar a estrutura econômica. Assim “entre 1940 e 1980, se dá uma verdadeira inversão quanto ao lugar de residência da população brasileira” (SANTOS, 1996b, p.135).

Para elucidar a inversão do local de moradia de grande parte das pessoas, como descrito na citação supracitada, a tabela 1 apresenta dados que referenciam a situação e corroboram a tese do crescimento da migração de indivíduos ao longo do tempo.

**Tabela 1-População residente urbana e rural segundo as regiões e unidades da federação 1940/1991**

Ano	População total	Rural	Urbana
1940	41.165.289	28.356.133	12.880.182
1950	51.941.767	33.161.506	18.782.891
1960	70.070.457	38.767.423	31.303.034
1970	93.139.037	41.054.053	52.084.984
1980	119.002.706	38.566.297	80.436.406
1991	146.375.475	35.384.485	110.990.990

**Tabela 1:** Crescimento da população brasileira 1940 a 1991

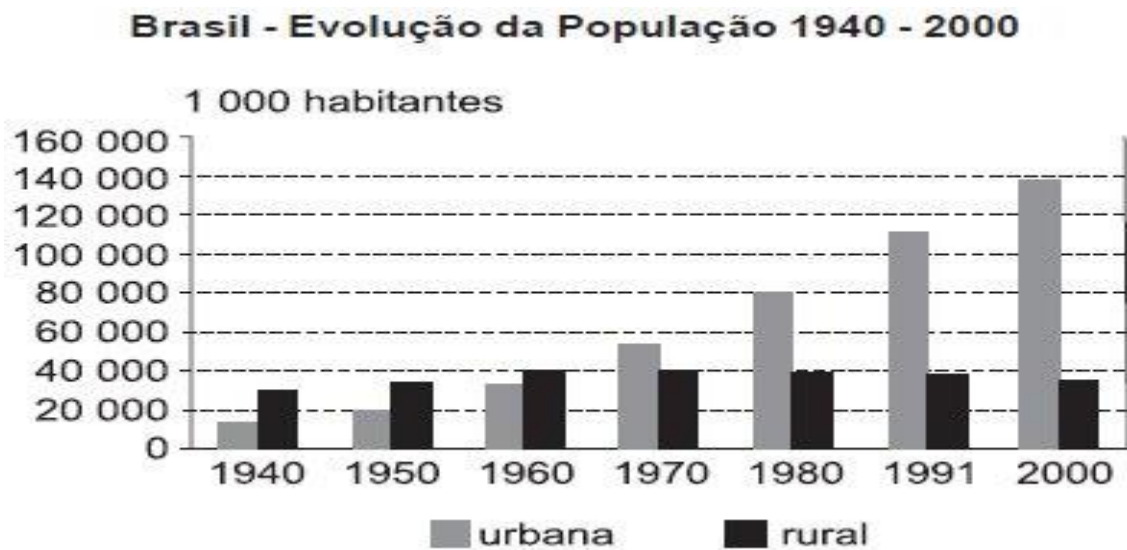
**Fonte:** IBGE, Anuários Estatísticos do Brasil, 1995

Em 1950, a população rural brasileira era de 33.161.506 habitantes e correspondia a 63,84% da população total. Vinte anos depois, os habitantes das zonas rurais eram 41.054.053 e correspondiam a 44% da população total. A modernização da agricultura, o extremo parcelamento da terra no campesinato do Sul e o avanço da fronteira agropecuária no Centro-Oeste e no Norte conferiram complexidade à evolução da população rural no país (IBGE, 1995).

Nesse contexto, houve a intervenção planejada do Estado através de planos econômicos como o SALTRE, (Saúde, Alimentação, Transporte e Energia), posto em prática pelo governo Dutra, na década de quarenta, plano este que objetivava o desenvolvimento brasileiro por meio de políticas públicas. Houve também o plano de Metas, criado por Juscelino Kubitschek e que, com as políticas desenvolvimentistas, estabelecia a industrialização como vetor para o desenvolvimento econômico da nação no decênio de 1950

(GIANBIAGI, 2005). As atitudes destes governos, envolvendo o setor macroeconômico, fez com que houvesse o crescimento das taxas de urbanização no país.

Durante os mandatos 1950/60, como demonstrou a tabela 1, a população era, em sua maior parte, rural. Já em 1970, de acordo com o censo (IBGE, 2000), existiam 90 milhões de habitantes no Brasil. Assim, “como consequência do processo de industrialização e modernização da agricultura no país a partir da década de 1960, a população brasileira deixou de ser predominantemente rural no período 1960-1970”.



**Figura 1:** Brasil: Evolução população rural e urbana, 1940/2000  
**Fonte:** IBGE (2000)

O gráfico demonstra que houve migração para as cidades, produzindo o êxodo rural, ou seja, a saída das pessoas das áreas rurais para as urbes. Tal fenômeno advém dos atrativos que as cidades possuem, como melhores opções de trabalho. Desse modo, a população rural migra para as urbes, em particular as que possuem maior nível de industrialização, pois acredita-se que, na cidade, é fácil obter melhor emprego e qualidade de vida. Assim, a população torna-se urbana, conforme exposto por Santos:

A revolução urbana brasileira, consecutiva à revolução demográfica dos anos 50, tem-se primeiro, uma urbanização aglomerada, com o aumento do número e da população respectiva, dos núcleos com mais de 20.000 habitantes e, em seguida, uma urbanização concentrada, com a multiplicação de cidades de tamanho intermédio, para alcançarmos, depois, o estágio da metropolização, com o aumento considerável do número de cidades milionárias e de grandes médias (em torno de meio milhão de habitantes) (SANTOS, 1996a, p.69).

Deste então, não existiu redução nos percentuais em sentido inverso, ou seja, uma migração considerável da cidade para o campo no território brasileiro. Esta situação gera problemas devido à não-qualificação profissional de pessoas que, vislumbrando a possibilidade de melhor condição de vida, deixa a área rural, aumentando desordenadamente a população na cidade. Vialli coloca que:

O processo de urbanização não fez apenas com que o homem do campo fosse morar na cidade, ela também fez com que, de acordo com os fluxos de capital e informação, houvesse uma constante movimentação de pessoas dentro das cidades e entre as cidades, inchando-as populacionalmente e criando pressões sobre o solo urbano, tal pressão sobre o solo mercantiliza-o e, desse modo, a renda capitalista do solo regula a forma como se organiza e se usa o espaço urbano (VIALLI, 2006, p.13).

Assim, o processo de urbanização leva a alguns conceitos, tanto do ponto de vista quantitativo como também do qualitativo. O implemento da urbanização do Brasil e a expansão demográfica ocorrida durante o século XX levaram a acontecer tal urbanização de forma desordenada.

Isso motivou a multiplicação das cidades, proporcionando o aumento territorial das existentes, algumas hoje consideradas metrópoles e outras megalópoles. Seguindo esta ideia, Becker e Egler afirmam que o espaço urbano brasileiro:

Foi tanto um instrumento quanto um produto do capitalismo nacional, através das estratégias espaciais implícitas e explícitas do Estado, o desenvolvimento reforçou o papel da urbanização como base para a industrialização, favorecendo a concentração econômica (BECKER; EGLER, 1998, p.86).

Então, este processo levou a uma urbanização no Brasil nos moldes capitalistas já existentes em outras nações, mas não adotou os mesmos procedimentos que muitas das grandes cidades do continente europeu adotaram. A esse respeito, Pedrão (2002, p.10) coloca que “no Brasil surgiu uma urbanização que evoluiu para uma situação de cidades multifuncionais integrantes de impérios mundiais, sem aqueles fundamentos estabilizadores da tradição”

Algumas cidades brasileiras deixaram as características rurais, passando a ser grandes cidades a serviço do capital e que fazem parte de um comando mundial. O crescimento dessas cidades deu-se a partir de movimentos exógenos, ou seja, dependente de atitudes de agentes que provêm do exterior e que convergem com os interesses capitalistas para conduzir tais metrópoles.

Os responsáveis por tal dinâmica estão dentro deste sistema e o conduzem de forma a satisfazer as suas necessidades particulares, do setor privado ou do público, como passaremos a descrever.

## 1.2 Os produtores do espaço urbano

No entorno urbano, os processos espaciais são objetos que, ao longo do tempo, são determinados e alcançados pelos atores que moldam este espaço.

As atitudes dos agentes detentores do espaço urbano alteram e impõem um constante e incisivo procedimento de reorganização espacial, tais como, inclusão de áreas, renovação e transformação urbana, criação de condomínios ou loteamentos etc. São esses agentes que têm em vista a apropriação de uma renda oriunda da terra.

Então, a formação e a produção do espaço fundamentam-se nos interesses econômicos que se encarregam de preencher papéis em que a relação da reprodução no espaço e tais interesses sejam benéficos para a sociedade ou para as classes sociais.

Desta forma, a relação com o espaço urbano é construída através da atuação de pessoas que transformam o solo urbano. Estas são, segundo Corrêa (1995, p.12): “Os Proprietários dos meios de produção, proprietários fundiários, promotores imobiliários, o Estado e grupos sociais excluídos podem interferir no espaço urbano”.

Por sua vez, os atores sociais agem de forma complexa sobre o espaço urbano e suas ações decorrem, de um lado, pela dinâmica da acumulação capitalista e, de outro, de maneira a integrar e agregar a reprodução da relação social.

Os grandes proprietários industriais, como se sabe, são consumidores de espaço em larga escala e não têm o costume de procurar estar próximo do centro, tal situação ocorre por certas razões, como define Mário Polése (2013),

é tanto para a produção quanto para armazenagem estacionamento de caminhões e veículos e para equipamentos necessários ao transporte e a manutenção das mercadorias, mas que outras atividades, as indústrias são sensíveis as vias de transporte de mercadorias, e o congestionamento rodoviário do centro é, também para elas um fator de repulsão que as faz preferir as localizações mais periféricas; as indústrias tem menos necessidade de estar junto ao centro do que as outras atividades já que a maior parte de sua produção é exportada para fora da região (POLÉSE,2013, p.303)

A estratégia de localização adotada pelas indústrias recebe o apoio de um grande agente no mercado, o Estado. Este garante a instalação de vários tipos de empresas e lhes dão

apoio (infraestrutura) para o funcionamento, como instalação de energia elétrica, asfaltamento de vias para melhor logística dos insumos e distribuição da sua produção.

Este suporte se configura, também, em alguns casos, com incentivo ou isenção fiscal por grande período de tempo, em que o estado abdica de recolhimentos fiscais, colocando em prática políticas nas quais os interesses dos governantes se manifestam, a fim de manterem-se no poder, ou seja, no comando/administração do setor público.

Assim, esta atitude por parte do Estado causa um incremento no preço do solo, e isso traz a possibilidade de utilização de especulação fundiária por parte de alguns agentes, o que não é de interesse dos proprietários dos meios de produção. Pois a especulação cria uma insuficiência de oferta com relação ao solo urbano e impossibilita um incremento de renda da terra, e há também outra situação, tal especulação motiva o encarecimento de uma possível expansão desta empresa com referência a ampliação do tamanho físico.

Quando acontece esta situação, o estado, na maioria das vezes, garante a resolução de parte do problema, com políticas que favorecem os proprietários dos meios de produção por meio de ações como desapropriação, criação de impostos sobre o uso da terra, doação. Assim sendo, afirma Corrêa:

Nas grandes cidades, onde a atividade fabril é expressiva, a ação espacial dos proprietários industriais leva à criação de amplas áreas fabris em setores distintos das áreas residenciais nobres, onde mora a elite, porém próximo às áreas proletárias. Deste modo, a ação deles modela a cidade, produzindo seu próprio espaço e interferindo decisivamente na localização de outros usos da terra (CORRÊA, 1995, p. 15).

A atuação de outro agente, os proprietários fundiários, segue a ideia de transformar o espaço rural em urbano para que haja aumentos cada vez maiores sobre as rendas da terra.

Contudo os interesses deste agente, segundo Corrêa (1995, p.16), “estão no valor de troca e não no valor de uso da terra”, mas a possibilidade desta ocorrência se junta a confrontos entre rendas da produção agrícolas e venda das terras. Mas, segundo afirmam Nascimento e Mathias (2011, p.70) “a viabilidade desta conversão rural-urbana da terra depende, entretanto, do diferencial entre a renda agropecuária que se deixa de auferir e a remuneração que se espera obter com a sua anexação à periferia urbana”.

Os donos de terras localizadas no entorno do espaço urbano tendem a se interessar em transformar o uso rural de suas áreas para um solo de uso urbano, quando estas não respondem às expectativas de renda recebidas na agricultura. Isso, Devido ao fato de a valorização do solo urbano ser mais vantajoso economicamente, ou seja, possibilita maior lucratividade.

Com o passar do tempo, o diferencial renda incide nestes fatores, então o uso urbano do espaço torna-se essencial para a transformação da realidade e acaba por confluir com tal interesse.

Deste modo, há grande empenho dos agentes a fim de transformarem as propriedades rurais em urbanas. Corroborando esta ideia, Corrêa (CORRÊA, 1995, p.16) descreve que “a propriedade fundiária da periferia urbana, sobretudo aquela da grande cidade, constitui-se no alvo de atenção dos proprietários de terras. Isto se deve ao fato de estar ela diretamente submetida ao processo de transformação do espaço rural em urbano”.

Entretanto, a organização do espaço urbano é feita em função dos lugares de morada, ou seja, das residências, pois é a esta que se reserva grande parte do solo urbano. A contribuição do estado e a existência de serviços públicos de infraestrutura dão origem ao preço de tal solo e conduzem à segregação espacial.

Existem diferentes formas de ocupação do espaço urbano: como a urbanização de status, que é aquela em que se coloca, à disposição, território para as pessoas detentoras de maior poder aquisitivo. Geralmente existe toda uma estratégia em torno deste tipo de imóvel, pois a renda disposta por ele é grande e satisfaz aos proprietários fundiários. Por sua vez, os agentes utilizam-se de vários argumentos para pressionar o poder público a fim de que se crie infraestrutura em prol deste solo para manter constante o aumento do preço.

Como afirma Machado (2011), o setor imobiliário participa por meio de investimentos privados em dada localidade, demonstrando as vantagens de possuir um lote por meio de propaganda. Outra vez, a atuação do Estado é de suma importância para a manutenção dos interesses da produção e reprodução do capital.

Mas ainda há outra forma de urbanização, a popular, em que os detentores da propriedade da terra, que estão mais distantes da infraestrutura central, não têm a possibilidade de escolha com relação aos consumidores, pois não têm influência para trazer demandantes de status, ou seja, aqueles que possuem grandes rendas.

Então, colocam à disposição estas terras em favor de quem tem menor renda, ou incube novamente ao Estado a tarefa de demandar estes lotes para que seja repassado a quem não possui renda suficiente.

Para os demandantes do solo urbano com renda menor, é oferecido o mínimo de infraestrutura por parte dos proprietários fundiários para que este consiga usufruir de renda da terra.

E ainda assim estes agentes não são ingênuos, geralmente neste tipo de loteamento são colocados à venda alguns terrenos em um determinado número de lotes, colocando-se à disposição os últimos e reservando partes importantes dos loteamentos.

A infraestrutura e a precariedade destes, com o passar do tempo, e através da força da população começam a passar por algumas melhorias. Assim, por meio de investimentos estatais, aqueles lotes reservados proporcionam então os benefícios dos proprietários fundiários.

Com os investimentos por parte do Estado, a renda da terra decorrente deste investimento passa a ser maior e, por consequência, mais vantajosa para tal proprietário. Então, para Harvey (*apud* CORRÊA, 1995.p.26), “este tipo de atuação tende a ampliar a renda real daqueles que já possuem elevada renda monetária”

Existem vários modelos de valorização fundiária no Brasil, seguidos por um grande número de agentes que os colocam em prática. Neste contexto, afirma Corrêa que:

“Os exemplos de ex-periferias urbanas enobrecidas são numerosas, nas cidades litorâneas, que se localizam junto ao mar, como Rio de Janeiro, Salvador, Recife, Fortaleza. Bairros como Copacabana, Ipanema, Barra da Tijuca já foram no passado não tão distante, periferias urbanas, agora são bairros de status, frutos da valorização fundiária (CORRÊA, 1995, p.18).

Um exemplo mais próximo está em Vitória da Conquista, onde o aumento no valor, ou seja, no preço dos lotes, teve como influência, principalmente, obras de infraestrutura, colocadas em prática por parte do estado em alguns locais, como a Avenida Juracy Magalhães.

A melhoria aqui implantada se refere à duplicação, escoamento de águas fluviais, iluminação, construção de ciclovias etc. Mas também à implementação de empreendimentos pelo setor privado contribui para tal valorização imobiliária, a exemplo da construção do *shopping* Conquista Sul nesta mesma avenida.

Entretanto é compreendido que a viabilização de qualquer melhora na ocupação do espaço urbano está vinculada especificamente à ação estatal em âmbito municipal, estadual ou federal que venha a garantir rendas da terra, em cidades de grande, médio ou pequeno porte.

Outro agente importante no que diz respeito à ocupação e produção do espaço urbano setor imobiliário é o promotor imobiliário. Este é percebido como quem realiza parcial ou no total as intervenções no âmbito urbano. Tal intervenção se dá, segundo Corrêa, “com a incorporação, que é a operação chave da promoção imobiliária; o incorporador realiza a gestão do capital-dinheiro na fase de sua transformação (terra) em mercadoria, define como serão as decisões com relação às construções, propaganda e vendas das unidades” (CORRÊA,

1995, p.19). Desta forma, o produtor ou agente imobiliário inova na dinâmica comercial referente ao espaço urbano.

Então o agente imobiliário introduz no mercado inovações espaciais, como estratégia para desestabilizar a ordem urbana antecedente, ou seja, as inovações espaciais propostas pelos agentes imobiliários reorientam a demanda para uma nova oferta, provocando mudanças na dinâmica espacial. Cabe lembrar que a dinâmica de inovação impulsionada pelos empreendedores imobiliários focalizará, primordialmente, as famílias de mais alta renda, por representarem a demanda mais solvável (BOTELHO, 2009, p.143)

Inovações como a propaganda são de suma importância para a ocupação do solo. Tais estratégias dos agentes imobiliários possibilitam auferir lucros. Abramo *Apud* Botelho (2009, p.144) afirma que

“no mercado imobiliário a inovação é um dos elementos que os capitais utilizam para revolucionar-alterar os padrões de ocupação das regiões da cidade e produzir a destruição criadora das moradias, nesse sentido a inovação cria as condições necessárias para o deslocamento espacial da demanda”

Esta ocupação do solo também depende de financiamento que acontece por parte de pessoas físicas e jurídicas, com a formação do capital necessário à construção ou compra de solos urbanos.

Exige-se também estudo técnico realizado por consultores como economistas e outros. Isso viabiliza a construção ou produção física dos imóveis no espaço e sua comercialização, ou seja, a transformação do solo-mercadoria em capital-dinheiro adicionado de lucros.

Vale observar que agentes como o promotor imobiliário podem exercer várias operações no processo de acumulação capitalista. Isso pode incluir, por exemplo, a construção e a incorporação, ou ainda, a negociação do solo, ou abranger todos os níveis de um empreendimento, o que faz deste um elemento complicado para ter uma definição precisa. Mas trata-se de um agente de grande importância na produção do espaço, cujo desempenho está ligado diretamente à valorização das áreas no setor urbano, e seu objetivo é a maximização dos lucros nas etapas da produção imobiliária, seja na compra de terreno, na construção, seja no repasse do imóvel ao mercado.

Não obstante, tais etapas estão unidas à ação do capital imobiliário, que tem um papel essencial na demarcação e remarcação do espaço urbano, isto a partir das estratégias e práticas no espaço. Tais práticas levam à valorização imobiliária de áreas que eram inativas e fazem com que o capital mantenha-se reproduzindo. Ainda por consequência deste movimento, acontece a transformação do espaço em mercadoria.

Tal movimento traz ainda outras características e Corrêa (1995) *apud* (SILVA, 2011, p.8) assinala três tipos de práticas espaciais: a seletividade espacial, sendo esta a mais comum, pois se trata da escolha de áreas e da definição de como serão usadas; a fragmentação ou remembramento, prática pautada no ato de repartir um grande espaço em partes menores, ela geralmente acontece quando há o loteamento de terra rural para ser convertida em solo urbano.

Entretanto, o remembramento é a prática contrária, que reúne unidades espaciais menores formando uma maior. A última das práticas é antecipação espacial está é definida por uma escolha de localização que se dá antes que as condições esperadas para aquela área se materializem.

As práticas espaciais aqui citadas são comuns com relação ao capital imobiliário. A seletividade espacial se relaciona com o investimento do capital imobiliário, concentrando-se em alguns locais em detrimento de outros. Já a fragmentação/ remembramento é um interesse da prática das firmas, que loteia uma área de terra, levanta um edifício em um terreno que era desocupado ou ocupado por casas. A antecipação espacial é a prática mais significativa do capital imobiliário, pois consiste em especulação, ou seja, ela mantém terrenos ou imóveis ociosos na expectativa da valorização.

Mesmo com o capital imobiliário movimentando-se nesta dinâmica, as intervenções nos espaços produzem vários tipos de agentes: o proprietário fundiário, os negociantes prósperos, que buscam diversificar a sua carteira de investimentos, os bancos, cujo desempenho se dá de forma relativa neste mercado, mas em benefício do lucro, utilizando-se de mecanismos como hipotecas, financiamentos etc.

Há também o Estado enquanto agente, cuja atuação como promotor imobiliário se dá com aprovação de leis que podem ser utilizadas por outros agentes com relação ao uso do solo, ou com a criação de investimento em infraestrutura como energia elétrica, pavimentação com asfalto, esgotamento sanitário etc.

O estado é incumbido de fornecer aparelhamento para consumo coletivo de todo o espaço urbano, no entanto ele também é um componente que dá licitude à classe mais abastada, e sua ação tende a melhorar as áreas residenciais nobres.

Tal posição estatal contribui para viabilizar o implemento do espaço urbano e suas novas áreas, a fim de beneficiar o capital. Desta forma (CORRÊA, 1995, p.29) coloca que “a habitação é um bem cujo acesso é seletivo”. Esta é a lógica do capital: para os grupos sociais excluídos, a possibilidade de moradia está em locais como favelas ou loteamentos bem distantes da infraestrutura, da área central.

Assim, neste contexto, afirma Aranha (2004 *apud* FERES, 2010, p.2) que “o espaço urbano é produto da atuação por vezes contraditória, de agentes sociais produtores do espaço que orientam o uso, a produção, a reprodução e a apropriação do solo na cidade de acordo com seus próprios interesses”.

A ação do Estado é marcada por uma confusão nos interesses das diversas partes da sociedade e, geralmente, segue a lógica de mercado, ou seja, está contribuindo com a reprodução capitalista. Assim, “a atuação do estado se faz, fundamentalmente e em última análise, visando criar condições de realização e reprodução da sociedade capitalista, isto é, condições que viabilizem o processo de acumulação e reprodução das classes sociais e suas frações” (CORRÊA, 1995, p 26)

Com o país a favor do sistema de produção em que os interesses de uma classe se sobrepõem aos interesses do coletivo, fica claro que a contribuição deste para a segregação espacial é grande e se torna uma consequência difícil de ser mudada.

Nesta ótica, a organização do espaço se configura como um produto, sendo que, no capitalismo, os detentores dos meios de produção se vinculam a diversas esferas da economia, colocando o Estado como responsável pela organização e manutenção do aparato funcional para reprodução de tal situação.

O capitalismo, em sua lógica de repartição de renda e ainda de geração de riquezas no modo de produzir, constitui-se, como afirma Lopes, “em um sistema de estratificação social que ocorre no espaço urbano através da relação espaço – tempo. Decorrente disto, nota-se uma organização do espaço com características próprias no capitalismo, ou seja, onde a diferenciação social fica espacialmente explicitada” (LOPES, 2007, p.42).

A caracterização espacial ou segregação pode acontecer em campos com ampla similaridade nos quais este acontecimento advém da reprodução das relações sociais da sociedade, e que se confirma no espaço através da distinção das classes, colocando um direcionamento para regiões de domicílios na cidade.

Ana Fani Alessandri Carlos (2004), em seus estudos relacionados ao espaço urbano, coloca que a segregação pode acontecer e se apóia na existência da propriedade privada do solo urbano.

A segregação se conecta a vários elementos, um deles é a estratégia de classes, em que o fator renda fará a localização das pessoas de acordo com a possível realização do valor com relação ao solo, ou seja, “nesta direção o mercado fundiário, na cidade, distribui a população no espaço baseado na racionalidade da propriedade privada”(CARLOS, 2004,p.121).

A autora chama ainda atenção para a segregação programada, que acontece a partir da intervenção estatal no solo urbano, com políticas planejadas para atender as exigências da reprodução do capital, diretamente através da implementação de infraestrutura, ou, também, através de políticas urbanas incentivando o deslocamento de atividades como as dos setores administrativos, a fim de valorizar algum local.

Outro elemento é a mercantilização do solo urbano alocado como mercadoria, pois as estratégias imobiliárias atuam diretamente no espaço urbano, realizando-o por meio de uma lógica, então “o espaço adquire valor de troca supondo uma intercambialidade, nesta dimensão se trata da realização espacial da racionalidade da propriedade privada” (CARLOS, 2004, p.122).

Considerando-se os elementos estratégicos de classes e a mercantilização do solo junto à intervenção estatal no espaço urbano, podem-se criar mecanismos a partir dos quais a segregação espacial se expanda e se mantenha com os interesses de certos grupos ou classes.

Nesta conjuntura, a “segregação residencial pode resultar também de uma ação direta e explícita do Estado através de planejamento, quando da criação, a partir do zero, de núcleos urbanos” (CORRÊA, 1995, p.27).

O plano de desenvolvimento que o país e seus estados e municípios colocam-se a praticar leva em consideração, em primeira instância, os interesses do capital ou interesses particulares que, durante toda a história do capitalismo, estão sendo mostrados. Para Lojkin (1997) *apud* (RIBEIRO; CHAVES, 2000, p.7), “a segregação é uma manifestação da renda fundiária urbana, um fenômeno produzido pelos mecanismos de formação dos preços do solo, estes, por sua vez, determinados pela nova divisão social do trabalho”.

Ainda a respeito da segregação, é colocado que tal acontecimento serve de parâmetro para possíveis políticas públicas, feitas a fim de diminuir a intensidade com que esta segregação ocorre. Desse modo, Marcuse (2001 *apud* TORRES 2004, p.42) descreve:

Uma definição mais rigorosa do fenômeno, considerando-o o processo por meio do qual uma determinada população é forçada de modo involuntário a se agrupar em uma dada área. Entre os componentes que induziriam essa aglomeração forçada estariam tanto mecanismos de mercado – que induzem à valorização ou à desvalorização imobiliária de determinadas áreas – como instrumentos institucionais (taxação, investimentos públicos, remoção de favelas etc.) e práticas efetivas de discriminação.

Os mecanismos de formação de preços estão unidos à condição financeira de cada classe social, a classe mais abastada domina tais mecanismos, pois é detentora dos meios de produção e dessa forma pode definir onde cada classe se estabelecerá.

Quando há algum tipo de influência sobre o mercado, com relação ao solo ou à incorporação imobiliária, acontece a segregação de grupos sociais que não fazem parte deste grupo privilegiado. Isso ocasiona um movimento de afastamento de tais classes no espaço urbano para uma distância considerável. (VILLAÇA, 1998 *apud* RIBEIRO; CHAVES, 2000, p.8).

Assim sendo, a segregação pode ser considerada como um procedimento que determina a estrutura do espaço urbano em que tal estrutura permite um tipo de “gerenciamento” social, que serve à vontade econômica e política para deliberarem sobre este espaço.

Outro fator nesta produção do espaço está vinculada à divisão social do trabalho. A transformação da natureza em trabalho por parte do homem é que possibilita agregar valor a tal solo, isso também cria a possibilidade de segregação, pois não há uma divisão equânime do recebimento deste valor quando da venda de um terreno, por exemplo.

Os autores aqui citados observam que a segregação sócio espacial está vinculada em parte à atitude do Estado e à forma como são distribuídos e aplicados os recursos públicos, pois o poder econômico atribuído a este agente é muito vasto e passível de manipulação.

Mais um ponto importante é que, no capitalismo, o indivíduo busca a satisfação por um meio que beneficie apenas o próprio indivíduo e não o coletivo, assim é quase que impossível não haver uma imposição de suas vontades por parte da sociedade, dos possuidores dos meios de produção, em detrimento do todo.

No contexto da produção do espaço, a história nos mostra a diversidade desta produção. Tal diversidade culminou nos moldes em que o sistema está posto, ou seja, na divisão social e física.

Toda esta situação poderia não acontecer se não tivesse existido o aparecimento das cidades, que, como alguns autores defendem, surgiram a partir de um centro, “o princípio da centralidade diz-nos que as relações de trocas e outras relações entre agentes econômicos dão origem a um lugar central” (POLÉSE, 1998, p.58). Tal surgimento será tratado a partir deste momento.

### 1.3 O surgimento do centro

O surgimento dos centros está ligado diretamente com as relações comerciais. Outrora as atividades comerciais e sociais se davam em espaços públicos que se caracterizavam por também estarem ligados ao divertimento das pessoas naquele local sem considerar a sua classe social.

Grassiotto afirma que

A atividade comercial, no início, acontecia em espaços públicos internos ou externos, sendo uma troca de mercadorias, de informações, pensamentos, ou outra qualquer. Os mercados, feiras, praças, dentre outros se constituíram em espaços econômicos, mas também de entretenimento, vida social e política. O espaço público é, por excelência, o local ideal para a realização das trocas, por ser acessível a todos e permitir a livre interação entre os visitantes, independente de sua condição social (2007, p.4).

Antes do advento da revolução industrial, o comércio tinha um arranjo simples, em que tudo a ser comercializado estava próximo, como no sistema feudal, quando o comércio era feito em um núcleo ou em fazendas próximas.

Em seguida, no sistema mercantilista, o acesso às mercadorias deveria ser “fácil” aos consumidores que vinham a pé ao local ou ao mercado. Para Grassiotto (2007, p.4),

Não havia a distinção entre o lugar de morar ou trabalhar, todas as relações comerciais ou cotidianas em geral eram naturais a este ambiente, ou seja, ao centro, o inter-relacionamento das diversas atividades acontecia de forma espontânea, o homem trabalhava, divertia-se e habitava dentro de um pequeno raio.

Posteriormente, na 1ª revolução industrial, os parâmetros do comércio foram modificados e estes trouxeram consigo grandes alterações, como: o incremento demográfico, as mudanças nas relações de trabalho e as inovações tecnológicas. Isso levou à criação de produtos que não existiam e instituiu novas demandas ao mercado.

A nova situação forçou as cidades a deixarem a forma simples de comércio e a adotarem formas complexas, com isso, a infraestrutura tornou-se adequada para atender tal dinâmica.

O aparecimento dos centros comerciais tem sua gênese em fatos históricos. Villaça (2001 *apud* FERES, 2010, p.2) afirma que:

A área central surge a partir do momento em que uma aglomeração de famílias inicia um processo de relações sociais entre si, passando a consumir e produzir atividades e interesses em comum. Estas relações resultam na obrigação de consolidação de instituições comuns, iniciando os deslocamentos espaciais

socialmente regulados, responsáveis pelo início da disputa por localizações privilegiadas em função do domínio ou controle do tempo e energia gastos nos deslocamentos espaciais.

A partir desta visão, apenas a reunião de pessoas com os mesmos objetivos era necessária para se criar um centro onde a intenção de consumo e produção era que ditava as regras.

Contudo Corrêa (1995) traz outra versão com relação à gênese do centro, descreve que os métodos e contornos espaciais são frutos do capitalismo e que “a cidade conserva ligações entre ela e o mundo exterior, de forma a ampliar estas ligações, as ferrovias tiveram um papel de evidência, pois, a partir do Século XIX, tornou-se o meio de transporte inter-regional mais importante” (CORRÊA, 1995, p.38).

Quando houve a criação dos terminais ferroviários, este exerceu grande influência em muitas empresas por causa da diminuição dos custos de transportes dos produtos, e ainda possibilitou a invenção e manutenção de atividades comerciais, nascentes ou em crescimento, como lojas de departamento, escritórios, depósitos e até indústrias, pois a aglomeração destes mais uma vez representava diminuição de custos.

Entretanto esta situação ocasionou outro fenômeno, a ampliação do mercado de trabalho, em que a ótica não era apenas das empresas, mas também dos empregados, pois o surgimento de tais áreas centrais possibilitou a um número expressivo de pessoas, trabalho e renda, mesmo que este trabalho fosse de forma quase escrava.

Mas, por consequência destas variáveis, o movimento no núcleo central passa a existir e possibilitar a acessibilidade. Com relação a esta, Corrêa afirma que “a acessibilidade, por sua vez, atraiu as nascentes lojas de departamento, uma criação visando distribuir uma gama enorme e crescente de produtos industriais para crescente mercado consumidor assalariado e de outros gêneros do comércio varejista” (CORRÊA, 1995, p.39).

O advento do aparecimento dos centros comerciais está ligado ao surgimento do capitalismo em sua etapa industrial, na qual a forma de suprir as demandas tanto dos empresários quanto dos empregados contribuiu para tal formação. Corrêa enfatiza isso e afirma que as áreas centrais aparecem, e que: “se deve assim as demandas espaciais do capitalismo em sua fase concorrencial, onde a localização central constituía-se em fator crucial na competição capitalista” (CORRÊA, 1995, p.40).

Em um determinado espaço, como afirma Villaça (1998, p. 238) “nenhuma área é ou não é centro; como fruto de um processo – movimento – torna-se centro” tal ideia evidencia

que não é necessário que o centro esteja no “meio” de um local, mas em qualquer parte de um dado perímetro. Ainda nesse contexto, Spósito acrescenta que:

No interior da cidade, o centro da cidade não está necessariamente no centro geográfico, e nem sempre ocupa o sítio histórico onde esta cidade se originou, ele é antes um ponto de convergência/divergência, é o nó do sistema de circulação, é o lugar para onde todos se dirigem para algumas atividades e, em contrapartida, é o ponto de onde todos se deslocam para a interação destas atividades aí localizadas com as outras que se realizam no interior da cidade ou fora dela. Assim, o centro pode ser qualificado como integrador e dispersor ao mesmo tempo (SPÓSITO, 1991, p. 6).

Outro fator importante está relacionado à possibilidade de mobilidade que o centro da cidade proporcionou para a circulação de pessoas, veículos e capital. Assim, Geromel define que o centro:

É um lugar que reúne, integrando os fluxos vindos de várias áreas da cidade, e até mesmo de outros mercados regionais e internacionais. No passado, nesses fluxos predominavam a circulação de bens materiais; hoje se dispõe da circulação de informações e de capitais. O centro, portanto, ainda tem esse papel de integrar pontos de produção de capital e de informações (GEROMEL, 2010, p.20).

Dessa forma, o centro abandona o papel de apenas ser um ofertante de produtos ou bens tangíveis e passa a ser também um ofertante de bens intangíveis, como a informação, que, agora, em nossa realidade, torna-se o bem com maior preciosidade.

O espaço urbano, como se viu, é rodeado de complexidade devido às ações dos agentes que o moldam. Desse modo, Villaça (1998, p.238) afirma que “o centro surge então a partir da necessidade de afastamentos indesejados e obrigatórios. Ele, como todas as “localizações” da aglomeração, surge em função de uma disputa: a disputa pelo controle (...) do tempo e energia gastos nos deslocamentos humanos”.

O desenvolvimento no que tange à vida social faz aparecerem atividades que exigem o deslocamento da maioria das pessoas, geralmente a um mesmo ou lugar próximo, para que se atendam suas necessidades. Estes pontos são, na verdade, o lugar onde há a minimização do conjunto dos custos de todo o deslocamento.

Tais custos se elevavam com a distância percorrida. O custo de transporte é um exemplo, pois, quanto mais distante for o destino de uma mercadoria, mais cara ela fica. Assim afirma Polése (1998.p.54) “uma região mantém normalmente mais relações comerciais com uma região vizinha do que com uma região situada do outro lado do mundo”

Entende-se que o Centro passa a existir com a finalidade de comportar uma grande concentração comercial e diversos serviços que abranjam uma determinada área, mas o espaço e sua criação deveria ser adaptado para favorecer a sociedade, pois sua sustentação é

que promove a própria sobrevivência, então é necessário que se utilize este espaço de forma a beneficiar não somente uma determinada casta e sim o todo.

O agente que tem capacidade de operar para que isso ocorra é o Estado, pois, com vontade política e ações públicas, o que é exposto aqui pode ser modificado e transformado em benefícios para toda a sociedade.

As pesquisas sobre as cidades têm grande relevância, pois elas podem demonstrar se há contribuição para o melhoramento do bem estar da população. É na cidade que há possibilidade para ocupação e utilização do solo, sendo que o desenvolvimento desta segue modelos para suprir as necessidades econômicas e sociais e se solidifica com ações dos agentes que produzem tal espaço.

Nesta conjuntura, o capitalismo, em sua busca incessante pela reprodução, modifica as estruturas das cidades com a finalidade única do lucro. Desta situação emergem novos conceitos a serem discutidos, como o de cidade média, por exemplo.

## **CAPÍTULO 2 – A NOVA CENTRALIDADE**

### **2.1 Conceitos de Cidade média**

A análise das cidades médias tem gerado grande interesse entre muitos autores. O estudo a seu respeito pode acontecer de várias formas e com diversos enfoques. A definição ou o conceito de cidade média varia segundo o critério dos pesquisadores em seus estudos e também dos órgãos governamentais que planejam a estrutura urbana.

Grande parte dos teóricos diverge quanto ao conceito do que seja uma cidade média, por causa da complexidade que a engloba, como afirma Corrêa (2007) *apud* (FREIRE, 2011, p.38),

“Conceituar cidade média implica esforço de abstração, de estabelecer a unidade daquilo que é pouco conhecido, que aparece como algo muito diversificado. Não será surpreendente, pois, se o conceito possível for muito geral, de pequena validade para compreensão da realidade”

Contudo, alguns autores refletem sobre esse conceito e trazem algumas teorias plausíveis, que esclarecem como e quando acontece o aparecimento das cidades médias ou de porte médio. Uma teoria é o nível hierárquico das cidades, que, a partir da teoria dos lugares centrais, criada por Walter Christaller em 1933, trouxe uma forma de elucidar como os diversos lugares se distribuem no espaço.

Conforme Alves (2011), um lugar central abastece com um conjunto de bens e serviços uma área que possa influenciar, seja uma área delimitada pequena ou mesmo uma região.

Os lugares centrais podem ser hierárquicos em função do número e da heterogeneidade de bens e serviços que fornecem, portanto uma cidade média, cuja influência é relevante, pode ser considerada aquela que tenha uma posição de interseção entre a grande cidade e a pequena.

Ainda conforme Alves, “Para Christaller, o determinante foi a minimização dos custos de deslocamento dos consumidores, embora tenham envolvido a rede de transporte na interação entre a cidade, o mercado e os consumidores”. (FERREIRA, 2010 p.63)

Na história, as cidades médias apareceram a partir da e sua formação se materializa com a rede urbana, sendo esta rede, como considerada por Santos (2006), toda infraestrutura, permitindo o transporte de matéria, de energia ou de informação, e que se inscreve sobre um território que se caracteriza por seus pontos de acesso ou pontos terminais, seus arcos de transmissão, seus nós de bifurcação ou de comunicação.

Então a rede urbana é um conjunto de funções que age a fim de interligar os interesses dos agentes e atores sociais que moldam a estrutura e o comércio da cidade. Confirmando o argumento, Corrêa (1995, p.87) “entende que a rede urbana é o conjunto funcionalmente articulado de centros, que se constitui na estrutura territorial onde se verificam a criação, a apropriação e a circulação do valor excedente”.

Com relação ao surgimento das cidades médias, Silva (2011) destaca que estas tiveram sua gênese a partir da segunda metade do século XIX, com a fase industrial do capitalismo, um momento em que as cidades da Europa ocidental e nordeste dos Estados Unidos passavam pelos processos de integração e diferenciação, aliando-se com o crescimento econômico e demográfico. Assim, a integração e a diferenciação demográfica e funcional fizeram emergir centros metropolitanos, quando cidades médias consolidaram-se nos centros considerados cidades pequenas.

A formação das cidades médias se caracterizou e se caracteriza também pela atitude das elites existentes quando do surgimento das cidades, já que, quando estas eram (ou são) empreendedoras houve (ou há) os investimentos necessários ao seu crescimento.

Admite-se que esta elite empreendedora marca a diferença com outras cidades com a mesma dimensão demográfica, porque é ela que estabelece uma relativa autonomia econômica e política em uma cidade, criando interesses locais e regionais, competindo em setores de atividades com as grandes cidades e centros metropolitanos (CORRÊA, 2006).

Outro fator importante está relacionado à localização relativa, em que o deslocamento de pessoas ou mercadorias fez e faz com que haja o surgimento das ditas cidades médias. Nesse contexto, Freitas destaca que: “Antes o estudo das cidades grandes eram a preferência dos estudiosos e seus países, mas “a partir dos anos 1960 e 1970 as cidades médias passaram a ser objetos privilegiados para implantação do desenvolvimento regional, na França e no Brasil” (FREITAS, 2011 p.125) .

Em 1970, o estado brasileiro, a fim de modificar a estrutura econômica e também o espaço urbano, implementou o plano nacional de desenvolvimento social (PNDII). Neste existiam algumas metas a partir das quais o Estado promovia as ações e começava a incentivar a criação de novos pólos de desenvolvimento em regiões periféricas, por meio de políticas públicas de ordenamento territorial, a fim de frear a migração rumo às metrópoles e incentivar o desenvolvimento de cidades de porte médio. Sendo assim, como parte do II PND, foi criado o Programa Nacional de Apoio às Capitais e Cidades de Porte Médio – PNCCPM do Ministério do Planejamento (FRANÇA; SOARES, 2009 *apud* GUEDES; PORTELA, 2010).

Tais políticas influenciaram algumas cidades, a princípio as que foram contempladas com os incentivos, a exemplo de Vitória da Conquista, que recebeu recursos para a implantação da cafeicultura na década de 1970, e outras cidades em outros ramos também tiveram incentivos governamentais, as quais, no decorrer do tempo, tornaram-se cidades médias:

Em 1972, Vitória da Conquista foi contemplada pelo Plano de Renovação e Revigoração da Cafeicultura, do Governo do General Médici. O objetivo do plano era ampliar a área semeada de café, produto bastante valorizado nesse período. Foram oferecidos subsídios aos interessados em abrir cafezais. Isso fez com que muita gente passasse a cultivar café no município de Vitória da Conquista, [...]. As lavouras de café multiplicaram-se em poucos anos. Em 1975, em Conquista, foram colhidas 840 sacas; em 1983, esse número subiu para 13.179. Muitos cafeicultores enriqueceram. (PMVC, 2013)

Mas as cidades estão em constante mutação e, conseqüentemente, em um estado temporário na condição de cidade pequena ou média. Em se considerando os conceitos de cidade grande, média ou pequena, as circunstâncias podem ser extensas para a afirmação de um conceito de cidade média.

Em uma série temporal, cidades consideradas como médias podem deixar de ser e outras que não eram consideradas podem passar a ser. Existe também o problema das comparações entre as cidades, que consiste no fato de uma cidade média no nordeste ser diferente de uma cidade média no sul do país.

Nesse contexto, Corrêa (2007) *apud* (FREITAS, 2011, p.126) traz que “duzentos mil habitantes tem sentido diferente quando comparados, por exemplo, os Estados Unidos, a Finlândia e o Uruguai, países com distintos processos de urbanização”. Aqui a citação se refere a países, mas este exemplo acontece também no contexto interno brasileiro e pode ser analisado.

Para tal situação, as causas são diversas e refletem desigualdades, que acontecem, por exemplo, com: renda, tecnologia, cultura etc. Assim as variáveis citadas tanto podem ser benéficas quanto maléficas quando relacionadas às cidades.

A dinâmica econômica que o Brasil está vivendo vem contribuindo com o aparecimento das chamadas cidades médias. Tal acontecimento está aprimorando mudanças que estão refletindo no crescimento da população e também em seu comportamento.

O incremento demográfico nas cidades colabora para a instalação de empresas comerciais e de serviços, de alta especificidade ou de serviços simples, abrangendo algumas áreas e que trazem também grandes interesses ao capital, já que seus agentes reconhecem oportunidades de reproduzi-lo, com o mercado imobiliário ou outra forma de investimento.

Como exemplo podem ser citados investimentos de grandes redes de supermercados/ hipermercados, *shoppings* etc. Tais situações modificam os padrões de consumo, serviços, produção e circulação de mercadoria ou de pessoas. Nessa perspectiva, Corrêa (2007) *apud* Silva (2007, p.24) afirma que:

Quanto maior o tamanho demográfico e mais complexas as atividades econômicas, particularmente as funções urbanas, mais fragmentada e, por conseguinte, mais articulada será a cidade. É nesse *continuum* que vai de minúsculos núcleos de povoamento às cidades globais, que se inserem as cidades médias, um tipo de cidade caracterizado por uma particular combinação de tamanho demográfico, funções urbanas e organização de seu espaço intraurbano.

A articulação é um dos focos centrais das cidades médias. Conforme mencionado, a cidade média tem por característica influenciar as cidades circunvizinhas de forma positiva, polarizando o desenvolvimento, ou seja, trabalhando em conjunto com as cidades que fazem parte de sua rede. Santos e Silveira (2001) *apud* (SOARES; MELO p.247) destacam que:

Especificamente destaca-se que as cidades médias brasileiras; apesar de suas diferenciações tendo em vista a diversidade espacial do país, estabelecem-se por meio de uma articulação regional densa, o que faz com que tenham papel de comando na produção e no consumo regional.

Mas ainda pode acontecer esta influência de forma negativa, quando o crescimento de tal cidade se dá a partir do não crescimento das outras a que se conecta, ou até mesmo da redução destas, demográfica ou economicamente, com relação às cidades em seu entorno.

Outra característica marcante da cidade média é a concentração e centralização econômica. A concentração faz com que a riqueza seja utilizada para o crescimento das empresas. Esta situação possibilita às cidades menores o consumo de bens que apenas encontrariam nas grandes cidades e também alguns tipos de serviços especializados que apenas seriam realizados em grandes urbes. A respeito disto, Corrêa (1995, p.47) destaca que: “a centralização do capital, característica básica da fase monopolista do capital, está associada, no que se refere ao setor terciário, à criação de cadeias de lojas-supermercados, óticas, eletrodomésticos, confecções, tecidos, tintas, drogarias, variedades (...).

Assim, a centralização é uma consequência da concentração. Ainda há outra apreciação que se assemelha à de cidade média e é muito utilizada, - a cidade de porte médio.

Spósito (2007) *apud* (FREITAS, 2011, p.126) apresenta em seus estudos uma consideração diferenciada para tais conceitos e diz que as cidades médias são tratadas na literatura brasileira com “aquela que desempenham papeis de intermediação entre cidades maiores e menores no âmbito de diferentes redes urbanas e que, portanto diferem-se das chamadas cidades de porte médio cujo seu reconhecimento advém do tamanho geográfico”

O poder das cidades médias é limitado e como amostra pode-se citar que a decisão das grandes empresa não são tomadas nas cidades médias, pois o centro destas decisões estão nas grandes metrópoles e as empresas fixadas nas cidades médias apenas seguem as decisões tomadas .

Ponderando todas estas características, é possível dizer que Vitória da Conquista pode ser conceituada como cidade média? Segundo afirma o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2012), sim, já que ela está na faixa de 100 a 500 mil habitantes.

O papel que as cidades médias tem é o de ser um centro que represente uma determinada região. Desta forma, a contribuição se dá na região, possibilitando representações regionais de órgãos públicos estaduais ou federais, disponibilizando o acesso às universidades e faculdades que proporcionam cursos de graduação e pós-graduação, públicos ou privados, além de hospitais e clínicas especializadas que são referências da cidade média.

Tais serviços são oferecidos aqui em Vitória da Conquista e por isso a influência que esta cidade exerce sobre as cidades circunvizinhas é grande e envolve milhares de pessoas. Dentre estas cidades, existem algumas fora do estado da Bahia, uma vez que estamos próximos da divisa com Minas Gerais.

Vitória da Conquista é um entreposto, referência nos transportes, já que a cidade possui algumas rodovias, entre elas a BR 116, uma das mais importantes do país. Dentre as características citadas, grande parte eleva a cidade à classificação de cidade média.

Deste modo, V. da Conquista atende à demanda da maior parte dos consumidores. Alguns serviços específicos são oferecidos aqui, como os serviços médicos ou educacionais, entretanto os consumidores de alta renda não têm acesso a produtos de alto valor agregado, como algumas marcas de carros importados de alto luxo, uma vez que não há revendedoras nesta cidade. Assim os consumidores vão em busca destes artigos em grandes centros.

Mesmo com alguns pontos fracos, a “jóia do sertão baiano”, como é conhecida Vitória da Conquista, faz jus à importância de cidade média, pois possibilita a comunicação com outras grandes cidades, neste caso, Feira de Santana e Salvador, além de inúmeros municípios considerados pequenos, que estão em seu entorno.

O desenvolvimento da cidade média traz consigo a necessidade de alargamento do espaço urbano e tal acontecimento faz surgir em alguns pontos da cidade oferta e demanda de produtos e serviços que se anunciam em novas centralidades urbanas. Essas centralidades podem ser compreendidas a partir dos diversos fluxos, como automóveis, pessoas, mercadorias, capitais, pessoas, entre outros. Assim, descreveremos como surge tal centralidade e os seus possíveis benefício para a sociedade..

## **2.2 Conceitos de centralidades**

Com a atual conjuntura das cidades no Brasil, um dos acontecimentos que têm chamado atenção dos pesquisadores do espaço urbano são as novas centralidades ou subcentros, que passam a existir de forma significativa nas médias e grandes cidades.

Então, no arranjo espacial das cidades médias, há o aparecimento de novas áreas com atividades diferentes, que podem ser residenciais, de serviços e comerciais; tais circunstâncias acabam por divulgar uma centralidade.

Os procedimentos para a formação de novas centralidades se dão a partir do instante no qual o espaço urbano demonstra sua complexidade. Com o crescimento econômico e da população, é possível que se determine quando uma cidade tem necessidade de surgimento de novas centralidades ou subcentros.

É nesse contexto que geralmente acontecem estas novas centralidades, podendo nascer da vontade pública ou através de empreendimentos privados. Com relação a este último, é comum que os *shoppings-center* e os hipermercados sejam influência para estes subcentros.

É comum notar os *shoppings-centers* como também hipermercados localizados próximos de rodovias ou áreas de acesso às cidades, isso para atrair a população de outras cidades da região, como também a população de passagem que pode ter acesso às compras. Essa questão estratégica de localização tem relação direta com a centralidade, pois os centros e subcentros comerciais sentem o reflexo da instalação dos *shoppings-centers* que representam a concentração territorial do comércio (LOPES, 2007, p.30).

Como já foi apresentado, as localizações destes empreendimentos estão acopladas ao interesse fundiário, imobiliário entre outros, ou seja, à vontade do capital de se multiplicar. Isso pode ser visto por meio dos novos fluxos que passam a existir dentro da cidade.

Para Carlos (2006, p.123), “Uma parte das chamadas novas centralidades nada é senão criação artificial do espaço urbano (novas áreas), como local único, ainda que reproduzível, capaz de acumular e concentrar riquezas e distribuir ou canalizar lucros (...)”.

Como em todo empreendimento, a atuação dos agentes nas novas centralidades buscam manutenção e reprodução dos investimentos feitos, então o espaço urbano, quando demandado, tem a intenção de gerar lucros. Essa possibilidade de intervenção se manifesta e acontece com a implantação de empresas na localidade.

Dessa forma, o espaço das novas centralidades é forjado e o objetivo, como na maioria das situações, é beneficiar o rendimento, ou seja, o capital, para que haja a sua multiplicação. Mas o surgimento destas centralidades também ocorre devido a algum tipo de segregação, em que geralmente a impossibilidade de deslocamento faz aparecer o comércio e por consequência uma centralidade ou subcentro.

A gênese de novas centralidades também está unida a uma discussão que abrange o centro e a periferia. Tal perspectiva ocasiona mudança tanto no desenho espacial urbano, quanto na dinâmica da cidade.

Levando em consideração tal dinâmica e o desenvolvimento que acontece através dela, existem elementos que demonstram a invenção ou adequação do espaço urbano, promovido através de métodos como a imposição de quem é detentor do “poder”, ou seja, os agentes e atores econômicos.

Evidencia-se, então, que há áreas de aglomeração e a determinação última que leva os homens a se organizarem em aglomerações é a mesma que os leva a desenvolverem qualquer força produtiva: seu impulso inato no sentido de poupar desgaste físico e mental envolvido no trabalho (VILLAÇA, 1998).

O deslocamento no espaço urbano é necessário a todo indivíduo, pois isso possibilita que o homem produza sua vida buscando satisfazer as necessidades. A minimização deste tipo

de deslocamento pode ser uma das causas para atingir e transformar um determinado espaço em uma centralidade. De acordo com Villaça (1998, p.242), “a fonte de novas centralidades está na possibilidade de minimizarem o tempo gasto, os desgastes e custos associados aos deslocamentos espaciais dos seres humanos”.

Como se sabe, o gasto do tempo com o deslocamento é um problema que provoca custos. Então a minimização de percursos para o trabalho ou consumo de produtos e serviços gera, como consequência, satisfação; desta forma, os consumidores podem usufruir do tempo que poupou no deslocamento com outras atividades, de lazer, por exemplo.

As alterações espaciais da cidade pautadas em áreas comerciais e de serviços em cidade de médio porte ou cidade média, geralmente apresentam uma relativa redução da ocupação do centro e passam a abranger novos espaços.

Mas, embora a formação das novas centralidades, sobretudo ao longo de algumas avenidas de acesso da cidade, esteja fazendo com que seja reduzido o investimento por parte do setor privado no centro Principal, esse não perde a sua importância socioeconômica no dia-a-dia das pessoas, pois o espaço central agrupa as atividades fundamentais, comerciais privadas, de serviços e de administração pública.

O Estado, como legitimador das leis, contribui para melhorar o deslocamento das pessoas. Hoje, nas grandes cidades, tal deslocamento no centro principal está prejudicado e, devido ao grande fluxo de veículos e ao congestionamento, causadores de perda de tempo, a tendência é que parte dos estabelecimentos e transações feitas no centro passe a migrar para novos subcentros ou novas centralidades.

Tal produção desencadeia um processo de descentralização, tanto de comércio existente no centro, quanto de serviços das instituições privadas ou públicas. Assim, afirma Corrêa (1995, p.45) que

“a descentralização aparece em razão de vários fatores. De um lado, como uma medida das empresas visando eliminar as deseconomias geradas pela excessiva centralização na área central. De outro, resulta de uma menor rigidez locacional no âmbito da cidade, em razão do aparecimento de fatores de atração em áreas não comerciais.”

Os loteamentos criados pelo setor privado ou público podem ser considerados como elementos para o surgimento ou atração para a descentralização. Com o crescimento da cidade, o centro principal torna-se, quase em sua totalidade, comercial, então o preço do imóvel para compra ou aluguel fica acessível a poucos, e isso viabiliza tal descentralização.

Outro fator importante está relacionado ao trânsito e aos meios de transporte. Com a expansão da economia, há a possibilidade ao acesso a bens duráveis, com grande facilidade,

como carros, motos etc. Isso leva a alguns transtornos com relação ao trânsito, devido ao fato de haver pouco espaço para estacionamento no centro principal, o que tem por consequência levar consumidores a procurar outras possibilidades para o consumo. Esta situação impõe às empresas aderirem à descentralização, pois, havendo mercado pronto para consumir, elas poderão suprir as necessidades destes e, caso não o façam, poderá perder mercado.

A descentralização segue algumas regras e acontecerá, como aponta Corrêa (1995, p.46), “quando há ou forem criadas atrações em áreas não centrais, como nos seguintes casos: (a) com terras não ocupadas, a baixos preço e impostos; (b) com infraestrutura implantada; (c) com facilidades de transporte; (d) com qualidades atrativas de sítio, como topografia e drenagem; (e) com possibilidade de controle de uso da terra; (f) com amenidades”.

As condições aí impostas retratam a possibilidade da criação da descentralização. Entretanto novas atividades podem não existir no centro e aparecer em uma possível área descentralizada. Isso ocasiona um benefício, pois os empreendedores não enfrentarão as desvantagens existentes no centro principal e, dependendo do ramo em que atuam as empresas, elas não sofrerão com logística para seus produtos.

Mas esta descentralização também traz consigo alguns problemas, principalmente para as empresas de pequeno porte. Conforme destaca Corrêa (1995, p.48), “a descentralização do capital comercial, por outro lado, tende a levar ao desaparecimento das firmas dos bairros, pequenas firmas sem economias escala incapazes de concorrer com as grandes estruturas em cadeias de lojas comandadas na área central”

Outro fator de descentralização está ligado ao custo do solo no lugar central. Aos pequenos empreendedores é quase impossível a implantação de uma empresa, devido à concorrência com relação ao solo. Esta concorrência vem gerando aumentos no custo do aluguel. A aquisição de um imóvel próprio impossibilita a criação ou permanência de uma pequena empresa.

O desenvolvimento econômico e de infraestrutura na cidade viabiliza a descentralização. Isto ocasiona então o surgimento de área secundária, termo ao qual Corrêa se refere como subcentro e que será apresentado com mais minúcia na próxima seção.

### **2.3 Os subcentros de comércio e serviços**

O subcentro teve sua gênese no Brasil, segundo afirma Villaça (2001), no Brás, em São Paulo, na década de 1910 e, durante os anos seguintes, continuou se expandindo, mas foi em 1970 que teve o seu ápice, como descreve esse mesmo autor:

A década de 1970 marcou o apogeu relativo dos subcentros que, com suas lojas de departamentos e em especial com seus enormes cinemas, polarizavam fortemente grandes zonas de influência. Em termos absolutos, eles continuam crescendo e muitos novos subcentros têm surgido (VILLAÇA, 2001, p.302).

Corrêa (1995) traz que o centro secundário, termo que utiliza para se referir ao subcentro, compõe uma reprodução do centro principal e tem um grande número de lojas e de serviços, sendo que muitas destas lojas são filiais de firmas cuja localização da matriz está na área central, ou seja, no centro principal. Villaça (2001), ao escrever sobre o subcentro, considera que há uma conformidade entre vários comentadores deste conceito, pois é consenso entre eles que, no local de aparecimento do subcentro, deve conter filial de lojas do centro, lojas de departamento, profissionais prestadores de serviços de diversas áreas, restaurantes etc. Este autor também afirma que o subcentro consiste, portanto, numa imitação em menor tamanho do centro principal, com o qual concorre em pontos específicos, entretanto, sem conseguir equipara-se, além do que “a diferença é que o subcentro apresenta tais requisitos apenas para uma parte da cidade, e o centro principal cumpre-os para toda a cidade” (VILLAÇA, 2001, p.293).

Compreende-se que, a partir do surgimento do subcentro, pode haver uma concorrência em determinada área econômica, pois uma parte dos serviços que existem no centro também é oferecida no subcentro. Mas ainda pode ocorrer que este passe a ser um complemento de atividades relacionadas ao centro principal, que possui serviços específicos. Contribuindo com este argumento, Spósito (1991) *apud* (ALMEIDA, 2012, p.25) “constata que o subcentro possui muitas das atividades presentes no centro tradicional, porém, em menor escala, uma vez que o seu foco é voltado à demanda local”

No entanto, o desenvolvimento dos subcentros não apenas se relaciona com os possíveis consumidores existentes na área, mas também com a decorrência da reestruturação da cidade, ou seja, da expansão econômica e do território ocupado, que acontece a partir do poder da administração pública e do setor privado.

Então o aparecimento dos subcentros advém e segue,

Desenvolvendo uma centralização de acordo com os atrativos proporcionados por algum tipo de instituição ou equipamento urbano que gera um certo fluxo de pessoas, ou ainda mais, caracteriza-se pelo poder aquisitivo dos moradores, resultando até em alguma especialização funcional dessas áreas (NAVARRO, 2005, *apud* FRANÇA; SOARES, 2007, p.84).

Ao agrupar serviços públicos ou privados e atividades comerciais, os subcentros passam a despertar grande interesse em empreendedores e investidores. Isso também

conquista a atenção da população que busca lugares para residir. Tal população, por consequência, desfrutará dos subcentros nos pontos que ele pode oferecer.

Como regra geral, os subcentros têm seu aparecimento nas regiões onde há grande massa demográfica e onde alguns segmentos de alto ou baixo poder aquisitivo existem. Tal fenômeno, se for espontâneo, não considerará o quesito acessibilidade ou infraestrutura urbana, pois estará subordinado a outros fatores, como os citados nas reflexões sobre a descentralização.

O desenvolvimento e o crescimento dos subcentros acompanham a conjuntura e o tamanho da cidade na qual se insere e, “de modo geral, surgem em áreas distantes do centro principal, em regiões de alta densidade demográfica, constituindo-se em uma hierarquia de centros comerciais no interior da estrutura urbana” (RIBEIRO FILHO, 2004 *apud* FRANÇA; SOARES, 2007 p.83).

A iniciativa do setor privado tem contribuído em larga escala com os equipamentos urbanos nos ditos subcentros. Tais equipamentos estão relacionados com as empresas que investem em infraestrutura com a finalidade de valorizar a área na qual estão instaladas, assim aumenta a tendência de consumo, o que faz com que o objetivo do capital seja alcançado, ou seja, o incremento dos lucros por meio dos investimentos feitos.

Não obstante, quando há articulação dos agentes econômicos e do poder público, este jogo faz com que sejam privilegiadas apenas algumas áreas com prejuízo de outras. Mais uma vez o que se percebe é a busca pela reprodução do capital, de forma a beneficiar a casta mais abastada, pois esta tem o domínio deste capital e a possibilidade de mover comércio e serviços para novas centralidades.

Porém uma particularidade dos subcentros é que, em regra, os empreendimentos ali feitos produzem outros investimentos, e isso determina distintos modos de utilização do solo, de forma a conduzir fluxos de pessoas com o intuito de consumo, dos produtos ou de lotes.

A origem de alguns subcentros também está interligada a empreendimentos como a criação de *shopping-centers*, centros de saúde, novos loteamentos, centros educacionais tais como universidades e faculdades, etc. Assim os subcentros podem ter como causa a formação de áreas comerciais/ de prestação de serviços, que podem ser especializados, e também ser o causador da existência destes setores em determinadas áreas.

No decorrer do tempo, a dinamização dos subcentros começa a reunir diversos fluxos: de pessoas, mercadorias, informações e de capital. Passar a influenciar a circunvizinhança é uma consequência pode ser positiva se acontecer uma polarização dos efeitos deste subcentros nestas áreas; ou negativa, caso apenas este subcentro consuma o que existe na área.

A diversidade de atividades nos subcentros pode proporcionar segregação, pois, em alguns deles, os artigos distribuídos em forma de mercadorias não são para consumo da população do bairro no qual se localiza e em outros subcentros apenas uma parte deste supre a demanda da área.

Entretanto, não se pode atribuir essa tendência a todos. Na verdade, coexistem subcentros que possuem serviços de primeira necessidade para atender sua população, enquanto há aqueles que são mais variados e que têm um alcance maior. Estes últimos oferecem, por exemplo, serviços bancários, agências lotéricas, correios, farmácias, postos de combustíveis, entre outros (FRANÇA; SOARES, 2007).

Em Vitória da Conquista, os subcentros se originaram em áreas residenciais, afastados do centro principal e seguiram a expansão do território urbano além do crescimento demográfico da cidade. Desta forma, passaram a atrair comércios e serviços.

Na cidade, os subcentros estão espalhados em diversos locais e atendem em parte às necessidades dos consumidores residentes naquele local, porém algumas destas novas centralidades são mais diversificadas e têm também como foco possibilitar acessibilidade para a população consumidora, não apenas da redondeza do subcentro, mas de toda uma região.

Vitória da Conquista, em 1976, instituiu o Plano Diretor Urbano (PDU), que pouco foi utilizado, mas serviu como parâmetro para que, em 2006, fosse instituída a lei nº 1.385/2006, com o intuito de viabilizar e organizar todo o processo de distribuição do solo de forma a beneficiar a sociedade.

O PDU traz também um conceito de subcentro e a sua função no tecido urbano assim é definida: “espaço em que se concentra parte das atividades comerciais, de serviços e institucionais, com menor porte ou menor especialização que as do Centro principal, e onde se situa o centro de vivência local” (VITÓRIA DA CONQUISTA, 2006, p.8.)

Quando o espaço urbano amplia-se no território, significa que ele reúne áreas e partes do solo através do processo de expansão territorial que, no caso conquistense, ocorre tanto na forma horizontal, quanto na forma vertical.

A expansão urbana horizontal ocorre com a criação de loteamentos. Já o vertical utiliza lotes não ocupados, mas também usa demolição de imóveis existentes. A verticalização de construções, segundo o plano diretor urbano (PDU) deve ser introduzida em bairros específicos, como Candeias e Recreio, tal como é descrito no capítulo 5, artigo 23, inciso II. Nestes bairros, deve acontecer “Adensamento em limites desejáveis, visando otimização da infraestrutura existente, permitindo a verticalização” (VITÓRIA DA CONQUISTA 2006, p.5).

Desta forma, o poder público, teoricamente, traça as metas de urbanização do solo e o conduz para beneficiar a sociedade de uma forma geral, o que, de fato, não acontece. A conclusão é que o espaço urbano é tratado como uma mercadoria qualquer, que cumpre o objetivo único do capital: a multiplicação.

### **CAPÍTULO 3 – A INFLUÊNCIA DA AVENIDA JURACY MAGALHÃES PARA A NOVA CENTRALIDADE**

#### **3.1 Características da cidade de Vitória da Conquista.**

Para apresentar a avenida, é necessário descrever um pouco a localidade onde esta se situa, ou seja: a cidade de Vitória da Conquista. Esse município possui uma superfície de 3.216 km<sup>2</sup> e está localizado na Região do Sudoeste da Bahia. Distancia-se de Salvador em 522 km pela rodovia BR-116. Limita-se com os municípios de Anagé, Planalto, Barra do Choça, Itambé, Encruzilhada e Candido Sales. É um dos municípios mais importantes do Estado da Bahia, tanto em termos populacionais quanto econômicos.

Localizada à margem da BR-116, a Rio-Bahia, transformou-se em importante entroncamento rodoviário e concentra todo o tráfego pesado entre o Sul e o Nordeste do País.

Agrega, ainda, o recente tráfego proveniente da região Oeste, pela rodovia BR-030 e BR-407, que ligam a região Leste ao Centro-Oeste, passando por municípios de produção agrícola e mineral significativas, como Brumado, Caetité, Bom Jesus da Lapa, chegando até Brasília. (VITÓRIA DA CONQUISTA. 2004.p.19).

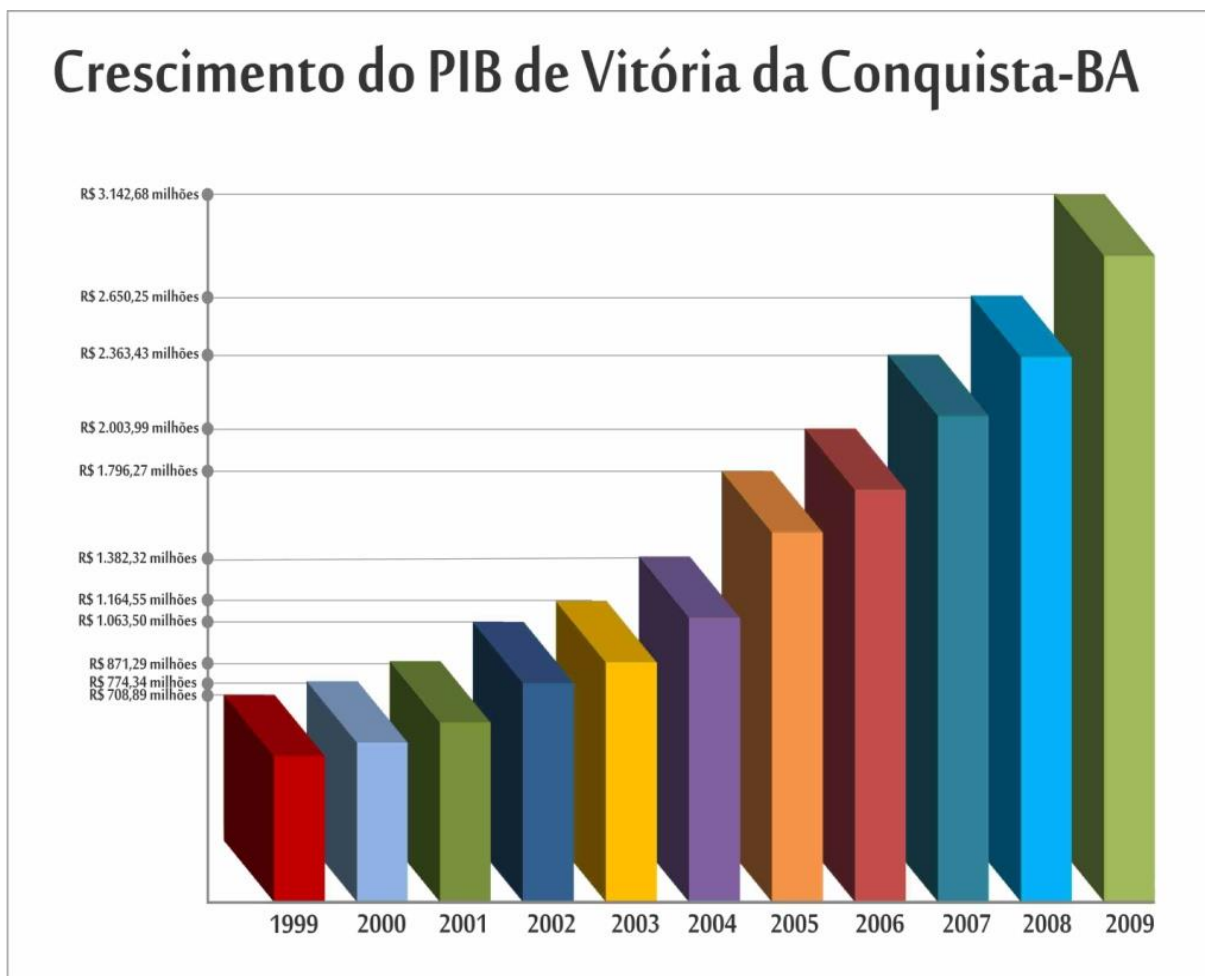
Possui o PIB que mais cresceu na região sudoeste da Bahia, em 2009. Chegou ao montante de 3.142,68 milhões de reais enquanto que em 1999 este era de 708,89 milhões reais (SEI *apud* PMVC, 2013). Estes números mostram que houve um incremento de 343% em uma década, fenômeno que é considerado por muitos como Capital regional. A área que abrange tem aproximadamente 40 municípios na Bahia e alguns do norte de Minas Gerais.

“O município se destaca pela presença de um dos mais importantes estabelecimentos de ensino superior do Estado, a Universidade do Sudoeste Baiano – UESB, que oferece diversos cursos de graduação, [...]” (VITÓRIA DA CONQUISTA. 2004.p.19)

A presença da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia motivou e ainda motiva a vinda de várias pessoas ao município de Vitória da Conquista, buscando o conhecimento oferecido por esta universidade e contribuindo, assim, mesmo que indiretamente, com o crescimento do PIB conquistense.

Segundo a Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI, 2010), o município de Vitória da Conquista tem a participação correspondente a 2,79% do PIB baiano e situa-se nas primeiras posições no ranking dos PIBs na Bahia devido à dinâmica das atividades comerciais, assim como da prestação de serviços educacionais e de saúde às famílias e às empresas. Isso vem tornando esta cidade um potencial centro econômico.

**Figura 2:** Crescimento do PIB de Vitória da Conquista/ BA



Fonte: SEI

**Fonte:** SEI *apud* (PMVC, 2013) [http://www.pmvc.ba.gov.br/v2/wp-content/uploads/JORNAL\\_PIB\\_PDF.pdf](http://www.pmvc.ba.gov.br/v2/wp-content/uploads/JORNAL_PIB_PDF.pdf)

Atualmente, a economia conquistense tem sido influenciada pelo setor de serviço. Segundo afirma a PMVC, a construção civil é um vetor de crescimento, principalmente nos últimos cinco anos e, em especial, após a implementação do programa Minha Casa Minha Vida, com grande participação na geração de empregos. As aquisições de mão de obra normalmente são feitas no mercado local, privilegiando-o e expandindo-o. (PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA DA CONQUISTA, 2011).

Outros fatores também estão contribuindo com o crescimento da cidade, por meio da formação de mão-de-obra qualificada, aperfeiçoada pela universidade e pelas faculdades, através de graduação e pós-graduação, fixando os profissionais nesta região.

Segundo o IBGE (2013), o desenvolvimento da cidade também é atestado pelos índices econômicos e sociais. O IDE - Índice de Desenvolvimento Econômico subiu do 11º lugar no ranking baiano, em 1996, para 9º, em 2000. O IDS - Índice de Desenvolvimento Social deu um salto: subiu do 24º para o 6º lugar. O IDH - Índice de Desenvolvimento Humano também saltou do 30º lugar em 1991 para 18º em 2000. Dos 20 melhores IDHs baianos, o de Vitória da Conquista foi o que mais melhorou.

No decorrer da história, a cidade tem experimentado o crescimento econômico. A partir dos anos 1970, destacou-se como centro comercial e de serviços no sudoeste da Bahia. Contribuiu também para isso a localização geográfica, pois a cidade é um entroncamento de rodovias do estado baiano.

Os fatores citados vêm colaborando para um rápido processo de urbanização. O crescimento demográfico e o ambiente econômico vêm causando a expansão urbana da cidade, então as transformações acontecem também com o solo urbano.

Tais mudanças se sustentam no incremento da demanda e do consumo pela população, de acordo com a lógica capitalista. Essa demanda, junto a outros fatores, vem possibilitando o surgimento dos subcentros em Vitória da Conquista.

Este fenômeno chama a atenção, visto que alguns bairros já contam com os subcentros, como é o caso dos bairros Brasil e Patagônia, com outros segmentos em andamento, como a Avenida Olivia Flores e a Avenida Juracy Magalhães, esta última, objeto de estudo deste trabalho.

### **3.2 História e desenho urbano da Avenida: o uso e a ocupação**

A construção da Avenida Juracy Magalhães foi um marco para o município de Vitória da Conquista. Recebeu este nome através do projeto de lei nº 446, em 19 de maio de 1961, assinado pelo prefeito Gerson Gusmão Sales, que prestou homenagem ao tenente do exército brasileiro que também foi por duas vezes o governador da Bahia, nos períodos de 1931 a 1937, no primeiro mandato, e de 1959 a 1963, no segundo mandato. (VITÓRIA DA CONQUISTA, 1961.)

Um dos primeiros empreendimentos nesta avenida foi o Taquara Drink Som, por iniciativa do empresário Leonardo Martins Melo.

O “Taquara” foi uma casa de recreio inaugurada no dia 24 de junho de 1972, por Leonardo Martins Melo (hoje proprietário da “Balanças Texas”) na Avenida Juracy Magalhães, saída para Itambé, km 4. Nela existiam ocas temáticas feitas de taquaruçu, com os nomes dos países da América do Sul e seu correspondente em tupi-guarani, a exemplo da *ita-oca*, da *ibi-oca* etc. numa área arborizada de 14.000m<sup>2</sup>, além de bar, restaurante, parque infantil e um mini-zoológico de 100m<sup>2</sup> por 3m de altura, com animais de várias espécies, inclusive uma onça pintada. (FERNANDES, 2012)

**Figura 3: Taquara Drink Som na década de 1970**



Fonte: Fernandes, 2012.

A existência desta casa abrangia várias atividades, mas tinha como foco principal a diversão das pessoas. Por isso, não poderia instalar-se no centro, devido ao barulho que os shows deste estabelecimento levariam para a comunidade o que, certamente, passaria a incomodar os moradores da área central. Outra circunstância é que para se instalar esse ramo de atividade econômica era necessário muito espaço físico.

Anos 70. A noite dançante, um som extremamente alto de origem eletrônica, cadenciado inicialmente numa batida constante, luzes multicoloridas e muitos espelhos, anunciavam ao mundo a era *Disco Music* e muita gente sacudiu ao som de Tina Charles, Tavares e Donna Summer na *night away*. O novo estilo que surgia necessitava de espaços grandes que mais pareciam clubes, e casas para este propósito foram abertas. (FERNANDES, 2012)

Ainda segundo Fernandes (2012), esta casa de divertimento deixou de existir em 1988, mas em seu lugar passou a funcionar uma das churrascarias mais famosas de Vitória da Conquista, o Los pampas, direcionada para pessoas com poder aquisitivo elevado.

Outro empreendimento importante para a cidade foi a fundação do supermercado Superlar que, em pouco tempo, virou uma rede de lojas em Vitória Conquista e trouxe parte do empreendimento à referida avenida,

O primeiro supermercado de Conquista foi inaugurado no dia 2 de setembro de 1966, pelos sócios Pedro Francisco de Moraes Filho e Edmundo de Souza Cardoso, ao lado de mais dois: Nicolau Santos e Walter Marques. A loja 1, situada na Rua Sete de Setembro, Centro, seria a primeira de uma série de quase 30, que formaria a 1ª rede de supermercados de Conquista e região. A 2ª loja foi inaugurada na “Feirinha” do Bairro Brasil; a 3ª na Praça Gérson Sales, no Alto Maron, e assim sucessivamente; a 27ª foi a da Lauro de Freitas (hoje “Di Goretti”), próxima ao terminal de ônibus e Ceasa. O primeiro grande empreendimento foi a Loja 5, localizada na Rua Crescêncio Silveira, ao lado da antiga Feira e nas proximidades do Mercado. Com tantas lojas e administrando tantos funcionários foi necessário construir um Centro Administrativo; e este foi erguido na Avenida Juracy Magalhães, numa enorme área, que possui até campo de futebol.(FERNANDES, 2012)

Novas empresas foram surgindo nesta avenida, como é o caso da Viação Conquistense, na década de 1980, que instalou seu escritório e a garagem onde se estacionavam os ônibus coletivos.

**Figura 4: Avenida Juracy Magalhães na década 1990.**



**Fonte:** Arquivo Público municipal de Vitória da Conquista.

A Juracy Magalhães possui aproximadamente 5 km de extensão e, até 2007, configurava-seem uma via de mão dupla. Antes, tal avenida se confundia com a BA 415, pois dava acesso à referida rodovia. Uma certa confusão também se apresentava por haver poucas construções ou imóveis na avenida, que tinha grande número de lotes sem ocupação, ou melhor, sem a utilização da sua forma social.

Contudo, o fenômeno da nova centralidade não teria surgindo se, na década de 1970, os dirigentes da cidade não utilizassem de pioneirismo e perspicácia para implantarem o primeiro PDU (Plano Diretor Urbano), que objetivava o melhoramento das ocupações do solo, que, até aquele momento, ocorria desordenadamente nesta cidade. Assim, o projeto de lei Nº118/76 foi aprovado pelo poder executivo e dessa forma iniciou-se o planejamento urbano da cidade.

Já naquela época, tal plano trazia metas a serem cumpridas e demonstrava as áreas prioritárias para determinados empreendimentos e quais vias poderiam se tornar possíveis centralidades.

O plano diretor urbano de 1976 previa a transferência das funções executivas, legislativas e judiciárias de âmbito municipal, estadual, e federal a um centro cívico que se localizaria na parte sul da cidade.

“No lado sul da cidade, ligada a BR 415, rodovia conquista/Itapetinga, mas não muito distante do centro atual, e em posição estratégica de centro virtual da cidade no futuro, tirando proveito dos terrenos disponíveis nessa área elevados ao resto da cidade, com vantagem paisagística e condizente com o caráter funcional a que se propõe poderão instalar-se no centro cívico os edifícios públicos como: prefeitura, câmara de vereadores, secretarias do município, que desmembradas do edifício da prefeitura podem oferecer maior eficiência, bem como outros órgão estaduais e federais” (VITÓRIA DA CONQUISTA,1976,p.70)

Mas, após quase trinta anos de vigência do primeiro PDU, pouco se fez do que ali estava escrito. Esta situação causou a necessidade de modificar e renovar o PDU, o que aconteceu em 2006, com a instituição da Lei 1385/2006, que redefiniu o PDU e a forma como se daria a expansão da cidade de Vitória da Conquista e, por consequência, as suas regiões, sobretudo a região sul:

“definida como Área de Expansão Urbana Preferencial, no Partido Urbanístico do PDU, correspondendo ao Vetor de expansão Sul/Sudeste da Cidade, que envolve os bairros de Felícia, Boa Vista e Candeias, áreas contíguas à mancha urbana ocupada ou em processo de ocupação, com presença de vazios urbanos e áreas de ocupação rarefeita. Considerada privilegiada para ocupação, no horizonte de 10 (dez) anos, condicionada às restrições ambientais e à qualificação da estrutura urbana, relativa a infra-estrutura e equipamentos.” (VITÓRIA DA CONQUISTA,2006,p.26)

Há alguns anos, partindo-se do centro da cidade em direção ao eixo viário da Av. Juracy Magalhães, observava-se um enorme espraiamento da mancha urbana, imensas áreas desocupadas ou ocupadas de forma rarefeita, em contraponto com a ocupação densificada de loteamentos localizados fora do anel rodoviário, no denominado Bairro Espírito Santo. Este Vetor de Expansão Sul era o que apresentava a maior quantidade de vazios urbanos e, portanto, a maior capacidade de absorção de população.

A intenção da administração pública é explícita no PDU, colocando os bairros em torno da Avenida Juracy Magalhães como lugar preferencial para o desenvolvimento da cidade. São denominados e demonstrados os objetivos no Art. 27 no PDU de 2006.

“As Áreas de Expansão Urbana Preferencial I correspondem ao vetor de expansão Sul/Sudeste, envolvendo os Bairros Felícia I, Boa Vista I e Candeias II, aos quais se aplicam as seguintes diretrizes: I. Prioridade para implantação de infra-estrutura e equipamentos; II. Controle de densidade, condicionando seu incremento à qualificação de sua estrutura urbana, observando-se: a) Densidade Bruta Média: 90 hab/ha; b) Densidade Líquida Máxima: 200 hab/ha; c) Coeficiente de Aproveitamento Básico: 1,0; d) Coeficiente de Aproveitamento Máximo: 2,0;” (PDU, 2006).

Com o fim de alcançar o objetivo, a avenida sofreu intervenção em sua infraestrutura e, atualmente, é dividida em duas vias de mão única, ou seja, quatro faixas de rolamento com ciclovia. A Juracy Magalhães é um corredor comercial, onde existem diversos estabelecimentos comerciais, como é demonstrado na figura 5, e está localizada entre os bairros Felícia e Boa vista, na cidade de Vitória da Conquista - BA.

**Figura 5: Avenida Juracy Magalhães 2013.**



**Fonte:** Rogério Viana Muniz, 2013.

È notável a intenção do setor público relativo ao crescimento tanto do comércio quanto da população. Tal crescimento vem se consolidando, pois é perceptível o aumento da população nos bairros em torno da avenida. Tal incremento populacional traz a possibilidade do surgimento de novos consumidores que buscam bens mais próximos de suas residências. E tais demandas possibilitam a expansão tanto do comércio quanto dos serviços.

### 3.3 A EXPANSÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS.

Nas décadas anteriores ao ano 2000, eram poucos os empreendimentos existentes na Avenida Juracy Magalhães, quando ela se configurava apenas como o um corredor que interligava o bairro Espírito Santo ao centro.

Mas, a partir do novo século, deu-se, de forma pacata, o crescimento de algumas atividades econômicas. A expansão da economia brasileira também veio a contribuir para isso. A partir do ano de 2004, houve aumentos contínuos das inscrições para funcionamento de empresas naquela localidade.

A partir de 2006, a expansão econômica conquistense possibilitou a exploração de um dos grandes mercados comerciais existentes na cidade: o *shopping Center*. A instalação do *Shopping Conquista Sul* naquele mesmo ano fez a realidade na avenida modificar-se drasticamente.

A possibilidade de consumo que o *Shopping* disponibiliza, como serviços em bancos ou correspondentes bancários(no caso específico, o Correio em relação ao Banco do Brasil); ou serviços lotéricos, com a Caixa Econômica Federal; ainda o serviço de hipermercado e outros segmentos de comércio quetrazem comodidade, dispensando parcialmente a locomoção dos consumidores ao centro principal.

Desfrutando dos atrativos do *shopping*, os consumidores ou colaboradores das empresas que ali trabalham fazem consumo dos produtos. Os empresários, assim, aproveitando a oportunidade de negócio, instalaram empresas no *shopping* e na avenida.

Confirmando tal ideia, observa-se, com os dados da tabela 2, que a maioria das empresas instalou-se na avenida há pouco tempo. No ano de 2006, tais instalações começaram a se intensificar e abriram 29 empresas; no ano de 2007 e 2008, continuou o crescimento, com 38 e 47 novas empresas criadas, respectivamente.

Já em 2009, a instalação de novas firmas chegou ao seu ápice, com 91 empresas instaladas na Avenida Magalhães. Desta forma, infere-se que as empresas podem ter sido atraídas pela localização de outras empresas e do *shopping* Conquista Sul.

**Tabela 2: Novos alvarás expedidos pela PMVC exercício 2000/2013 para Avenida Juraci Magalhães.**

<b>Ano</b>	<b>Total de empresas</b>
2000	11
2001	13
2002	10
2003	07
2004	22
2005	17
2006	29
2007	38
2008	47
2009	91
2010	59
2011	41
2012	33
2013	23

**Fonte:** Secretaria de Finanças da PMVC, 2013

O aumento das inscrições de empresas e o fato de a infraestrutura da avenida ter sido modificada em 2008, passando a ter duas vias, incrementou o fluxo de pessoas que utilizava e continua a utilizar esta via.

Já em 2009, passou a existir nesta avenida um órgão público, o escritório da Polícia Federal, que presta serviços à população conquistense, como a possibilidade de obter passaporte, certidões, ou mesmo porte de armas de fogo. Esses serviços antes eram feitos apenas em Ilhéus, a cidade mais próxima a oferecê-los.

Assim sendo, a instalação de 441 empresas na Avenida Juracy Magalhães até o ano de 2013, vem colaborando com o desenvolvimento econômico, fazendo surgir, deste modo, a nova centralidade.

**Figura 6: Fachada do escritório da Polícia Federal / Vitória da Conquista.**



**Fonte:** Rogério Viana Muniz, 2013.

Todo este desenvolvimento de novas empresas também é explicado pelo crescimento do comércio e pelo aumento da população. Em decorrência, despontam os subcentros, ocasionando grande fluxo dos habitantes dos bairros vizinhos ao redor da avenida, bairros estes que têm tido aumento contínuo da população (como os bairros Felícia e Boa Vista), que fizeram e fazem surgir demandas antes não existentes.

**Tabela 3: População de habitantes por bairros em Vitória da Conquista**

<b>Bairros</b>	<b>População em 2000</b>	<b>População em 2010</b>
Boa vista	1.601	9773
Felícia	2.664	2.901
Espírito Santo	9.765	11.531

**Fonte:** IBGE, 2010.

Entre estes bairros, o que se destaca é o Boa Vista, onde houve um incremento populacional imenso, chegando a 530% de aumento em sua população; já o aumento populacional nos bairros Espírito Santo e Felícia foi de 18 e 8 % respectivamente.

Onde há pessoas demandantes de qualquer tipo de consumo é necessário reduzir distâncias. Conforme afirma Villaça (2007), a gênese de novas centralidades está na possibilidade de as pessoas minimizarem o tempo gasto em atividades do cotidiano, os desgastes e os custos associados aos deslocamentos.

Assim, a descentralização do comércio segue regras, que, de acordo com Corrêa (1989), associam-se ao crescimento da cidade em termos demográficos e espaciais, pois disputa por mercado consumidor e a distância da área central fazem com que surjam novas empresas e filiais em dada localidade, a fim de suprir uma demanda. Considera-se, então, que os empreendimentos são feitos em busca da multiplicação do capital.

**Figura 7: Shopping Conquista Sul 2013.**



**Fonte:** Rogério Viana Muniz, 2013.

Nesta direção, o *shopping* Conquista Sul se insere na dinâmica citadina de Vitória da Conquista, como agente que redefine a lógica da centralidade econômica, sendo um novo espaço destinado ao consumo, definidor de centralidade, pois se constitui como responsável por fluxos de pessoas, informações, mercadorias ou capital.

Desta forma, a realidade física e econômica vem se transformando na Avenida Juracy Magalhães. Áreas onde havia espraiamento vêm deixando de existir; a permanência de lotes sem utilização está se tornando objeto de especulação imobiliária; e o comércio de todos os

tipos de produto está se instalando nesta localidade, contribuindo com a grande circulação de capital e atraindo consumidores.

Contudo, mesmo após a duplicação da avenida, no ano de 2008, o fluxo de veículos continuou intenso em direção ao sul da cidade e, nos horários de pico, isso causa alguns transtornos aos usuários da via, como pode ser observado na figura 8.

**Figura 8: Avenida Juracy Magalhães em horário de pico.**



**Fonte:** Rogério Viana Muniz, 2013.

O poder público, por sua vez, vem agindo a fim de melhorar tal situação. Recentemente, a referida avenida sofreu transformações físicas, afim de que o fluxo fosse organizado de forma a diminuir o tempo de espera nas paradas obrigatórias - utilizando ruas secundárias como principais, tal procedimento foi denominando como circuito binário.

Todo esse fluxo de pessoas/veículos criou e vem criando oportunidades de negócios. Os investidores ou empresários, observando o crescimento ali existente, junto a uma variável importante para o desenvolvimento de qualquer atividade econômica, que é a acessibilidade, optaram pela instalação de empreendimentos na Avenida Juracy Magalhães.

Além disso, as atividades que a avenida comporta atualmente está trazendo outros empreendimentos, a exemplo de um hotel, cuja rede é mundial e se classifica como hospedagem de luxo, com condições técnicas e econômicas que contribuem para o crescimento da área.

“os aspectos, que podemos chamar de técnicos, são o que dão suporte à questão mais importante quando se fala em luxo: a emoção. O luxo, ou a predisposição de alguém a pagar por um determinado produto ou serviço, é uma questão meramente etérea, sujeita à interpretação de cada um. Esse benefício é interpretado como uma elevada sensação de aproveitar a vida, o que, em suma, nos remete novamente ao início de todo esse conceito: a hotelaria de luxo hoje busca oferecer experiências que, de alguma forma, enfatizem os melhores aspectos da vida.” (PELUFFO, 2012)

A localização e o fácil acesso a este hotel, junto à proximidade da estação rodoviária e do aeroporto Otacílio Figueiredo, contribuem com a minimização dos deslocamentos e possibilita aos consumidores, frequentes ou não, maior comodidade.

**Figura 9: Hotel Ibis 2013.**



**Fonte:** Rogério Viana Muniz, 2013.

No local onde se instalou o hotel Ibis, existia um campo de futebol de terra. O setor imobiliário não tinha grande interesse neste solo, pois provavelmente consideravam que esta localidade não seria um bom investimento, já que estava distante do centro comercial. Assim, a área permaneceu intocada até meados de 2000.

Nas décadas de 1970/80, o valor de um lote, nas proximidades da avenida, era irrisório. Não há como precisar um preço exato, contudo, segundo o corretor de imóveis Pascoal Viana, hoje

“tem gente lá pedindo 300 mil reais, 1000 reais o metro quadrado, [...] o preço pelo contexto geral subiu 1000% mas a realidade é menos, a realidade lá hoje é de 500 a 600 reais o metro quadrado, em um terreno de 300 metros seria 150 mil reais, esse aumento é natural por causa do crescimento da cidade, por causa do melhoramento da avenida [...] e a cidade num contexto geral cresceu, as empresas foram saindo pra lá, então tem vários fatores que fizeram a avenida ser valorizada.” (VIANA, 2014)

Os empreendimentos criados também possibilitaram a instalação de empresas de menor porte, pois o fluxo de pessoas criou e cria demanda para os produtos que são ofertados pelas empresas da avenida.

Para promover um pouco mais a nova centralidade que surge na Avenida Juracy Magalhães, há projetos em andamento, como a construção de um prédio empresarial, cujo objetivo é ser transformado em uma importante referência no que diz respeito aos negócios em Vitória da Conquista. Como o anúncio de *marketing* nos mostra, será erguida uma torre empresarial, cujo *site* de vendas diz que terá 20 pavimentos, 192 salas, 08 lojas no térreo e 269 vagas de estacionamento.

**Figura 10: Render de novo lançamento empresarial na av. Juracy Magalhães.**



Fonte: OLX, 2013. <http://vitoriadaconquista.olx.com.br/multiplace-conquista-sul-anexo-ao-shopping-conquista-sul-predio-comercial-escritorios-iid-535046006>

O contínuo aumento no valor do solo desta região fez com que a visão de negócios dos agentes imobiliários mudasse e, junto o bom momento vivido pela economia do município, ampliaram-se os horizontes dos investimentos na Avenida Juracy Magalhães.

Alguns empresários já tinham uma ideia de que o crescimento da cidade poderia trazer benefícios ao entorno da avenida, como consequência de suas próprias ações. Como afirma Adélio Martins da Silva, gestor do posto Surpresa, Comércio de Combustível Ltda, localizado há cerca vinte e três anos na Avenida Juracy Magalhães, no início da década de 1990, a empresa visualizava o crescimento do bairro e possíveis melhorias que aconteceriam na avenida,

“quando a empresa foi construída nesta avenida, tinha-se a expectativa de crescimento da mesma e com as melhorias na mesma avenida e o crescimento desse lado da cidade a escolha deste local foi favorável para a empresa”(SILVA, 2014)

A descentralização só acontece quando há ou são criadas atrações em áreas fora do centro principal. Correia (1989) confirma isso, quando especifica que o aumento dos aluguéis e o preço da terra no centro comercial afetam as atividades e impedem algumas delas de se manterem neste solo.

Junto a tal situação, ocorre que a aquisição de veículos por grande parte das famílias vem proporcionando congestionamentos, dificultando assim o intercâmbio entre firmas e consumidores.

A duplicação da avenida no ano de 2008 fez com que incrementassem as vendas para as empresas. Segundo Silva (2014), “mediante a duplicação da avenida o fluxo da avenida melhorou conseqüentemente houve um aumento em vendas e na melhoria do posto”.

**Figura 12: Posto Surpresa 2013.**



**Fonte:** Rogério Viana Muniz, 2013.

As empresas vêm tendo bom retorno em relação aos investimentos feitos. Contribui para isso o poder público, com a infraestrutura da avenida, e o próprio setor privado com suas empresas, como exemplificado o referido posto, que fez reformas em sua fachada e implantou loja *delicatessen*.

Visando atender as empresas e também os novos clientes, a Caixa Econômica Federal, um dos bancos mais importantes do Brasil, está se instalando na Avenida Juracy Magalhães. A instalação de agências bancárias na avenida é uma característica da nova centralidade que surge nesta região.

**Figura 13: Prédio da futura agencia da CEF.**



**Fonte:** Rogério Viana Muniz, 2014.

A possibilidade de bons negócios relativos ao solo também colabora com a especulação imobiliária. Ainda existem lotes sem ocupação, cujos proprietários esperaram toda a infraestrutura ser implantada para auferir lucros com a venda.

Antes, os lotes ali vendidos eram, em grande parte, para moradias, mas, hoje, os lotes que estão à venda trazem, em sua propaganda, a referência de *comerciais*, ou seja, com preços ainda mais altos.

**Figura 13: Propaganda de venda de lotes com fim específico**



**Fonte:** Rogério Viana Muniz, 2014.

Como se pode perceber, a expectativa dos empresários com relação à otimização de ganhos na avenida é crescente, devido a características que a avenida está apresentando atualmente.

O comércio e serviços de vários tipos, grande fluxo de pessoas e a contínua instalação de empresas de grande ou pequeno porte, vão atraindo cada vez mais a atenção de outras empresas. Recentemente se instalou o escritório da Viação Cidade Verde, empresa que substituiu, no transporte coletivo, a Viação Serrana, em Vitória da Conquista.

Toda esta situação da nova centralidade que surge é benéfica às pessoas, no entorno da avenida e em toda área cidadina. A possibilidade de diminuir o tempo gasto para realizar determinadas tarefas que, agora, podem ser feitas em uma única localidade diminui os custos de transporte.

Entretanto grande parte dos serviços ainda está no centro da cidade: atendimentos médicos, consultórios odontológicos, serviço público, serviços relativos a cartórios, serviço de atendimento ao cidadão, delegacias, além de grande parte das agências bancárias, como Santander, Itaú, HSBC, Banco do Nordeste, Sicoob.

O morador Sr Robson Rubens Couto diz que consome vários itens existentes no *shopping* Conquista Sul e na Avenida Juracy Magalhães, como matérias de construção, gasolina entre outros, mas, em outras palavras, ele diz,

“sinto falta de alguma coisa relacionada aos serviços públicos, alguma secretaria da prefeitura que possa realizar serviços que mais faltam em nosso bairro [...] e na área de saúde lá é precário, lá não tem nada que possa atender a população local, nem na área de saúde e odontológica, realmente, isso é concentrado no centro”

Desta forma, é necessário o deslocamento dos cidadãos para obter tais serviços, pois as clínicas especializadas, médicas ou odontológicas, quase que em totalidade, localizam-se no centro principal/comercial.

Serviços como o de órgãos públicos, a exemplo daqueles prestados pela Prefeitura Municipal e serviços específicos, relacionados aos bancos que ainda não têm agências na Avenida Juracy Magalhães, também obrigam as pessoas a irem ao centro principal.

Portanto, o subcentro que emerge no lado sul da cidade ainda é incompleto, possibilitando apenas o consumo de determinados itens. Tal situação ocasiona a necessidade de os consumidores deslocarem-se ao centro comercial.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, fica claro que a expansão das cidades médias no território brasileiro associa-se diretamente ao processo de urbanização evidenciado, principalmente, em decorrência de ações que se configuram na articulação entre as políticas de reordenamento do território brasileiro, a partir da década de 1970, visando à descentralização econômica e ao desinchaço populacional, presente, especialmente, nas metrópoles, e os interesses presentes no espaço urbano das diversas cidades médias do país, unidos aos capitais, imobiliários, comerciais, financeiros, etc.

Tendo em mente que cada cidade deve ser, em essência, analisada de forma particular, fica a possibilidade de estudos futuros quanto ao surgimento de novas cidades médias na região do sudoeste da Bahia, a exemplo as cidades de Itapetinga e Guanambi que a densidade demográfica está próxima do que o IBGE considera para que uma cidade faça jus ao conceito de cidade média.

Assim é constituindo o espaço urbano único na rede urbana na qual se inserem, Vitória da Conquista se produz como cidade média. Reproduzindo-se, na escala regional, como um grande entreposto comercial e de serviços, exercendo a característica de centro regional, polarizando diversos municípios, abarcando não só seu território, mas o território em seu entorno e uma parte do norte do Estado de Minas Gerais.

A compreensão de Vitória da Conquista como sendo uma cidade média fornece subsídios para o entendimento de um processo marcante em cidades que têm no setor terciário sua principal característica econômica. A reestruturação urbana e da cidade deve ser analisada de forma integrada ao processo de urbanização, haja vista ele se constituir num mecanismo de transformação das cidades.

Compreende-se que as mudanças na lógica da centralidade produzida por um equipamento atualizado do processo de urbanização acabam por introduzir mudanças significativas no interior da cidade de Vitória da Conquista, especialmente no que tange às transformações na sua dinâmica econômica. Desse modo, o objetivo específico referente aos conceitos de cidade média e novas centralidades foi alcançado.

Quanto à questão da Avenida Juracy Magalhães ser uma nova centralidade, os resultados expostos com as imagens e os alvarás emitidos demonstram que esta avenida está se tornando, sim, a cada dia, uma nova centralidade, não só por influência do *Shopping Conquista Sul*, mas também pela localização privilegiada, como importante via de ligação de bairros e acesso ao centro da cidade.

Destaca-se também que as mudanças ocorridas na Avenida Juracy Magalhães trouxeram benefícios para a cidade de Vitória da Conquista, principalmente na questão de expansão territorial, atraindo vários segmentos do comércio e dos serviços.

Entretanto, o estudo realizado apresentou limitações quanto ao montante de capital que circula nas empresas instaladas na Avenida Juracy Magalhães devido a não disposição das informações por parte dos empresários.

Conclui-se que, do ponto de vista das atividades comerciais, de prestação de serviço e outras imprescindíveis para o processo de vitalidade da área, a Avenida Juracy Magalhães produz economia, sendo dotada do maior número de atividades licenciadas e de uma expressiva circulação monetária. Portanto sua vitalidade e a centralidade urbana, que se expressam em uma diversidade de atividades de grande interesse socioeconômico são, até o presente momento, bastante evidentes.

Como já escrito, o surgimento das novas centralidades está vinculado com a minimização dos custos relativos aos deslocamentos das pessoas e também à possibilidade do agrupamento do comércio e dos serviços públicos/ privados em uma mesma localidade.

Desta forma, a Avenida Juracy Magalhães é uma referência em uma nova centralidade urbana, constituindo um núcleo altamente diversificado de produtos e serviços, com uma infinidade de atividades.

Contudo ainda há grande necessidade do deslocamento das pessoas ao centro comercial devido à inexistência de grande parte dos serviços públicos, como os da prefeitura, de delegacias e da maioria das especialidades médicas e de alguns bancos. Mesmo assim, a Avenida Juracy Magalhães vem mantendo uma importante relação com o resto da cidade.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Rafael Cerqueira. **Novas centralidades urbanas: um estudo de caso da Avenida Olívia Flores em Vitória da Conquista - BA.** Vitória da Conquista: UESB, 2012.

ALVES, F. D. Notas Teórico- Metodológicas entre Geografia Econômica e Desenvolvimento Regional. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL SOBRE DESENVOLVIMENTO REGIONAL, 5. 2011, Santa Cruz do Sul. RS. CEPAL – **60 anos de Desenvolvimento na América Latina.** Santa Cruz do Sul, RS: UNIFAL/MG 2011. P. 01- 08. Disponível em: <<http://www.unifal-mg.edu.br/geres/files/unisc.pdf>>. Acesso em: 30 ago. 2012.

BECKER, Bertha K; EGLER, Cláudio A. G. **Brasil: uma nova potência regional na economia-mundo.** Rio de Janeiro. Bertrand Brasil, 1998.

BOTELHO D. N. **Os agentes imobiliários e as transformações intra-urbanas: O caso dos condomínios horizontais fechados em Uberlândia – MG.**

**Caminhos de Geografia** - revista on line <http://www.ig.ufu.br/revista/caminhos.html>  
ISSN 1678-6343 acesso 10-11-2013

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O Espaço urbano: novos escritos sobre a cidade.** São Paulo: Contexto, 2004.

CORRÊA, Roberto Lobato. **O espaço urbano.** 3ª ed. São Paulo: Ática, 1995.

\_\_\_\_\_. Construindo o Conceito de Cidades Média. In: **Cidades Médias –Espaços em Transição.**Org. M.E.B. Spósito. São Paulo, Editora Expressão Popular, 2007.

FERES, V. S. R. G. Processos Espaciais: Discutindo a descentralização. In: ENCONTRO DE GEOGRAFIA, 3º. 2010, Campos Dos Goitacazes. **Anais...** . Campos dos Goitacazes: Instituto Federal Fluminense, 2010, p. 01 - 10. Disponível em: <[www.essentiaeditora.iff.edu.br/index.php/ENGEO/article/view/](http://www.essentiaeditora.iff.edu.br/index.php/ENGEO/article/view/) ->. Acesso em: 25 ago. 2012.

FERNANDES, Luiz. **Taberna da história do sertão baiano.** 2012. Disponível em: <<http://tabernadahistoriavc.com.br/?s=taquara&bts;.x=23&bts;.y=18&bts=submit>>. Acesso em: 04 jan. 2014.

FERREIRA S. C.; **Rede urbana, cidade de Porte médio e cidade média:** Estudos sobre Guarapuava no Estado do Paraná, Presidente Prudente, 2010.

FRANÇA, Iara Soares de; SOARES, Beatriz Ribeiro. **O espaço intra-urbano de uma cidade média e suas centralidades:** uma análise de Montes Claros no Norte de Minas Gerais. Uberlândia: Instituto de Geografia-ufu, 2007.

FREIRE, H.P. **O uso do território de Sobral– Ceará pelas instituições de ensino superior.** Fortaleza. Ceará. 2011.

FREITAS, Naceli Barbosa. **Urbanização e modernização industrial das cidades médias da Bahia: um olhar sobre Feira de Santana.** Salvador: SEI, 2011.

GEROMEL, Carolina. **O Centro do Município de Itatiba (SP): Gênese histórica e atributos atuais.** Campinas, 2010.

GIANBIAGI, Fabio et al. **Economia brasileira contemporânea.** 10 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

GODOY, Paulo. Uma reflexão sobre a produção do espaço. **Estudos Geográficos**, Rio Claro, v. 32, n. 01, p.29-42, jun. 2004. Disponível em: <[www.periodicos.rc.biblioteca.unesp.br/index.php/estgeo/artic](http://www.periodicos.rc.biblioteca.unesp.br/index.php/estgeo/artic)>. Acesso em: 27 ago. 2012.

GRASSIOTTO, M. L. F. **O Shopping Center planejado, como gerador de um novo (sub) centro de desenvolvimento: o exemplo do Catuaí Shopping Center de Londrina.** Londrina, 2007.

GUEDES, Juliana Freitas de C.; PORTELLA, Roberto Bagattini. **Cidade média e centralidade: o exemplo de Barreiras-Ba.** Disponível em: <[http://www.academia.edu/772303/CIDADE\\_MEDIA\\_E\\_CENTRALIDADE\\_O\\_EXEMPLO\\_DE\\_BARREIRAS-BA](http://www.academia.edu/772303/CIDADE_MEDIA_E_CENTRALIDADE_O_EXEMPLO_DE_BARREIRAS-BA)>. Acesso em: 24 fev. 2013.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Estimativas populacionais para os municípios brasileiros.** 2000. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/estimativa2011/default.shtm>>. Acesso em: 26 ago. 2012.

\_\_\_\_\_. **Características socioeconômicas gerais.** 2012. Disponível em: <[http://www2.fct.unesp.br/nera/atlas/caracteristicas\\_socioeconomicas\\_d.htm#rural\\_urbano](http://www2.fct.unesp.br/nera/atlas/caracteristicas_socioeconomicas_d.htm#rural_urbano)>. Acesso em: 26 ago. 2012.

\_\_\_\_\_. **Anuários estatísticos do Brasil. 1995.**

\_\_\_\_\_. **Cidades Infográficos Vitória da Conquista - Bahia.** 2013. Disponível em: <<http://www.ibge.com.br/cidadesat/painel/historico.php?lang...293330>>. Acesso em: 13 jan.2013

KOCK, Mirian Regina. Grandes equipamentos comerciais e alterações na estrutura urbana:: o caso do Shopping Center Iguatemi em Porto Alegre. **Revista Eletrônica FEE**, Porto Alegre, v. 32, n. 01, p.07-32, maio 2004. Disponível em: <<http://revistas.fee.tche.br/index.php/indicadores/article/viewFile/238/421>>. Acesso em: 27 ago. 2012.

LOPES, W. M. **Centro, periferia e novas centralidades em cidade média: O caso de Bauru – SP.** Campinas. São Paulo, 2007.

MACHADO, José Roberto. **ESTRATÉGIAS E AÇÕES DO CAPITAL IMOBILIÁRIO NA (RE)PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO DE MARINGÁ.** 2011. Disponível em: <[http://www.dge.uem.br/gavich/downloads/semana11/Eixo2/EIXO\\_02-09\\_Machado.pdf](http://www.dge.uem.br/gavich/downloads/semana11/Eixo2/EIXO_02-09_Machado.pdf)>. Acesso em: 27 jan. 2014.

PEDRÃO, Fernando. **A economia urbana**. Ilhéus: Editora da UESC, 2002.

POLÉSE, Mario. **Economia urbana e regional: lógica espacial das transformações econômicas**. Coimbra: Associação Portuguesa Para Desenvolvimento Regional, 1998.

RIBEIRO, Laurinda José; CHAVES, Manoel Rodrigues. Expansão Urbana e Segregação Sócio Espacial. **Revista Geográfica da América Central: Número Especial EGAL**, Costa Rica, v. 2, n. 47, p.1-12, 2011. Semestral. Disponível em: <<http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/geografica/article/download/2193/2089>>. Acesso em: 01 set. 2012.

SANTOS, M. **A urbanização brasileira**. São Paulo: Hucitec, 1996a.

\_\_\_\_\_. **Técnica espaço e tempo**. São Paulo: Hucitec, 1996b.

\_\_\_\_\_. **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção**. 02. ed. São Paulo: editora da Universidade de São Paulo, 2006.

SILVA E.A. **A dinâmica sócio espacial urbana e as novas centralidades em Três Lagoas-MS**. Três Lagoas: UFMS-CNPq, 2011. (Projeto de Pesquisa).

SOARES, Beatriz Ribeiro; MELO, Nagela Aparecida de. **Cidades médias e pequena: reflexões sobre os desafios no estudo dessas realidades sócio espaciais**. Salvador: SEI, 2010.

SPOSITO, M. E. B. O centro e as formas de expressão da centralidade urbana. **Revista Geografia**. São Paulo. Volume 10, p 1-18. 1991.

TORRES, Haroldo da Gama. Segregação residencial e políticas públicas: São Paulo na década de 1990. **Revista Brasileira De Ciências Sociais**, São Paulo, v. 19, n. 54, p.42-55, fev. 2004. Quadrimestral.

VIALLI, J.O **imaginário da cidade: Percepção espacial dos estudantes da universidade federal de Viçosa e da população de Viçosa**. Viçosa, 2006.

**VITÓRIA DA CONQUISTA**, Lei Nº1385/2006, PDU, Diário Oficial dos Municípios, Salvador 30 de janeiro de 2007, ano XCI. 19330.

\_\_\_\_\_. Lei nº446, 19 de maio de 1961. Câmara municipal de Vitória da Conquista 1961.

\_\_\_\_\_. Relatório do plano diretor urbano de Vitória da Conquista- PDU. UFC Engenharia, 2004.

[http://www.sei.ba.gov.br/images/pib/pdf/municipal/boletim\\_tecnico/boletim\\_PIB\\_municipal\\_2010.pdf](http://www.sei.ba.gov.br/images/pib/pdf/municipal/boletim_tecnico/boletim_PIB_municipal_2010.pdf). Acesso em: 26 ago. 2012.

<http://www.pmvc.ba.gov.br/v2/economia/10/03/2013>. Acesso em: 26 ago. 2012.

[http://www.pmvc.ba.gov.br/v2/wp-content/uploads/JORNAL\\_PIB\\_PDF.pdf](http://www.pmvc.ba.gov.br/v2/wp-content/uploads/JORNAL_PIB_PDF.pdf). Acesso em: 26 ago. 2012.

<http://www.pmvc.ba.gov.br/v2/crescimento/>

<http://vitoriadaconquista.olx.br/multiplace-conquista-sul-anexo-ao-shopping-conquista-sul-predio-comercial-escritorios-iid-535046006>. Acesso 23 dez 2013.

<http://rotapoliciafsa.blogspot.com.br/2009/02/vitoria-da-conquista-recebera-delegacia.html>

<http://www.urm.com.br/blog/qual-o-diferencial-da-hotelaria-de-luxo/>. acesso em 01 de ago 2014.