



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

MAGNO RICARDO SILVA DE CARVALHO

**AS CENTRALIDADES EM MARABÁ-PA: ANÁLISE DOS REARRANJOS A
PARTIR DOS SUPERMERCADOS**

FORTALEZA
2020

MAGNO RICARDO SILVA DE CARVALHO

AS CENTRALIDADES EM MARABÁ-PA: ANÁLISE DOS REARRANJOS A PARTIR
DOS SUPERMERCADOS

Dissertação apresentada a Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Geografia. Área de concentração: Dinâmica Territorial e Ambiental.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Iara Rafaela Gomes.

FORTALEZA
2020

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

C325c Carvalho, Magno Ricardo Silva de.
As centralidades em Marabá-PA : análise dos rearranjos a partir dos supermercados /
Magno Ricardo Silva de Carvalho. – 2020.
230 f. : il. color.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Ciências, Programa
de Pós-Graduação em Geografia, Fortaleza, 2020.

Orientação: Profa. Dra. Iara Rafaela Gomes.

1. Centralidade. 2. Marabá. 3. Estruturação da cidade. 4. Supermercados. I. Título.

CDD 910

MAGNO RICARDO SILVA DE CARVALHO

AS CENTRALIDADES EM MARABÁ-PA: ANÁLISE DOS REARRANJOS A PARTIR
DOS SUPERMERCADOS

Dissertação apresentada a Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Geografia. Área de concentração: Dinâmica Territorial e Ambiental.

Aprovada em: 30/11/2020.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Iara Rafaela Gomes (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Edilson Alves Pereira Júnior
Universidade Estadual do Ceará (UECE)

Prof. Dr. Marcus Vinicius Mariano de Souza
Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará (Unifesspa)

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Larissa Sousa, companheira de vida. É impossível mensurar sua importância durante esta etapa, de forma que é difícil elencar. Pela força nos trabalhos de campo, e por todas as outras, muito obrigado!

À professora Iara Rafaela Gomes, pela orientação, paciência, e pelas leituras e correções atentas.

Ao professor Marcus Vinicius Mariano de Souza, pelas valiosas contribuições, inclusive no exame de qualificação.

Ao Deyvid Sousa, grande amigo, por toda a cartografia produzida. Valeu demais!

Aos professores Edilson Pereira Júnior, Alexandre Queiroz Pereira e Sérgio Moreno Rédon, pelos momentos em que contribuíram com a lapidação do projeto.

Ao professor Wagner Vinicius Amorin, cuja contribuição foi valiosíssima no exame de qualificação.

Aos amigos que fiz no Ceará e que foram muito importantes nesse ciclo, especialmente Jefferson Fernandes, Israel Bezerra e Orlando Jalane! Meus votos de sucesso a cada um!

Ao Erandi Araújo, secretário do programa, pela eficiência, presteza e simpatia com as quais sempre atendeu minhas demandas e de todos os alunos.

À Anna Caroline Sousa Ribeiro, pela correção ortográfica e gramatical.

O presente trabalho foi realizado com o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001. Explicito aqui meus agradecimentos.

A Minha família, especialmente minha mãe, Maria Serrate, e minha irmã, Adria Sanieure, pela colaboração nas pesquisas de campo e por disponibilizar a moto me livrando, assim, várias vezes durante a pesquisa do inferno que é ser pedestre em Marabá.

A centralidade funcional está associada com a organização e o controle da produção, portanto, com a produção do espaço para a realização do capital, mas, também com a apropriação e o uso para a reprodução da vida (BARATA-SALGUEIRO, 2013, p. 15).

Sobre a centralidade, conquanto se afigure um princípio constitutivo no plano do espaço urbano, é preciso destacar, incessantemente, que a troca de produtos sempre esteve associada a ela (PINTAUDI, 2005, p. 155).

RESUMO

Esta pesquisa analisou a cidade de Marabá, uma urbe localizada na Amazônia Oriental, no sudeste do Estado do Pará. O objetivo do estudo foi compreender as centralidades no seu espaço intraurbano, no que tange ao comércio, suas dinâmicas e suas modificações nos últimos anos, diante da implantação de novos espaços de consumo, em especial um hipermercado e alguns supermercados. Para o seu desenvolvimento, partimos de uma análise acerca das mudanças no setor supermercadista, bem como, das relações destas transformações com distintos agentes, sobretudo, os cidadãos. O percurso metodológico realizado consistiu em revisão de literatura sobre temas e processos selecionados para análise e que se relacionam diretamente com o fenômeno urbano-espacial estudado. Neste caso, a pesquisa bibliográfica foi realizada, entre outros, a partir dos seguintes termos: centro(s) e centralidade(s), estrutura, estruturação da cidade, cidade média, estratégias espaciais dos grupos empresariais e a relação da atuação desses grupos e implantação de grandes superfícies comerciais com as cidades. Debruçamo-nos sobre a leitura do material selecionado, da mesma maneira que sobre documentos como a revisão do Plano Diretor Participativo do município. Além dessa etapa, recorreremos à realização de entrevistas com representantes dos empreendimentos e aplicação de questionários com consumidores locais. O levantamento de dados primários através de formulários aplicados nas saídas dos supermercados teve como objetivo compreendermos as práticas espaciais das pessoas, bem como, o alcance dessas lojas. Utilizamos, ainda, recursos cartográficos e fotográficos no intuito de melhor apreender as transformações espaciais. Deste modo, podemos afirmar que houve mudanças significativas nas centralidades e, conseqüentemente, na estruturação da cidade. Podemos tratar de uma conformação de novas centralidades polares e lineares e de uma multi(poli)centralidade, processos sobre os quais a instalação dos grandes empreendimentos foram de suma importância.

Palavras-chave: Centralidade. Marabá. Estruturação da cidade. Supermercados.

ABSTRACT

This research analyzed the city of Marabá, an urban area located in the Eastern Amazon, in the southeast of the State of Pará. The objective of the study was to understand the centralities in the intra-urban space of the city, with regard to trade, its dynamics and changes in recent years, in view of the implementation of new consumption spaces, primarily a hypermarket and some supermarkets. For its development, we start from an analysis about the changes in the supermarket sector, as well as, of the relationships of these transformations with different agents, above all, the citizens. The methodological path carried out consisted of a literature review on themes and processes selected for analysis and which are directly related to the studied urban-spatial phenomenon. In this case, the bibliographic research was carried out, among others, using the following terms: center (s) and centrality (s), structure, structuring of the city, medium city, spatial strategies of business groups and the relationship between the implantation and performance of large commercial areas with urban spaces, especially in intermediate cities. We dedicate ourselves to reading the selected material, as well as to documents such as the Revision of the Participatory Master Plan of municipality. In addition to this step, we resorted to conducting interviews with representatives of the enterprises and applying questionnaires with local consumers. The survey of primary data through forms applied at the exits of supermarkets aimed to understand people's spatial practices, as well as the reach of these stores. We also use cartographic and photographic resources in order to better understand the spatial transformations. Thus, we can affirm that there were significant changes in the centralities and, consequently, in the structuring of the city. We can consider a conformation of new polar and linear centralities and a multi (poly) centrality, processes in which the installation of large projects was of paramount importance.

Keywords: Centrality. Marabá. Structuring of the city. Supermarkets.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	– Centralidades polares e lineares no espaço urbano de Marabá (2011).....	62
Figura 2	– Imagem aérea da Avenida Antônio Maia (2019)	66
Figura 3	– Avenida Antônio Maia.....	70
Figura 4	– Avenida Antônio Maia.....	71
Figura 5	– Lojas de roupas populares na Avenida Antônio Maia.....	72
Figura 6	– Lojas de calçados na Avenida Antônio Maia.....	73
Figura 7	– Lojas de móveis e eletrodomésticos na Avenida Antônio Maia.....	73
Figura 8	– Prédio com as lojas Magazine Luíza e Armazém Paraíba....	74
Figura 9	– Clínicas na Avenida Antônio Maia.....	75
Figura 10	– Óticas na Avenida Antônio Maia.....	76
Figura 11	– Camelôs na Avenida Antônio Maia.....	76
Figura 12	– Prédio comercial fechado na Avenida Antonio Maia.....	77
Figura 13	– Orla Sebastião Miranda.....	80
Figura 14	– Avenida Nagib Mutran e proximidades (2014)	83
Figura 15	– Avenida Nagib Mutran.....	87
Figura 16	– Avenida Nagib Mutran.....	87
Figura 17	– Farmácias na Avenida Nagib Mutran.....	88
Figura 18	– Clínicas no Núcleo Cidade Nova.....	89
Figura 19	– Hospital Unimed Marabá - Núcleo Cidade Nova.....	90
Figura 20	– Ponto de mototáxi na Avenida Nagib Mutran.....	91
Figura 21	– Lojas de Móveis e eletrodomésticos na Avenida Nagib Mutran.....	92
Figura 22	– Loja de calçados na Avenida Nagib Mutran.....	93
Figura 23	– Prédios comerciais fechados na Avenida Nagib Mutran.....	94
Figura 24	– camelôs na Avenida Nagib Mutran (2020)	94
Figura 25	– Lojas Subway e Cacao Show no centro comercial da Cidade Nova.....	95
Figura 26	– Estabelecimentos de vendas de veículos usados na VP-8...	104
Figura 27	– Estabelecimentos de vendas de veículos usados na VP-8...	105

Figura 28	– Concessionárias de veículos na VP-8 – Nova Marabá.....	105
Figura 29	– Estabelecimentos de autopeças e serviços automotivos na Avenida VP-8.....	106
Figura 30	– Equipamentos de saúde do setor privado na Avenida VP-8.	106
Figura 31	– Equipamentos de saúde do setor privado na Avenida VP-8.	107
Figura 32	– Agências bancárias próximas a Avenida VP-8.....	108
Figura 33	– Empreendimento Verdes Mares Shopping na Avenida VP-8.....	108
Figura 34	– Faculdade Carajás.....	110
Figura 35	– Lojas de móveis e eletrodomésticos na Avenida VP-8 e proximidades.....	111
Figura 36	– Imagem aérea da Feira da Folha 28 (2019)	113
Figura 37	– Feira da Folha 28.....	114
Figura 38	– Lojas de calçados na Feira da Folha 28.....	115
Figura 39	– Açougues na Feira da Folha 28.....	115
Figura 40	– Comércio de frutas e galeria de lojas na Avenida VP-8.....	116
Figura 41	– Estabelecimentos comerciais na Avenida VP-7.....	117
Figura 42	– Autopeças e serviços automotivos na Avenida VP-7.....	118
Figura 43	– Motopeças e manutenção de motos na Avenida VP- 7.....	119
Figura 44	– Lojas de material de construção e decoração na Avenida VP-7.....	120
Figura 45	– Grandes superfícies comerciais no Núcleo Cidade Nova.....	124
Figura 46	– Grandes superfícies comerciais no Núcleo Nova Marabá.....	124
Figura 47	– Shopping Pátio Marabá.....	125
Figura 48	– Panificadoras na Rodovia Transamazônica.....	130
Figura 49	– Restaurantes na Rodovia Transamazônica.....	131
Figura 50	– Bar e Restaurante na Rodovia Transamazônica.....	131
Figura 51	– Agências bancárias na Rodovia Transamazônica.....	132
Figura 52	– Academias na Rodovia Transamazônica.....	132
Figura 53	– Lojas de materiais de construção e decoração na Rodovia Transamazônica.....	133
Figura 54	– Escolas Técnicas na Rodovia Transamazônica.....	133
Figura 55	– Estabelecimentos variados na Rodovia Transamazônica	

	(Nova Marabá).....	134
Figura 56	– Estabelecimentos variados na Rodovia Transamazônica (Cidade Nova).....	135
Figura 57	– Hotéis de baixo padrão na Rodovia Transamazônica (Nova Marabá).....	136
Figura 58	– Hotéis na Rodovia Transamazônica (Cidade Nova).....	137
Figura 59	– Hotéis na Rodovia Transamazônica (Nova Marabá).....	137
Figura 60	– Supermercado Mateus em Marabá.....	140
Figura 61	– Mix Mateus em Marabá.....	141
Figura 62	– Notícia de jornal acerca da inauguração do Mix Mateus.....	142
Figura 63	– Colina Varejo e Atacado.....	143
Figura 64	– Supermercado Atacadão em Marabá.....	144
Figura 65	– Notícia de jornal acerca da inauguração do Atacadão.....	145
Figura 66	– Hipermercado Líder em Marabá.....	146
Figura 67	– Notícia de jornal acerca da inauguração do Líder.....	147
Figura 68	– Região de Influência das principais cidades paraenses.....	164
Figura 69	– Anúncio da chegada da ALPA no Jornal Correio do Tocantins (2008).....	180
Figura 70	– Trevo/confluência entre os núcleos Nova Marabá, Cidade Nova e Pioneira (2001).....	181
Figura 71	– Obra de duplicação da ponte sobre o rio Itacaiúnas.....	182
Figura 72	– Obras da duplicação da rodovia Transamazônica em Marabá (2011).....	183
Figura 73	– Obras da duplicação da rodovia Transamazônica em Marabá (2011).....	183
Figura 74	– Notícia da conclusão das obras de duplicação da Transamazônica em Marabá.....	184
Figura 75	– Esquema do entroncamento entre os núcleos após a duplicação da Transamazônica.....	185
Figura 76	– Entroncamento entre os núcleos após a duplicação da Transamazônica.....	185

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	–	Motivação para comprar no Colina Atacado e Varejo.....	194
Gráfico 2	–	Motivação para comprar no Supermercado Mateus.....	195
Gráfico 3	–	Motivação para comprar no Atacadão.....	196
Gráfico 4	–	Outros locais de compra dos clientes Colina.....	197
Gráfico 5	–	Outros locais de compra dos clientes Mateus.....	197
Gráfico 6	–	Outros locais de compras dos clientes Atacadão.....	198
Gráfico 7	–	Cientes que residiam ou não em Marabá em 2009.....	199
Gráfico 8	–	Locais de compra em 2009 segundo os cidadãos.....	199
Gráfico 9	–	Local dos atuais supermercados em comparação a 2009 segundo os clientes Colina.....	202
Gráfico 10	–	Local dos atuais supermercados em comparação a 2009 segundo os clientes Mateus.....	203
Gráfico 11	–	Local dos atuais supermercados em comparação a 2009 segundo os clientes Atacadão.....	204
Gráfico 12	–	Transporte utilizado para ir às compras no Atacadão.....	205
Gráfico 13	–	Transporte utilizado para ir às compras no Colina.....	206
Gráfico 14	–	Transporte utilizado para ir às compras no Mateus.....	206
Gráfico 15	–	Cientes dos supermercados residentes em cidades vizinhas e no campo.....	208
Gráfico 16	–	Cientes dos supermercados residentes em cidades vizinhas.....	208
Gráfico 17	–	Localidade de residência dos clientes do espaço agrário....	209
Gráfico 18	–	Motivação dos clientes do entorno para comprar em Marabá.....	209
Gráfico 19	–	Local de compras dos clientes do entorno em 2009.....	212
Gráfico 20	–	Modalidade de compras dos clientes do entorno.....	213
Gráfico 21	–	Locais de compras dos clientes do entorno de Marabá em 2019.....	213

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	– Tipologia para as cidades médias.....	56
Quadro 2	– Estabelecimentos no Verdes Mares Shopping (2020).....	109
Quadro 3	– Atrativos/produtos encontrados na Havan.....	126
Quadro 4	– Atrativos/comércio e serviços encontrados no Shopping Pátio Marabá.....	127

LISTA DE MAPAS

Mapa 1	– Localização do município de Marabá.....	18
Mapa 2	– Localização dos núcleos urbanos de Marabá-PA.....	31
Mapa 3	– Localização dos principais centros terciários de Marabá-PA.....	33
Mapa 4	– Velha Marabá: localização da Av. Antônio Maia, orla e Praça Duque de Caxias.....	65
Mapa 5	– Atividades centrais do núcleo urbano Marabá Pioneira – Marabá-PA (2013).....	68
Mapa 6	– Cidade Nova: localização da Av. Nagib Mutran, Praça São Francisco e centro político-institucional.....	81
Mapa 7	– Localização das atividades centrais do núcleo urbano Cidade Nova – Marabá-PA (2013)	85
Mapa 8	– Nova Marabá: localização da Avenida VP-8, VP-7 e Feira da 28.....	97
Mapa 9	– Atividades centrais na Av. VP-8 Núcleo Nova Marabá (2013).....	99
Mapa 10	– Serviços automotivos na Av. VP8 - Marabá-PA (2012)	101
Mapa 11	– Localização dos serviços bancários na Av. VP-8 e adjacências – Marabá-PA (2013)	103
Mapa 12	– Localização dos supermercados em Marabá-PA no ano de 2009.....	151
Mapa 13	– Localização dos supermercados em Marabá-PA no ano de 2019.....	152
Mapa 14	– Novo mapa das centralidades em Marabá (2019).....	156
Mapa 15	– Grandes lojas do setor supermercadista na Região Geográfica Intermediária de Marabá.....	165
Mapa 16	– Local de residência dos clientes do Supermercado Mateus (2019).....	189
Mapa 17	– Local de residência dos clientes Atacadão (2019).....	191
Mapa 18	– Local de residência dos clientes Colina.....	193
Mapa 19	– Alcance regional dos supermercados de Marabá.....	211

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	– Crescimento demográfico de Marabá.....	25
Tabela 2	– Crescimento físico -territorial de Marabá.....	26

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABRAS	Associação Brasileira de Supermercados
ALPA	Aços Laminados do Pará
ASPAS	Associação Paraense de Supermercados
CETMA	Centro de Educação de Tecnológica de Marabá
CONCLA	Comissão Nacional de Classificação
EMATER	Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado do Pará
FETRAF	Federação de Trabalhadores na Agricultura familiar
HEMOPA	Fundação Centro de Hemoterapia e Hematologia do Pará
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDESP	Instituto de Desenvolvimento Econômico, Social e Ambiental do Pará
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
INCRA	Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária
INSS	Instituto nacional do Seguro Social
Km	Quilômetro(s)
MCMV	Minha Casa Minha Vida
MDIC	Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio Exterior e Serviços
MPPA	Ministério Público do Pará
PAC	Programa de Aceleração do Crescimento
PMM	Prefeitura Municipal de Marabá
PNUMA	Programa das Nações Unidas Para o Meio Ambiente
PT	Partido dos Trabalhadores
RECIME	Rede de Pesquisadores Sobre Cidades Médias
REGIC	Regiões de Influência das Cidades
SEAGRI	Secretaria Municipal de Agricultura
SEASP	Secretaria de Assistência Social da Prefeitura de Marabá
SEMMA	Secretaria Municipal de Meio Ambiente
SEMED	Secretaria Municipal de Educação
SERFHAU	Serviço Federal de Habitação e Urbanismo

SMS	Secretaria Municipal de Saúde
SUDAM	Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia
TJPA	Tribunal de Justiça do Estado do Pará
UEPA	Universidade do Estado do Pará
UFPA	Universidade Federal do Pará
VP	Via Principal

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	18
1.1	Realização e exposição da pesquisa.....	18
1.2	Considerações iniciais acerca de Marabá.....	25
2	CENTRO(S) E CENTRALIDADE(S) NO PLANO DO ESPAÇO URBANO.....	35
2.1	Centro, centralidades e estruturação da cidade: noções, observações e definições.....	35
2.2	O(s) centro(s)	40
2.3	A(s) centralidade(s).....	47
2.4	Centralidades e estruturação das cidades médias brasileiras.....	52
2.4.1	<i>As cidades médias e intermediárias.....</i>	52
2.4.2	<i>Os novos espaços de consumo nas cidades médias brasileiras.....</i>	56
3	A CIDADE POLINUCLEADA E MULTICÊNTRICA: AS PRINCIPAIS EXPRESSÕES DE CENTRALIDADE EM MARABÁ.....	60
3.1	O Bairro Centro na Velha Marabá.....	64
3.1.1	<i>Avenida Antônio Maia e adjacências atualmente.....</i>	70
3.1.2	<i>Velha Marabá: centro comercial e simbólico.....</i>	78
3.2	O centro comercial da Cidade Nova.....	80
3.2.1	<i>Avenida Nagib Mutran e proximidades atualmente.....</i>	86
3.3	A área central da Nova Marabá.....	95
3.3.1	<i>A Avenida VP-8 e seu entorno atualmente.....</i>	104
3.3.1.1	<i>A Feira da Folha 28.....</i>	112
3.3.1.2	<i>A Avenida VP-7.....</i>	117
4	A(S) NOVA(S) CENTRALIDADE(S) E UMA MARABÁ MULTI(POLI)CÊNTRICA.....	121
4.1	Os novos empreendimentos do setor supermercadista: supermercado, hipermercado e atacarejos.....	138
4.1.1	<i>Supermercado Mateus.....</i>	139

4.1.2	<i>Mix Mateus</i>	141
4.1.3	<i>Colina Varejo e Atacado</i>	142
4.1.4	<i>Atacadão</i>	144
4.1.5	<i>Líder</i>	145
4.2	Mudanças no setor supermercadista e nas centralidades.....	148
5	DIFERENTES AGENTES E SUAS PRÁTICAS ESPACIAIS NA CONSTITUIÇÃO DA(S) NOVA(S) CENTRALIDADE(S) EM MARABÁ	159
5.1	Estratégias espaciais dos grupos empresariais: rebatimentos no intraurbano	160
5.2	O Estado e as transformações nas centralidades em Marabá	177
5.3	As práticas espaciais dos consumidores: as transformações nas centralidades a partir das relações entre as pessoas e os supermercados	187
5.3.1	<i>O cidadão vai às compras: interações do marabaense com as mudanças no setor supermercadista</i>	188
5.3.2	<i>Os supermercados, as centralidades de Marabá e o espaço regional</i>	207
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	215
	REFERÊNCIAS	220
	APÊNDICE A – FORMULÁRIO APLICADO NA SAÍDA DOS SUPERMERCADOS COM CLIENTES RESIDENTES EM MARABÁ	228
	APÊNDICE B – FORMULÁRIO APLICADO NA SAÍDA DOS SUPERMERCADOS COM CLIENTES RESIDENTES EM OUTRAS CIDADES E NA ZONA RURAL	229
	APÊNDICE C – QUESTÕES PREDEFINIDAS NORTEADORAS DAS ENTREVISTAS COM OS GERENTES DOS EMPREENDIMENTOS	230

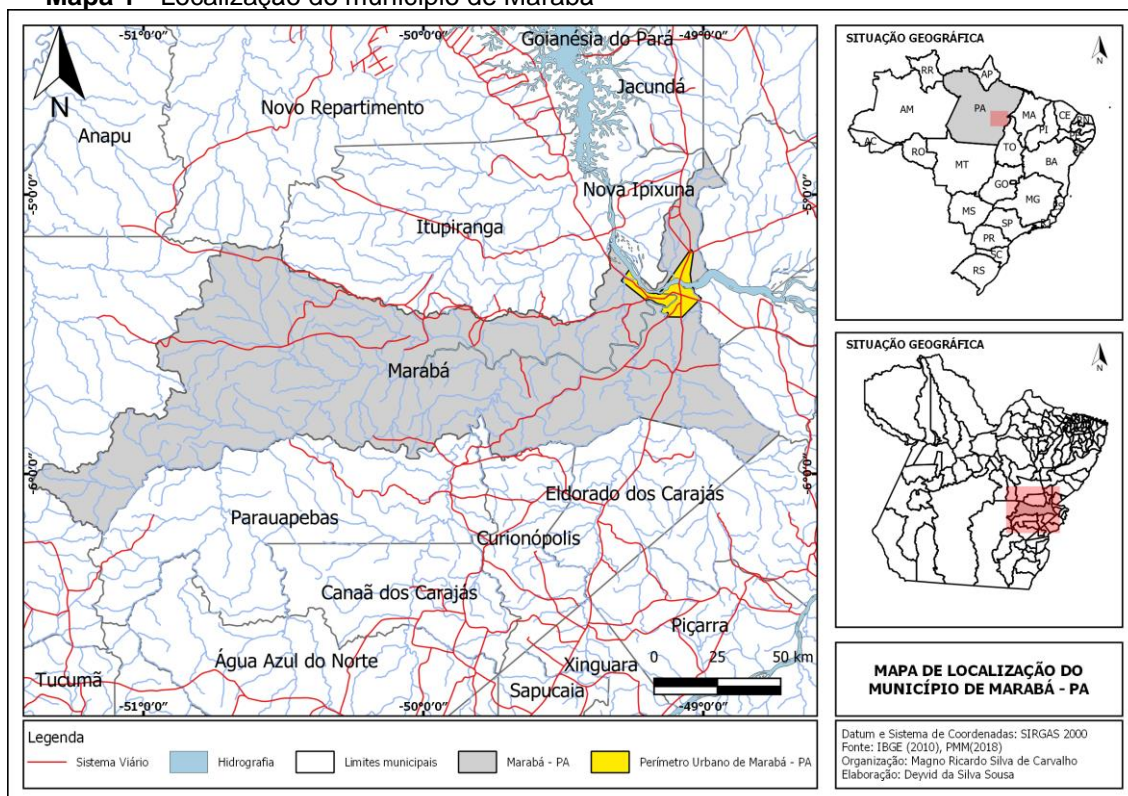
1 INTRODUÇÃO

1.1 Realização e exposição da pesquisa

As grandes empresas comerciais, como os hipermercados, os supermercados e as lojas de departamentos, tinham enquanto foco de atuação, até poucas décadas, as grandes cidades, espaços metropolitanos nacionais ou regionais. Entretanto, esses grupos passaram a buscar, cada vez mais, os mercados de espaços urbanos - não metropolitanos – mormente, as cidades médias (SPOSITO e SPOSITO, 2017). Após instalados nas cidades, tais empreendimentos induzem novos padrões de consumo e causam alterações no espaço das cidades (COUTO, 2011; SPOSITO 2013; SILVA, 2017).

Este trabalho vem tratar, justamente, destas transformações causadas no espaço urbano. O intuito desta pesquisa foi, basicamente, refletir a respeito da implantação de grandes estabelecimentos comerciais em uma cidade média amazônica, as relações e implicações com e no espaço urbano, sobretudo, no que tange às centralidades. A urbe em questão é Marabá, no sudeste do Pará, como pode ser visto no Mapa 1, a seguir:

Mapa 1 - Localização do município de Marabá



Organização: O autor. **Elaboração:** SOUSA (2020).

Marabá se manteve monocêntrica até a década de 1970, quando, atrelado a uma reestruturação urbana e regional, houve um acentuado processo de reestruturação da cidade e esta passa, então, a ser polinucleada. Em decorrência, principalmente, dessa morfologia, o espaço marabaense desenvolveu diferentes e importantes centralidades no seu intraurbano.

Estas centralidades coexistem, bem como se complementam, desde que se consolidaram na década de 1980, sem apresentar, durante mais de três décadas, grandes mudanças no que se refere à essa estrutura. Alinhada a ela, manteve-se e desenvolveu-se a estruturação da cidade, também sem mudanças significativas no que tange às áreas centrais.

A partir do ano de 2012, Marabá começou a receber, com certa intensidade, investimentos de grupos comerciais externos, principalmente do setor supermercadista, mas também de outros setores, além da implantação de um shopping center em 2013. Em comum, estes estabelecimentos têm a localização, situados às margens das rodovias, principalmente, da rodovia BR 230, a Transamazônica. Ao passo em que foram inauguradas estas plataformas comerciais, houve, no mesmo período, significativa diminuição no número de grandes estabelecimentos varejistas de empresas de capital local, que em sua maioria localizavam-se nas áreas centrais ou próximas a estas.

Este trabalho traz uma leitura das centralidades no espaço urbano de Marabá. Apresenta o contexto histórico e os processos que as levaram a conformar-se espacialmente e, em especial, uma análise da implantação de grandes lojas e suas reverberações no que concerne à estas centralidades. Em síntese, esta pesquisa possui por objetivo geral “compreender as centralidades no espaço intraurbano de Marabá-PA, no que tange ao comércio, suas dinâmicas e suas modificações nos últimos anos, considerando a implantação de novos espaços de consumo, como desencadeadores desses processos”, utilizando para tal os estabelecimentos do setor supermercadista nos anos de 2009 e 2019.

Marabá consta como “capital regional C” na classificação das Regiões de Influência das Cidades (REGIC) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2007; 2020). De acordo com o referido instituto, também é cidade polo de uma das regiões geográficas intermediárias do Pará, conjunto de 23 municípios que recebe o nome de *Região Intermediária de Marabá*, dentre os quais 13 fazem parte

da Região Geográfica Imediata de Marabá (IBGE 2017). Tal centralidade urbano-regional também já foi estudada por uma série de pesquisadores que, em consenso, a consideram uma cidade que exerce papel de intermediação na rede urbana, entre eles Trindade Júnior et al (2010), Ribeiro (2010), Rodrigues (2010), Souza (2017).

Trata-se, portanto, de uma cidade média¹, sendo esta centralidade na região e as articulações que intermedia na rede urbana, algumas de suas mais relevantes características². Evocamos essa importante informação para ratificar que nossa escala de análise é o intraurbano, e que esse é um estudo sobre as centralidades na cidade e não a da cidade sobre a região que, precedentemente, nos salta aos olhos quando miramos Marabá. Memoramos a afirmação de Corrêa (2011) quando escreve que

Não há uma escala que *a priori* seja melhor que a outra. Sua escolha, para efeito de pesquisa, vincula-se aos propósitos do pesquisador, que constrói o seu objeto de investigação. Nessa construção, emerge a escala espacial apropriada, que ressaltará alguns pontos do real, minimizando ou eclipsando outros. O objeto construído é, em termos geográficos, escalarmente delineado (CORRÊA, 2011, p. 42).

Tendo delineado o intraurbano como nosso foco, o regional e sua relação com Marabá ficará de algum modo minimizado, no entanto, compreendemos que, justamente por tratar-se de uma cidade intermediária, não é possível desvincular as dinâmicas do intraurbano, das que se apresentam através da relação de Marabá com o seu entorno, principalmente, em se tratando de serviços e/ou comércio. Por isso, empenhamo-nos em não negligenciar a centralidade da cidade na rede urbana, com vistas a melhor compreender as transformações que nos despertam interesse no intraurbano, e que, inexoravelmente, relacionam-se e, ainda, aclarar o que foi eclipsado pela escolha da escala de análise.

Para alcançar o objetivo geral proposto, apresentamos enquanto objetivos específicos:

¹ Mais adiante, no capítulo 2, será abordada conceitualmente a questão da cidade média e intermediária.

² [...] além de sua importância econômica para o sudeste paraense, é notável seu papel como entroncamento aeroviário e rodoferroviário para as cidades menores de sua sub-região. Ademais a articulação de Marabá com as regiões vizinhas, inclusive fora da Amazônia, por meio das novas vias de circulação, fez da mesma uma das principais cidades da Amazônia brasileira, após os maiores centros urbanos regionais. Assumem importância, nesse caso, a rodovia Transamazônica (BR-230), PA-150, BR-222 e a Estrada de Ferro Carajás, que a articulam a diversos municípios considerados espaços de novas oportunidades econômicas e de investimentos capitalistas (TRINDADE JÚNIOR., 2011, p. 7).

- Realizar uma reflexão teórica sobre temas pertinentes à compreensão do nosso objeto e dos fenômenos urbano-espaciais apresentados – como centro, centralidade, estruturação da cidade e outros;
- Avaliar a produção de novas centralidades em Marabá (PA), a partir da análise das práticas espaciais de diferentes agentes sociais, como os cidadãos, o Estado e os grupos empresariais;
- Compreender as lógicas e estratégias locacionais destes grupos empresariais nas escalas interurbana e intraurbana;
- Compreender a multicentralidade de Marabá e, desta, com a implantação dos empreendimentos e com uma possível multi(poli)centralidade;
- Entender o alcance dessas novas expressões de centralidade.

A problemática do estudo proposto é proveniente da observação, conjectura, inquietação e pressupostos que levantamos a partir do quadro apresentado, e que resultou em uma série de questões norteadoras, mencionadas a seguir:

Esses novos espaços de consumo de em Marabá, realmente se efetivam enquanto novas expressões de centralidade? Se sim, quais as interferências dessas mudanças na estruturação da cidade? Como essas novas expressões de centralidade se relacionam com a multicentralidade já estabelecida? Qual é o alcance dessas novas expressões de centralidade? Que agentes, para além dos próprios grupos empresariais, relacionam-se ou relacionaram-se com essas transformações espaciais e como se deram essas relações? A nível regional, por que os grupos empresariais escolheram Marabá para a implantação de seus empreendimentos? Na escala da cidade, por que escolheram as rodovias, especialmente a Transamazônica? Há relação entre o comércio em Marabá e suas respectivas mudanças com a centralidade da cidade frente à rede urbana? Se há, muda algo nesta centralidade urbana de Marabá? A aumenta? A reforça? A diminui?

No que tange ao percurso metodológico trilhado, foi necessário, primeiramente, um levantamento bibliográfico acerca dos temas de interesse, sobretudo, relacionados a centro e centralidade. Compreendendo que “a base teórica que permite explicar ou compreender fenômenos, relações e práticas é

alterada quando se muda a escala espacial” (CORRÊA, 2011, p. 42), priorizamos teorias e formulações acerca de centro e centralidade, que tivessem como foco exclusivo o intraurbano. Buscamos textos que desenvolvem teoricamente sobre tais assuntos e que nos auxiliaram na compreensão não só das centralidades, mas, sobre temas diretamente relacionados, como estruturação e reestruturação da cidade. A partir desta busca sistemática, realizamos a leitura das obras selecionadas e de interesse para o estudo.

Em nossas leituras, buscamos a compreensão do que são as cidades médias e intermediárias, reflexões acerca da implantação de grandes empreendimentos comerciais nas cidades, suas consequências no espaço urbano, entre outros. Importante também se fizeram as leituras sobre Marabá, através de textos que tratam de sua história e de distintos processos econômicos e espaciais, com o intuito de entender, principalmente, a respeito da morfologia da cidade, polinucleada, suas centralidades e áreas comerciais, bem como de sua condição e situação geográfica enquanto cidade média amazônica.

Para uma melhor elucidação do cenário apresentado, buscamos averiguar as mudanças de localização das principais lojas do setor supermercadista e, principalmente, as opções pelos espaços rodoviários. Nessa empreitada, optamos por estudar as práticas espaciais dos diferentes agentes envolvidos, como o Estado, os cidadãos, e, claro, as empresas com suas estratégias espaciais. Para tal, para além dos recursos bibliográficos acadêmicos, recorreremos a análises do Plano Diretor Participativo ou, mais especificamente, de uma das suas revisões – de 2011 – documento que, de alguma forma, prenunciava a chegada dos empreendimentos e as transformações no espaço. Também recorreremos à realização de entrevistas com representantes dos empreendimentos, no caso gerentes de três das grandes lojas.

Foram, ainda, levantados dados primários através de formulários³ aplicados com os cidadãos nas saídas dos supermercados. Utilizamos aqui os supermercados como nosso caso de estudo, por serem deveras representativos do fenômeno salientado pela pesquisa, pelo poder de centralidade que exercem e por serem os que mais se repetem, já que as outras grandes estruturas comerciais são uma loja de departamentos e um Shopping Center. Por outro lado, temos ao todo, cinco

³ Tanto o formulário aplicado, quanto as questões que nortearam as entrevistas, constam enquanto apêndices ao final do trabalho.

plataformas do setor supermercadista, sendo um supermercado varejista, um hipermercado⁴ e três atacarejos.

Realizamos aplicação de 180 formulários, sendo sessenta em cada loja (Colina Atacado e Varejo, Supermercado Mateus e Atacadão), as exceções foram o atacarejo Mix Mateus e o hipermercado Líder⁵. As aplicações dos formulários ocorreram em dias de semana, entre 19 e 23 de agosto de 2019, durante manhã, tarde e noite. A escolha dessas datas justificam-se por sabermos, através das conversas com os gerentes, que nos fins de semana da primeira quinzena do mês são os períodos com maior quantidade de clientes de fora de Marabá, de cidades vizinhas e zona rural. Optamos por conversar com um quantitativo maior de pessoas residentes na cidade de Marabá, haja vista nosso interesse concentrar-se no intraurbano, de modo que escolhemos dias de semana da segunda quinzena do mês, onde a maioria absoluta dos clientes são cidadãos. Tal escolha nos permitiu conversar com 160 pessoas residentes em Marabá e vinte do entorno.

O intuito da aplicação destes formulários consistiu em compreender as práticas espaciais dos compradores, principalmente os cidadãos. Foram levantados uma série de dados que nos possibilitou avançar na busca pela compreensão do nosso objeto, com destaque para a informação dos locais de compra nos anos de 2009 e 2019, possibilitando realizar um breve comparativo. Também foi possível visualizar o alcance dessas lojas nos dois períodos no intraurbano e, também, no espaço regional. Tais informações possibilitaram compreender os fluxos de pessoas no intraurbano nesses dois momentos, sobretudo, as viagens casa-compras-casa.

O referido levantamento agrega ao trabalho um viés quantitativo, que somado às etapas anteriores nos permitiu apresentar uma pesquisa quali-quantitativa. No entanto, salientamos que os formulários não possuem uma legitimidade estatística. Na realidade, não foi viável o estabelecimento de parâmetros quantitativos de clientes que utilizem periodicamente as lojas, para que pudéssemos delimitar uma amostragem significativa para tabulação de dados na perspectiva estatística, dessa maneira optamos pela aplicação do mesmo número de formulários em cada loja.

⁴ No item 4.1, a partir da página 140, há uma conceituação e diferenciação de supermercado e hipermercado.

⁵ No Líder não obtivemos autorização para a realização da pesquisa, e no Mix Mateus estava prevista para ser realizada no primeiro semestre de 2020, porém não foi possível dado o contexto da pandemia ocasionada pelo novo coronavírus.

Foram utilizadas imagens, sobretudo, fotografias, para auxiliar a percepção do leitor quanto a diferentes espaços e estabelecimentos, principalmente, as áreas centrais e as grandes plataformas comerciais. Notícias de veículos de comunicação (como *blogs*, jornais, portais de notícias) compuseram uma hemeroteca de pesquisa que nos auxiliou com muitas informações. Utilizamos ainda gráficos na exposição dos dados primários e de recursos cartográficos que foram elaborados e apresentados no texto afim de evidenciar localizações e auxiliar na compreensão espacial de dados primários e secundários.

A pesquisa está exposta em cinco capítulos, incluindo esta introdução, e considerações finais. Em síntese, este primeiro e introdutório capítulo é dividido em duas partes. Nessa primeira, como vimos, apresentamos a pesquisa em si, questões norteadoras, problemática, objetivos, etapas de realização e a estrutura do texto. A segunda parte é composta de considerações acerca de Marabá, uma contextualização com o que julgamos ser necessário ao leitor para que possa, então, adentrar nas questões que aqui nos interessam mais pontualmente.

No segundo capítulo é realizada uma discussão teórico-conceitual buscando a compreensão e esclarecimentos quanto aos conceitos, definições, noções e contribuições de autores que refletem, pesquisam e escrevem sobre a(s) temática(s) de interesse, afim de levar à reflexão e entendimento de tais formulações não só no campo teórico, mas também na materialidade do e no nosso recorte espacial. É neste capítulo que nos atemos à compreensão de conceitos como centro, centralidade, os tipos de centralidade urbana, estruturação, reestruturação – tanto urbana quanto da cidade – e esses fenômenos espaciais nas cidades médias relacionados à atuação das grandes casas comerciais.

No terceiro capítulo realizamos um panorama do que é a cidade de Marabá no que concerne à sua multiplicidade de centros mesmo antes da chegada de grandes superfícies comerciais, espaços centrais que compõem a estruturação da cidade há décadas. Aproximamos nosso olhar em cada uma das áreas centrais, a partir das nossas impressões em campo, e de autores que já dissertaram a respeito.

O quarto capítulo é a parte do texto na qual apresentamos, de forma mais clara e pontual, a(s) nova(s) centralidade(s) que compõem o intraurbano da cidade atualmente, e fazemos, de forma mais contundente, afirmações relativas à

existência e importância desses espaços, a partir das prévias leituras e de pesquisas que relataram as centralidades de Marabá em outros momentos.

No quinto, e último capítulo, apresentamos as práticas espaciais dos diferentes agentes – as empresas, o Estado e os consumidores – no que tange à participação de cada um nos rearranjos a que foram submetidas as centralidades do espaço urbano marabaense. Tal capítulo se faz importante e imprescindível, na medida em que é nele que melhor visualizamos e compreendemos as transformações espaciais mostradas ao longo do trabalho, especialmente no capítulo anterior.

Como supradito, iremos agora tratar da cidade de Marabá, mais especificamente no que diz respeito à sua geograficidade, entre outras coisas, dando notoriedade no que concerne à conformação do seu espaço intraurbano e de suas centralidades ao longo do tempo.

1.2 considerações iniciais acerca de Marabá

Marabá é responsável pelo terceiro maior PIB (Produto Interno Bruto) do Pará, representando 5,7%. Neste, o setor terciário é, atualmente, o mais importante, contribuindo com 43%, superando inclusive, a Indústria que atualmente representa 37% do PIB marabaense. As atividades deste setor estão, em grande parte, concentradas na sede municipal, a cidade de Marabá, e têm como carro-chefe o comércio, estando serviços como transportes, atividades profissionais e imobiliárias na sequência enquanto principais componentes do terciário (FAPESPA, 2017).

O município paraense contava com população de 233.669 pessoas em 2010, segundo o último censo do IBGE, das quais 186.270 residiam na zona urbana, tendo população estimada em 2019 de 279.349 habitantes (IBGE, 2019), como podemos ver na tabela 1, juntamente com os quantitativos populacionais em distintos momentos do século XX.

Tabela 1– Crescimento demográfico de Marabá

Ano	Marabá	
	Total	Urbana
1950	11.130	
1960	14.228	

1980	59.881	41.745
1991	123.668	102.435
2000	168.020	134.373
2010	233.669	186.270
2019	279.349	

Fonte: PNUMA et al (2010); IBGE (1981, 1991, 2000, 2010, 2019). Org. O autor.

O crescimento populacional observado na tabela acima, especialmente da zona urbana foi, conseqüentemente, acompanhado de expansão do tecido urbano, como podemos ver na Tabela 2, a seguir:

Tabela 2 – Crescimento Físico -Territorial de Marabá

Períodos	Área Total em m²	Área total em Km²
De 1898 a 1920	630.889,31	0,63
De 1921 a 1970	1.702.861,81	1,71
De 1971 a 1980	13.307.480,42	13,31
De 1981 a 2004	9.877.361,94	9,88
De 2005 Até 2010	17.248.873,33	17,24
Total	42.767.466,81	42,77

Fonte: RODRIGUES (2015).

Esse crescimento demográfico e produção do espaço urbano em Marabá, se deu no âmbito dos processos da urbanização amazônica de forma que suas características econômicas, geográficas, históricas, políticas e sociais estão, de algum modo, relacionadas com o avanço da modernização capitalista na região e a respectiva inserção dessa região na divisão territorial do trabalho. Dessa forma, é possível afirmar que compreender a realidade urbana de Marabá nos auxilia na compreensão também, em linhas gerais, dos processos relacionados ao avanço capitalista e da urbanização na região.

Por seu turno, compreender tais processos colabora no entendimento do fenômeno urbano em questão, a cidade de Marabá. Isso porque essa urbe é, não apenas parte importante, como também deveras representativa dos processos socioespaciais a que foi submetida a Amazônia no século XX, sobretudo, se tratando da porção oriental.

Algumas relevantes leituras desses processos na região nos ajudam a compreender Marabá, elegemos inicialmente a de Porto-Gonçalves (2001). Esse geógrafo identifica a organização desse espaço regional em dois sistemas, representados no que ele chama de padrões de organização do espaço amazônico: o primeiro é o rio – várzea⁶ – floresta, e o segundo denominado de Estrada – Terra firme – subsolo.

Em síntese, quanto ao primeiro, refere-se às vias de todo o transporte e comunicação em um primeiro longo período de exploração capitalista na Amazônia; os espaços próximos a esses rios onde se localizavam os povoados, os barracões, as casas aviadoras e a pouca agropecuária (se comparada à extração vegetal) – a várzea –; e a floresta onde ocorria a extração vegetal, com intensificação a partir da segunda metade do século XIX com a exploração da borracha. Quanto ao segundo padrão, o autor faz referência às novas (a partir dos anos 1970) e bem mais fluídas vias de circulação de transporte e comunicação, as rodovias; a maior intensidade de ocupação e exploração capitalista das áreas não alagáveis; e nesse processo a ênfase à importância da mineração.

Tais processos podem ser observados no Sul e Sudeste do Pará, especialmente, em Marabá, se atentarmos para sua história e formação socioespacial. A ocupação não-indígena do sítio inicia-se com a chegada de goianos e, posteriormente, maranhenses, no final do século XIX, com o objetivo de explorar as riquezas do entorno do rio Itacaiúnas, bem como, praticar a pecuária e a agricultura. Entre tais riquezas, uma se sobressaiu primeiro, o caucho⁷, que tão logo foi descoberto na região, já foi iniciada sua exploração e exportação para atendimento de demandas internacionais. Assim que a demanda por borracha brasileira diminuiu e as exportações arrefeceram-se, Marabá se apresenta enquanto proeminente produtor e exportador de Castanha-do-Pará (ALMEIDA, 2008).

Com tamanha riqueza sendo extraída dos arredores do povoado, os estados de Goiás e Maranhão reivindicaram esse território, alegando ter a região mais relações e proximidade com estes do que com o Pará. Diante das pressões, o

⁶ Terreno localizado próximo às margens dos rios, e baixo se comparado a chamada “terra firme”, portanto sujeito às cheias no período chuvoso.

⁷ A *Castilla Ulei Warb* ou caucho como é vulgarmente conhecida, é uma árvore produtora de látex de qualidade inferior a da seringueira (*Hevea Brasiliensis*).

Estado do Pará se adiantou em tornar Marabá município (VELHO, 1981; RODRIGUES, 2010).

Milhares de migrantes foram atraídos para o extrativismo nas terras pertencentes ao município de Marabá [...] O interesse pelas duas atividades se impôs e promoveu adaptações por parte das populações locais às adversidades naturais, principalmente ao construir uma cidade em um local inadequado como o pontal (ALMEIDA, 2008, p.34).

Houve relativa demora em investimentos estruturais nessas primeiras décadas, pois, a cidade estava sendo construída na confluência de dois rios e sujeita às periódicas cheias. No entanto, por razões econômicas não se abria mão da estratégica localização. Após a grande cheia de 1926, ocorre a opção pela permanência no sítio, demonstrada, no ano de 1928, através de um processo de significativa melhoria urbana e reconstrução com investimentos estruturais, até então, não vistos. Referimo-nos à construção de ruas e asfaltamento das vias principais, além da edificação de prédios públicos para abrigar equipamentos como hospitais e escolas. Também nesse período aconteceram melhorias nas arquiteturas dos prédios residenciais e do comércio (PNUMA et al, 2010).

Comércio este que, com os anos, é transferido da beira do rio para a parte mais alta da cidade e concentra-se na Avenida Antônio Maia e adjacências (SILVA, 2016), conformando o que se tornou a primeira e, por décadas, única significativa expressão de centralidade em Marabá, ou podemos dizer, “o centro”. A cidade permaneceu limitada, majoritariamente, ao que, tempos depois, se passou a chamar de Núcleo Pioneiro ou Velha Marabá, e, claro, monocêntrica.

Em síntese, a

[...] importância no cenário comercial regional refletia-se no espaço urbano de Marabá a partir da localização das casas comerciais. Até 1969 não existia acesso a Marabá por vias terrestres, o que fazia dos rios que cortam a cidade a sua principal via de comunicação e também de transporte de mercadorias. Desta feita, a atividade comercial estava localizada às margens do Rio Tocantins, no que hoje conhece-se como Núcleo Marabá Pioneira. Era neste núcleo também que se concentrava a população de Marabá, que se deslocava deste local nos períodos de cheias dos rios, que causavam enchentes na área urbana, fazendo com que os moradores ocupassem, provisoriamente, outros sítios, retornando à Marabá Pioneira assim que as águas baixavam. Assim, até a década de 1960, podemos caracterizar Marabá, do ponto de vista da estrutura comercial, como uma cidade monocêntrica, com suas principais atividades comerciais e de serviços localizadas na Marabá Pioneira, com importância devida aos rios como meios de interligação da cidade ao mundo exterior (SOUZA et al, 2013, p. 7 e 8).

As políticas de desenvolvimento e integração da Amazônia realizadas pelo Estado, sob comando dos governos militares, reestruturaram a rede urbana da

região. No sistema rio-várzea-floresta predominava o padrão dendrítico, com Belém sendo a metrópole regional. Com a implantação do sistema estrada-terra firme-subsolo, percebe-se uma mudança de padrão, com esse novo momento sendo caracterizado por um maior dinamismo das cidades de beira de estrada, sobretudo, das que já possuíam alguma importância. A partir daí, estas cidades assumem papéis de centros regionais, chegando a serem cidades médias. Uma dessas é Marabá (TRINDADE JÚNIOR e PEREIRA, 2007).

Com os investimentos do Estado Brasileiro na região, na década de 1970, juntamente com a implantação do projeto Grande Carajás, não só o espaço regional passou por uma intensa reestruturação, como houve também intenso processo de reestruturação da cidade (ALMEIDA, 2008; TRINDADE JÚNIOR et al, 2010).

Com o advento das redes tecno-políticas (rede rodoviária, rede de transporte, redes elétricas, redes de comunicações, rede urbana) (BECKER, 1982; 1991), a partir da década de 1970, provenientes de intensos investimentos governamentais, o avanço do capital financeiro e industrial, bem como de outras frentes de expansão atreladas ou não a atividades econômicas como a pecuária, a extração madeireira, a agricultura camponesa etc. (HÉBETTE, 2004), contribuiu para uma nova configuração de Marabá cujas marcas se fizeram presentes notadamente na sua paisagem urbana, quando então novos núcleos, além da Velha Marabá, onde se originou a cidade, passaram a constituir a estrutura da cidade (TRINDADE JÚNIOR et al, 2010, p.19).

Sob o discurso de que abrigaria os moradores do núcleo pioneiro, que padeciam com as cheias, foi pensado pela Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia (SUDAM) e planejado pelo Serviço Federal de Habitação e Urbanismo (SERFHAU), um novo núcleo urbano, em “terra firme”, denominado “Nova Marabá”. Este novo espaço tinha como um de seus principais propósitos servir ao Estado como base para os grandes empreendimentos, além de atender ao contingente populacional que chegava à cidade. O novo núcleo foi criado em 1975 e cresceu, sobretudo, a partir de ocupações, principalmente, na década seguinte (SOUZA, 2015).

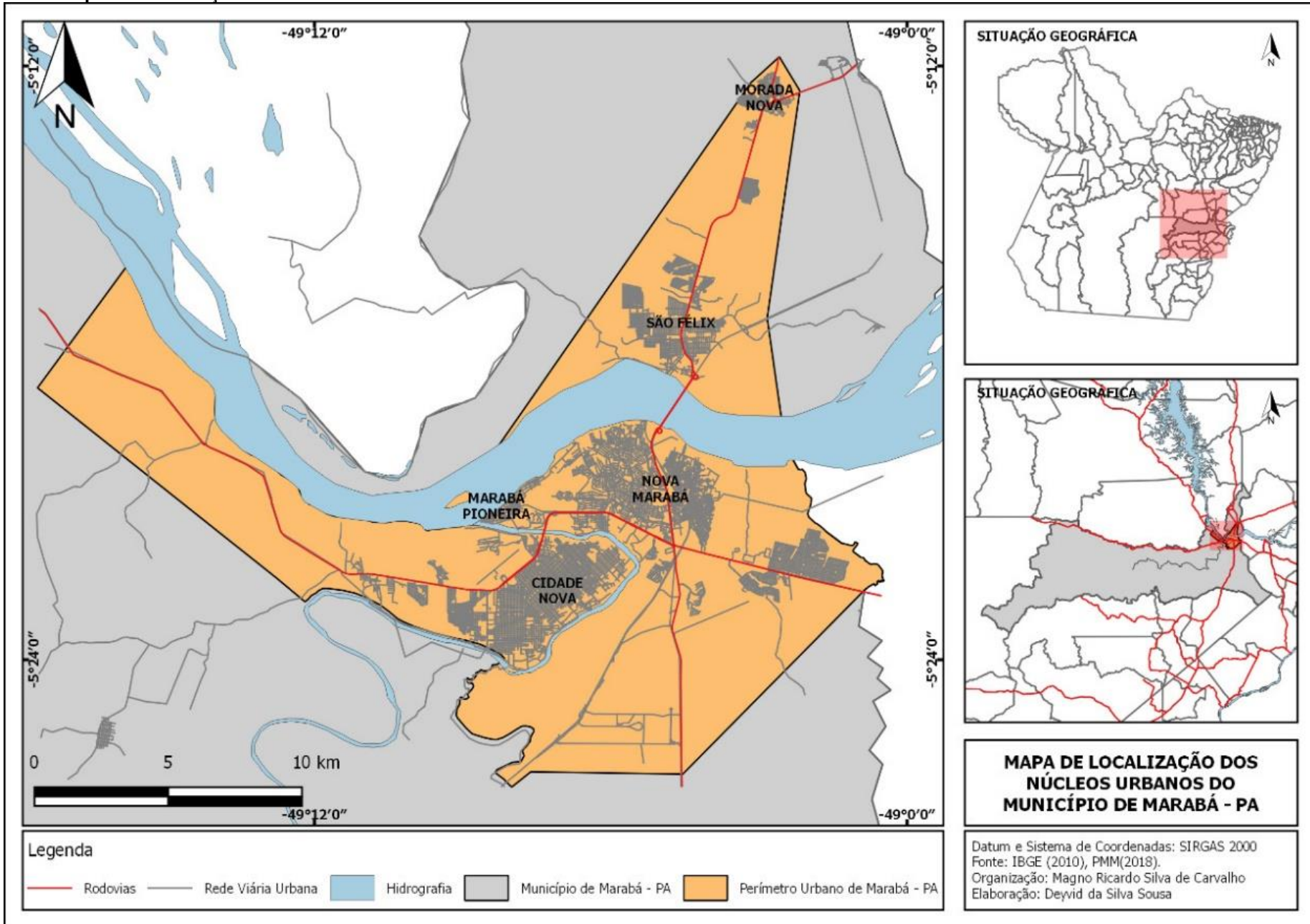
A reestruturação mencionada não implicou apenas na criação do núcleo Nova Marabá, pois, no mesmo período, surgia e se consolidava o núcleo urbano Cidade Nova, tendo também o Estado, direta e indiretamente, como um dos principais agentes responsáveis:

A constituição do Núcleo Integrado Cidade Nova [...] está relacionado inicialmente ao processo de expansão espontânea da cidade de Marabá, devido ao intenso fluxo migratório que se estabeleceu dos núcleos urbanos planejados (agrovilas, agrópolis) em direção à Marabá, diante do fracasso

da política de colonização oficial empreendida pelo governo federal via INCRA, ao longo da Rodovia Transamazônica, na sub-região do Sudeste Paraense. Diante da crescente expansão que este núcleo de ocupação espontânea apresentou, bem como, em razão do intenso aumento das demandas e reivindicações sociais dos moradores deste espaço de expansão, o Núcleo Urbano Cidade Nova foi inserido no perímetro urbano da sede do Município, através da Lei nº 742, de 15 de dezembro de 1976 (IDESP, 1977). Configurava-se, assim, a cidade tripartite de que nos fala Becker (1990a), com três núcleos bem definidos e descontínuos, ainda que compondo uma só unidade urbana: a Velha Marabá ou Marabá Pioneira, a Nova Marabá e a Cidade Nova (TRINDADE JÚNIOR. et al, 2010, p.20).

Para além da cidade tripartite, de que fala Bertha Becker, Marabá é, atualmente, formada também por mais dois núcleos, o São Félix, na margem direita do Rio Tocantins e Morada Nova, a doze quilômetros da Nova Marabá, como podemos ver no Mapa 2, a seguir:

Mapa 2 - Localização dos núcleos urbanos de Marabá-PA



Organização: O autor. Elaboração: SOUSA (2019).

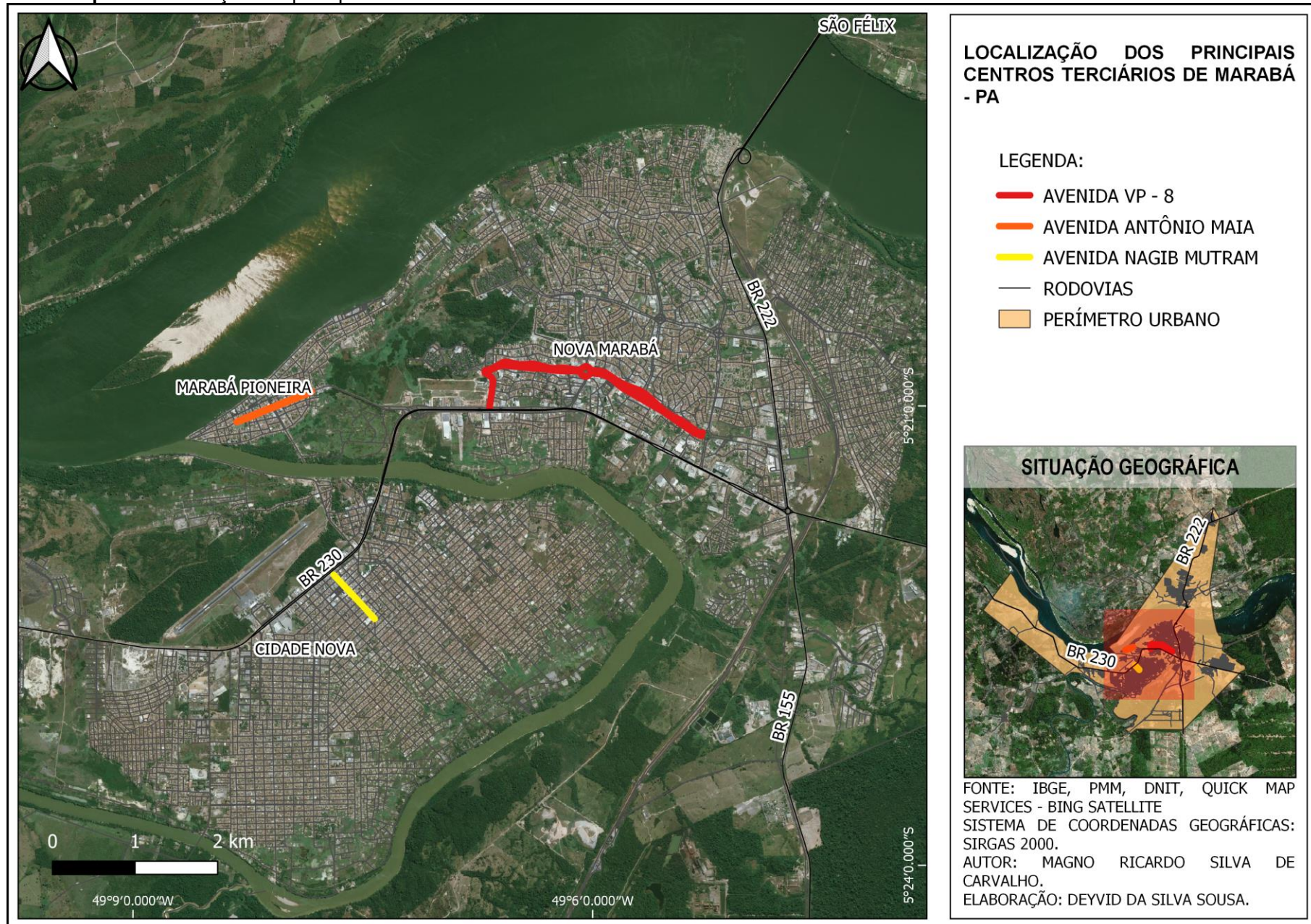
Como resultado da morfologia polinucleada⁸, Marabá passa, em certo momento, a se apresentar enquanto uma cidade multicêntrica. Diferentes expressões de centralidade se mostram em sítios distintos da cidade. Souza et al (2013) explicam:

O crescimento urbano de Marabá provocou o aumento da distância entre a principal área comercial da cidade, localizada no núcleo Marabá Pioneira, e a população residente nos novos núcleos urbanos, elevando desse modo os gastos com transportes e o tempo necessário para se ter acesso ao consumo de bens e serviços, o que acabou levando ao surgimento em Marabá do processo de descentralização das atividades comerciais e de serviços, que paulatinamente deixam de se concentrar unicamente no núcleo original da cidade, Marabá Pioneira, e começam a se reunir também nos novos núcleos de ocupação urbana (SOUZA et al, 2013, p. 04).

Os outros centros comerciais surgiram nos núcleos Cidade Nova e Nova Marabá, e juntamente com a Avenida Antonio Maia e seu entorno – na Velha Marabá –, formavam, até poucos anos, as principais expressões de centralidade da cidade, por serem as únicas que tinham alcance em todos os núcleos, como pode ser visto em Trindade Júnior et al (2010). Trata-se, da Avenida Nagib Mutran e seu entorno, e a Avenida VP-8 e seu entorno, na Cidade Nova e Nova Marabá, respectivamente. Estes espaços podem ser localizados no Mapa 3 a seguir:

⁸ Uma mancha urbana mais a Leste no mapa, desconectada das demais e sem identificação como as outras, é a Zona de Expansão do núcleo Nova Marabá, e trata-se, majoritariamente, de loteamentos e residenciais privados.

Mapa 3 - Localização dos principais centros terciários de Marabá-PA



Organização: O autor. Elaboração: SOUSA (2020).

Adiante conheceremos cada uma dessas áreas centrais, e também as novas expressões de centralidade, elementares para este estudo. No entanto, é de extrema importância que, antes disso, tenhamos um aporte bibliográfico suficientemente consistente para embasar nossas análises e para que nos seja garantida a compreensão de todos os conceitos que amparam e explicam teoricamente os fenômenos relacionados com nosso objeto de estudo, bem como e principalmente ele próprio.

2 CENTRO(S) E CENTRALIDADE(S) NO PLANO DO ESPAÇO URBANO

2.1 Centro, centralidades e estruturação da cidade: noções, observações e definições

Ao dissertarmos quanto a questões que envolvem as temáticas centro e centralidade, é necessário que, de antemão, façamos certas observações e apresentemos algumas definições com o intuito de enriquecer o debate, abrir caminhos para um diálogo mais profícuo em volta dos temas e compreender o nosso recorte espacial, o intraurbano.

A primeira das definições é concernente aos dois tipos de centralidade urbana. Referimo-nos mais a uma questão de escalas do que de fato conceitual. Para Milton Santos “a cidade constitui uma forma particular de organização do espaço, uma paisagem e, por outro lado, preside as relações de um espaço maior, em seu derredor, que é a sua zona de influência” (SANTOS, 1959, p. 07). Por isso, Sposito (1998) fala de centralidade das cidades, e em centralidade “no plano do espaço urbano”, e é válido aqui ressaltar a diferença entre elas.

Isso porque a centralidade urbana pode ser abordada em duas escalas: a intraurbana e a da rede urbana, sendo que a primeira trata do “território da cidade ou da aglomeração urbana, a partir de seu centro ou centros. No segundo nível, a análise toma como referência a cidade ou aglomeração urbana principal em relação ao conjunto de cidades de uma rede” (SPOSITO, 1998, p.27). De forma semelhante escreve Barata-Salgueiro quando afirma que

O conceito de centro, a sua função, e a relação com outros centros e as áreas envolventes pode ser analisada a duas escalas interligadas, uma, mais geral, a que se pode chamar do sistema urbano, em que a cidade é um ponto, e outra, dada pela ampliação da maior escala, em que a cidade é uma área com extensão (BARATA-SALGUEIRO, 2013, p. 14).

Reafirmamos que aqui pretendemos discorrer sobre a centralidade intraurbana, no entanto, é importante lembrar que a cidade alvo de nossas inquietações é Marabá, cuja centralidade urbana é exercida sobre várias outras cidades, característica essa que, entre outras, lhe justifica o *status* de cidade média, e que não deixa de se relacionar com as mudanças no comércio e nas expressões de centralidade no espaço intraurbano, como, inclusive, será mostrado. Outra observação, instigada pela anterior, é relativa aos espaços urbanos e regionais, ou

seja, o “território da cidade” e o “conjunto de cidades de uma rede” de que fala Sposito (1998), ou ainda a cidade enquanto área com sua própria extensão e o “sistema urbano” de que fala Barata-Salgueiro (2013).

Recorremos aos escritos de Villaça (2001), não exatamente para conceituar o que vem a ser os espaços supramencionados, mas para uma reflexão que além de nos auxiliar em um melhor entendimento, nos permite entender também, a importância dos centros e centralidades na cidade e para a cidade. Isso porque o autor ao distinguir o espaço intraurbano do regional, nos possibilita refletir sobre o destaque a devida atenção às centralidades, especialmente se tratando de comércio e serviços:

A distinção mais importante entre espaço intra-urbano e espaço regional deriva dos transportes e das comunicações. Quer no espaço intra-urbano, quer no regional, o deslocamento de matéria e do ser humano tem um poder estruturador bem maior do que o deslocamento da energia ou das informações. A estruturação do espaço regional é dominada pelo deslocamento das informações, da energia, do capital constante e das mercadorias em geral – eventualmente até da mercadoria força de trabalho. O espaço intra-urbano, ao contrário, é estruturado fundamentalmente pelas condições de deslocamento do ser humano, seja enquanto portador da mercadoria força de trabalho – como no deslocamento casa/trabalho –, seja enquanto consumidor – reprodução da força de trabalho, deslocamento casa-compras, casa-lazer, etc (VILLAÇA, 2001, p. 20).

Ainda segundo o autor, é daí que deriva o “enorme poder estruturador das áreas comerciais e de serviços” (VILLAÇA, 2001, p. 20), pois estas áreas são as que exercem maior poder de atração no espaço intraurbano, pois somam os deslocamentos tanto dos trabalhadores, quanto dos consumidores. Portanto, alterações concernentes à localização das atividades terciárias, implicam diretamente nas centralidades e estas, por sua vez, na estruturação da cidade. Maia, Silva e Whitacker (2017), reforçam afirmando que a relação entre centro e centralidades se encontra entre os elementos mais influentes do processo de estruturação da cidade, pois possibilita distintas articulações no intraurbano e no regional, e são repletos de contradições e complexidade.

Mas o que vem a ser, então, essa “estruturação da cidade”? A terceira observação a ser feita antes de iniciarmos, de fato, uma discussão sobre centro(s) e centralidade(s), é uma explanação, ainda que sucinta, com definições a respeito do que neste trabalho chamaremos de estruturação da cidade, o que por sua vez requer dialogarmos também acerca de estrutura urbana, reestruturação urbana e reestruturação da cidade.

O entendimento de estruturação urbana do qual partilhamos, como pôde, inclusive, ser observado nas contribuições dos autores, não se restringe apenas à interpretação e descrição dos fixos, formas e equipamentos, mas compreende também a importância dos fluxos, o que se encontra em movimento no espaço urbano. Esta afirmação é necessária no sentido de não deixarmos margem para que se confunda estruturação urbana com estrutura urbana. Isso porque

As questões que envolvem o centro e a centralidade intra-urbana têm sido debatidas por correntes teóricas que apresentam certas distinções entre si. Essas correntes pautam suas análises basicamente em dois conceitos que, embora aparentemente encontrem certa proximidade, trazem divergências importantes: o conceito de estrutura urbana e o de estruturação urbana [...] (OLIVEIRA JÚNIOR, 2008, p. 211).

A geografia urbana há muito tempo vem utilizando a expressão “estrutura urbana” para referir-se aos distintos usos do solo no espaço intraurbano, no qual a estrutura seria resultante deste processo de alocação e realocação das atividades e funções (econômicas, de moradia, lazer...) nas cidades (SPOSITO, 1991; SPOSITO, 2004). Isso é, em muito, por influência dos teóricos ligados à Escola Estruturalista de Chicago, também chamada de Ecologia Urbana, e também a outros filiados, sobretudo, a Escola Francesa Clássica, no qual, mesmo com discordâncias, compreendem o centro da cidade como algo fixo,

“preocupando-se com a forma e com a localização, procurando realizar uma minuciosa descrição das áreas em estudo, visando evidenciar o padrão de concentração, estabelecendo modelos que deem conta de explicar a forma [...]” (SILVA, 2001, p. 108).

Para além da estrutura, levaremos em consideração a estruturação. Castells (1983, p.182) é enfático ao afirmar que “o espaço urbano é estruturado, quer dizer, ele não está organizado ao acaso”. O uso da expressão estruturação nos proporciona a transmissão da ideia de que essa “organização/desorganização da cidade contém a dinâmica do próprio processo social que a determina, sendo a estrutura em cada corte do tempo do processo de estruturação, também determinante dos momentos seguintes do processo” (SPOSITO, 1991, p. 02).

De acordo com Gurvitch (1967, p.110 apud PEREIRA, 2014 p. 49), a estrutura “está envolvida por um movimento perpétuo de desestruturação e reestruturação porque é um aspecto da sociedade em atuação que, enquanto ‘obra’, não pode subsistir sem a intervenção da ‘ação’”. A estruturação urbana deve ser entendida enquanto processo de modificação contínua das estruturas urbanas, sendo estas, apenas recortes temporais dessa dinâmica. Sendo assim, optamos aqui por nos filiar

aos que, ao debater e buscar compreender os fenômenos urbanos relativos aos centros e centralidades nas cidades, pautam suas análises no conceito de estruturação, pois como fala Pereira (2014, p. 48), “esse termo denota processos que estão ligados ao tempo histórico e às transformações proporcionadas pelo devir, ao contrário do termo estrutura, que denota equilíbrio e estabilidade”.

É necessário também buscarmos esclarecimentos acerca do que vem a ser reestruturação, para tal recorreremos às contribuições de Sposito (2004) em que a autora afirma que, reestruturação, seria um conjunto de intensas mudanças na estruturação, com uma ruptura abrupta com relação à estrutura anterior, passando o espaço a se reproduzir de acordo com tais mudanças. Essa elaboração de Sposito é admitidamente baseada nos escritos de Edward Soja, no qual o autor afirma que

A reestruturação, em seu sentido mais amplo, transmite a noção de uma “freada”, senão de uma ruptura nas tendências seculares, e de uma mudança em direção a uma ordem e uma configuração significativamente diferentes da vida social, econômica e política. Evoca, pois, uma combinação sequencial de desmoronamento e reconstrução, de desconstrução e tentativa de reconstituição, proveniente de algumas deficiências ou perturbações nos sistemas de pensamento e ação aceitos. A antiga ordem suficientemente esgarçada para impedir os remendos adaptativos convencionais e exigir, em vez deles, uma expressiva mudança estrutural. Estendendo a terminologia de Giddens, pode-se descrever essa freada-e-mudança como uma reestruturação temporal-espacial das práticas sociais [...] (SOJA, 1993, p. 193)

Sposito (2004, 2007) tem utilizado em seus escritos os termos estruturação e reestruturação urbana e estruturação e reestruturação da cidade, para se referir às dinâmicas e processos ocorridos na escala regional ou das redes urbanas e para a escala do intraurbano, respectivamente.

Num esforço de ampliar a proposta de reestruturação urbana, nos termos propostos por Soja (1993), bem como de articulá-la ao par Economia Política da Urbanização e Economia Política da Cidade, oferecido por Santos (1994), tenho trabalhado com a ideia de estruturação urbana e estruturação da cidade, para distinguir mudanças nos papéis e conteúdos (urbana) das alterações nos espaços, no que respeita às formas de seu uso e articulação entre elas (da cidade). A adoção do substantivo reestruturação fica reservada para os momentos em que é profundo e complexo o conjunto de transformações nessas estruturas (SPOSITO, 2013, p. 49).

Ainda segundo a autora, dessa forma é possível articular duas escalas geográficas, diferenciando-as, porém, tendo por objetivo levar em consideração as diferentes determinações que se estabelecem entre elas (SPOSITO, 2007).

Nosso foco aqui é a compreensão das centralidades no espaço urbano de Marabá, e pelo que já foi exposto, e considerando o que fala Sposito (1991, p. 5), quando afirma que “a análise do processo de produção e estruturação das cidades

tem que passar necessariamente pelo entendimento do papel do centro”, podemos afirmar que, mesmo evocando bem mais termos relativos as centralidades que à estruturação propriamente dita, este trabalho, indubitavelmente, trata da estruturação da cidade. Sobretudo no campo das hipóteses, quando propomos que as dinâmicas e processos aqui analisados, mesmo que não sejam os únicos protagonistas, se inserem em um processo de reestruturação da cidade de Marabá.

A última das observações que fazemos, é atinente aos vocábulos “centro” e “centralidade”. Utilizamos até aqui esses termos sem, no entanto, esclarecer, de fato, o que vem a ser cada um, bem como, o que os distingue. Nas contribuições de Fernandes (2013), o “centro” aparece como “lugar”, enquanto que a “centralidade” é condição. De semelhante modo, Maia, Silva e Whitacker (ibidem), encaram “centro” como sendo a forma espacial e “centralidade” sendo a propriedade de uma área, de ser, de alguma forma, central. Portanto, quando utilizamos o vocábulo “centro”, estamos nos referindo a um local, a determinado sítio, enquanto a palavra “centralidade”, relacionamos à característica de determinado espaço na cidade, de exercer certo poder de atrair mercadorias, informações, capitais e, sobretudo, pessoas, a partir dos seus atributos.

Para Barata-Salgueiro (2013, p. 14), “[...] a palavra ‘centro’ se refere a uma entidade, a uma localização com forte poder de atração de pessoas e com determinadas propriedades geométricas”, já o termo “centralidade”, segundo a autora, “remete para outro tipo de propriedades opostas a essa geometria e que reforçam a sua atração” (2013, p. 14).

A evolução do conceito foi no sentido da valorização destas últimas a ponto de suplantar as da geometria. De facto, a evolução semântica que se registrou na literatura de carácter geográfico de ‘centro’ ou ‘lugar central’ para ‘centralidade’ parece corresponder à vontade ou necessidade em sublinhar outras dimensões que não apenas a da geometria das distâncias ou das acessibilidades, mesmo estando presentes na ideia de centro urbano desde há muito, como é o caso de características do foro social como o prestígio (BARATA-SALGUEIRO, 2013, p. 14).

Ao nos incluirmos a esse bojo de pesquisadores, que recorrem ao conceito de centralidade, a fim de buscar compreender a complexidade que envolve tais fenômenos na realidade urbana, nosso olhar passa a estar bem mais voltado para as centralidades do que, necessariamente, para os centros. Entretanto, se faz extremamente necessário um empenho no sentido de compreender esses espaços para, então, buscarmos o entendimento das dinâmicas pertinentes às centralidades.

Isso, principalmente, porque até algumas décadas atrás as aglomerações urbanas eram majoritariamente monocêntricas, ou seja, o centro era o único espaço possuidor de centralidade na urbe.

2.2 O(s) centro(s)

Primeiramente, para realizarmos um diálogo acerca do(s) centros(s), necessitamos assimilar conceitualmente o que é o centro da cidade, bem como o que vem a ser um centro na/da cidade e seus conteúdos. Iniciaremos com um exercício de memorar o que constitui, salvo exceções, um centro. Geralmente, é possível observar no centro, em determinada área do aglomerado urbano, um processo de concentração de atividades comerciais e de serviços, de administração dos setores público e privado, de lazer, e de valores, sejam eles materiais ou simbólicos (SPOSITO, 2017).

Castells (1983, p. 311) vai além falando não apenas dos componentes desse centro, mas da sua capacidade de articulação. Segundo ele, “o centro é o espaço que permite [...] uma coordenação das atividades urbanas, uma identificação simbólica e ordenada destas atividades, e, daí, a criação das condições necessárias à comunicação entre os atores”. A geógrafa Doralice Sátiro Maia vai além e nos dimensiona a relevância desse espaço para a manutenção e reprodução das relações na cidade:

[...] o Centro é simultaneamente o lugar do encontro e da reunião, um lugar onde se estabelecem relações de trabalho, passagem e lazer e, por isso, integra e dispersa. O Centro é Centro por expressar de forma mais contundente a dinâmica da cidade, ou seja, não existe cidade, nem realidade urbana, sem um Centro. A sua importância é inquestionável para a manutenção da vida urbana (MAIA, 2017, p. 97).

As abstrações, formulações e conceituações dos autores nos ajudam no caminho da compreensão não apenas do que seja o centro e sua importância, mas também acerca do porquê existir, em diferentes realidades urbanas, espaços tão diferentes, porém com a mesma alcunha: centro. Moradores de diferentes cidades, utilizam o termo “centro” para referirem-se a determinado espaço específico nas cidades em que habitam.

Villaça (2001, p. 237) fala que “toda aglomeração socioespacial humana – da taba indígena à metrópole contemporânea, passando pelas cidades medievais e as pré-colombianas – desenvolve um, e apenas um, centro principal”. No entanto,

esses espaços que carregam esse “título” de centro, podem tê-lo “conquistado” por distintos processos socioespaciais em diferentes momentos históricos a depender de como, onde e quando ocorreram os processos de surgimento dessas cidades, bem como a expansão e consolidação de atividades possuidoras de centralidades em seu interior. Isso ocorre porque

“O centro da cidade é uma forma espacial com conteúdos que se expressam em dimensões e níveis diversos. É um local de encontros, que podem ser contingentes ou não, os quais os tornam espaço de apropriação e representação” (WHITACKER, 2017, p. 149).

Concordamos com Sposito (1991, p.6), quando a autora afirma que “o centro não está necessariamente no centro geográfico, e nem sempre ocupa o sítio histórico onde esta cidade se originou, ele é antes de tudo o ponto de convergência/divergência, é o nó do sistema de circulação”. No entanto, em muitas cidades, determinado espaço, que tendo se consolidado na estruturação urbana enquanto importante centralidade em determinado período, muitas vezes mesmo perdendo esse poder posteriormente, ou seja, deixando de ser “o centro”, na perspectiva colocada, ainda assim continuam sendo chamados de centro, por vezes acompanhado de adjetivos como “antigo”, “histórico”, “tradicional”, entre outras nomenclaturas.

A constituição de uma estrutura espacial com mais de um centro e as mudanças que se observam no centro da cidade implicam que se nomeie a primeira, a que já existia, distinguindo-a das demais no tempo – porque outras lógicas se desenvolvem – e no espaço – porque novas áreas centrais são erigidas (WHITACKER, 2017, p. 187).

Isso ocorre, também, devido ao prestígio histórico e/ou cultural desses espaços no imaginário coletivo da cidade. Inclusive, parte significativa da literatura atual, ao utilizar o termo “centro” refere-se ao centro antigo da cidade, que em diversos casos, há muito não corresponde mais ao “nó” de que fala Sposito (1991). Fernandes (2013) afirma que é possível levar em consideração que as cidades possuam vários centros, seja em diferentes momentos históricos, ou mesmo simultaneamente. O autor prossegue afirmando que

cada lugar onde se reúnem condições de centralidade, cada centro, tem uma dinâmica que, podendo ser marcada pelo aumento ou diminuição da sua importância relativa, é muito marcada também pela continuidade daquela parcela de cidade ao longo dos muitos anos que viveu, inserida na história da cidade (e refletindo a história / participando na história da sociedade), umas vezes mais central, outras vezes mais periférica (FERNANDES, 2013, p. 34).

Vários outros pensadores das dinâmicas urbanas dedicaram-se a compreender esses espaços, os diferentes centros e as distintas formas de encarar o(s) centro(s) em realidades díspares. Aqui recorreremos, inicialmente, aos escritos de dois autores em busca de compreender as diferentes leituras dos centros dos/nos espaços urbanos: Castells (1983) e Barata-Salgueiro (2013).

Para Castells (1983), o termo “centro” pode ser usado para se referir tanto a uma localização, em relação à estrutura urbana, quanto a um conteúdo social. Acontece que esse conteúdo social varia no espaço e no tempo. O referido autor elenca quatro leituras de centro a partir dos seus respectivos conteúdos. Seriam elas: Um espaço sendo central a partir da instalação e/ou concentração dos aparelhos do Estado, onde o autor chama de “centro político-institucional”; o “centro meio-social” seria “a organização espacial dos processos de reprodução e transformações das relações sociais de uma estrutura urbana”; há o “centro urbano-permutador”, que seriam os centros formados a partir das atividades terciárias, ou como diz o autor, “a organização espacial dos canais de troca entre os processos de produção e o processo de consumo num aglomerado urbano” e ainda, o “*centro simbólico*, [...] a organização espacial dos pontos de intersecção dos eixos do campo semântico da cidade (CASTELLS, 1983, p. 316, 318 e 319 grifo do autor).

Uma síntese do entendimento do centro da cidade na obra de Castells, é de que esse espaço pode ser assimilado em pelo menos três níveis: o econômico, como espaço de trocas e centralização; o ideológico, enquanto espaço simbólico; e o político-institucional, enquanto espaço de gestão (SPOSITO, 2004; WHITACKER, 2017).

Barata-Salgueiro (2013), fala que é possível estudar os centros em função de três dimensões analíticas, que por vezes coadunam com as formulações teóricas de Castells (1983). São elas, as dimensões “geométrica, a funcional e a simbólica, separadas por conveniência de análise, mas inter-relacionadas e presentes em todos os centros urbanos” (BARATA-SALGUEIRO, 2013, p. 14).

O centro ou área central individualiza-se na organização do espaço pelos grupos humanos. Num aglomerado, o centro é a parte mais protegida e mais controlada, talvez por isso também a mais prestigiada e desejada, aquela onde estão os ‘chefes’ e as pessoas mais importantes, as quais a comunidade tem interesse em defender ou as que têm o poder para impor essa localização. No modelo de organização do espaço da cidade pré-industrial de Sjoberg (1960) a elite ocupa o centro. Desde a Antiguidade também aí se encontram a administração pública e os templos mais importantes (BARATA-SALGUEIRO, 2013, p. 14).

No trecho citado, a autora evoca, de forma direta, uma das três dimensões analíticas de centro, a simbólica. Isso porque,

a centralidade simbólica está essencialmente ligada às ideias de prestígio e de poder que explica a marcação física desse espaço pelo poder, ao longo dos tempos, e a atração que transforma os centros em lugares de reunião de pessoas (BARATA-SALGUEIRO, 2013, p. 16).

Ela nos conta, ainda, que na história urbana, o uso simbólico do espaço nas cidades pelo poder religioso e político foi, por muito tempo, o que atribuía a determinado sítio a característica de ser central. Inicialmente por se localizarem em tal sítio, mas também por essa localização ser marcada pela arquitetura que, de alguma forma, os simbolizava e os apresentava enquanto socialmente relevantes, utilizando da arte, na maioria das vezes, para se impor na paisagem urbana (BARATA-SALGUEIRO, 2013). A autora ainda nos lembra que

os templos principais, o palácio, a sede da administração estão quase sempre na praça central, desde o Ágora e do fórum da Antiguidade⁹. Esta praça pode ter no centro um monumento evocativo de um acontecimento ou personagem [...] (BARATA-SALGUEIRO, 2013, p. 16).

Sposito (2004) fala da cidade enquanto materialização do processo de urbanização, mas também, por conseguinte, enquanto materialização dos processos históricos. Os centros simbólicos talvez sejam bons exemplos de tal reflexão, haja vista a imponência de monumentos e constructos arquitetônicos provenientes de outros tempos, muitas vezes exercendo centralidade – simbólica, sobretudo – sobre a urbe até o presente. Isso porque esses centros são representantes e representativos de diferentes momentos das histórias das cidades, ou como no caso europeu, porque não dizer da história urbana, já que a quase totalidade dos espaços urbanos foram submetidos a tais processos.

Nos referimos ao período da Idade Média e, posteriormente, ao primeiro período das cidades capitalistas (séculos VXII, VXIII e início do XIX).¹⁰ Na Idade Média, de acordo com Villaça (2001), verticalizava-se as catedrais como forma de enaltecer a Deus. O espaço “do homem”, a cidade, não era valorizado nem mesmo

⁹ A ágora e o fórum são antigos espaços de comércio da Grécia e Roma antigas, respectivamente. (VARGAS, 2001).

¹⁰ Isso de acordo com Villaça (2001), pois esse autor fala que a história dos espaços urbanos capitalistas pode ser dividida em dois períodos: as cidades do século VXII, VXIII e início do XIX, que ele chama de “cidades do início do capitalismo”, e as cidades produzidas a partir do fim dos oitocentos nos novos países capitalistas, sobretudo na América, por ele intituladas de “tipicamente capitalistas”.

para que se conseguisse observar a catedral, haja vista a imponência destas construções e a proximidade entre estas e as casas.

A inexistência de espaço entre as casas (a cidade) e a catedral fez com que as primeiras se aproximassem muito desta última e acentuassem a diferença de tamanho entre elas, realçando a monumentalidade da catedral e a impressão de que esmagava as casas ou a cidade (VILLAÇA, 2001, p. 249).

Nas cidades do início do capitalismo, o deus a ser enaltecido era o Estado. O espaço urbano desse período sofria forte intervenção estatal e de uma burguesia revolucionária que através do Estado a exaltava e procurava impor os valores do sistema capitalista (VILLAÇA, 2001). Palacetes, praças, monumentos, jardins e uma série de outras intervenções no espaço das cidades marcam o período, e tais estruturas destes tempos, ainda hoje, em muitos casos, exercem suas centralidades simbólicas, seja pelos mesmos motivos de outrora, ou por ressignificações pelas quais muitos desses espaços passaram.

Outra dimensão analítica do centro é a geométrica. A noção de centro aqui, não pode ser dissociada da de periferia, a considerar que o centro é o local das menores distâncias à periferia. Nessa dimensão analítica, a distância ganha protagonismo na explicação da organização espacial em coroas concêntricas em volta de um ponto (central).

A capacidade explicativa da distância foi reiteradamente afirmada pelas correntes neopositivistas da Geografia locativa dos anos de 1960. Na elaboração da explicação, fizeram apelo aos modelos gravíticos e à teoria de lugares centrais, talvez o principal corpo teórico de referência para estas correntes que discutem, verificam e reelaboram essa teoria. De notar que tanto nos modelos gravíticos como na teoria dos lugares centrais, cumulativamente com a distância, encontram-se atributos funcionais responsáveis pela dimensão e posição hierárquica dos vários centros, tanto à escala do sistema urbano como à intraurbana (BARATA-SALGUEIRO, 2013, p. 15).

Villaça (2001, p. 239) utiliza um exemplo baseado nessa dimensão de centro, para ilustrar o surgimento dos centros em uma realidade hipotética. Essa realidade seria uma aglomeração de trinta ou quarenta residências, que não estejam sob o poder de nenhum tipo de governo ou religião.

Se todas as famílias forem totalmente autônomas, não constituirão uma aglomeração organizada, nenhuma lógica deverá presidir a aglomeração – na verdade ela não teria razão de ser. Não há disputa pelas localizações, a não ser por eventuais facilidades naturais (acesso a água, por exemplo, caso ela seja disponível apenas em alguns locais). A partir do momento em que se desenvolvem relações sociais entre essas famílias, e passa a haver atividades e interesses em comum, surgem a cooperação e a

interdependência entre elas. A partir do momento em que elas se organizam, para produzir e consumir, passa a haver a necessidade de instituições comuns. Surgem, então, os deslocamentos espaciais regulares e socialmente determinados e disputas ocorrem por localizações em função do domínio e controle do tempo e energia gasto nos deslocamentos espaciais. Surge um ponto que otimiza os deslocamentos socialmente condicionados da comunidade como um todo – um centro. O centro surge então a partir da necessidade de afastamentos indesejados, mas obrigatórios. Ele, como todas as “localizações” da aglomeração, surge em função de uma disputa: a disputa pelo controle (não necessariamente minimização) do tempo e energia gastos nos deslocamentos humanos.

O exemplo é bastante interessante para nos auxiliar a compreender essa perspectiva que foi tão utilizada na leitura dos centros, inclusive, na ciência geográfica. Entretanto, conforme os espaços urbanos e a própria sociedade foram se modificando, e considerando, mormente, o desenvolvimento das diferentes formas de acessibilidade e transportes, “a exploração do efeito da distância permitiu diversificar as escalas de medida e o foco na acessibilidade levou a uma desvalorização da geometria strictu sensu” (BARATA-SALGUEIRO, 2013, p. 15).

Sposito (2017), citando Corrêa (1989), chega a associar processos de descentralização e surgimento de múltiplos centros ao surgimento de meios de transporte mais flexíveis e ao aumento dos automóveis. Vejamos:

Quando projetamos as relações entre centro e periferia sobre as cidades, verificamos, [...], que a emergência de dois ou mais subconjuntos, no interior dos espaços urbanos, tem relação direta com os processos de descentralização viabilizados, como destacou Corrêa (1989, p. 46), pela emergência de meios de transporte mais flexíveis e possibilitados pela difusão do uso de veículos automotores (SPOSITO, 2017, p. 26).

Barata-Salgueiro complementa afirmando que em uma sociedade em constante melhoria nas mobilidades e cada vez mais “tecnicizada”, é mais importante a acessibilidade do que a distância a determinado ponto. “A centralidade se torna cada vez mais dependente da conectividade, da existência de ligações, do tempo de deslocação, do seu custo relativo” (BARATA-SALGUEIRO, 2013, p. 15).

Villaça (ibidem), traz para o debate mais um exemplo:

Admitamos agora uma comunidade maior e contemporânea, com centenas ou milhares de famílias organizadas em classes sociais, com distinções de renda e de poder político e fazendo uso de diferentes meios de transporte. Em uma sociedade de classes, essas famílias disputam as localizações e desenvolvem mecanismos sociais para regular essa disputa ao mesmo tempo que lutam pelo domínio dos meios e condições de transporte e procuram produzir espaços urbanos moldados por esses meios e condições. Acabam por produzir espaços urbanos diferenciados (VILLAÇA, 2001, p. 243).

Como pôde ser notado, nesse novo exemplo o autor mostra uma comunidade bem mais próxima da realidade das nossas cidades, inclusive, e principalmente, porque considera aí mais um “agravante”, no que tange a evidenciar as limitações da leitura geométrica do centro: vivemos em uma sociedade de classes. Portanto, o acesso aos distintos meios de locomoção no espaço urbano, vai ser também diferenciado e disputado. Sendo assim, “o centro não é mais o ponto que minimiza os deslocamentos de toda a comunidade, pois as diferentes famílias, agora tem distintas condições e necessidades de deslocamento” (VILLAÇA, 2001, p. 243), o que inclui além do meio de transporte que usam para se locomover, a localização das residências, e até o poder econômico e político que determinadas famílias possuem sobre a localização dos equipamentos do terciário e urbanos em geral.

Como lembra Lefebvre (1991), as instituições do Estado, com poder sobre o espaço urbano, onde ele destaca o poder municipal, são oriundas das relações de classe e propriedade, portanto, a serviço dessas relações, e, ainda segundo o autor, o urbano e a cidade não podem ser compreendidos sem esse entendimento. Se é a propriedade privada da terra urbana, com o amparo jurídico-institucional, que vai mediar o acesso às áreas centrais, a busca pelas melhores localizações acaba sendo restrita aos estratos sociais com maior poder de compra e prestígio no âmbito político-institucional (WHITACKER, 2017). Os estabelecimentos de comércio e serviços, são tão relevantes em se tratando do(s) centro(s), que “na Geografia Urbana o centro rapidamente deixou de ser visto apenas como uma área central pela localização e acessibilidade para passar a sê-lo devido à aglomeração de atividades terciárias” (BARATA-SALGUEIRO, 2013, p. 15), sobretudo, as que demandam deslocamento e proporcionam contato entre as pessoas.

A concentração do terciário é totalmente relacionada à última dimensão analítica de centro elencada por Barata-Salgueiro (2013): a funcional - pela qual temos aqui particular interesse. A autora resume como sendo o entendimento de que os centros são espaços que concentram funções diversas e que por isso atraem muita gente, possuindo capacidade de proporcionar as trocas, não só de mercadoria, mas também de informação. Esse poder de atração é proveniente da concentração de atividades importantes para a reprodução da vida cotidiana, como, entre outras, o abastecimento, mas, não apenas, ganhando destaque também a circulação do capital, como os centros bancários e de negócios.

A centralidade funcional está associada com a organização e o controle da produção, portanto com a produção do espaço para a realização do capital, mas também com a apropriação e o uso para a reprodução da vida. As necessidades da organização da produção e da acumulação do capital explicam que os centros acolham os níveis altos da administração pública e empresarial, os bancos e outras empresas da área financeira, as sedes das grandes empresas, o comércio responsável pela circulação das mercadorias e não apenas pelo abastecimento das famílias e empresas, diversos serviços (BARATA-SALGUEIRO, 2013, p. 15).

Aqui, nos juntamos aos que observam os centros a partir de sua funcionalidade, bem como lembramos que nesta pesquisa, temos particular interesse na “produção do espaço para a realização do capital” e no “comércio responsável pela circulação de mercadorias”, pois como afirma Pinaud (2005, p. 155), “sobre a centralidade, conquanto se afigure um princípio constitutivo no plano do espaço urbano, é preciso destacar, incessantemente, que a troca de produtos sempre esteve associada a ela”. E é à ela, a centralidade, a quem direcionaremos nossas atenções a partir de agora.

2.3 A(s) centralidade(s)

A centralidade urbana é proveniente da divisão social do espaço. Dessa feita, conforme vão surgindo diferentes atividades e distintos níveis sociais vinculados a tais atividades, esta divisão se espacializa, e assim consegue, simultaneamente elementos que os diferenciam social e geograficamente (SPOSITO, 1991). Ganham destaque as atividades terciárias, especialmente o comércio, no que tange à estruturação das cidades, considerando-se o poder de atração principalmente de pessoas, ou seja, a capacidade dessas atividades de exercerem centralidade no espaço intraurbano (VILLAÇA, 2001).

Entretanto, é necessário lembrar que “[...] o emprego do termo *centralidade* nos estudos sobre rede urbana, é anterior aos seus estudos na escala da cidade”(WHITACKER, 2017, p. 151 grifo do autor). Nessa escala, a do intraurbano, a centralidade é, geralmente, expressa pela concentração de equipamentos, atividades e serviços que são inerentes ao espaço urbano. Tal concentração leva a constituição de áreas centrais, que seriam áreas diferenciadas e segmentadas a partir de diferentes funções e atividades, e que exercem atração sobre os cidadãos (SILVA, 2001).

As áreas centrais enquanto “nós” no espaço urbano, para lembrar outra formulação teórica de Sposito (1991), atraem e dispersam fluxos de toda ordem,

materializados em grande parte nos deslocamentos de pessoas e veículos, mas também em movimentos materiais e imateriais, que atribuem a esses espaços um caráter econômico dominante. O constante, e cada vez mais acelerado, processo de incremento, disseminação e difusão desses fluxos, vem contribuindo para a formação de outras áreas centrais na cidade que não “o centro”. Ao passo que há mais de um centro no espaço urbano, encontramos também, no território de uma mesma cidade, expressões de centralidade com alto poder de se modificarem e se adaptarem (WHITACKER, 2017).

A ocorrência de uma nova expressão de centralidade no processo de estruturação do espaço urbano implica na dinâmica de centralidade múltipla e plural, em que a centralidade se multiplica, de forma que a nova área central e a anterior expressem centralidade, não implicando que a criação de uma nova centralidade retire os atributos e a dinâmica dos fixos e fluxos que se concentram dispostos na área do centro tradicional (OLIVEIRA JÚNIOR, 2011, p.69).

Utilizaremos o termo “expressões de centralidade”, assim como outros autores, por compreendermos que as centralidades no espaço urbano são múltiplas e que muitas cidades, mormente as metrópoles, mas também algumas cidades médias, não apresentam mais um único espaço exercendo centralidade sobre a urbe. “A organização urbana passou, portanto, de uma situação dominada por um centro para uma outra de policentrismo em que existem várias áreas de centralidade [...]” (BARATA-SALGUEIRO, 2013, p. 18).

Diante disso, pesquisadores tem se debruçado na tentativa de compreender e dissertar acerca, não só do centro, mas, de espaços que exercem centralidade sobre a urbe, bem como, da relação e influências desses espaços sobre os (antigos) centros e as implicações de tais dinâmicas na estruturação das cidades. Nessa busca por compreender e auxiliar na preleção do fenômeno urbano, frente às novas configurações espaciais impostas às cidades, cientistas de diferentes áreas do conhecimento, ou mesmo de diferentes escolas dentro de uma mesma ciência, buscam e/ou formulam terminologias, nomenclaturas e conceitos. É necessário que façamos aqui uma breve interrupção no diálogo acerca das conformações das centralidades na cidade para falarmos a respeito.

Por vezes, nas leituras relativas ao fenômeno citado anteriormente, em que cidades passam a possuir mais de uma área central, sobretudo, em escritos de geógrafos, deparamo-nos, especialmente, com o termo policentralidade, além de multicentralidade, ou, ainda, multicentrismo e, principalmente, policentrismo, assim

como na citação anterior de Barata-Salgueiro. Os termos são usados, em vários casos, como sinônimos, no entanto, aqui, atribuiremos significados específicos para ambas as palavras, ou melhor, utilizaremos o significado imbuído em cada uma delas nas formulações teóricas de Sposito (2013), haja vista essa autora escrever tais contribuições com foco na compreensão, justamente, da complexidade de realidades urbanas de cidades médias.

A autora compreende que estamos diante do fenômeno da multicentralidade quando se percebe que “mais de um centro ou a emergência de vários subcentros passam a organizar a vida cotidiana, em suas múltiplas facetas” (SPOSITO, 2013, p. 56). O termo policentralidade, por sua vez, é evocado por ela, quando as centralidades em questão são resultantes de ações específicas, planejadas e executadas por determinados agentes do capital, reorganizando ou desorganizando a(s) centralidade(s) pré-existent(s) (SPOSITO, 2013). Vejamos o que diz a autora:

Trata-se, agora, de novas formas de produção do espaço urbano, que não resultam apenas da acumulação desigual, no espaço, de múltiplas iniciativas e práticas que confluem para a conformação, alteração, itinerância ou refundação da centralidade, como resultado do tempo social. Estamos falando de centralidades planejadas, resultantes principalmente da ação de incorporadores e proprietários de terras, como atos pensados muito antes que sejam vividos, como vetores que incidem sobre a cidade, gerando a separação. Assim, esse movimento que redefine a centralidade, em termos de localização de novas áreas centrais (muitas vezes periféricas), e sobretudo em termos de conteúdo social e econômico, não pode ser conceituado apenas como multicentralidade (fiel ao radical latino multi, que significa muitos), mas tem que ser entendido como policentralidade (atinentes ao prefixo grego poli, cujo significado, vários, denota o sentido de diversidade), sendo que uma tendência sempre se combina à outra, mesmo que contraditoriamente, fazendo surgir uma multi(poli)centralidade (SPOSITO, 2013, p. 56).

Tendo sido expostas tais explicações, é importante prosseguirmos na compreensão de como as centralidades terciárias irrompem nos espaços das cidades e as conseqüentes transformações na estruturação da cidade. Novamente, buscamos nas contribuições de Sposito (2013), uma retomada desse deslindar. A autora afirma que “várias são as dinâmicas que estabelecem relações entre o padrão geral da urbanização e a constituição da centralidade” (SPOSITO, 2013, p. 48), mas destaca três que seriam mais relevantes e/ou mais recorrentes nesses processos de surgimento e/ou instauração de novas expressões de centralidade no tecido urbano.

A primeira dinâmica a ser considerada, seria o crescimento da mancha urbana e a intensificação das dinâmicas que esse crescimento demanda, que a autora vem

chamar de “crescimento territorial da cidade”, que segundo ela envolve “os ritmos e as formas do tecido urbano” (SPOSITO, 2013, p.48), ampliando, com mais ou menos intensidade, as distancias em relação às centralidades preestabelecidas. A segunda está diretamente ajustada à primeira, e se refere à distribuição da concentração ocupacional na urbe. A produção do espaço urbano e, conseqüentemente, o crescimento da mancha urbana, não correspondem obrigatoriamente a um crescimento com distribuição equitativa da ocupação. No mosaico da cidade há vazios, hiatos, bairros com baixos níveis de edificação, outros com vultuosas edificações em grandes terrenos com poucos moradores, ao passo em que há bairros com altíssimos índices demográficos em poucos quilômetros quadrados.

As duas anteriores interferem em uma terceira: a dinâmica das formas de aglomeração entre os núcleos. Tais transformações acabam por reorientar as lógicas de circulação no espaço da cidade, somadas à segmentação da sociedade no que tange às capacidades de acessar as distintas áreas que constituem a base da configuração da(s) centralidade(s) (SPOSITO, 2013). Em consonância com a autora citada anteriormente, Silva e Gonçalves (2012), colocam que o espaço urbano se apresenta com a distribuição dos fenômenos, geralmente de forma desigual, nas suas diferentes parcelas, produzindo articulações entre as “partes” da cidade.

Com efeito, pode-se destacar a ideia de que as “partes” da cidade, ou melhor, seus espaços, se apresentam com maior ou menor poder de articulação. Conseqüentemente, os espaços com maior poder de articulação tendem a atrair para si pressupostos de concentração de determinados fixos e, em seguida, fluxos de pessoas, capitais e mercadorias. Com isso são capazes de constituir uma centralidade (SILVA E GONÇALVES, 2012, p. 67).

De forma semelhante, Oliveira Júnior (2008, p. 211) disserta que a cidade “se apresenta dividida por meio da produção de uma desigual disposição de fenômenos nas suas distintas parcelas, engendrando uma articulação interna que tende a se configurar de forma diferenciada e segmentada”.

Assim, se firmam no aglomerado os espaços que apresentam concentração de atividades de forma significativa, o que, por sua vez, atribuem a esses espaços maior capacidade de articulação. De tal maneira, esses espaços exercem na realidade urbana, atração sobre as outras partes da cidade, as com menor poder de

articulação, constituindo assim, uma centralidade na escala da cidade, compreendendo áreas capazes de gerar e manter fluxos de toda ordem, sobretudo, de pessoas (OLIVEIRA JÚNIOR, 2008; SILVA E GONÇALVES, 2012).

Dessa forma, atividades que tradicionalmente e/ou historicamente exercem centralidade no interior da urbe, emergem de múltiplas formas e em distintas localizações, alterando a estruturação da cidade (SPOSITO, 1991).

É preciso avaliar esta descentralização, porque não revela dispersão ou distribuição das atividades tradicionalmente centrais pela cidade, mas ao contrário revela novas formas de centralidade. Ao negar a concepção de centro único e monopolizador, recria a centralidade, multiplicando-se, através da produção de novas estruturas que permitem novas formas de monopólios, porque (re)especializam e (re)espacializam as atividades comerciais e de serviços, reproduzindo em outras áreas da cidade as condições e qualidades centrais (SPOSITO, 1991, p. 5).

A centralidade passa a se inserir em um conjunto de relações escalares, expressa não só em vários pontos da cidade, mas, em vários níveis, demonstrando materialidades e territorialidades que incidem em fluxos e deles decorrem (WHITACKER, 2017). Sposito (2001) fala que as formas atuais de organização das atividades econômicas no espaço, sobretudo, as ligadas ao comércio de bens e serviços, estão entre as responsáveis pela disseminação do consumo na maioria das cidades. Essas formas atuais de organização do terciário no espaço urbano, ou esses “novos espaços de consumo”, são em sua maioria, bem como no caso de Marabá, plataformas comerciais de grupos econômicos com diferentes origens e tamanhos.

Estas plataformas são supermercados, grandes lojas de departamento, hipermercados e shopping centers, esses estabelecimentos possuem a capacidade de criar e manter fluxos que os fortalecem enquanto novas formas de expressar a centralidade nos espaços urbanos (OLIVEIRA JÚNIOR, 2011).

A produção das cidades brasileiras passa por um momento de inflexão em sua configuração espacial, pois sua estruturação tende a ser orientada por lógicas que diferem das do momento precedente, de tal maneira que novos agentes assumem posição de destaque e poder de influência, o que permite uma redefinição dos vetores de expansão e valorização. Entre outros aspectos, trata-se da incorporação de um padrão de urbanização inspirado nas cidades dos Estados Unidos, o da policentralidade e da concentração do consumo em espaços coletivos privados (SILVA, 2017, p.199).

Apesar de processos com essas características, principalmente através da instalação de shopping centers, terem sido observados em algumas metrópoles brasileiras desde os anos 1960, nos últimos dez anos, pôde-se notar uma

mudança de paradigma na produção das cidades, com a generalização do fenômeno no país, alcançando diferentes porções do território, com estratégias econômicas distintas, em áreas urbanas metropolitanas e em cidades médias (SILVA, 2017, p. 199).

Sposito (2013), assim como outros pesquisadores brasileiros dissertam sobre as dinâmicas nessas cidades, e recorreremos a eles para tal leitura. Nosso esforço a partir de agora, portanto, é muito mais na direção de apreendermos “as centralidades” nessas cidades, além de apresentar nosso entendimento sobre “cidade média” ou “intermediária”.

2.4 Centralidades e estruturação das cidades médias brasileiras

A *démarche* que aqui se inicia, é no sentido de compreendermos quais são, atualmente, os espaços terciários que possuem maior poder de atração sobre os cidadãos, bem como, conseqüentemente, passam a exercer maior capacidade de interferir na estruturação das cidades e/ou no ordenamento do território das cidades médias, e como vem se desenhando as estruturações e, por vezes, reestruturações nessas cidades a partir da implantação de novos espaços de consumo.

Entretanto, antes que passemos a discorrer quanto às mudanças e/ou permanências nas centralidades e, conseqüentemente, na estruturação das cidades médias no Brasil, consideramos pertinente tratar, mesmo que de forma breve, sobre esse conceito, além da nossa compreensão do que aqui chamamos de cidade média, pois como afirma Costa (2002, p. 105) “A designação ‘cidade média’ coloca de imediato a questão da sua definição. Esta, muito embora, tenha implícita uma noção de dimensão física e populacional, enferma das mesmas dificuldades que a definição de ‘cidade’”.

2.4.1 As cidades médias e intermediárias

Não há um consenso entre pesquisadores de espaços urbanos não metropolitanos mundo afora, bem como no Brasil, quanto ao uso da locução “cidade média”. Para Sposito, por exemplo:

Há um grande debate sobre a adoção desta expressão, revelando as controvérsias que ela suscita e as diferenças relativas às tradições de pesquisa das comunidades científicas de vários países. Na França, tanto se adotam as expressões *villes moyennes* (Commerçon e Goujon, 1997), como *villes intermediaires* (Gault, 1989). Na Espanha, vem ganhado força a denominação *ciudades intermedias*, procurando superar o uso mais comum

de cidades intermediárias (Bellet e Sposito, 2009; Llop, 2012). Em Portugal, tem força a expressão cidades médias (Ferrão, 1995; Costa, 2000 e 2002). Em língua inglesa, tanto se encontram *medium cities* como *medium-sized cities* [...] (SPOSITO, 2013, p. 52).

No Brasil, as expressões mais utilizadas são “cidades médias” e “cidades intermediárias” (SPOSITO, 2013), sobretudo, porque são as terminologias mais usadas, e, portanto, difundidas, pelos pesquisadores da RECIME, a Rede de Pesquisadores Sobre Cidades Médias, e por tantos outros sob a influência direta ou indireta dos pesquisadores da rede. Estes, por sua vez, adotaram tais nomenclaturas, por influência das obras de outros autores, como Santos e Silveira (SPOSITO, 2013)¹¹. A referida rede de pesquisa completou em 2016 dez anos de existência e Maia, Silva e Whitacker (2017, p. 10 e 11) escreveram que

Mesmo já tendo se passado uma década de desenvolvimento das atividades da Recime, período em que os trabalhos produzidos contribuíram para a reflexão sobre a “cidade média”, ainda não se logrou uma compreensão consolidada do conceito, sendo comum ter sua definição baseada no porte ou na função da cidade. Tal dificuldade emerge exatamente da carência da sistematização de pesquisa, acrescida das limitações impostas pela necessidade de uma série histórica mais robusta que permita maior maturidade para a reflexão teórica.

É importante ressaltar que mesmo antes da existência dessa rede de pesquisa, vários autores e autoras, para além de Santos e Silveira, já elaboravam suas formulações no sentido de melhor interpretar esses espaços. Aqui destacamos Soares (1999), que afirma que para caracterizar as cidades médias, uma série de variáveis precisam ser consideradas, tais como: a posição e a importância que essas cidades possuem na região e na rede urbana, a qualidade das relações externas, a organização espacial, os índices de qualidade de vida, a diversificação e especialização econômica e até o tamanho demográfico.

Quanto a este último, esta variável costuma ser considerada apenas de modo complementar, não podendo o tamanho demográfico apenas, garantir à um aglomerado urbano a condição de cidade média ou intermediária, mesmo essa variável sendo utilizada com certa relevância em algumas leituras. Costa (2002, p. 105), ao escrever sobre as distintas “definições” de cidade média por parte de agências e órgãos internacionais e de ordenamento do território na Europa, em sua maioria usando para tal a dimensão demográfica, afirma que “a diversidade de valores propostos pelas várias organizações internacionais e nos estudos levados a

¹¹ (Santos, 1993, Silveira, 2002 e Santos e Silveira, 2003).

cabo em vários países vem demonstrar a insuficiência de um critério que assente exclusivamente na dimensão populacional”.

Uma das razões para a impossibilidade de se estabelecer quantitativamente a identificação de uma cidade média¹² é o fato de o tamanho populacional variar de acordo com a escala de análise e com as distintas realidades (das redes) urbanas (SPOSITO, 2001; COSTA, 2002; SOARES E OLIVEIRA, 2014).

“À escala mundial os valores apresentados são bastante heterogêneos e enquadram-se num intervalo bastante alargado, obviamente necessário para cobrir as diferentes e específicas situações das redes urbanas dos países” (COSTA, 2002, p. 106). Soares e Oliveira (2014), inclusive, mostram uma classificação demográfica do que é considerado cidade média em várias partes do mundo, indo de cidades com dez mil pessoas na Grécia, a urbes com até um milhão de habitantes, na Argentina.

Sposito (2001) é categórica ao afirmar que a utilização de critério demográfico

pouco ajudaria na elaboração do conceito, pelo menos por duas razões, dentre muitas outras: a) não há correspondência direta entre o tamanho demográfico de uma cidade e seu papel na rede urbana ou, em outras palavras, cidades de mesmo porte populacional podem desempenhar papéis que diferem em sua natureza e importância; b) as múltiplas formas de aglomeração urbana que se constituem, com intensidade crescente a partir da segunda metade do século XX, apresentam realidades urbanas que expressam integração do ponto de vista funcional, ainda que, no caso brasileiro, o tamanho populacional tome como base os limites municipais (SPOSITO, 2001, p. 613-614).

A autora ainda chama atenção para o fato de que, no Brasil, existem distintas redes urbanas, formando o que para ela vem a ser o “sistema urbano brasileiro”. Enquanto mais a leste - com redes urbanas mais consolidadas, território mais urbanizado, com mais metrópoles, mais densamente ocupado - o comando urbano sobre o território não apenas é menos extenso, como é mais exercido pelas metrópoles. No Brasil, mais a oeste, há menos metrópoles, o comando urbano das cidades é mais extenso e em grande parte é exercido pelas cidades médias (SPOSITO, 2013). No trabalho de Costa (2002), a autora portuguesa nos leva a

¹² Sposito (2004; 2013) adverte que nos casos em que a análise considera apenas o tamanho demográfico, e não os papéis na divisão interurbana do trabalho, o mais adequado é a utilização da expressão “cidade de porte médio”. A autora afirma: “Enquanto para caracterizar “cidade de porte médio” o tamanho demográfico é o suficiente, para dotar a noção “cidade média” de um conteúdo conceitual é fundamental que se estudem os papéis desempenhados por cidades deste nível, para que esse aspecto prevaleça sobre o do tamanho demográfico [...]” (SPOSITO, 2004, p. 327).

entender que na Europa, estes responsáveis pelo “planeamento” territorial, regional e urbano, por décadas viram as cidades médias como espaços de intermediação (e, portanto, sendo uma suposta solução para os problemas das metrópoles), haja vista, serem espaços situados entre as pequenas e as grandes aglomerações, com certas vantagens e facilidades encontradas nos espaços metropolitanos, como serviços e equipamentos urbanos, e, ao mesmo tempo, com vantagens e facilidades das pequenas cidades (fato que, segundo esse pensamento, seriam os espaços que poderiam, em tese, oferecer melhor qualidade de vida).

Sobre essa concepção de cidade média, a autora fala que é complicado basear a identificação dessas cidades em elementos subjetivos como o modo de vida, a qualidade de vida, menores índices de problemas sociais que afetam as grandes cidades, pelo fato de ser uma definição baseada na posição das cidades médias em relação às metrópoles, com base em padrões e comportamentos mais das metrópoles do que de fato das cidades médias (COSTA, 2002). Ainda quanto aos contributos de Sposito (2006), agora no sentido de esclarecer o que aqui chamamos de cidade média, a autora fala de forma bastante sintética que as cidades médias são aquelas que “desempenham papéis regionais ou de intermediação no âmbito de uma rede urbana” (SPOSITO, 2006, p. 175). Em outra obra e de forma mais pormenorizada, ela explica:

Cidades que desempenham papéis importantes de intermediação na rede urbana, sendo, portanto, tributárias das metrópoles e polarizadoras das cidades pequenas que estão em sua área de influência direta. Chamo-as, de modo genérico de ‘cidades médias, embora haja entre elas diferenças significativas, no que concerne aos papéis que desempenham e aos graus de complexidade de suas estruturas urbanas. Tamanho é o número delas e tão grande a diversidade de suas participações na divisão interurbana do trabalho, que poderiam ser agrupadas em uma dezena de situações-tipo [...] (SPOSITO, 2013, p. 51 e 52).

Soares e Oliveira (2014), com base em uma série de trabalhos de diferentes autores, propõem uma tipologia, a qual pode ser observada no quadro 1 a seguir:

Quadro 1 - Tipologia para as cidades médias

Tipos	Descrição
Centro de serviços	Cidade especializada em oferecer serviços públicos e privados para a população regional.
Centro administrativo	Cidade que abarca as diferentes instituições políticas e administrativas dos níveis estadual e federal.
Polo econômico	Cidade que desenvolve estratégias nos diferentes níveis (estadual, nacional e internacional) de produção industrial e comercialização em grande escala.
Centro turístico	Cidade que aproveita as potencialidades naturais, o patrimônio histórico e o cultural para promover atividades ligadas ao turismo.
Canal de comunicação	Cidade que utiliza sua localização relativa para servir de espaço de intercâmbio de pessoas, bens e informações.
Centro de fronteira	Cidade que aproveita sua posição geográfica e sua estratégia de desenvolvimento para dominar as relações em áreas de fronteira.
Centro regional	Cidade que concentra o comércio varejista e serviços especializados com alcance regional.
Centro de drenagem e consumo de renda fundiária	Cidade localizada em área pastoril que apresenta um complexo agroindustrial.
Centro especializado	Cidade que apresenta atividades especializadas que permitem estabelecer relações de longa distância, chegando ao nível internacional.

Fonte: Soares e Oliveira (2014)

A tipologia de Soares e Oliveira (2014) nos auxilia na compreensão do que seria, então, sobretudo, na realidade brasileira, uma cidade média e/ou intermediária. *Grosso modo*, são espaços urbanos que, de alguma forma, relacionam-se com cidades maiores e menores. Porém, nessa relação exercem significativa centralidade na escala regional, ao passo que se encontram, de certa forma, subordinadas às cidades maiores, ao poder de centralidade de espaços urbanos metropolitanos, às vezes mantendo relações com até mais de uma metrópole¹³. São, portanto, os espaços que por sua centralidade urbano-regional, recebem maiores intervenções em suas respectivas estruturações, seja por parte do Estado, seja por parte de empresas de capital privado, ambos com vistas a alcançar para além da própria cidade, a região.

2.4.2 Os novos espaços de consumo nas cidades médias brasileiras

Após tratarmos sobre as novas centralidades e termos exposto o que entendemos por cidade média, empreendemos agora para apresentação de um panorama, com significativo grau de generalização, abordando o surgimento de

¹³ Como é o caso de Marabá, que mantém relações, com mais ou menos intensidade, com Belém (PA), Goiânia(GO), Brasília (DF), Belo Horizonte (MG), São Luís (MA), Teresina (PI), Fortaleza (CE), além, é claro, de São Paulo (SP).

novos espaços de consumo em cidades intermediárias brasileiras, bem como os rebatimentos da instalação desses novos espaços na estruturação das cidades.

Segundo Couto (2015), as práticas socioespaciais coordenadas pelo consumo estão espacializadas nas cidades médias de forma que contribuem, em muitos casos, para a redefinição da centralidade no espaço intraurbano. Em outras palavras, no Brasil estas cidades passaram a concentrar um significativo número de unidades de lojas de grandes redes de capital nacional e internacional e shopping centers, principalmente, por causa do aumento considerável do consumo. Isso vem causando alterações importantes na centralidade destas cidades no que concerne à região, devido a terem passado a ser fundamentais para o consumo. Já no intraurbano, as localizações das grandes plataformas, possuem a capacidade de alterar a estruturação da cidade, redefinindo as centralidades no plano do espaço urbano e até sua morfologia, dando indícios de características de processos de reestruturação urbana e da cidade, ainda que com consequências distintas de acordo com a formação socioespacial que determinada cidade compõe (SPOSITO, 2009; COUTO, 2015).

Considerando o implemento desses espaços nessas cidades, Sposito (2013) as distingue, no que diz respeito à estruturação da cidade, sobretudo, quanto aos centros e centralidades, em dois grupos, os quais chamaremos aqui de cidades das transformações e cidades das permanências. Em ambos, embora o papel de intermediação na rede urbana, bem como o exercício da centralidade urbano-regional seja desempenhado, no que diz respeito ao intraurbano, as disparidades são bastante perceptíveis.

O primeiro grupo que, de forma concisa, arrolaremos é o formado por cidades médias situadas, geralmente, em áreas do país que outrora apresentavam economia mais pujante, e que ao menos em termos relativos, a perderam. Tais cidades não receberam investimentos de grande porte advindos de capital externo com vistas à criação de novas áreas de concentração terciária. Isso não quer dizer que não estejam experienciando mudanças decorrentes das ações de agentes econômicos ligados a escalas mais amplas, ou de novas estratégias dos agentes locais. Entretanto, estas ações não resultam em novas escolhas locacionais (SPOSITO, 2013).

O fato de, nessas cidades, esses investimentos terem se materializado, majoritariamente, nas áreas centrais tradicionais é o que os garante no grupo das cidades das permanências, já que não há significativas transformações na estruturação da cidade. O que não significa que não existam mudanças em decorrência da instalação desses empreendimentos. A autora cita, por exemplo, a instalação de hipermercados, que incidem no declínio relativo do comércio de bairro nessas cidades, sobretudo, dos bairros mais próximos dessas grandes lojas. O que vêm sendo observado é que

no geral, as escolhas recaem sobre o centro principal ou sobre sua área de expansão imediata, não chegando a uma completa transformação efetiva na lógica centro-periférica, o que reforça suas estruturas monocêntricas (SPOSITO, 2013, p. 53).

Para ilustrar esse grupo, ela elenca algumas cidades, como “Teófilo Otoni e Varginha, no Estado de Minas Gerais; Crato, no Ceará; Parintins e Tefé, no Estado do Amazonas; e Garanhuns, no Estado de Pernambuco” (SPOSITO, 2013, p. 54). A autora reforça que são cidades que mantêm sua centralidade perante a rede urbana, no entanto, suas estruturas espaciais e a estruturação da cidade apresentam mais permanências que mudanças.

Tratemos agora das cidades das mudanças, o grupo de urbes que exercem mediação entre as metrópoles e as pequenas cidades e que apresentam significativas modificações em suas centralidades mediante as ações de, entre outros, agentes econômicos de escalas regionais, nacionais e internacionais. São cidades jovens, a maioria com gênese já no século XX, ou que foram “rejuvenescidas” economicamente, pelas mesmas dinâmicas que já exerciam influência sobre as centralidades nos espaços metropolitanos. Apresentam significativa integração às hodiernas iniciativas de desenvolvimento capitalista, geralmente com aumento considerável da participação na divisão interurbana do trabalho (SPOSITO, 2013)

Em sua maioria, apresentavam até pouco tempo processos de estruturação da cidade sob o comando do centro principal, porém, vivem atualmente em processos de mudanças significativas baseados, mormente, na instalação de novos espaços de consumo e serviços, onde se destacam aí os hipermercados e shopping centers. Nesses casos, pode-se perceber uma multiplicação da centralidade urbana, e, geralmente, processo de reestruturação da cidade (idem).

Quanto aos efeitos de tais novidades no espaço das cidades, a autora fala em “complexificação” da estrutura espacial e alguma segmentação dos mercados consumidores, porém, com diferenças se comparada à segmentação que há nas metrópoles. A quantidade de shopping centers, por exemplo, é muito menor, tanto em números absolutos quanto em relação à quantidade de habitantes, em muitos casos há um só shopping center instalado há pouco tempo e é frequentado por diferentes classes sociais.

O custo de vida mais baixo e as distâncias menores possibilitam plena inclusão das faixas de renda média nos “novos centros”, que compartilham os mesmos espaços de consumo dos membros das elites locais. Por outro lado, há grande separação espacial entre estes e os que têm menor poder aquisitivo, aos quais resta a frequência ao centro principal (SPOSITO, 2013, p. 52).

Com um mercado consumidor menor, há acirrada competição entre as novas e as tradicionais áreas de centralidade, em caso de estruturas até então monocêntricas: o centro principal; ocasionando para este espaço perda significativa de papéis econômicos e do prestígio social outrora ostentado, bem como do prestígio político. Em decorrência disso, estas áreas são esquecidas pelas elites e pela classe média. São muitas as transformações nos espaços urbanos desse grupo de cidades em decorrência da implantação de novas e modernas plataformas comerciais. As elencadas por Sposito (2013), segundo a própria autora, são as mais recorrentes e ainda assim, há de se pesquisar individualmente cada cidade para se ter, de fato, a compreensão dessa complexificação das estruturas urbanas e modificações nas centralidades e na estruturação da cidade.

Esse grupo de cidades, a autora exemplifica com algumas que de acordo com ela são mais importantes no exercício dos papéis de intermediação nas respectivas redes urbanas em que se inserem, sendo elas: Bauru e São José do Rio Preto, ambas no estado de São Paulo; Mossoró no Rio Grande do Norte; Uberlândia em Minas Gerais; Londrina no Paraná; e Marabá no Pará. Esta última, como sabemos, alvo de nossas inquietações e investigações, e que trabalharemos de forma mais dedicada no capítulo que segue, para melhor entendermos a centralidade exercida pelas novas plataformas comerciais e refletir sobre a importância destas para e na estruturação da cidade.

3 A CIDADE POLINUCLEADA E MULTICÊNTRICA: AS PRINCIPAIS EXPRESSÕES DE CENTRALIDADE EM MARABÁ

A cidade de Marabá, nos anos 1970, com a construção e crescimento dos núcleos Cidade Nova e Nova Marabá passou a ser oficialmente polinucleada¹⁴. Essa expansão do tecido urbano, levou ao aumento da distância entre a principal área comercial, no núcleo pioneiro, e a população residente nos tais novos núcleos, elevando em muito os gastos com transporte e o tempo para ter acesso ao consumo de bens e serviços, o que motivou o processo de descentralização das atividades comerciais e de serviços, que deixaram de se concentrar, exclusivamente, na Velha Marabá e começaram a se reunir também nos novos núcleos (SOUZA et al, 2013).

O relatório técnico da Revisão do Plano Diretor Participativo de Marabá (DIAGONAL e PMM, 2011), reforça o que foi dito, quando aponta que

A construção da rodovia Transamazônica e o desenvolvimento dos núcleos Cidade Nova e Nova Marabá (que passaram a concentrar a parcela majoritária da população a partir da década 1980) promoveram o deslocamento de atividades comerciais [...] e o posterior deslocamento das atividades de gestão pública. [...] A partir da década de 1980 inicia-se um processo de constituição de duas áreas comerciais, a primeira localizada na Cidade Nova (nas imediações do Aeroporto) e uma segunda, na Nova Marabá (DIAGONAL e PMM, 2011, p. 146).

Diagonal e PMM (2011), falam em deslocamento das atividades comerciais, porém, consideramos mais adequado tratar de expansão ou descentralização das atividades comerciais, já que a Velha Marabá mantém importância comercial, sendo em muito reconhecida como “o centro” da cidade, não só por ser a cidade histórica, mas também por concentrar, ainda hoje, considerável comércio na Avenida Antônio Maia e adjacências, além das atividades de lazer, sobretudo, na orla do Rio Tocantins (SOUZA et al, 2013; SOUZA, 2014; SILVA, 2016).

Ainda sobre a revisão do plano diretor de 2011, no que tange às centralidades no intraurbano marabaense, o documento as compreende discriminadas em dois grupos, as polares e as lineares, como podemos observar a seguir:

A descontinuidade observada entre as malhas viárias dos núcleos contribui para a emergência de centralidades em cada um deles, embora se observe diferenças significativas entre os potenciais de atração de fluxos e na composição dos serviços oferecidos em relação ao atendimento potencial

¹⁴ “Oficialmente” porque foi quando os núcleos Cidade Nova e Nova Marabá passaram a integrar o perímetro urbano, mas a cidade já apresentava uma mancha de ocupação descontínua muito antes, com o Bairro Amapá (“embrião” do Núcleo Cidade Nova) na margem esquerda do Itacaiúnas e São Félix na margem direita do Tocantins.

das demandas da cidade como um todo, de forma que algumas áreas concentram serviços de alcance localizado (sobretudo São Félix e Morada Nova) e outros se caracterizam por seu potencial de atendimento a demandas regionais, não ocorrendo entre estas, uma hegemonia clara de uma sobre as demais. Assim, deve-se considerar a existência de centralidades claramente polares e centralidades lineares (DIAGONAL e PMM, 2011, p. 199).

O documento explica que as centralidades polares são caracterizadas por concentrarem “serviços e comércio em uma área razoavelmente delimitada, que inclui um conjunto de vias integradas e articuladas ao restante do tecido urbano por vias que sustentam fluxos mais intensos provenientes de áreas residenciais” (ibidem). Já as lineares, são aquelas “que se organizam ao longo de vias com fluxos de mobilidade intensos e conectadas a áreas residenciais” (ibidem).

Como pode ser observado na figura 1, a seguir: As lineares seriam a rodovia Transamazônica (nos núcleos Nova Marabá e Cidade Nova) e a Avenida VP8, na Nova Marabá. As polares seriam, a Avenida Nagib Mutran e seu entorno (Núcleo Cidade Nova), a Folha 28, na Nova Marabá, considerável parte do núcleo pioneiro, considerando a Avenida Antônio Maia e adjacências, e a orla Sebastião Miranda, que concentra um comércio noturno, além da área comercial dos bairros Laranjeiras e Liberdade.

Também nós, na presente pesquisa, não incluímos a concentração de comércio e serviços do bairro laranjeiras em nossa análise por compreendermos, a partir de observação *in loco*¹⁵, que esta mantém-se de baixa complexidade, já que não avistamos atrativos terciários que justifiquem atração de fluxos, para além de seu entorno imediato. Pelo mesmo motivo, e em concordância tanto com Diagonal e PMM (2011), quanto com Souza et al (2013), também não consideramos as áreas comerciais dos núcleos São Félix e Morada Nova.

Quanto à Rodovia Transamazônica, apesar da revisão do plano diretor apresenta-la como uma centralidade linear, a atração que essa via exercia sobre o cidadão no que tange às atividades de comércio, até 2012, era ínfima, assim como a BR 222, sobretudo, quanto ao circuito¹⁶ superior.

Fazemos tal afirmação a partir das atividades comerciais que encontravam-se nas rodovias. Isso porque o comércio nos espaços rodoviários na cidade, para além das funções rodoviárias, era voltado, quase que exclusivamente, para o espaço regional, especialmente, para o espaço agrário, ou seja, para Marabá enquanto centro regional, tendo distribuidoras, concessionárias de veículos, rodoviárias, aeroporto e uma concentração de estabelecimentos voltados para a agricultura e pecuária.

Portanto, aqui estamos considerando as principais expressões de centralidade previamente apontadas – por Diagonal e PMM (2011); Souza et al (2013) –, além, é claro, da rodovia BR 230, a Transamazônica, por nós apontada agora enquanto centralidade linear possuidora de significativas expressões de centralidade, os grandes estabelecimentos.

Antes de adentrarmos com mais afinco nas investigações acerca desta(s) nova(s) centralidade(s), consideramos relevante apresentar as “velhas”. Nossas visitas à cada uma das áreas centrais, serão acompanhadas de alguns textos previamente escritos, com destaque para o de Souza et al (2013) que realizaram um levantamento das atividades centrais das/nas principais áreas centrais, aos quais, segundo a pesquisa, eram a Avenida VP-8 na Nova Marabá, a Avenida Nagib Mutran na Cidade Nova e o Bairro Centro na Velha Marabá, mais especificamente a

¹⁵ Em trabalho de campo realizado em julho e agosto de 2019, ocasião em que visitamos e observamos todas as áreas comerciais da cidade.

¹⁶ Nos referimos a “circuitos”, em referência a formulação de Milton Santos quanto aos circuitos da economia urbana.

Avenida Antônio Maia, além da centralidade da Orla Sebastião Miranda, com concentração de bares, restaurantes, casas de shows, atividades de lazer e outras, sendo exercida essa centralidade, sobretudo, à noite. A metodologia utilizada nessa pesquisa foi a seguinte:

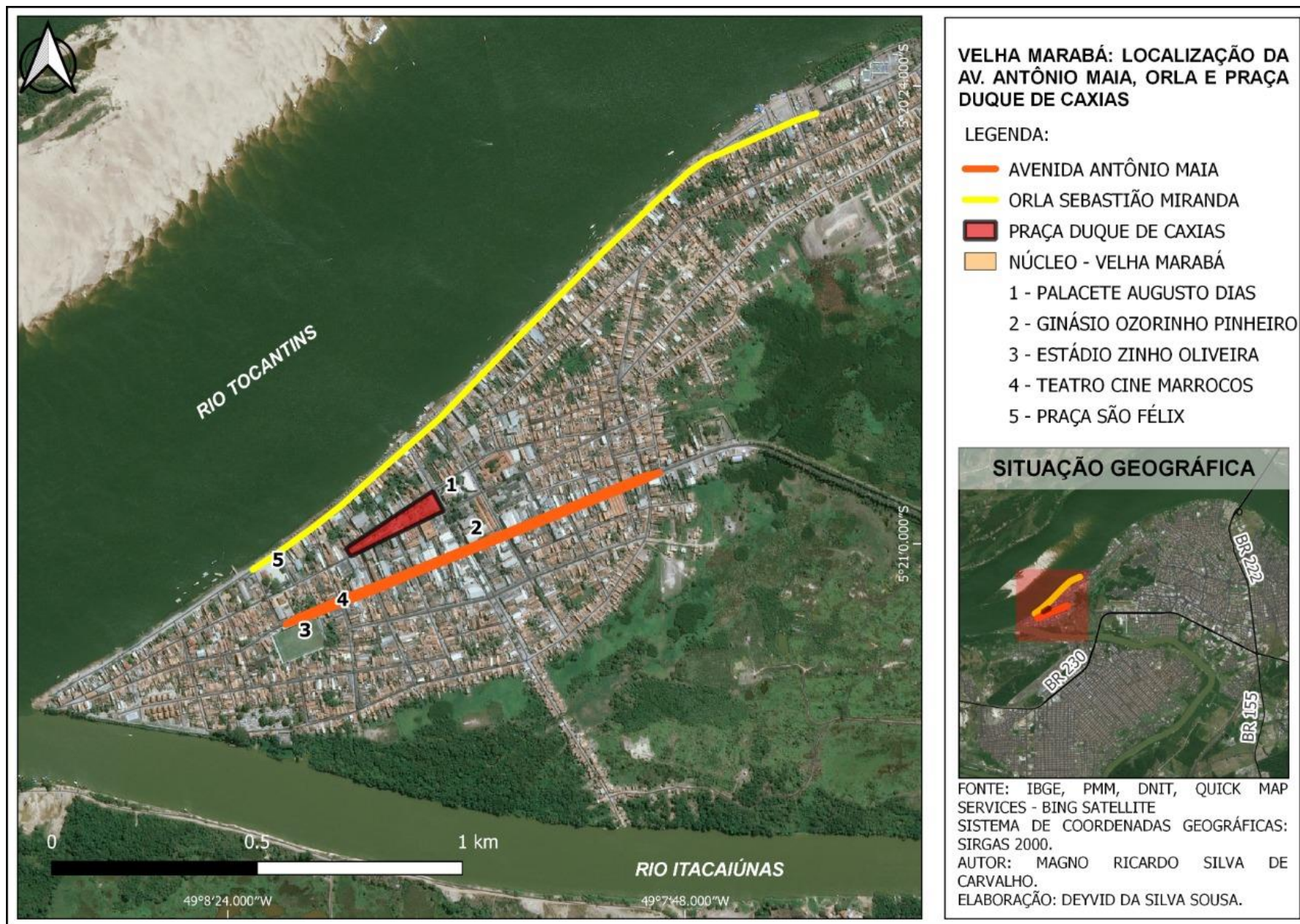
Foi realizado um trabalho de campo com o objetivo de mapear os usos do solo nas quadras em torno da Avenida Antônio Maia e na Orla em frente ao rio Tocantins no Núcleo Marabá Pioneira; nas quadras em torno da Avenida Nagib Mutran e Praça São Francisco, no Núcleo Cidade Nova, e Avenida VP8, no Núcleo Nova Marabá, onde estão concentradas as principais atividades terciárias, localizadas nestes Núcleos. É importante reiterarmos que, o mapeamento possibilitou conhecer os serviços disponíveis nos Núcleos. Com base nesse mapeamento e seguindo a metodologia proposta por Souza (2009) as atividades encontradas foram classificadas como Atividade Central, Atividade Não-Central e Atividade Típica da Zona Periférica do Centro (ZPC). A concentração de Atividades Centrais e Típicas de ZPC ajudam a identificar a centralidade de uma determinada área em relação ao seu entorno (SOUZA et al, 2013, p. 05).

Obedecendo a cronologia, a história, falaremos primeiro sobre a área que por décadas foi a única centralidade na cidade, “o centro” de Marabá, a Avenida Antônio Maia e seu entorno imediato. Em seguida, falaremos sobre as centralidades que surgiram e se consolidaram nos anos 1980, quando direcionaremos nosso olhar para a principal expressão de centralidade do Núcleo Cidade Nova e, posteriormente, faremos o mesmo com o Núcleo Nova Marabá.

3.1 O bairro centro na Velha Marabá

Silva (2016) disserta sobre a Marabá Pioneira e fala que “[...] os maiores comércios de bens e serviços se encontram no centro deste núcleo, na Avenida Antônio Maia, onde a valorização do espaço é superior aos demais” (SILVA, p. 25, 2016), o que justifica, portanto, a maior atenção por nós dedicada a esta via que possui, aproximadamente, um quilômetro e trezentos metros (1 Km e 300 m) de concentração terciária (GOOGLE MAPS). Outros espaços do Bairro Centro, também serão citados e merecem destaque, como a praça Duque de Caxias e a Orla Sebastião Miranda, cujas localizações são evidenciadas no Mapa 4, a seguir:

Mapa 4: Velha Marabá: localização da Av. Antônio Maia, orla e Praça Duque de Caxias



Organização: O autor Elaboração: SOUSA (2020).

A figura 2, a seguir, nos permite uma visualização não apenas da Avenida Antônio Maia, ao centro da fotografia, mas, de boa parte do núcleo Velha Marabá e de sua situação ribeirinha.

Figura 2: Imagem aérea da Avenida Antônio Maia (2019)



Fonte: <https://semtur.maraba.pa.gov.br/>.

Necessitamos, novamente, retomar a história: após a cheia de 1926 e a posterior decisão “da cidade” de se manter no sítio, houve significativa mudança no que tange ao comércio e residências, sobretudo, dos mais abastados, de mudarem-se da beira do rio para uma área um pouco mais alta do terreno, a Avenida Antônio Maia. Os prédios das instituições públicas também se fixaram nessa via ou próximo a ela, como em torno da Praça Duque de Caxias. A referida avenida foi, inclusive, a primeira rua da cidade a receber pavimentação (ALMEIDA, 2008).

No final da década seguinte, anos de 1930, a mudança de localização foi acompanhada também de mudanças nas dimensões e no ritmo do comércio impulsionado, para além da extração e exportação da castanha-do-pará, pelas primeiras iniciativas de extração mineral na região: os garimpos de diamante nas proximidades. Começa então a se consolidar um importante espaço terciário nesta parte da cidade (ALMEIDA, 2008; SILVA, 2016). Desde então, essa área é de intensa concentração de comércio e serviços, sendo o Bairro Centro ainda hoje caracterizado pela elevada presença de estabelecimentos que exercem atividades

terciárias, como serviços financeiros, profissionais, espaços de lazer e, principalmente, comércio varejista. Souza (2014), destaca que é fundamental

Salientar que as dinâmicas econômicas e socioespaciais desenvolvidas no espaço urbano marabaense ao longo do tempo, possibilitaram novos arranjos espaciais na cidade, contudo, mesmo diante da expansão urbana de Marabá-PA, com a criação do Núcleo Nova Marabá e a estruturação do Núcleo Cidade Nova, o Núcleo Marabá Pioneira permanece, desempenhando um forte papel de centro econômico na cidade (SOUZA, 2014, p.60)

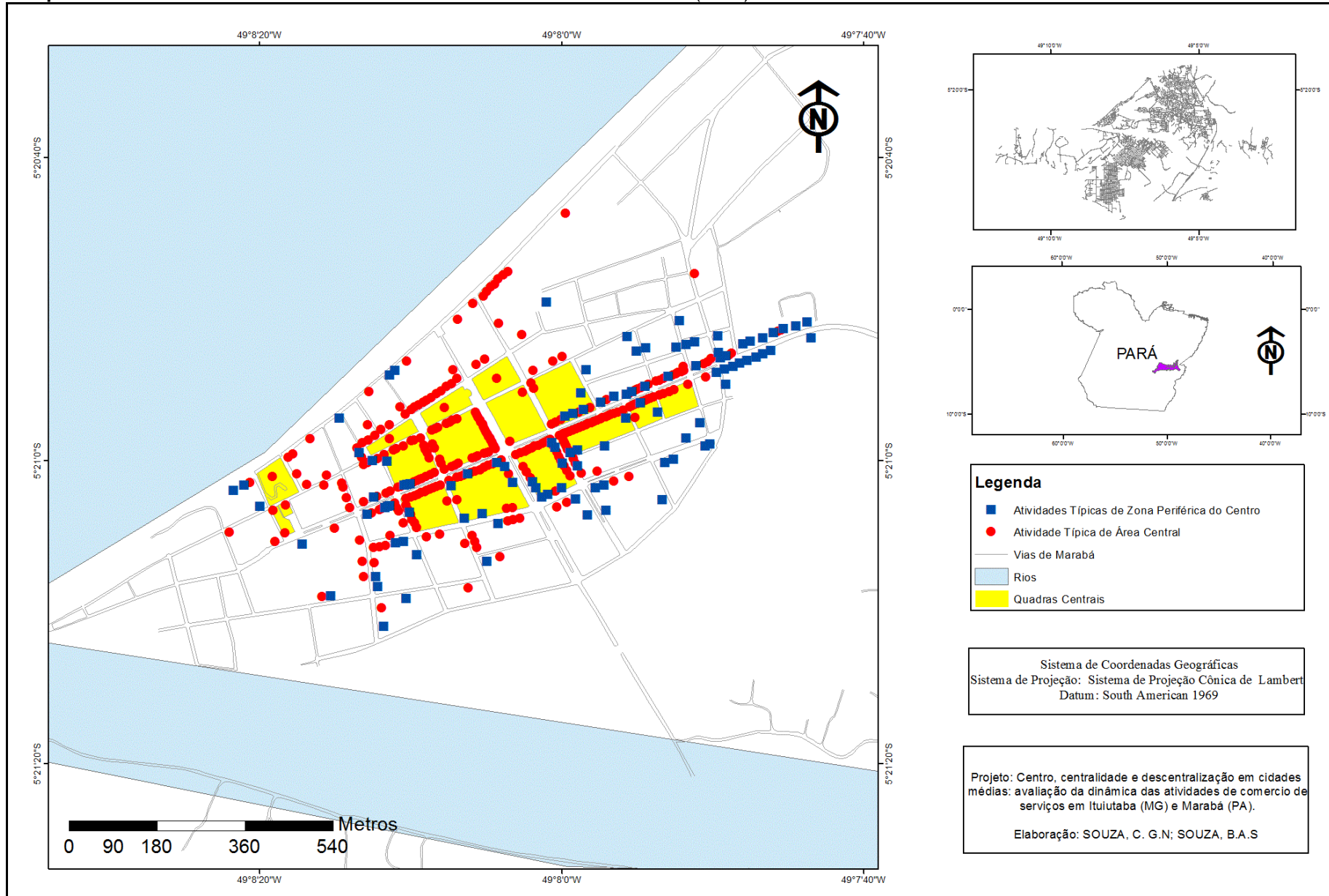
Na ocasião da pesquisa de Souza et al (2013), foram identificadas 2.301 unidades de usos de solo em todo o núcleo, sendo estas classificadas de acordo com as categorias pré-definidas: atividades típicas de área central; atividades não-centrais; atividades típicas de zona periférica do centro.

O que se pôde observar nesta pesquisa, através da metodologia utilizada, com relação à concentração terciária no núcleo Velha Marabá, é que, de fato, as atividades típicas de áreas centrais localizam-se, em sua maioria, na Avenida Antônio Maia, bem como, a maioria das atividades típicas de zonas periféricas do centro o que, por sua vez, levam também à percepção de que em tal avenida e/ou bem próximo a ela, ficam as quadras centrais (SOUZA et al, 2013). Das mais de 2.300 unidades, quase 600 eram voltadas para comércio ou serviços, como podemos ver no trecho que segue:

Em se tratando de atividades comerciais e de serviços, foram encontradas 592 unidades de usos do solo mapeados nesse Núcleo. Entre os estabelecimentos comerciais 305 são de atividades características de área central, ou seja, 51,52% do total e 187 são de atividades características de zona não-central, ou seja, 31,58% do total. Em relação às atividades características de Zona Periférica do Centro, foram encontradas 100 unidades, ou seja, 16,89%, sendo estas, lojas de matérias de construção, oficinas mecânicas, concertos de equipamentos diversos, entre outras (SOUZA et al, 2013, p. 15).

Tais informações são evidenciadas e podem ser observadas no mapa 5, a seguir:

Mapa 5: Atividades centrais do núcleo urbano Marabá Pioneira – Marabá-PA (2013)



Fonte: Souza et al (2013).

O texto relata que entre as atividades terciárias neste núcleo, ganha destaque

a

[...] concentração de lojas de roupas e calçados, sendo um dos fenômenos que mais atraem pessoas para esse Núcleo. Também é possível verificar agências bancárias, clínicas especializadas, consultórios odontológicos, e uma grande concentração de serviços ligados ao lazer noturno, que possibilitam o deslocamento da população de vários núcleos da cidade para usufruírem de tais serviços (SOUZA et al, 2013, p.16).

Na citação acima, os autores se referem ao núcleo como um todo, o que envolve a centralidade noturna da Orla Sebastião Miranda, subentendendo-se que as demais afirmações sobre comércio e serviços são sobre a Avenida Antônio Maia e adjacências. No entanto, em dado momento do texto, dissertam sobre essa área especificamente. Souza et al (2013), falam que nela

[...] encontram-se estabelecimentos relacionados às atividades terciárias e órgãos institucionais. É possível observar que a maioria das casas foram construídas em dois pavimentos, sendo o primeiro transformado em loja ou comércio e o segundo funcionando como residência [...] (SOUZA, et al, 2013, p.12 e 13).

O terciário na Marabá Pioneira também é descrito por Trindade Júnior et al (2010). Os autores afirmam que

a Velha Marabá tem suas atividades organizadas em dois pontos principais: na orla do rio Tocantins, onde é possível verificar uma especialização de atividades voltadas ao lazer e ao turismo, principalmente, com bares, restaurantes, lanchonetes e casas noturnas; e na Avenida Antônio Maia e na Praça Duque de Caxias e algumas ruas paralelas, onde se encontram o comércio varejista especializado, com a presença de lojas de departamentos (venda de secos e molhados e de eletrodomésticos), farmácias, vestuários, óticas e perfumarias, os serviços bancários e financeiros, escritórios de contabilidade e advocacia, clínicas médicas e odontológicas, serviços públicos e hotéis de baixo padrão; além do “circuito inferior”, realizado na feira da Rua Getúlio Vargas, na frente do Banco do Brasil e da Caixa Econômica Federal, e na orla Sebastião Miranda (TRINDADE JÚNIOR et al, 2010, p. 80 e 81).

Assim como os autores supracitados, nós fomos a campo observar o bairro Centro na Velha Marabá, mais especificamente a Avenida Antônio Maia. Reiteramos que não é nosso objetivo avaliar ou atestar a permanência ou, ainda, manutenção da importância da centralidade desse ou demais, em outros núcleos, como também não é para averiguar se houve transformações nesses espaços sob influência das novas centralidades que estamos aqui, ao longo do trabalho, apontando ou sob quaisquer influências, ainda que alguma ou algumas mudanças venham a aparecer em nosso relato. Relataremos o que foi observado para qualificar esse espaço e

garantir ao leitor a compreensão do que vem a ser esse centro comercial e as demais “antigas expressões de centralidade” no período atual. Para tanto, compreendemos que a observação, juntamente, com os textos e pesquisas realizadas, seja suficiente para tal, e neste relato contaremos com fotografias para melhor visualização.

3.1.1 Avenida Antônio Maia e adjacências atualmente

No intuito de oferecer ao leitor uma percepção de como se apresenta o comércio e a paisagem desse espaço, da Avenida Antônio Maia, iniciaremos esse tópico do texto com duas fotografias feitas em trechos distintos e, relativamente, distantes entre si. As Figuras 3 e 4 que seguem:

Figura 3: Avenida Antônio Maia (2020)



Fonte: O autor (2020).

Figura 4: Avenida Antônio Maia

Fonte: O autor (2020).

Nas fotografias é possível visualizar casas comerciais de diferentes ramos, sendo que, na figura 4, identificamos cada uma - da esquerda para a direita: loja de materiais de construção, loja de roupas, de bolsas e mochilas, de variedades e importados - também vemos na referida figura estabelecimentos de serviços (dentista e uma agência do Banco Itaú). Entretanto, o que é majoritário na paisagem da avenida são as lojas de roupas, sobressaindo àquelas voltadas para estratos sociais com rendas mais baixas, lojas mais populares, como as que podem se vistas na figura 5. Esta maioria, convive com uma minoria de lojas voltadas para estratos sociais mais elevados, sobretudo, de renda média. As boutiques são cada vez menos atuantes na Velha Marabá, com diminuição significativa nos últimos anos, tendo sido observadas pouquíssimas lojas daquelas consideradas desse nicho.

Figura 05: Lojas de roupas populares na Avenida Antônio Maia (2020)



Fonte: O autor (2020).

Estes estabelecimentos, independente do público-alvo, geralmente além de roupas e acessórios, comercializam calçados. No entanto, também é significativo o número de empresas que atuam apenas no segmento calçadista ou tendo este segmento como carro-chefe, com lojas voltadas para estratos de renda baixa e médias. Em sua maioria, são lojas de comerciantes locais, principalmente as menores, com as maiores sendo de capital externo, de outros estados como a Elos Calçados, de um grupo goiano, que aparece na *imagem “d”* da figura 6, a seguir:

Figura 6: Lojas de calçados na Avenida Antônio Maia



Fonte: O autor (2020).

Outro destaque é para as lojas de móveis e eletrodomésticos (FIGURA 7). Em sua maioria, são casas comerciais de dimensões consideráveis e de capital externo, regional, como as maranhenses A Renovar (imagem “a”) -, Eletro Mateus (imagem “b”) e Liliane (imagem “d”) ou mesmo nacional, como é o caso do Magazine Luíza (imagem “c”). Além d’A Renovar, a Liliane e o Magazine Luíza também possuem duas lojas nessa avenida.

Figura 7: Lojas de móveis e eletrodomésticos na Avenida Antônio Maia



Fonte: O autor (2020).

Por décadas, duas das principais lojas da Velha Marabá, e da cidade, eram a Leolar e o Armazém Paraíba. Atualmente, onde era a loja matriz do grupo Leolar, funciona uma loja do Eletro Mateus visto na figura 7 (imagem b), e as duas lojas Armazém Paraíba dividem espaço com o Magazine Luiza. Esse grupo comprou dezenas de lojas do Paraíba no Pará e no Maranhão¹⁷ e em Marabá assumiu o setor de móveis e eletrodomésticos e o Paraíba permaneceu apenas com os setores de roupas, calçados e afins (FIGURA 8).

Figura 8: Prédio com as lojas Magazine Luiza e Armazém Paraíba



Fonte: O autor (2020).

Também é significativo a quantidade de estabelecimentos voltados, de alguma forma, para a saúde. No comércio, algumas drogarias e uma farmácia de manipulação e, entre os serviços, um laboratório (oferecendo uma gama considerável de exames), consultórios e clínicas de determinadas especialidades, com destaque para as de odontologia, a maioria populares, isto é, voltados para a população de baixa renda (figura 9). Nas proximidades também fica uma

¹⁷ <https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/05/02/magazine-luiza-fecha-acordo-dpara-comprar-lojas-do-armazem-paraiba-no-pa-e-ma.ghtml>

maternidade pública, o Hospital Materno Infantil, além de um hospital privado, o Santa Terezinha.

Figura 9: Clínicas na Avenida Antônio Maia



Fonte: O autor (2020).

Dentro do processo de maior de coesão¹⁸, que toma conta de toda a avenida, entre estabelecimentos de vários ramos varejistas, são verificados alguns do mesmo ramo; como no caso das óticas. Na Antônio Maia é onde se concentra a maior quantidade de óticas da cidade. São algumas ao longo da Avenida, sendo que se avizinham em dois trechos, um deles pode ser visualizado na figura 10, a seguir:

¹⁸ Aqui entendemos coesão nos termos propostos por Corrêa (1995), enquanto magnetismo funcional, como sendo o movimento estratégico que leva as atividades terciárias a localizarem-se próximas, usufruindo das vantagens dessa proximidade.

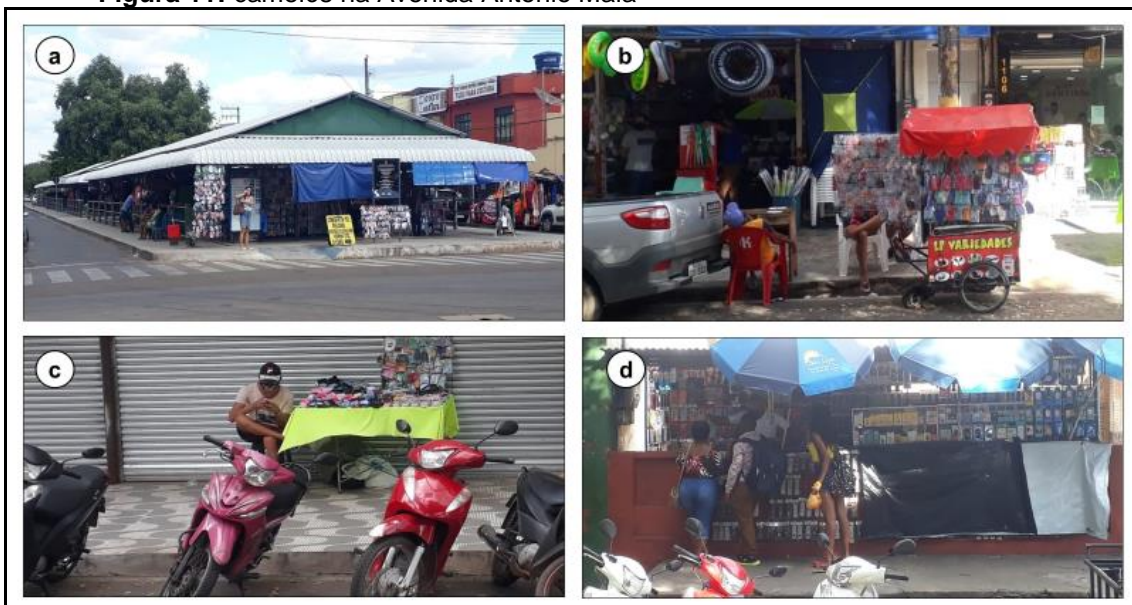
Figura 10: Óticas na Avenida Antonio Maia



Fonte: O autor (2020).

A atuação dos camelôs (FIGURA 11) é presenciada em duas organizações: uma concentrada na Feira Coberta da Marabá Pioneira (imagem “a”) e outra ao longo da via nas calçadas (imagens “b”, “c”, “d”).

Figura 11: camelôs na Avenida Antonio Maia



Fonte: O autor (2020).

A Velha Marabá mantém há décadas a mesma quantidade de agências bancárias. São quatro agências: uma da Caixa Econômica Federal, uma do Banco do Brasil, e, uma de frente para a outra, Itaú e Bradesco. Essas duas últimas na Antônio Maia e as outras duas em vias próximas, ligadas a ela diretamente. Há também uma casa lotérica. Há poucas lojas de grupos nacionais, além das que já foram mostradas (Magazine Luíza, Óticas Diniz...), como Lojas Americanas, Cacau Show, Subway e O Boticário, as três últimas trabalham por meio de sistema de franquias.

Outra observação feita em nossa visita de campo, foi quanto a alguns prédios comerciais fechados, de diferentes portes e em diferentes pontos, dos mais centrais aos mais periféricos na avenida. Em sua maioria, com placa de aluguel. Para ilustrar estes, a figura 12 com o prédio que, até poucos meses, abrigava uma filial da rede Ricardo Eletro.

Figura 12: Prédio comercial fechado na Avenida Antonio Maia



Fonte: O autor (2020).

Se no início da conformação do bairro Centro, os prédios da gestão pública foram instalados lá, atualmente, apenas dois prédios da administração municipal permanecem funcionando ali, o Conselho Municipal de Educação, na Av. Antônio

Maia e, na rua 5 de Abril – Praça Duque de Caxias, um prédio no qual funcionam a SICOM (Secretaria de Indústria, Comércio, Ciência e Tecnologia) e a Secretaria de Turismo (SETUR), além de abrigar o atendimento do Sine (Sistema Nacional de Emprego) e da Procuradoria de Proteção e Defesa do Consumidor, o PROCON. Nesse sentido, é válido salientar que, até o ano de 2010, a câmara de vereadores da cidade funcionava no Palacete Augusto Dias, um prédio histórico em frente à mesma praça, onde atualmente funciona um museu. A nova câmara, foi construída à margem da Transamazônica, no bairro Agrópolis – Núcleo Cidade Nova.

Outros espaços, também administrados pela prefeitura, estão na Antônio Maia, porém, voltados para lazer, esporte e cultura. Os espaços em questão tratam-se do Ginásio Ozorinho Pinheiro e do Estádio Zinho Oliveira, bem como, o Teatro Cine Marrocos e a Biblioteca Municipal Orlando Lobo, equipamentos de cultura históricos da cidade. Também sob a gestão pública no bairro Centro, estão algumas escolas, sendo estas as mais antigas da cidade, além delas duas escolas privadas, embora nenhuma delas esteja, propriamente, nessa avenida, mas se localizam muito próximo.

Outro elemento que merece destaque, como atrativo de pessoas, são as Igrejas. Sendo quatro igrejas com maior notoriedade no bairro Centro, sendo duas delas na Antônio Maia, uma Batista e uma Universal, além de uma Assembléia de Deus e uma católica, ambas na praça Duque de Caxias.

Como dito por Souza et al (2013), boa parte dos andares superiores, acima das lojas, são residências. Isso se mantém ao longo de toda a avenida, como pôde ser percebido em algumas das fotografias, anteriormente mostradas, havendo construções totalmente residenciais somente no “fim” da avenida, nas proximidades do Estádio Zinho Oliveira, aproximando-se do bairro Francisco Coelho.

3.1.2 Velha Marabá: centro comercial e simbólico

Para além da importância enquanto um centro funcional e econômico, a Velha Marabá se mostra relevante, em termos de centralidade, no imaginário dos marabaenses por outros fatores, sobretudo, históricos. É o que diz Silva, quando afirma que o referido núcleo possui “alto valor, não só econômico, mas também por sua importância histórica” (SILVA, 2016, p. 25).

Também é o que apontam outras pesquisas nesse sentido. Tanto o trabalho de Camila Souza (SOUZA, 2014), quanto a pesquisa dirigida por Marcus Souza (SOUZA et al, 2013), buscaram aferir qualitativamente, através de entrevistas com os consumidores, qual era “o centro” de Marabá na visão do cidadão. Souza et al (2013) com sua investigação em cada uma das principais áreas de concentração terciária, e Souza (2014) com aplicação da pesquisa apenas no bairro Centro, na Velha Marabá.

Na pesquisa de Souza et al (2013), as respostas que sobressaíram nos três núcleos, em seus respectivos centros, apontam para o entendimento que, naquele contexto, a maioria dos cidadãos, viam “a Velha Marabá” como centro da cidade. O texto atribui ser essa a percepção majoritária, não apenas por conta das atividades de comércio e serviços ali concentradas, mas também a importância histórica do bairro para a cidade (SOUZA et al, 2013). Em consonância, o texto de Souza (2014) fala

[...] que nos resultados das entrevistas 90% dos entrevistados consideraram o núcleo pioneiro como o centro de Marabá, principalmente por ter sido o núcleo que deu origem a cidade e concentrar comércios e serviços em uma mesma Avenida, constituindo-se o centro comercial do núcleo, e exercendo grande importância econômica, social e cultural diante do espaço urbano marabaense (SOUZA, 2014, 87).

Essa dimensão simbólica (BARATA-SALGUEIRO, 2013) da centralidade da Velha Marabá perante a cidade, ocorre e é reforçada atrelada à memória de uma Marabá ribeirinha dos tempos do padrão de ocupação amazônico *Rio-Várzea-Floresta* (PORTO-GONÇALVES, 2001), onde parte da arquitetura, com prédios históricos, remete a esse período – da castanha – e, claro, o próprio rio. Sobreposto a um espaço “ribeirinho” e histórico, e o explorando além do comércio e serviços da avenida principal e entorno, há a importância da centralidade da Orla Sebastião Miranda, que se faz imensamente mais pujante a partir do pôr do sol. Na figura 13, a seguir, fotografia no período diurno de um dos trechos da Orla com a maior concentração de bares.

Figura 13: Orla Sebastião Miranda (2020)



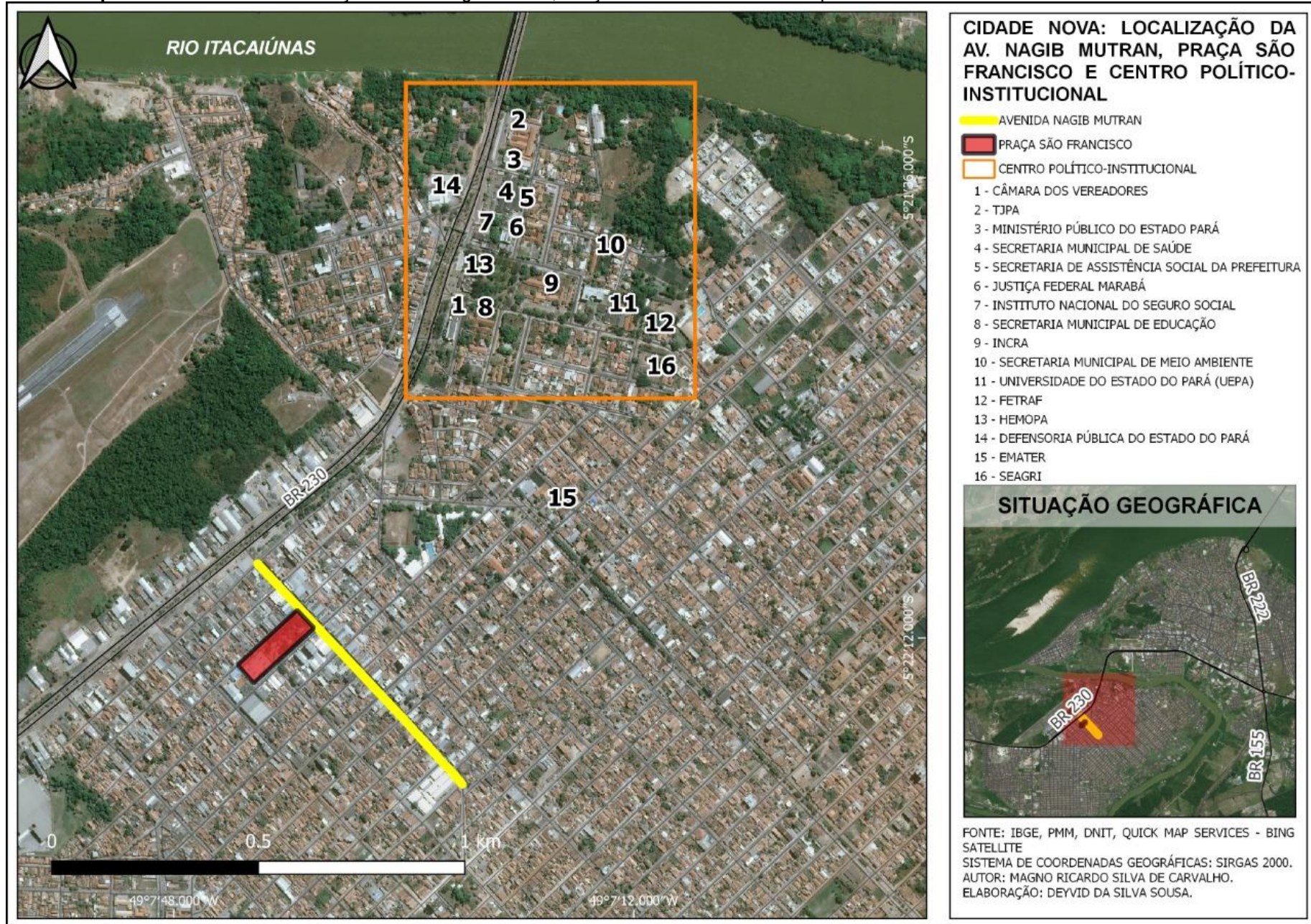
Fonte: http://www.jordaonunes.com.br/portfolio/fotos-aereas?img_picture=fotos-aereas_img0199-2&img_completa=fotos-aereas_img0199-2.jpg

Tendo apresentado este panorama da área comercial da Velha Marabá, partiremos agora para a análise de uma outra área, observando o que vem a ser e a forma como se apresenta a principal expressão de centralidade de mais uma parte importante da cidade, no Núcleo Cidade Nova.

3.2 O centro comercial da Cidade Nova

Este núcleo urbano é caracterizado por se apresentar economicamente através do predomínio de atividades terciárias concentradas, principalmente, na Avenida Nagib Mutran e em seu entorno, o que inclui a praça São Francisco e algumas ruas (SOUZA et al, 2013). Apesar da característica supracitada, é perceptível, no referido núcleo, a existência de duas expressivas centralidades: uma que, ao nosso ver – pegando emprestadas as lentes de Castells (1983) – é um “centro político-institucional”, e uma outra ainda que é o “centro urbano-permutador”, a área comercial de que falam Souza et al (2013). O mapa 6, a seguir, localiza os espaços supramencionados.

Mapa 6: Cidade Nova: localização da Av. Nagib Mutran, Praça São Francisco e centro político-institucional



Organização: O autor Elaboração: SOUSA (2020).

Trindade Júnior et al (2010), nos explicam:

Na Cidade Nova buscou-se, inicialmente, uma forma urbana com diferentes centralidades (Marabá, 2006): por um lado, a presença de uma área de maior concentração de comércio e de serviços (o chamado centro comercial), localizada no entorno da Praça São Francisco, nas ruas paralelas à rodovia Transamazônica (Rua Transamazônica e Rua Sol Poente) e na Avenida Nagib Mutran; por outro, uma área onde se concentram os serviços públicos: a sede do Incra, instalada em uma antiga fazenda, denominada Agrópolis do Incra, a Previdência Social, o Instituto de Terras do Pará (Iterpa), a Emater, o hemocentro do Pará (Hemopa), a Universidade do Estado do Pará (UEPA), as secretarias municipais de agricultura, meio ambiente, saúde e educação, o Tribunal de Justiça do Estado (fórum e juizados especiais), a secretaria de integração regional etc (TRINDADE JÚNIOR et al, 2010, p. 81).

No tópico anterior, falamos acerca da Câmara dos Vereadores que saiu do Palacete Augusto Dias, na Velha Marabá, e passou a funcionar em um novo prédio no Bairro Agrópolis do Incra, exatamente onde já havia essa elevada concentração de estabelecimentos estatais, em maioria, administrativos. Tendo a inauguração desta casa reafirmado tal espaço enquanto uma centralidade político-institucional.

Destaquemos que os equipamentos administrativos do poder público, nas distintas esferas, seguem as características do comércio e dos serviços de se encontrarem em diferentes núcleos, como aqueles que citamos que ainda se encontram na Velha Marabá. Temos como exemplo, a Prefeitura Municipal e algumas secretarias localizadas em pontos distintos da Nova Marabá. No entanto, onde se tem a maior concentração de estabelecimentos desse tipo é neste bairro do núcleo Cidade Nova, o Agrópolis do Incra.

Sobre a principal área comercial, Souza et al (2013, p. 18), falam que “as atividades terciárias presentes no núcleo urbano da Cidade Nova estão concentradas na Avenida Nagib Mutran, que representa o principal corredor entre a Cidade Nova e a Rodovia Transamazônica”. Para além da própria avenida, tais atividades estendem-se pelos arredores da Praça São Francisco, além de alguns estabelecimentos em ruas próximas. Estas vias, bem como a referida praça, podem ser vistas na imagem abaixo, figura 14, a Avenida Nagib Mutran é a via transversal na imagem, sendo a área arborizada a Praça São Francisco, a seguir:

Figura 14: Avenida Nagib Mutran e proximidades (2014)



Fonte: (Jordão Nunes) <https://www.instagram.com/p/sBZh3ps0Ls/>

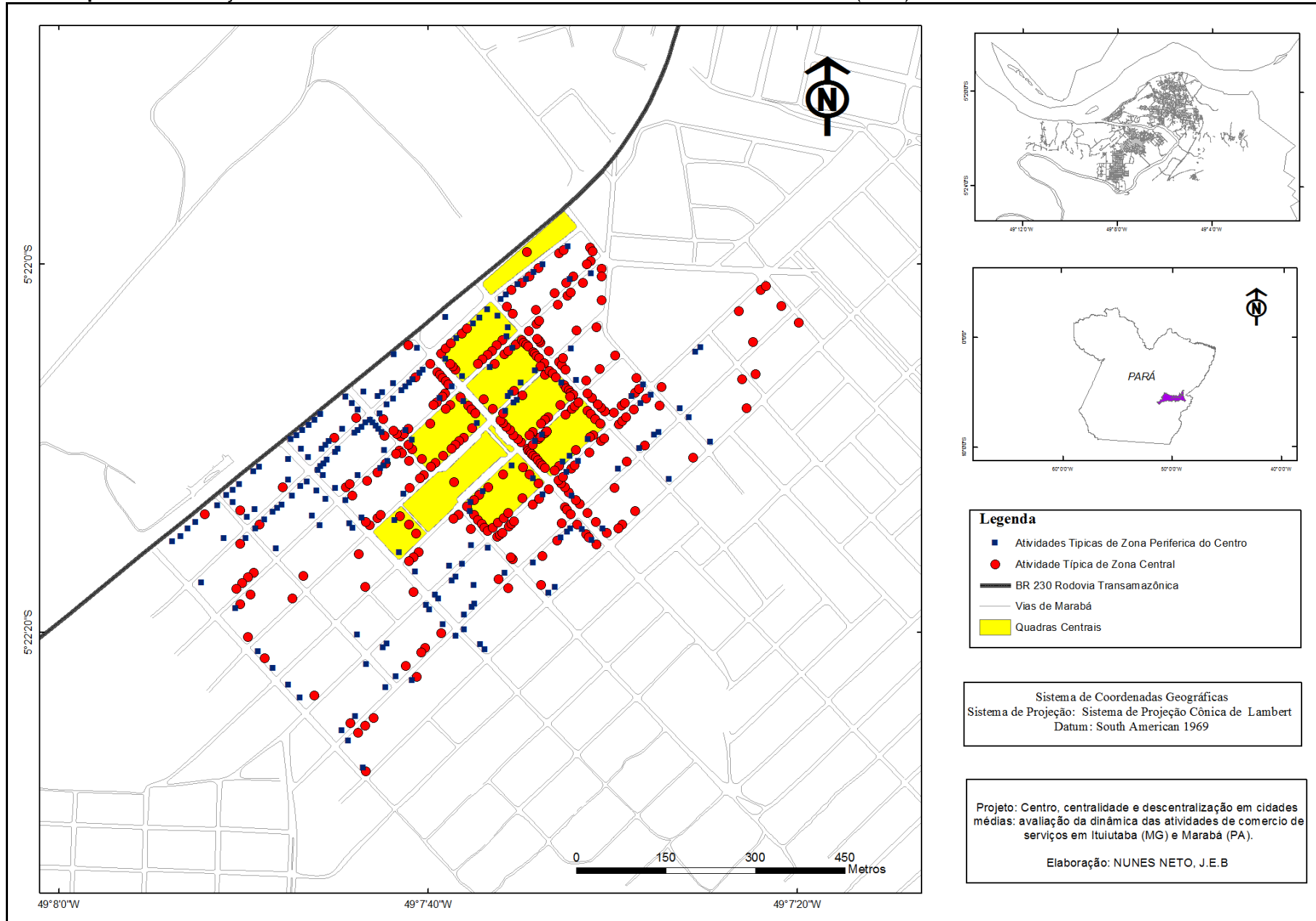
Trindade Júnior et al (2010), falam não apenas da Avenida Nagib Mutran e entorno (como a Praça São Francisco), mas, também de ruas paralelas à Transamazônica. Provavelmente, Souza et al (2013) não mencionem este comércio citado por Trindade Júnior et al (2010) “nas ruas paralelas à rodovia Transamazônica (Rua Transamazônica e Rua Sol Poente)”, por ser um espaço terciário que, naquele contexto, era quase que completamente voltado para a rodovia, isso quer dizer que para o espaço regional e a função rodoviária de ligar a cidade ao entorno, às pequenas cidades vizinhas e o espaço agrário.

Trata-se, naquele contexto, de estabelecimentos voltados, sobretudo, para os pequenos produtores rurais, mas, também para manutenção do transporte rodoviário e casas voltadas para o comércio e serviços automotivos, além de um “ponto” conhecido como “rodoviarinha”, de onde partem várias vezes ao dia vans para as cidades próximas e zona rural. Obviamente, pode ser associado à concentração terciária da Nagib Mutran pela proximidade, com parte desses estabelecimentos, aparecendo na pesquisa de Souza et al (2013) enquanto atividades típicas de zona periférica do centro.

Através da metodologia adotada, Souza et al (2013) identificam as diferentes atividades no referido espaço, e é possível visualizar, por meio do mapa 7 que, enquanto nas ruas paralelas à rodovia e que estão próximas a ela, predominam

atividades típicas de zonas periféricas do centro, as atividades típicas de áreas centrais e, conseqüentemente, as quadras centrais, localizam-se em sua maioria em torno da Avenida Nagib Mutran.

Mapa 07: Localização das atividades centrais do núcleo urbano Cidade Nova – Marabá-PA (2013)



Fonte: Souza et al (2013).

O mapa 7 representa o que foi atestado na ocasião da pesquisa. Nas principais quadras foram constatadas 235 unidades de usos do solo, discriminadas de acordo com as três tipificações. Destas, 170 unidades eram de estabelecimentos de comércio ou serviços

[...] o que representa 72,34% do total de usos, demonstrando que mais da metade dos usos nessa área são destinados à atividades comerciais e de serviços. Entre os estabelecimentos comerciais 115 são de atividades características de área central, ou seja, 67,64% do total, 19 são de atividades características de zona não-central, ou seja, 8,08% do total, e 36 são atividades características de zona periférica do centro, ou seja, 15, 31% do total (SOUZA et al, 2013, p. 19).

De acordo com os autores, no comércio que se apresenta nessa área, ganha destaque a “grande quantidade de lojas de roupas e calçados. Também chama atenção a presença de serviços financeiros, com a concentração de três agências bancárias e sete correspondentes bancários” (2013, p. 20).

Estão presentes também no centro da Cidade Nova serviços profissionais superiores, como clínicas médicas, laboratórios de análises clínicas, consultórios odontológicos, escritórios de advocacias e de contabilidade. Em relação às atividades características de Zona Periférica do Centro, foram encontradas principalmente atividades ligadas à manutenção e reparo de veículos como oficinas mecânicas e autopeças, além de atividades comerciais vinculadas a construção civil, tais como lojas de matérias de construção, lojas de parafusos e lojas de tintas, que estão localizados as margens da Rodovia Transamazônica (SOUZA et al, 2013, p. 19).

Através de observação *in loco*, pudemos verificar como está atualmente essa expressão de centralidade, o que poderá ser acompanhado a seguir, juntamente com algumas fotografias feitas na Avenida Nagib Mutran e em seu entorno.

3.2.1 Avenida Nagib Mutran e proximidades atualmente

Para melhor conhecermos essa área de concentração comercial e principal centralidade do núcleo Cidade Nova, começamos observando duas fotografias, feitas em dois trechos distintos, ainda que próximos, da Avenida Nagib Mutran. Vejamos as figuras 15 e 16, a seguir:

Figura 15 – Avenida Nagib Mutran (2020)



Fonte: O autor (2020).

Figura 16 – Avenida Nagib Mutran (2020)



Fonte: O autor (2020).

Algo em comum nas duas imagens é a presença de farmácias. Em nossa observação, ganhou destaque na centralidade terciária do Núcleo Cidade Nova os estabelecimentos de comércio e serviços voltados, de alguma forma, para a saúde. Quando falamos em comércio voltado para a saúde, estamos nos referindo, especificamente, às drogarias. São várias localizadas, principalmente, na Avenida Nagib Mutran, como pode também ser visto na figura 17, a seguir:

Figura 17 – Farmácias na Avenida Nagib Mutran (2020)



Fonte: O Autor (2020).

Nas quatro fotografias aparecem, ao menos nitidamente, seis drogarias. Estas seis e mais uma outra que não aparece na figura 17 são todas vizinhas, de forma que estando o cliente na entrada de uma delas, é possível avistar a fachada até mesmo da mais distante. Na imagem “a”, da esquerda para a direita, é possível ver, com layout verde, a Drograria São Félix, pertencente a um grupo local. Na mesma foto, na extremidade direita, uma loja da Rede Droga Shop, marca pertencente a um grupo goiano que atua nos estados de Goiás, Tocantins, Pará e no Distrito Federal a partir de sistema de franquia. Na “b”, com a fachada amarela, uma loja associada a rede Drograrias Maxi Popular, atuante em todo o país também através do sistema de franquias. Na fotografia “c” vemos um estabelecimento do grupo Extrafarma, empresa paraense atuante em 11 estados da federação. Na imagem “d” vemos dois estabelecimentos, da esquerda para a direita: uma loja vinculada à rede Drograrias Ultra Popular, pertencente à associação Farmarcas, assim como a rede Maxi Popular, e uma loja Drogasil, empresa atuante em vários estados brasileiros em todas as regiões do país. Além destas, há outras na própria avenida Nagib Mutran e arredores, inclusive mais uma do Grupo Extrafarma em um ponto mais distante desta concentração.

No que tange aos serviços de saúde, foi possível notar a presença de vários laboratórios, clínicas e consultórios de diversas especialidades, como odontologia,

psiquiatria, pediatria, oftalmologia, urologia, fisioterapia, cardiologia, endocrinologia, e um hospital privado, que concentra também várias especialidades, além de atendimento de urgência e emergência e UTI's, o Hospital Unimed Marabá. As figuras 18 e 19 mostram alguns destes estabelecimentos, que se concentram, majoritariamente, nas proximidades da esquina da Avenida Itacaiúnas com a Nagib Mutran.

Figura18 – Clínicas no Núcleo Cidade Nova (2020)



Fonte: O Autor (2020).

Figura 19 – Hospital Unimed Marabá - Núcleo Cidade Nova (2020)



Fonte: O Autor (2020).

Além dos serviços relativos à saúde, outro que se destaca são os financeiros. Sobre estes, Souza et al (2013) relataram haver três agências bancárias. Observamos que houve um aumento da atuação desse setor nessa área da cidade, tendo atualmente quatro agências, sendo elas Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banpará e Bradesco, além de caixas eletrônicos em algumas farmácias. O terceiro serviço que salta aos olhos nesse espaço são relativos a transporte. Além das paradas de ônibus, há um ponto de táxi e dois pontos de mototáxi, um deles em evidência na figura 20.

Figura 20: Ponto de mototáxi na Avenida Nagib Mutran (2020)



Fonte: O autor (2020).

Podemos notar a coesão no caso da concentração de serviços de saúde e farmácias. Na imagem acima é possível ter uma ideia também da coesão comercial no sentido da quantidade e variedade que este centro apresenta, no qual vemos, da esquerda para a direita: uma loja de produtos naturais, uma de costura e aviamentos, uma loja de bijuterias e uma de roupas voltada para extratos de renda mais baixos. Vemos ainda na foto (figura 20) um prédio, o Nagib Office, que aluga salas para escritórios, consultórios, entre outros e uma Igreja.

Além desta na foto, Presbiteriana, há nas proximidades uma católica, a Igreja de São Francisco de Assis, que dá nome à praça, e uma Universal do Reino de Deus. A importância destes templos no que tange à centralidade do local impõe-se muito mais no período noturno. Também noturnamente podemos encontrar nos arredores da praça considerável concentração de serviços voltados para alimentação e lazer, como bares, restaurantes, entretenimento para crianças e vendedores ambulantes.

O setor de móveis e eletrodomésticos possui poucas lojas neste centro, três para sermos exatos (FIGURA 21). As três lojas são: uma Loja Centro, pertencente a um grupo paraense atuante também no Maranhão (imagem a), uma filial do Magazine Luíza, de capital nacional atuante em todo o Brasil (imagem b), e a maior,

uma loja Eletro Mateus (imagem c), que, como o nome sugere, pertence ao Grupo de capital maranhense Mateus que é, inicialmente, supermercadista, mas, que viu nas lojas de móveis e eletrodomésticos uma oportunidade para expandir sua atuação.

Figura 21 – Lojas de Móveis e eletrodomésticos na Avenida Nagib Mutran (2020)



Fonte: O autor (2020).

Souza et al (2013), relatam haver nessa expressão de centralidade uma quantidade considerável de lojas de roupas e calçados. Atualmente, não são muitos os estabelecimentos desse(s) nicho(s), principalmente calçados, pois, quanto às lojas de roupas avistamos algumas, maioria voltadas para extratos de renda baixos, já do setor calçadista, apenas duas. Na imagem que segue (figura 22), em destaque a filial do grupo Elos Calçados, empresa de Goiás que atua em Marabá com duas lojas, sendo a outra na Avenida Antonio Maia, Velha Marabá.

Figura 22 – Loja de calçados na Avenida Nagib Mutran 2020)



Fonte: O autor (2020).

Ao lado da loja Elos é possível ver um prédio com portas fechadas. Nele funcionou por décadas uma loja do grupo Armazém Paraíba que atuava nos setores de roupas e calçados. A decisão do grupo de encerrar as atividades nesse núcleo contribuiu para essa baixa no setor calçadista e de confecções em tal área comercial de Marabá. Este não é o único prédio fechado e/ou com placa de aluguel nessa avenida, como podemos ver na figura 23, a seguir:

Figura 23 – Prédios comerciais fechados na Avenida Nagib Mutran (2020)



Fonte: O autor (2020).

Na imagem “c” da figura 23 acima, é possível ver uma banca de venda de produtos. Esta é uma atividade que não passa despercebida na Avenida Nagib Mutran: o comércio dos camelôs. Vendendo toda sorte de produtos, sobretudo, eletrônicos importados e “réplicas” de roupas, calçados e acessórios de marcas conhecidas, esses trabalhadores informais ocupam boa parte das calçadas.

Figura 24 – camelôs na Avenida Nagib Mutran (2020)



Fonte: O autor (2020).

Além das já mencionadas, há nessa área da cidade alguns outros estabelecimentos que ostentam grandes marcas nacionais e internacionais de diferentes ramos, alguns funcionando por meio de sistema de franquias, outras enquanto filiais. Referimo-nos às lojas: Tim, Vivo, Ellus, Óticas Diniz, Cacau Show, Subway (FIGURA 25) e outros.

Figura 25: Lojas Subway e Cacau Show no centro comercial da Cidade Nova



Fonte: O autor (2020).

O referido centro comercial oferece ao marabaense diversos outros estabelecimentos de prestação de serviços e, principalmente, de comércio de vários ramos. O que relatamos aqui foi o que prevaleceu na paisagem e/ou que nos chamou mais atenção durante o trabalho de campo. Veremos agora, o que sobressai e/ou mais nos chamou a atenção na Nova Marabá, na paisagem da Avenida VP-8 e adjacências.

3.3 A área central da Nova Marabá

A característica de apresentar áreas terciárias e, conseqüentemente, centralidades em padrão linear – acompanhando determinada via – em Marabá é marca, sobretudo, na Nova Marabá. Isso porque este núcleo é urbanisticamente diferenciado, “onde a constituição de um sistema viário superdimensionado (as vias

principais) contrasta com a fragmentação e a descontinuidade da malha viária secundária (folhas)” (DIAGONAL e PMM, 2011, p. 199).

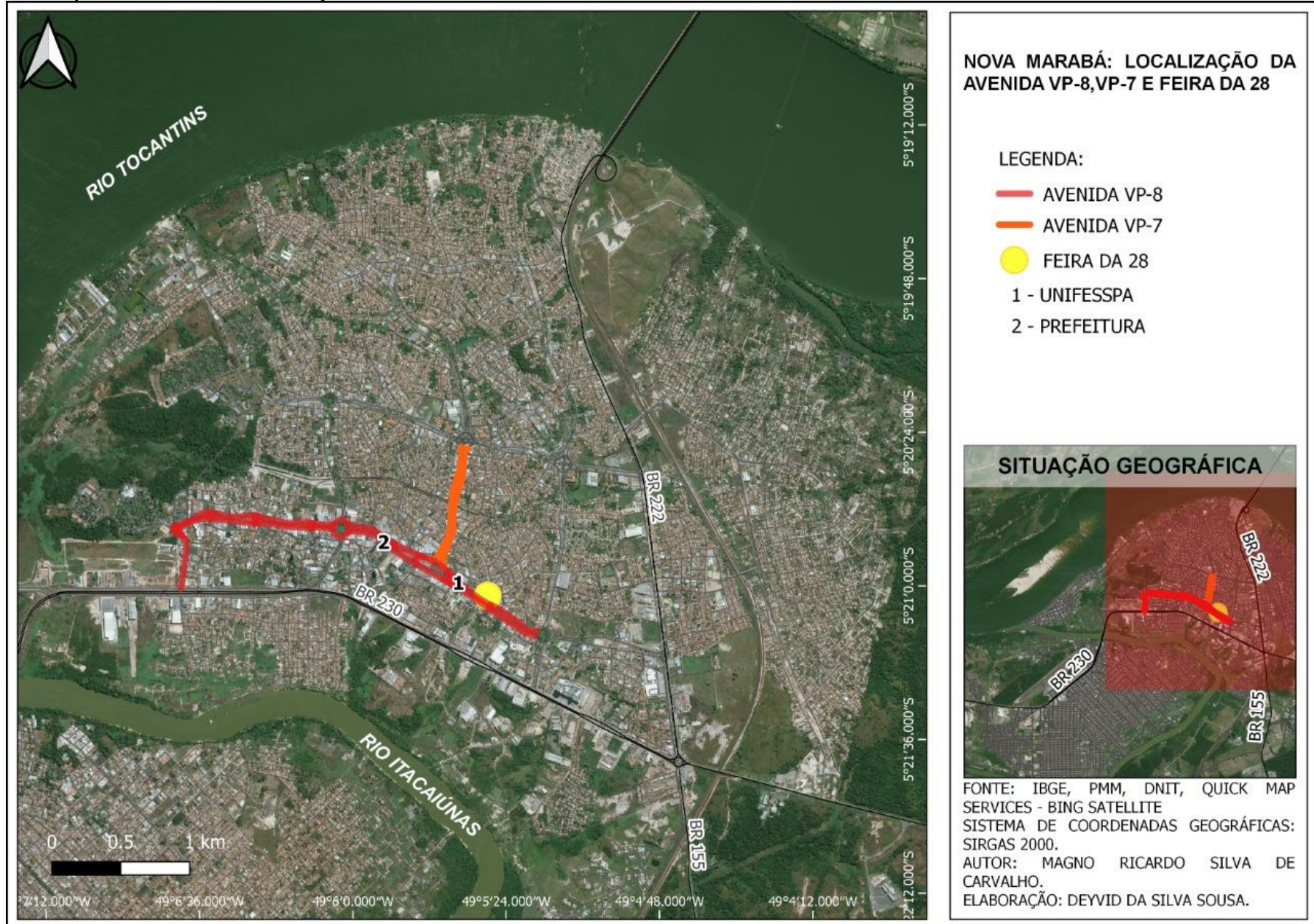
Curiosamente, foi pensado com um traçado urbano não necessariamente composto por quadras ou quarteirões, mas, sim baseado no conceito de unidades de vizinhança, e ainda com o intuito de remeter a uma castanheira, em que as vias principais (VP's) seriam os galhos e as unidades de vizinhança, as folhas, como foram assim nomeadas.

A ideia era que cada unidade de vizinhança, ou cada folha, possuísse seu comércio, ao menos atendendo às necessidades mais básicas, e nas VP's ficassem os serviços e atividades comerciais mais complexas, o que fez com que as atividades terciárias não ficassem concentradas em um único ponto, tendo algumas folhas conseguido estabelecer pequenas áreas comerciais e a maioria das VP's apresentem atividades terciárias. Entre elas, uma se destacou por sua concentração de comércio e serviços, a Avenida VP-8 (Via Principal 8).

Esse destaque justifica-se por ser uma via que liga, “por dentro” do núcleo Nova Marabá, a BR 222 e a Transamazônica de forma a evitar o “trevo”, a área de convergência das duas Rodovias, bem como evitar transitar alguns quilômetros pela Transamazônica com forte trânsito rodoviário e, até há alguns anos, más condições. Outros elementos também podem ter favorecido o fortalecimento dessa via, enquanto a centralidade linear que fala Diagonal e PMM (2011), como o surgimento e consolidação da Feira da 28¹⁹, a presença da primeira unidade da UFPA em Marabá (atual Campus I da Unifesspa) e da Prefeitura Municipal. Vejamos a seguir, no mapa 8, sua localização, bem como da Avenida VP-7 e Feira da 28, sobre as quais falaremos adiante:

¹⁹ Provenientes do planejamento explicado, grande parte dos bairros do núcleo Nova Marabá possuem o nome “Folha” seguido de numeração.

Mapa 8: Nova Marabá: localização da Avenida VP-8, VP-7 e Feira da 28



Fonte: Organização: O autor Elaboração: SOUSA (2020).

Trindade Júnior et al (2010, p. 81) falam que na VP-8,

pode-se encontrar um comércio de grande porte, com destaque para concessionárias de veículos, um comércio varejista, principalmente com redes de supermercados e feira, serviços públicos, com a presença de diversas secretarias da prefeitura, do terminal rodoviário (ônibus de linha), da receita estadual, de universidade e dos correios, além de serviços especializados na área de saúde, com clínicas, laboratórios, centros de distribuição de medicamentos etc

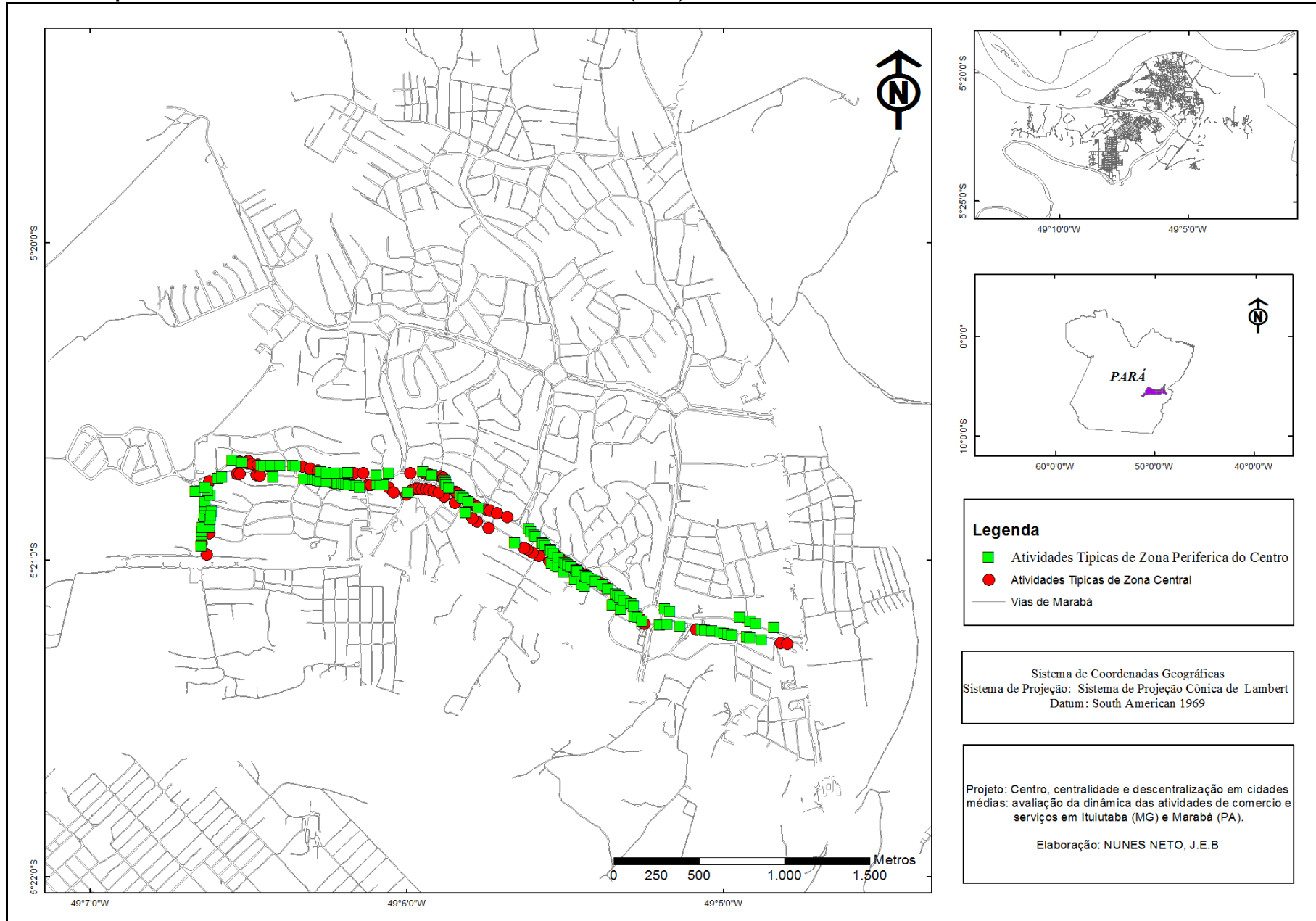
Estes autores também falam que na VP-8 é possível encontrar um terciário voltado para a região, com destaque para as concessionárias de veículos e comércio, como feira e supermercado (Trindade Júnior et al, 2010). Já a Revisão do Plano Diretor Participativo fala que “os estabelecimentos comerciais instalados ao longo da VP-8 atendem a uma demanda mais localizada” (DIAGONAL E PMM, 2011, p. 199), enquanto atribuem às rodovias, sobretudo, à Transamazônica, a característica de atender às demandas regionais.

Souza et al (2013), realizaram na Nova Marabá, mais precisamente na VP-8, o mesmo procedimento metodológico que nos dois outros núcleos, com algumas adaptações para a realidade deste, onde não é possível apontar as quadras centrais devido ao traçado urbano que, como dito, nem sempre permite a constituição de quadras. Entre os resultados, chama atenção o fato de mais de 96% dos usos do solo na referida avenida serem voltados para atividades terciárias. Vejamos:

Ao analisar o mapeamento realizado neste Núcleo, foram identificados 333 unidades de usos do solo, sendo estes classificados em atividades centrais, atividades não centrais e atividades típicas de zona periférica do centro. Nessa perspectiva, as atividades de comércio e serviços encontrados nessa área foram 320 unidades, representando 96,09% do total de usos, mostrando que a maior parte dos usos do solo nessa área representam atividades de comércio e serviços. Entre as unidades de comércio e serviço, 86 são atividades características de área central, ou seja, 25,82% do total, 106 são atividades de zona não-central, ou seja, 31,83% do total, e 128 são atividades características de zona periférica do centro, ou seja, 38,43% (Souza et al, 2013, p. 22).

A seguir o mapa 9, com os usos do solo urbano na Avenida VP-8, resultante da pesquisa:

Mapa 9: Atividades centrais na Av. VP-8 Núcleo Nova Marabá (2013)



Fonte: Souza et al (2013).

Legenda

- Atividades Típicas de Zona Periférica do Centro
- Atividades Típicas de Zona Central
- Vias de Marabá

Sistema de Coordenadas Geográficas
 Sistema de Projeção: Sistema de Projeção Cônica de Lambert
 Datum: South American 1969

Projeto: Centro, centralidade e descentralização em cidades médias: avaliação da dinâmica das atividades de comércio e serviços em Ituiutaba (MG) e Marabá (PA).

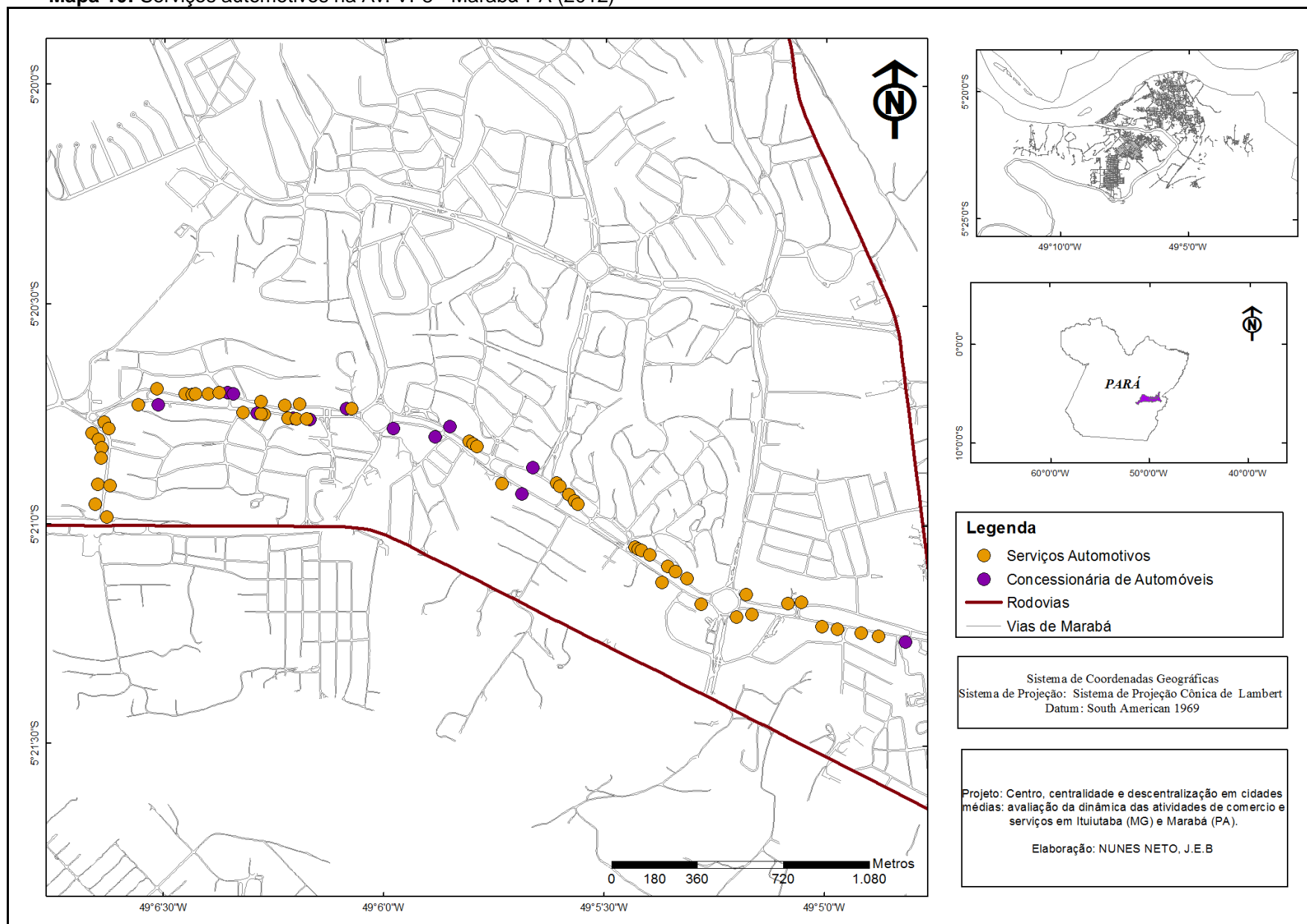
Elaboração: NUNES NETO, J.E.B

Como é possível perceber, ganham destaque as atividades típicas de zona periférica do centro. Segundo a pesquisa, isso se dá em função, principalmente, da grande quantidade de estabelecimentos voltados para automóveis, como oficinas, loja de autopeças, entre outros. Os autores somam, ainda nessas atividades típicas de zona periférica do centro, bem como também vinculados com o setor automobilístico, as concessionárias. A justificativa para tal concentração, segundo os pesquisadores, é que

Esta via faz a ligação, pelo interior da área urbana, das rodovias PA-150 e BR-230 (Transamazônica), o que implica em um intenso tráfego de veículos automotivos. Assim, além de oficinas de reparo, nesta via estão concentradas as principais concessionárias de veículos de Marabá, como Hyundai (duas lojas), Nissan, Chevrolet, Honda, Volkswagen, Renault. Entre as grandes marcas de automóveis com lojas em Marabá, apenas a Ford e a Fiat não estão localizadas nesta via (SOUZA, et al, 2013, p.23)

A presença destes estabelecimentos na ocasião da pesquisa era tanta, que o trabalho traz um mapa (MAPA 10) apontando a localização dos serviços automotivos e concessionárias na VP8:

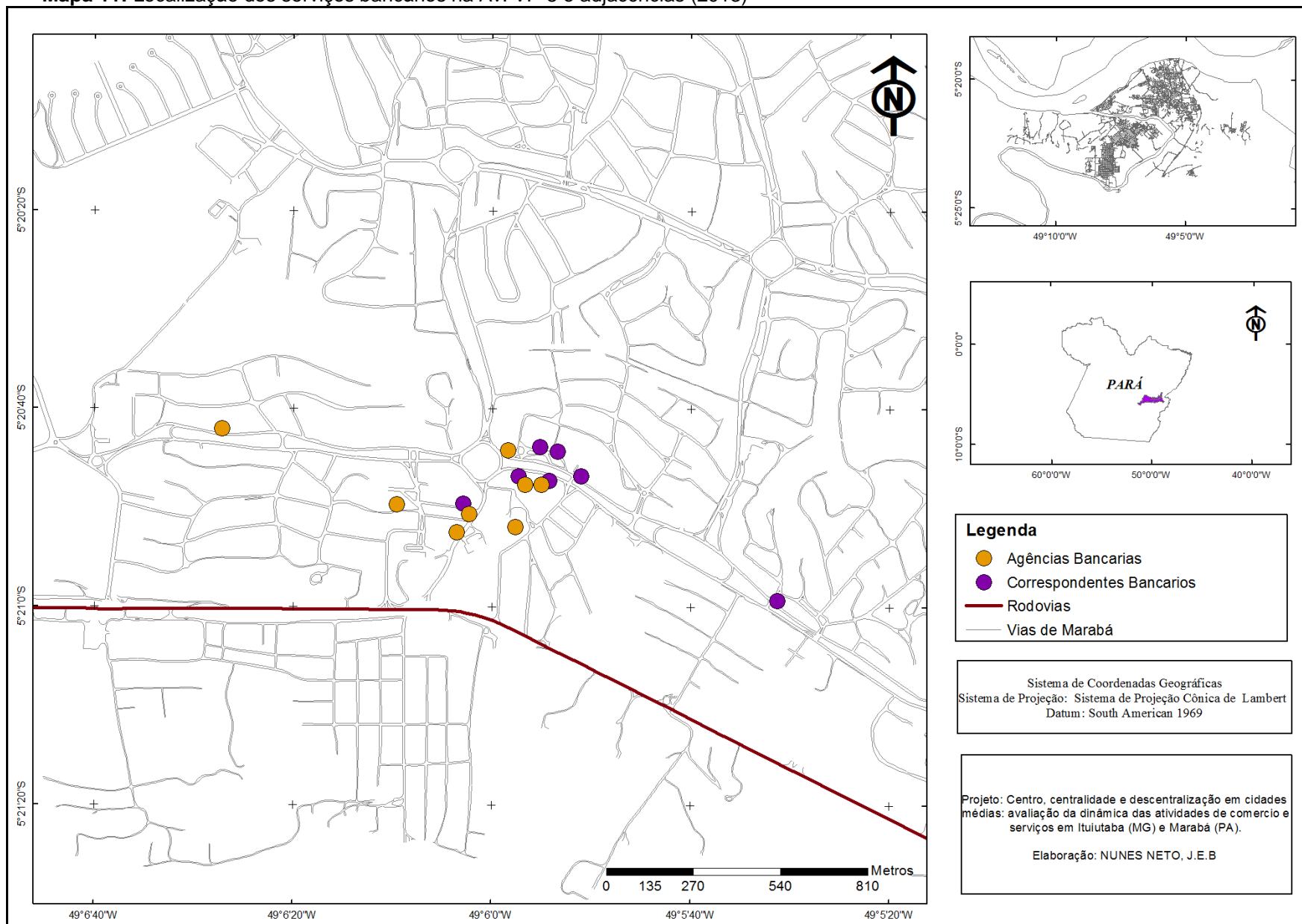
Mapa 10: Serviços automotivos na Av. VP8 - Marabá-PA (2012)



Fonte: Souza et al (2013).

Outro setor que chamou atenção dos pesquisadores, na ocasião, foi o bancário, em que relatam ter registrado a presença de sete agências bancárias, a saber: Bradesco, HSBC, Banpará, Caixa Econômica Federal, Itaú e duas do Banco do Brasil, além de oito correspondentes bancários e casas lotéricas (SOUZA, 2013). Estas agências fazem parte do referido centro terciário VP8, mas algumas localizam-se fora da VP8, em rua próxima e, diretamente, conectada a esta. Na ocasião, este ramo na Nova Marabá também foi cartografado (MAPA 11):

Mapa 11: Localização dos serviços bancários na Av. VP-8 e adjacências (2013)



Fonte: Souza et al (2013).

Outro espaço que mereceu nota na pesquisa de Souza et al (2013) foi a Feira. A esse respeito, os autores escreveram que enxergam

a Feira da Folha 28, na Nova Marabá, como um fator que reforça a centralidade deste local, já que ela é marginal à Avenida VP-8, tem uma importância histórica, pois já está consolidada neste local há mais de duas décadas e consegue produzir fluxos para esta área, de toda a cidade e também dos entornos rurais, sobretudo aos finais de semana.

Assim como nos núcleos Velha Marabá e Cidade Nova, também fomos a campo na, *a priori*, principal área comercial da Nova Marabá para trazer à pesquisa nossas percepções, bem como, o que mais se faz perceber atualmente na paisagem urbana desta área, especialmente, no que tange ao terciário.

3.3.1 A Avenida VP-8 e seu entorno atualmente

Assim como Souza et al (2013), também observamos significativa quantidade de estabelecimentos voltados para comércio e serviços relacionados com o setor automobilístico. O destaque entre estes são as concessionárias, principalmente, estabelecimentos de vendas de veículos usados, como os que podemos ver nas figuras 26 e 27 (na 26, podemos ver três estabelecimentos deste segmento, que se avizinham) mas, também de veículos novos, representantes de algumas grandes montadoras como Nissan, Renault, Toyota, Honda (FIGURA 28).

Figura 26 – Estabelecimentos de vendas de veículos usados na VP-8 – Nova Marabá



Fonte: O autor (2020).

Figura 27 – Estabelecimentos de vendas de veículos usados na VP-8 – Nova Marabá



Fonte: O autor (2020).

Figura 28 – Concessionárias de veículos na VP-8 – Nova Marabá



Fonte: O autor (2020).

Também são muitos os estabelecimentos de comércio e serviços para carros, entre lojas de autopeças e/ou acessórios, oficinas mecânicas, lanternagem, borracharias, autoelétricas, oficinas especializadas em injeção eletrônica, som automotivo, entre outros (FIGURA 29).

Figura 29 – Estabelecimentos de autopeças e serviços automotivos na Avenida VP-8 (2020)



Fonte: O autor (2020).

Entre clínicas com especialidades diversas, clínicas de medicina do trabalho, laboratórios e consultórios de várias especialidades, os serviços de saúde também ganham destaque na VP8. São muitos os estabelecimentos ilustrando essa categoria (figuras 30 e 31). Na figura 30, vemos um processo de coesão de estabelecimentos de saúde, dos visíveis na fotografia, todos são voltados, de alguma forma, para esta área.

Figura 30 – Equipamentos de saúde do setor privado na Avenida VP-8 (2020)



Fonte: O autor (2020).

Figura 31 – Equipamentos de saúde do setor privado na Avenida VP-8 (2020)



Fonte: O autor

Outro serviço que notamos, assim como também foi observado por Souza et al (2013), é a concentração de estabelecimentos voltados para serviços financeiros, com destaque para as agências bancárias. Ilustrando essa categoria, temos a figura 32, em que é possível visualizar uma agência da Caixa Econômica Federal e uma do Itaú, e a figura 33 onde vemos uma agência Sicoob e uma Bradesco. Ao todo, são dez agências, todas relativamente próximas, sendo, além das quatro que constam nas fotografias, uma do Banco da Amazônia (BASA), uma do Banpará, duas do Banco do Brasil, mais uma Bradesco, e uma Santander. Nas proximidades, também há vários correspondentes bancários, além da presença de caixas eletrônicos em alguns estabelecimentos e, relativamente próximo, uma casa lotérica.

Figura 32 – Agências bancárias próximas a Avenida VP-8 (2020)



Fonte: O autor (2020).

Figura 33 – Empreendimento Verdes Mares Shopping na Avenida VP-8 (2020)



Fonte: O autor (2020).

Impossível não reparar na figura 33 que o prédio que abriga as agências Sicoob e Bradesco é nomeado Verdes Mares Shopping. Vejamos, no quadro 2, a seguir, os atrativos constantes neste estabelecimento, com base em observação *in loco*:

Quadro 2: Estabelecimentos no Verdes Mares Shopping (2020)

Verdes Mares Shopping	
Comércio	Serviços
Ótica	Complemento educacional (Kumon)
Sorveteria	Escola de cursos profissionalizantes
Lanchonete	Escola de idiomas
Loja produtos de maquiagem	Barbearia
Loja de Acessórios p/ eletrônicos	Clínica Pediátrica
Loja de material escolar e escritório	Serviço de imagens aéreas
Loja de celulares	Delegacia da Receita Federal
	Clínica odontológica
	<i>Lan House</i>
	Certificação digital
	Correspondente bancário (CAIXA)
	Agência imobiliária
	Agência empresa de transporte urbano
	Faculdade privada (Unisa)
	Clínica estética
	Agência bancária (Sicoob)
	Cartão de todos Marabá
	Cinema
	Agência bancária (Bradesco)

Fonte: Pesquisa de campo. **Elaboração:** O autor

O nome “*Shopping Center*” denota ser, em sua essência, um espaço voltado para compras. Pintaudi (1989, p. 29), nos explica que um shopping center

É um empreendimento imobiliário e comercial que permite reunião, em um ou mais prédios contíguos, das mais variadas lojas de vendas a varejo, diferentes umas das outras não só pelos tipos de mercadorias que comercializam, como também pela sua natureza (lojas de departamentos, supermercados, boutiques, serviços etc.).

O empreendimento Verdes Mares Shopping, ao nosso ver, em nada se assemelha à definição de Pintaudi (1989), e nem mesmo à própria nomenclatura, que sugere um espaço majoritário de compras, e não de serviços. Assim sendo, não o consideramos um Shopping Center.

No entanto, apesar de não ser majoritariamente comercial, os serviços também são possuidores de centralidade, sendo este um contribuinte da centralidade da VP-8. Um dos destaques do artefato imobiliário citado, é a presença de estabelecimentos de ensino, somando quatro, ao todo. Além destes localizados do Verdes Mares Shopping, existem ainda outros estabelecimentos voltados, de alguma forma, para educação, ensino e formação escolar, acadêmica e profissional.

Entre escola de Ensino Básico, Universidade Pública, Universidades e faculdades privadas, cursos profissionalizantes e cursos de idiomas. Como já foi dito, nessa via se localiza uma unidade da Unifesspa, mas, além desta têm outros espaços que oferecem formação superior, no caso, espaços pertencentes a grupos privados, como a Uniasselvi e a maior, a Faculdade Carajás (Figura 34).

Figura 34 – Faculdade Carajás (2018)



Fonte: <https://www.zedudu.com.br/concessao-de-terreno-faculdade-dos-barbalho-em-maraba-vai-parar-na-justica/>

Até o momento, tratamos, majoritariamente, de serviços, mas, também observamos espaços voltados para o comércio. O destaque nesse sentido é a feira, sobre a qual falaremos adiante. Além desta, podemos observar na avenida várias lojas, porém, pouca repetição de ramos comerciais, ou, pouca coesão. O nicho que mais se repete são as lojas de móveis e eletrodomésticos. Na figura 35, a seguir, vemos na imagem “a” uma loja Morenta, grupo goiano com atuação em algumas cidades do Pará, uma filial Feirão dos móveis na fotografia “b”, grupo maranhense com atuação também no Pará e no Tocantins, uma loja Liliane na “c” e uma loja Eletro Mateus na imagem “d”.

Figura 35 – Lojas de móveis e eletrodomésticos na Avenida VP-8 e proximidades (2020)



Fonte: O autor (2020).

Outro ramo que conseguimos observar ver em diferentes pontos da extensão da VP8, bem como, também nas proximidades desta, são restaurantes, sobretudo, de funcionamento diurno, com estabelecimentos voltados para diferentes estratos sociais, sobretudo, de rendas médias e baixas. Há também todo um comércio noturno, principalmente, na área da alimentação, ondeé possível encontrar durante à noite pizzarias, churrascarias, lanchonetes e outros. Há também a presença de outras casas que exercem, sobretudo noturnamente, seu poder de atração de pessoas, como alguns bares, casas de shows e igrejas.

Muitos outros ramos comerciais e de serviços possuem firmas na referida Avenida, desde material de construção e materiais elétricos a perfumaria e farmácias, passando por serviços advocatícios e contábeis entre dezenas de outros. Porém, como, inclusive, já realizamos nas outras áreas comerciais, aqui pensamos serem dignas de nota as que se destacam na paisagem urbana pela quantidade de estabelecimentos e as que, mesmo não possuindo muitos pontos, possuem considerável poder de atração. Dessa forma, outros ramos de vendas de produtos e prestação de serviços acabam por ficar eclipsados.

Enquanto vários nichos comerciais e de serviços atuantes na VP8, não foram citados com tanta atenção, um espaço que não é, exatamente, nessa avenida ganha atenção neste trabalho, referimo-nos à feira. Isso porque a Feira da 28, como é conhecida, embora seja um espaço comercial, de certa forma, independente da

VP8, também não pode ser desvinculada desta devido à proximidade, sendo, portanto, a centralidade da feira associada à avenida e sendo ela uma importante centralidade polar. Diagonal e PMM (2011, p. 195), falam que “a região comercial da folha 28 articulada à região comercial da VP-8 concentra a oferta de comércio popular, sendo constituído por uma rede de pequenas lojas e feira livre”. Por esta razão, resolvemos dedicar uma parte de nosso texto a este espaço comercial.

3.3.1.1 A Feira da Folha 28

As feiras livres são, geralmente, os principais espaços de concentração de atividades do circuito inferior da economia urbana em uma cidade. Em Marabá não é diferente, onde as principais feiras – a saber a Feira das Laranjeiras, Feira da Velha Marabá e Feira da 28 – são os espaços onde, de certo, encontramos concentradas atividades comerciais atinentes ao circuito inferior.

Mascarenhas e Dolzani (2008), nos explicam as feiras de duas formas distintas e complementares, uma mais ampla e uma mais estrita, nesse segundo caso onde referem-se a essas concentrações comerciais na maioria das cidades brasileiras. Ambas nos auxiliam na compreensão destes espaços em Marabá e, especificamente, a Feira da 28. Primeiro eles afirmam que a feira livre é, antes de tudo,

a expressão de uma tradição urbana tornada obsoleta pelo automóvel e pelo moderno varejo, via de sobrevivência material e reprodução social, tomada como territorialidade popular. Como resultado de longa evolução dos mercados a céu aberto, de remota origem ibérica, redefinidos no contexto urbanístico da racionalidade higienista da Belle Époque, a feira livre representa uma experiência peculiar de sociabilidade e de uso da rua, que há décadas sofre acusações de obsolescência, pela difusão ilimitada da automobilidade e das modernas formas de varejo (sobretudo os supermercados) (MASCARENHAS E DOLZANI, 2008, p. 74).

Posteriormente, os autores apresentam a seguinte explicação:

A feira livre no Brasil constitui modalidade de mercado varejista ao ar livre, de periodicidade semanal, organizada como serviço de utilidade pública pela municipalidade e voltada para a distribuição local de gêneros alimentícios e produtos básicos. Herança em certa medida da tradição ibérica (também de raiz mourisca), posteriormente mesclada com práticas africanas, está presente na maioria das cidades brasileiras [...]. Desempenham ainda hoje papel relativamente importante no abastecimento urbano (MASCARENHAS E DOLZANI, 2008, p. 75).

Na Feira da 28 as atividades intensificam-se aos domingos, quando é “dia de feira” e parte das ruas são fechadas para o tráfego de veículos e tomadas por

barracas, como podemos ver na figura 36, a seguir. Entretanto, este espaço mantém-se ativo e exercendo sua centralidade durante toda a semana. De acordo com Souza et al (2013), tal centralidade não se restringe ao Núcleo Nova Marabá, alcançando os núcleos São Félix, Morada Nova e zona rural.

Figura 36 – Imagem aérea da Feira da Folha 28 (2019)



Fonte: <https://correiodecarajas.com.br/feira-da-folha-28>

Na Feira da 28 é possível encontrar todos os estabelecimentos e produtos típicos de feira, desde frutas, hortaliças, ervas medicinais, açougues e peixarias a roupas, calçados, acessórios, produtos eletrônicos importados, farmácias, armarinhos, mercearias, materiais escolares e para escritórios além de vários outros produtos e serviços. Isso porque o que se entende enquanto Feira da 28, para a população, é o espaço da feira em si, onde trabalham os feirantes comercializando, principalmente, produtos orgânicos alimentícios (FIGURA 37), mas, também todo o seu entorno e algumas ruas que congregam uma gama de comércio e serviços.

Figura 37 – Feira da Folha 28 (2020)



Fonte: O autor (2020).

No comércio, para além da feira em si, destacamos as lojas de calçados, voltados para setores de baixa renda, assim como grande parte do que é comercializado neste espaço. Isso porque são, em sua maioria, produtos de baixa qualidade e/ou “réplicas” de grandes marcas. Nesse ramo, há inclusive um trecho tomado quase que por completo por essas lojas de calçados (FIGURA 38). Próximo a esta concentração calçadista, há também uma concentração de estabelecimentos que realizam consertos de calçados:

Figura 38 – Lojas de calçados na Feira da Folha 28 (2020)



Fonte: O autor (2020).

Outro processo claro de coesão dentro da Folha 28, é uma rua com vários açougues que se avizinham, como podemos ver na figura 39.

Figura 39 – Açougues na Feira da Folha 28 (2020)



Fonte: O autor (2020)

Outros ramos comerciais são merecedores de nota, como as farmácias. São cinco, ao todo, sendo uma delas com atendimento 24 horas. Temos ainda, as, já

lencadas, lojas de roupas, há também lanchonetes, restaurantes e padarias. Entre os serviços, destacamos a quantidade de barbearias e um ponto de mototáxi.

Também é digno de nota espaços relativamente recentes na VP-8, onde são comercializados produtos característicos de feira. Referimo-nos a uma “feirinha” com várias “barracas”, em que se sobressai a venda de frutas e uma galeria com lojas de roupas e importados de qualidade e preços semelhantes às vendidas na feira. Esses estabelecimentos ficam na própria VP-8, mas, pode ser facilmente compreendido como uma extensão da Feira da 28, pela proximidade com esta e por gozarem da reputação da feira, enquanto referência no comércio desses produtos na cidade (FIGURA 40). Esses espaços são concretização de uma, entre outras, previsões feitas pela Revisão do Plano Diretor de 2011, quando dissertam sobre a Feira da 28 e destacam que tende a acontecer uma “expansão geográfica da área comercial, embora, ocorram limitações decorrentes do padrão de ocupação e da estrutura do sistema viário local” (DIAGONAL e PMM, 2011, p. 197).

Figura 40 – Comércio de frutas e galeria de lojas na Avenida VP-8 (2020)



Fonte: O autor (2020).

A Feira da 28 não é o único espaço fora da VP- 8 que contribui para com a centralidade da referida via, e ainda, usufrui desta. Referimo-nos à Avenida VP-7, uma das principais conexões dos bairros do interior do núcleo com a VP-8 (MAPA 8). Discorreremos, brevemente, sobre ela no subtópico que segue:

3.3.1.2 A Avenida VP-7

A concentração de estabelecimentos comerciais e de serviços na Avenida VP-7 (FIGURA 41) poderia ser vista como uma área comercial secundária, de menor importância, assim como consideramos outras neste trabalho. Porém, não é, haja vista ser contígua à Avenida VP8, e mostrar-se enquanto parte e/ou complemento da sua concentração terciária, onde apresenta alguns estabelecimentos de determinados ramos de atividade que não são encontrados na VP8, demonstrando assim certo grau de complementaridade.

A Avenida VP-7, também possui vários estabelecimentos que se assemelham, em termos de área de atuação e público alvo, com estabelecimentos da VP8, o que ao nosso ver, também demonstra coadunação e, porque não dizer, ampliação ou prolongamento da área terciária da VP8. Dessa forma, compreendemos ser acertado dedicar alguma atenção a esta via e seu potencial terciário.

Figura 41 – Estabelecimentos comerciais na Avenida VP-7 (2020)



Fonte: O autor (2020).

Os empreendimentos que firmam e reforçam a ideia de que a VP7 é um prolongamento da VP8, são, principalmente, os voltados para vendas e serviços automotivos. São muitos, entre oficinas mecânicas, funilarias, auto elétricas, lojas de autopeças, entre outras. Ilustrando estes, mostramos a figura 42, a seguir:

Figura 42 – Autopeças e serviços automotivos na Avenida VP-7



Fonte: O autor (2020).

Um diferencial quanto à VP-8, mas, que também, de alguma forma, reforça essa coesão, são os estabelecimentos direcionados para o atendimento de motociclistas. Diferente da maioria das casas voltadas para os carros, as que trabalham com motos, geralmente, congregam mais de um serviço, como mecânica e elétrica e venda de motopeças. Para ilustrar estes temos a figura 43:

Figura 43 – Motopeças e manutenção de motos na Avenida VP- 7



Fonte: O autor (2020).

Outro ramo que pode ser encontrado repetidas vezes na VP7, são lojas de materiais de construção e decoração, bem como, outros estabelecimentos de alguma forma ligados à construção e reforma residencial e predial, como lojas de tintas, de materiais elétricos e forros (FIGURA 44).

Figura 44 – Lojas de material de construção e decoração na Avenida VP-7 (2020)



Fonte: O autor (2020).

Apenas uma loja de móveis e eletrodomésticos pôde ser encontrada na avenida. Poucas também são as lojas de roupas, conseguimos encontrar apenas duas. Merecem menção também os estabelecimentos de funcionamento noturno, como bares e restaurantes. Também podemos encontrar, na Avenida VP-7, outros estabelecimentos de comércio e serviços que não citamos, como consultórios de odontologia, ótica, padaria, academia, entre vários outros que não se repetem.

Desde que estas áreas comerciais e de serviços, da Nova Marabá e da Cidade Nova, se consolidaram, nos anos 1980, juntamente com a área central do núcleo pioneiro, tem sido estas três áreas que mantêm apresentando ao cidadão o que há de mais importante no que tange ao comércio e também serviços na cidade de Marabá. Isso até iniciarem as operações de grades estabelecimentos comerciais nas rodovias, principalmente, na Rodovia Transamazônica. Veremos a seguir esses novos espaços comerciais da cidade, essas novas expressões de centralidade.

4 A(S) NOVA(S) CENTRALIDADE(S) E UMA MARABÁ MULTI(POLI)CÊNTRICA

A Revisão do Plano Diretor Participativo (DIAGONAL e PMM, 2011) aponta, como vimos na figura 1, a rodovia Transamazônica como uma “centralidade linear”. No entanto, Souza et al (2013), de certa forma, discordam, já que retiram a rodovia das suas análises afirmando que esta via, naquele momento, estava simplesmente caminhando para a construção e conformação de um espaço central, com a inauguração de alguns empreendimentos comerciais e a previsão de inauguração de outros, mas, que ainda não era, de fato, um espaço central.

A própria Revisão do Plano Diretor Participativo aponta elementos, em consonância com Souza et al (2013), ao se contradizer em certo trecho em que elenca algumas previsões para o comércio, quando afirma que “um movimento possível seria a constituição de uma forte centralidade linear ao longo da rodovia Transamazônica” (DIAGONAL E PMM, 2011, p. 199, grifo nosso), dando a entender que a via ainda não era, naquele momento, uma parte central da cidade no que tange ao comércio.

É válido colocar que a primeira inauguração de uma plataforma comercial de grande porte às margens da rodovia na cidade foi em 2012, ano seguinte ao da publicação de Diagonal e PMM. A segunda a ser inaugurada foi um shopping center em 2013, mesmo ano da publicação da pesquisa de Souza et al. Também precisamos lembrar que consideramos que, por si só, cada grande superfície comercial se apresenta enquanto importante expressão de centralidade na urbe, sobretudo, se tratando de uma cidade não metropolitana (SILVA, 2017; OLIVEIRA JÚNIOR, 2011; SILVA e GONÇALVES, 2012).

O que compreendemos é que naquele momento, início dos anos 2010, iniciava-se o processo de mudança nas centralidades em Marabá, com a rodovia Transamazônica tornando-se um espaço central, a partir, principalmente, da somatória de grandes plataformas comerciais que foram sendo inauguradas, ou seja, a somatória de “distintas”, e ao mesmo tempo similares, expressões de centralidades. Compreendemos que a pesquisa de Souza et al (2013) não considerou a rodovia como central, pois, como vimos no capítulo anterior, a forma de mensurar a centralidade era por meio da constatação da concentração e

avizinhamento de estabelecimentos, e naquele momento eram, ainda, poucos estabelecimentos de comércio nessa via.

Antes da inauguração dos primeiros grandes empreendimentos, durante décadas, a rodovia Transamazônica no espaço urbano de Marabá, já exercia certo poder de atração sobre o cidadão. Porém, até aquele momento, ano de 2012, a atração que a rodovia exercia era, majoritariamente, efêmera. Isso porque essa via liga os três principais núcleos e as pessoas convergiam a ela para ir de um núcleo ao outro. No entanto, não era, ainda, uma “área central” no sentido que aqui entendemos, de centro permutador ou centro comercial e econômico (CASTELLS, 1983; BARATA-SALGUEIRO; 2013).

Para ratificar, até o início dos anos 2010, o cidadão não se dirigia até as rodovias para consumir, e isso começou a mudar a partir da inauguração do primeiro supermercado. Obviamente, a afirmação feita é uma generalização, pois, as rodovias já apresentavam comércio direcionado para o espaço regional, sobretudo, para o agrário, e apesar de não ser o foco, não impedia que o residente na cidade de Marabá consumisse em tal local.

Um bom exemplo dessa exceção, ou o mais significativo, era uma distribuidora de alimentos que, mesmo visando a distribuição na região e vendendo no atacado, também atendia o marabaense, a Colina Distribuidora, da qual falaremos adiante. Também havia, e ainda há, uma gama de serviços voltados para o regional, mais especificamente para o transporte rodoviário e o comércio de veículos, em especial de grande porte. A concentração terciária que as rodovias já apresentavam, a nosso ver, fazia sim parte de uma centralidade, a de Marabá perante a região.

Trindade Júnior et al (2010), descrevem a área de maior intensidade terciária nos eixos rodoviários em Marabá que era, até então, o entroncamento, encontro das rodovias Transamazônica e PA 150 (trecho atualmente pertencente a BR 222), conhecido como Trevo ou Entroncamento do KM 06. Os autores dizem que no

[...] entroncamento do Km 6 (ponto em que as rodovias Transamazônica e PA-150 se encontram) [...] localizam-se o terminal rodoviário administrado pela prefeitura municipal, onde o maior movimento é de micro-ônibus e vans (conhecido como rodoviária do Km 6) e a feira Miguel Pernambuco, as principais concessionárias de veículos, notadamente aquelas voltadas para o comércio de veículos pesados (caminhões e tratores), hotéis de baixo padrão, postos de gasolina (onde são contratadas empresas de transporte rodoviário), hospital regional (com serviços médicos de média e alta complexidade, tais como cardiologia, neurocirurgia, ortopedia,

fonoaudiologia, fisioterapia etc.), lojas de autopeças e oficinas mecânicas (Trindade Júnior et al, 2010, p. 81)

Diagonal e PMM (2011), apontam previsões quanto ao comércio e as centralidades a partir, principalmente, da conjuntura econômica e suas reverberações em Marabá e citam, entre outras, essa mesma área em que Trindade Júnior et al (2010) citaram. Vejamos:

As tendências que se configuram a partir do quadro de investimentos e de expansão do emprego e da renda indicam uma alteração sensível na hierarquia das centralidades. O adensamento da ocupação na rodovia Transamazônica (sobretudo no trecho que atravessa a Nova Marabá) e a implantação de centros de compra aponta para aumento da importância relativa da área no direcionamento dos fluxos internos na cidade. Por outro lado, o dinamismo da região poderá ocorrer em paralelo à perda de importância de centralidades como a Marabá Pioneira e a Agrópolis para o conjunto da cidade. Outro movimento possível seria a constituição de uma forte centralidade linear ao longo da rodovia Transamazônica incluindo os trechos determinados pelo cruzamento com a PA – 150 e a região do aeroporto (DIAGONAL E PMM, 2011, p. 199).²⁰

Essa constituição da centralidade linear da BR 230 inicia-se, de fato, no ano de 2012, quando houve a instalação do primeiro grande artefato comercial nessa rodovia: um supermercado do Grupo Mateus na Nova Marabá. A partir de então, vários estabelecimentos de serviços e, principalmente, comércio foram inaugurados no eixo rodoviário, sobretudo, na Transamazônica. Dentre estes, os principais são, indubitavelmente, as grandes superfícies comerciais, que somam sete estabelecimentos. Trata-se, no Núcleo Cidade Nova, de uma loja de departamentos, a Havan e uma do Grupo Mateus, o supermercado Mix Mateus (FIGURA 45), que, como prenunciou a revisão do plano diretor, são próximos ao aeroporto, ambas em frente, para sermos mais específicos.

²⁰ O que o documento chama de Agrópolis é o bairro Cidade Nova, localizado no núcleo de mesmo nome.

Figura 45 – Grandes superfícies comerciais no Núcleo Cidade Nova



Fonte: SETUR (2019).

Os demais, cinco, são na Nova Marabá, sendo quatro relacionados ao setor supermercadista (FIGURA 46). Trata-se da loja Colina Varejo e Atacado (imagem “a”), o hipermercado Líder (imagem “b”), o supermercado Mateus (imagem “c”) e a loja Atacadão (imagem “d”).

Figura 46 – Grandes superfícies comerciais no Núcleo Nova Marabá



Fonte: O autor (2020).

A outra grande superfície comercial na Nova Marabá é um shopping center, o Shopping Pátio Marabá²¹, que pode ser visto na figura 47, a seguir. Assim como o hipermercado Líder, e o Colina Varejo e Atacado, este também fica próximo ao entroncamento das rodovias, como, também, denuncia Diagonal e PMM (2011) e como veremos mais adiante.

Figura 47 – Shopping Pátio Marabá



Fonte

: <http://noticiasdeparauapebas.com/em-plena-pandemia-o-shopping-patio-maraba-anuncia-a-chegada-de-cinco-novas-lojas-nos-proximos-meses/>

Entre os sete estabelecimentos mostrados, apenas um não é na Transamazônica, o Colina Varejo e Atacado que fica às margens da BR 222. Além deste, os estabelecimentos comerciais nessa rodovia na Nova Marabá²², são poucos e de pequeno porte, para além das demandas rodoviárias e regionais.²³ Para sermos mais específicos, na ocasião de nossa observação *in loco*, foi visto, além do Colina Varejo e Atacado e do comércio regional e de alguns serviços automotivos e similares, apenas um estabelecimento que comercializa polpa de açaí e

²¹ O Shopping Pátio Marabá é fruto de uma parceria do grupo local Leolar, com o nacional Dan Hebert.

²² Especificamos que na Nova Marabá porque a Rodovia BR 222 perpassa os Núcleos São Félix e Morada Nova e suas respectivas áreas centrais ficam às margens dessa estrada.

²³ O terminal rodoviário, o hospital regional, hotéis de pequeno porte, e toda sorte de estabelecimentos para autos, principalmente para veículos de grande porte, além de concessionárias de veículos, nos quais destacam-se uma de motos e algumas de veículos de grande porte.

sorvetes/doces e um bar, além de restaurantes e hotéis de baixo padrão próximos à rodoviária no Km 6.

Os grandes espaços de compras, sejam supermercados, grandes lojas de departamentos ou shopping centers, possuem, eles próprios, alto poder de centralidade, como vimos nas nossas reflexões teóricas, pois, atraem quantidade substancial tanto de trabalhadores, quanto de consumidores, diariamente.

Este alto nível de atração de consumidores ocorre a partir do que esses espaços têm a oferecer enquanto atrativos, desde os produtos em si, atendimento, conforto e uma série de outros, que podem variar e muito de acordo com o público-alvo, com a realidade tanto intraurbana quanto regional em que o empreendimento foi inserido e tantas outras questões. No entanto, são os produtos e serviços oferecidos em determinado estabelecimento, que mais se destacam enquanto principais atrativos, com os demais, via de regra, sendo estabelecidos em torno ou em função dos produtos comercializados e serviços oferecidos.

Dentre os grandes equipamentos comerciais, elegemos os supermercados para dispensarmos mais atenção. Tal escolha se justifica por serem maioria entre as grandes plataformas comerciais e por serem, também, o setor comercial que, efetivamente, passou por uma drástica transformação em vários aspectos e nos possibilita realizar um comparativo em dois períodos.

No entanto, pensamos ser necessário mostrar quais são estes atrativos nas grandes plataformas aqui citadas, em todas, não apenas nas que são do setor supermercadista, aos quais falaremos de forma mais pormenorizada no tópico seguinte e, portanto, mostraremos esses atrativos. Antes de adentrarmos nessa aproximação com os supermercados, vejamos o que há de comércio e serviços nessas superfícies comerciais, no caso a loja Havan e o Shopping Pátio Marabá. Vejamos, primeiramente, o que oferece a Loja de departamentos do grupo catarinense (QUADRO 3):

Quadro 3 – Atrativos/produtos encontrados na Havan

Havan	
Departamentos	Atrativos/produtos
Eletros	Eletrrodomésticos, eletroportáteis, climatização.
TV e áudio	Televisores, equipamentos de áudio, outros acessórios.
Eletrônicos	Informática, telefones fixos e celulares, games, instrumentos musicais, peças para som automotivo.
Utilidades domésticas	Louças, copos e taças, faqueiros e talheres,

	panelas, utensílios para cozinha, lavanderia, artigo para banheiros.
Cama, mesa e banho	Cama, mesa, banho, roupões, acessórios de cama.
Decoração	Artigos decorativos, cortinas, tapetes, acessórios para salas.
Moda	Feminino, masculino, infantil, fitness, calçados.
Brinquedos	Brinquedos, jogos, artigos esportivos, instrumentos musicais, brinquedos eletrônicos, brinquedos didáticos.
Esporte e lazer	Artigos esportivos, acessórios e equipamentos para viagem, <i>camping</i> e piscinas.
Ferramentas e jardim	Ferramentas manuais e elétricas e acessórios para autos (pneus, limpeza automotiva, etc).
Beleza e perfumaria	Produtos para maquiagem, estética e banho, equipamentos e perfumes.
Bebê	Alimentação, acessórios e produtos para bebês.
Alimentos	Chocolates, bolos, balas e cafés.
Churrasco	Artigos para churrasco e petiscaria.
Bar e lanchonete	Lanches e bebidas

Fonte: Pesquisa de campo; <https://www.havan.com.br/#> **Elaboração:** O autor (2020).

O extinto Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio Exterior e Serviços classificava estabelecimentos que oferecem alimentos e bebidas, como restaurantes, bares e lanchonetes enquanto serviços (MDIC, 2018)²⁴. Semelhantemente, também categoriza dessa forma a Comissão Nacional de Classificação (CONCLA, 2020)²⁵. Assim justificamos termos alocado tais estabelecimentos enquanto serviços no Quadro 4, a seguir, que nos mostra os atrativos de comércio e serviços do Shopping Pátio Marabá:

Quadro 4: Atrativos/comércio e serviços encontrados no Shopping Pátio Marabá

Shopping Pátio Marabá	
Comércio	Serviços
4 kids - Vestuário infantil	Art Tude Tatoo – Estúdio de tatuagem
Adventure – Artigos esportivos	Bradesco – Agência bancária
Adabox – Celulares e acessórios	Caixa Econômica Federal – Postos de auto-atendimento bancário
Anacapri – Calçados femininos	Claro – Telefonia celular (agência de atendimento)
Arezzo - Calçados femininos	Conveniência Digital – Serviços digitais
Armazém Paraiba – Calçados	Depyl Action - Depilação
Avenida – Loja de departamentos	DETRAN-PA (agência de atendimento)
C & A - Loja de departamentos	E-Viagem Turismo – Agência de viagens
Carmen Steffens – Roupas, calçados e	Estação Cidadania (atendimento integrado de

²⁴Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/index.php/comercio-servicos/a-secretaria-de-comercio-e-servicos-scs-13>

²⁵Disponível em: <https://concla.ibge.gov.br/busca-online>

acessórios	diversos serviços públicos)
Centauro – Calçados, acessórios, produtos esportivos	Fibralink – Serviço de internet
Chilli Beans – Óculos esportivos	Giga Kids – Parque de diversão
Clube Melissa – Calçados femininos	Atlântica – Passagens ferroviárias
Colcci - Vestuário	Guarda capacetes – Guarda volumes
Corpo e Seda - Moda íntima, <i>lingerie</i>	Lady & Lord – Clínica estética e cabeleireiro
Criativa – Vestuário Feminino	Águia – Agência lotérica
CS Club - Calçados e acessórios	Mini Cars For Rent – Entretenimento/diversão infantil
D’Laura – Acesórios	Mirante – Agência Imobiliária
Damyller – Vestuário	Moviecom - Cinema
Diamantes Jóias Folheadas – Joalheria/acessórios	Parks e Games– Parque de diversão
Eder Promusic – Instrumentos musicais	Selfit – Academia
Empório do Aço – Joalheria/acessórios	Tim – Telefonia celular (agência de atendimento)
Exclusiva Fashion – Vestuário Feminino	Vivo – Telefonia celular (agência de atendimento)
Extrafarma – Drogaria	Zoo Kids Car– Entretenimento/diversão infantil
Galeguinho Tabacaria e Presentes – Artigos para presente	Açaí no Ponto – Sorveteria, doceteria
Giovanna - Calçados e acessórios	Amado Gelato Puro – Sorveteria
Havaianas – Calçados	Bob´s – Lanchonete <i>fast food</i>
Kattleya– Vestuário Feminino	Bob´s –Sorveteria,
Le Biscuit – Loja de departamentos	Burguer King – Lanchonete <i>fast food</i>
Lojas Americanas – Loja de departamentos	Brasil Cacau - Bombonière, doceteria
Lorena Rezende – Moda íntima, <i>lingerie</i>	Cacau Show - Bombonière, doceteria
Lupo – Moda íntima, <i>lingerie</i>	Cantinho Paraense - Restaurante
M. Officer – vestuário	Chiquinho Sorvetes - Sorveteria
Mahogany – Perfumaria e cosméticos	Chopp da Brahma - Bar
Malwee Kids – Vestuário infantil	Fort Açaí - Sorveteria
Moda Show – Vestuário	Haru Oriental Food - Restaurante
Mr. Cat – Calçados	Lug’s - Lanchonete <i>fast food</i>
Natália Fraga – Joalheria/acessórios	Milk Shake Mix – Sorveteria
Novo Tok – Perfumaria e cosméticos	Mundo Verde – mercearia/alimentação
O Boticário - Perfumaria e cosméticos	Parmeggio – Restaurante
Ótica Maia– Joalheria/acessórios	Petroni Pizza – Restaurante
Óticas Hellena piso L3– Joalheria/acessórios	Ponto do café – Lanchonete
Óticas Hellena piso L2– Joalheria/acessórios	Pop Pastel– Lanchonete <i>fast food</i>
Pérola Modas – Vestuário	Spoletto – Restaurante
Petit Kids– Vestuário infantil	Subway – Lanchonete <i>fast food</i>
Píticas – Vestuário	
Play Games – Loja de jogos	
Polishop – Eletroeletrônicos, eletrodomésticos	
Quatro ventos – Moda íntima, <i>lingerie</i>	
Quem Disse, Berenice? – Acessórios, perfumaria e cosméticos	
Renner– Loja de departamentos	
Requinte Store – Vestuário	

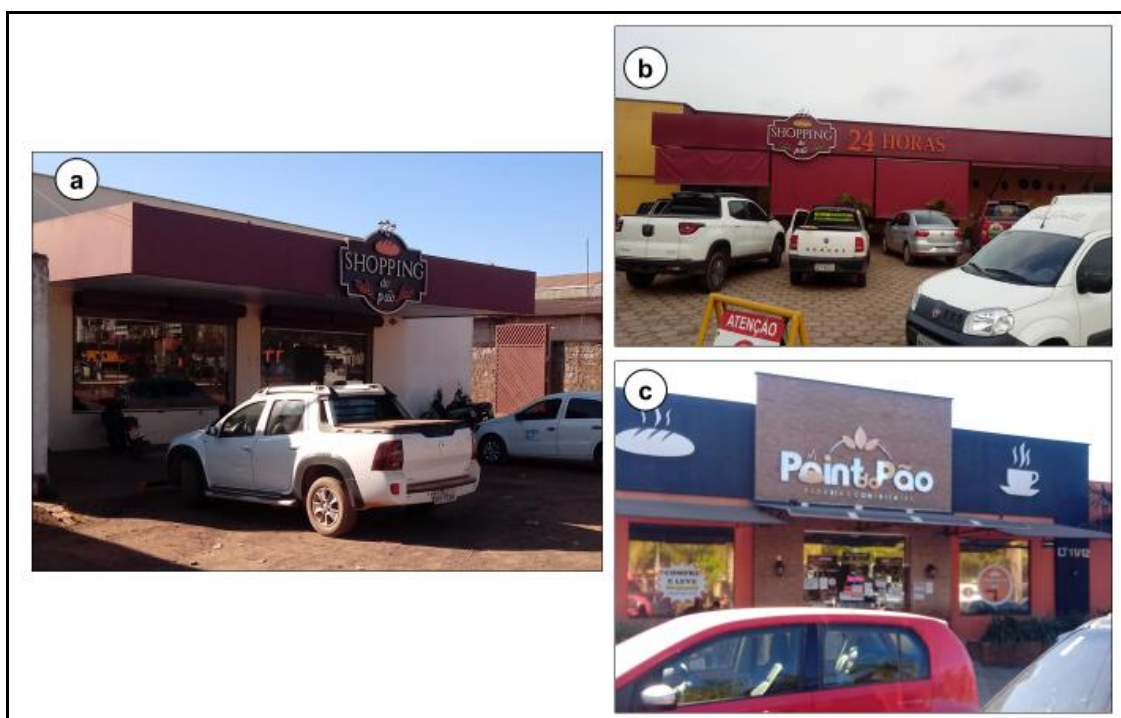
Riachuelo – Loja de departamentos	
Samsung – Celulares e acessórios	
Santa Lolla – Calçados	
Sapatinho de Luxo – Calçados	
Savassi – Calçados e acessórios	
Sphone – Acessórios para celulares	
Studio Z – Calçados	
Taco – Vestuário	
Triton – Óculos e acessórios	
Unika – <i>souvenirs</i> /artigos para presentes	
Vip Mania – Eletrônicos e acessórios	
VR By Owner– Vestuário	

Fonte: <http://www.patiomaraba.com.br/shopping.asp>

Retomando esses grandes estabelecimentos – o shopping center, a loja de departamentos, os supermercados e o hipermercado – são os principais, os maiores, mas, não os únicos que, nos últimos anos, abriram as portas fora das tradicionais áreas centrais da cidade, como vimos, em sua maioria na Rodovia Transamazônica. Também surgiram na BR 230, porém, fora das grandes plataformas, “na rua”, vários outros empreendimentos do setor terciário que até alguns anos não compunham a paisagem da Rodovia Transamazônica no espaço urbano marabaense.

É o caso de padarias e lanchonetes. Observamos em nossa visita a presença de estabelecimentos desse ramo voltados para públicos com estratos de renda média e alta. Como vemos na Figura 48, uma delas funciona 24 horas:

Figura 48 – Panificadoras na Rodovia Transamazônica



Fonte: O autor (2020).

De modo semelhante, após a chegada dos grandes espaços de consumo, inauguraram restaurantes, voltados, também, para públicos de renda média e alta. Esse tipo de comércio só era encontrado na Transamazônica, até alguns anos, voltados para públicos de baixa renda e em sua maioria na Nova Marabá, nas proximidades do trevo e do terminal rodoviário, no Km 06. Podemos ver esses empreendimentos nas fotografias a seguir. Na Figura 49, imagem “a”, o restaurante Churrascaria Quero Mais, empresa que há bastante tempo atua nos núcleos Nova Marabá e Velha Marabá, com restaurantes próximos à Avenida VP-8 e a Orla, respectivamente, e que em 2015 inaugurou essa filial na Cidade Nova, na rodovia, próximo ao aeroporto, ao Mix Mateus e à Havan. Também no mesmo núcleo, o restaurante Tertúlia Gourmet (imagem “b”), inaugurado em 2012, onde, noturnamente, funciona também como espaço para variados eventos (TERTÚLIA GOURMET, 2020).

Figura 49 – Restaurantes na Rodovia Transamazônica



Fonte: O autor (2020).

Também no Núcleo Cidade Nova, há o restaurante Arigatô, voltado para culinária oriental e onde também funciona um bar. Esse empreendimento localiza-se junto a um posto de combustível, como pode ser visto na Figura 50.

Figura 50 – Bar e Restaurante na Rodovia Transamazônica



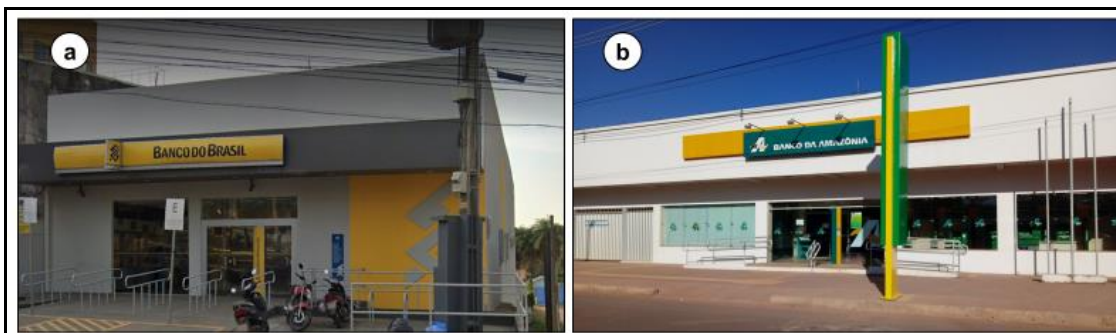
Fonte: Google Street View

Outra observação é referente à presença de postos de combustível como este da Figura 50, com foco em veículos de médio e pequeno porte. Até a inauguração dos grandes empreendimentos, todos (e são vários) os postos nas margens da BR 230 eram rodoviários, ou seja, com estrutura e serviços para caminhões e outros veículos de grande porte, e que, claro, atendiam também pequenos veículos.

Presentemente, há na Transamazônica quatro postos deste tipo, exclusivos para veículos médios e pequenos, sendo dois em cada núcleo.

Atualmente, há duas agências bancárias, uma do Banco da Amazônia (BASA) e uma do Banco do Brasil, ambas no Núcleo Cidade Nova e inauguradas após a instalação dos grandes empreendimentos (FIGURA 51).

Figura 51 – Agências bancárias na Rodovia Transamazônica



Fonte: O autor (2020).

Nos últimos anos foram inauguradas duas grandes academias, uma em cada núcleo, a Líder na Nova Marabá e a Supere Fit na Cidade Nova, ambas voltadas para públicos com faixas de renda média e alta (FIGURA 52).

Figura 52 – Academias na Rodovia Transamazônica



Fonte: (a) O autor; (b) ACADEMIA LÍDER
<https://www.facebook.com/academialidermaraba/photos/a.1875969169345498/1946587592283655>

Como pode ser visto na Figura 53, também identificamos casas comerciais voltadas para a venda de produtos relativos à construção, reformas e decoração, principalmente, no núcleo Cidade Nova. Ramo este que não aparece nos escritos de Trindade Júnior et al (2010) ou Souza et al (2013).

Figura 53 – Lojas de materiais de construção e decoração na Rodovia Transamazônica



Fonte: O autor (2020).

Formação e ensino também estão entre os serviços vistos por nós na referida rodovia. Trata-se, mais especificamente, de duas instituições privadas de ensino técnico, o CETMA (Centro de Educação Tecnológica de Marabá) e a Escola Técnica Vale dos Carajás, situadas nos Núcleos Cidade Nova e Nova Marabá, respectivamente (FIGURA 54).

Figura 54 – Escolas Técnicas na Rodovia Transamazônica



Fonte: O autor (2020).

Os estabelecimentos que aparecem nas figuras anteriores são os que percebemos fazer parte desse novo momento e que nos chamou a atenção, sobretudo, por percebermos que são ramos de atuação que possuem mais de um

estabelecimento nessa via. No entanto, vários outros de comércio e serviços podem ser vistos, como loja de móveis (do grupo nacional Móveis Jacaúna), gráficas, vidraçaria, autoescola, farmácia, barbearia, doceria, além de serviços como escritórios de advocacia e outros fixos possuidores da capacidade de atrair pessoas, como é o caso de Igrejas, sendo uma em cada núcleo, a da Cidade Nova em funcionamento há décadas, e a da Nova Marabá, sede da Assembleia de Deus na cidade, recente.

Nessa formação da Rodovia Transamazônica em Marabá enquanto, de fato, um espaço central, somam-se esses estabelecimentos de comércio e serviços menores às grandes superfícies comerciais, que por sua vez somaram com os estabelecimentos que já haviam e dos quais já falamos, muito mais voltados para o espaço regional que para o cidadão. Se faz necessário algumas imagens para ilustrar esses integrantes do terciário. Na Figura 55, a seguir, quatro fotografias mostrando alguns estabelecimentos na Nova Marabá.

Figura 55 – Estabelecimentos variados na Rodovia Transamazônica (Nova Marabá)



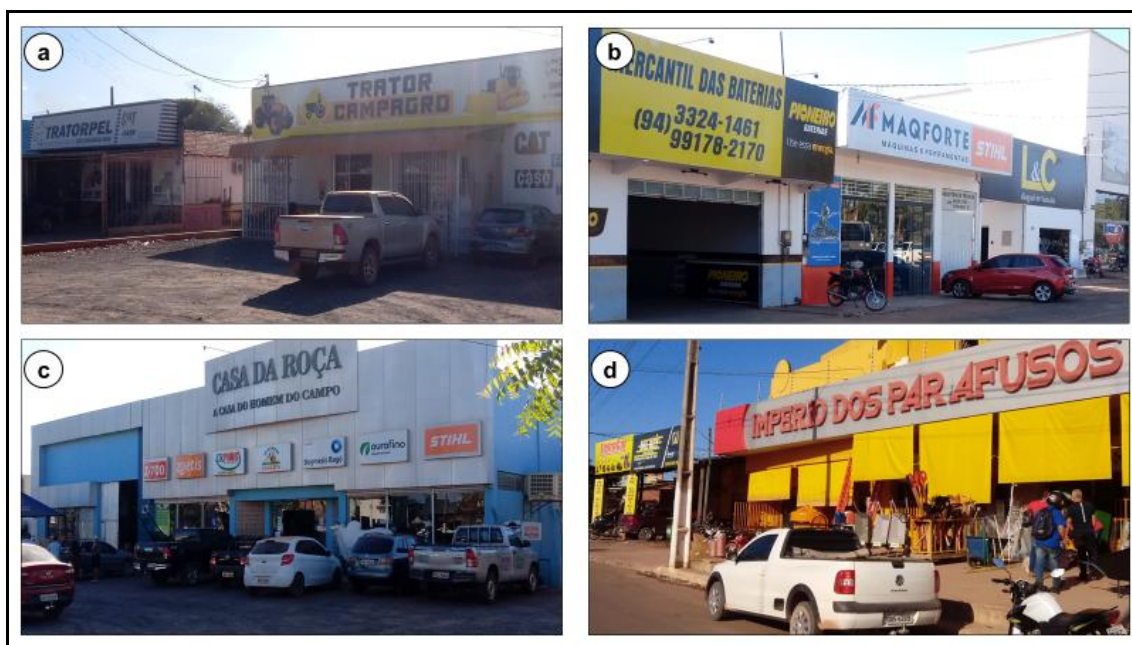
Fonte: O autor (2020).

Na “a”, dois estabelecimentos voltados para veículos, uma loja de peças de caminhões e ônibus, a JS Peças, e uma representante da corporação japonesa Bridgestone, loja de pneus. Entre estes, há um “Centro de Distribuição” de uma

empresa²⁶. Na imagem “b”, dois “autocenters” e uma borracharia. Na “c”, observa-se uma loja de ferragens, a distribuidora de uma marca de cerveja, e uma autopeças voltada para caminhões, ônibus e vans. A última fotografia, imagem “d”, mostra uma loja de suplementos, fertilizantes e outros artigos para a agricultura, a Casa do Adubo, e ao seu lado um mercantil de máquinas agrícolas, a AGR implementos.

Também trouxemos algumas fotografias que retratam, ao nosso ver, esse terciário mais antigo da Transamazônica no núcleo Cidade Nova (FIGURA 56). Na imagem “a”, podemos ver duas casas que comercializam peças para tratores; na “b” vemos uma loja de baterias, uma de máquinas e ferramentas e uma locadora de veículos (além desta há mais duas, por conta, sobretudo, da proximidade com o aeroporto); na imagem “c” o estabelecimento Casa da Roça, que vende toda sorte de produtos para o agricultor e pecuarista, empresa esta cuja matriz fica na Nova Marabá, na mesma rodovia; na fotografia “d”, podemos ver uma loja de ferragens, uma autoelétrica e uma oficina mecânica.

Figura 56 – Estabelecimentos variados na Rodovia Transamazônica (Cidade Nova)



Fonte: O autor (2020).

Outra observação, é quanto ao setor hoteleiro. Nos últimos anos, após a reestruturação da via e implementação das grandes plataformas comerciais, surgiram hotéis voltados para diferentes estratos de renda média e um de alto

²⁶ Marabá é o centro logístico da região, e essa centralidade é materializada, principalmente, na Rodovia BR 230 na Nova Marabá, pois é onde situam-se muitas distribuidoras e pontos de apoio logístico, incluindo do Correios e da FedEx.

padrão na BR 230. Antes, os estabelecimentos desse setor encontrados nas rodovias eram, em maioria, de baixo padrão, pequenas empresas familiares nas proximidades da rodoviária do KM 06, e que ainda existem. Na Transamazônica, situam-se três, que vemos na Figura 57:

Figura 57 – Hotéis de baixo padrão na Rodovia Transamazônica (Nova Marabá)



Fonte: O autor (2020).

Os hotéis voltados para pessoas com maior poder aquisitivo, ficavam, em sua maioria, no interior dos núcleos. A exceção é o Hotel Augusto Palacce, que existe há muitos anos, na Transamazônica, nas proximidades do aeroporto (FIGURA 58, imagem “a”). Os outros dois hotéis que aparecem na Figura 58 também são próximos ao aeroporto, e suriram nos últimos anos. Na Nova Marabá, todos os hotéis que aparecem na Figura 59 foram inaugurados após a duplicação da via e situam-se, relativamente, próximos ao Shopping Pátio Marabá e ao hipermercado Líder.

Mesmo não oferecendo diretamente serviços para o morador da cidade, e sim voltados para o visitante/turista, o fato de, atualmente, esse setor concentrar-se, majoritariamente, na rodovia Transamazônica também contribui para com a conformação desta centralidade, haja vista gerar empregos e, conseqüentemente, fluxos *casa-trabalho* diariamente.

Figura 58 – Hotéis na Rodovia Transamazônica (Cidade Nova)



Fonte: O autor (2020).

Figura 59 – Hotéis na Rodovia Transamazônica (Nova Marabá)



Fonte: O autor/ <https://goldenvillehotel.business.site/#details>

Estes são os estabelecimentos que mais nos interessaram nas pesquisas de campo, no entanto, a quantidade e variedade de estabelecimentos na referida via, no intraurbano marabaense, é grande. Ainda assim, algo que notamos foi expressiva quantidade de terrenos vazios, sobretudo, grandes terrenos, especificamente, na Nova Marabá. Esses vazios nos permitem vaticinar que outros estabelecimentos de grande porte, possivelmente de comércio, podem vir a instalarem-se nessa via.

Reforçamos que, a soma dos novos fixos comerciais de grande porte, com os pequenos, com novos e antigos serviços, e ainda o comércio que já havia nos espaços rodoviários de Marabá, agora fortalecem a ideia contida na revisão do plano diretor (DIAGONAL e PMM, 2011) de que a Rodovia Transamazônica no espaço urbano de Marabá é, em si, uma centralidade *linear*. No entanto, os elementos mais importantes nessa constituição são, absolutamente, as grandes superfícies comerciais. Entre estas, passaremos agora a uma aproximação com as do setor supermercadista.

4.1 Os novos empreendimentos do setor supermercadista: supermercado, hipermercado e atacarejos

Silva (2003), ao dissertar sobre as grandes superfícies comerciais, recomenda a utilização de duas definições de supermercado, segundo ele, complementares, pois, enquanto uma refere-se à natureza da forma e sua função, a outra ressalta a estrutura. De acordo com Pintaudi (1981, p. 50 e 51), “os supermercados são superfícies comerciais que concentram territorialmente e financeiramente o capital, possibilitando às pessoas encontrarem, num mesmo local, um grande conjunto de mercadorias [...], não sendo necessário ir a vários pontos da cidade”. A segunda definição é a de Pellegrini (2000), o autor afirma que os supermercados são espaços de venda de autosserviço, onde prevalecem os produtos alimentícios, com superfície física entre 400 e 2.500 m².

Apesar de reconhecer a complementaridade entre as definições e a importância da definição de Pellegrini (2000), aqui nos é mais interessante a de Pintaudi (1981). Isso porque quando a autora fala que um supermercado concentra capital e possibilita encontrar em um mesmo local uma gama vasta de mercadorias, ela está referindo-se à centralidade.

Como supradito, quanto maior o leque de produtos oferecidos por dado estabelecimento, maiores as possibilidades de atrair distintos públicos. Também quanto maior e apresentando mais seções, com diferentes tipos de mercadorias para diversos perfis de clientes, mais trabalhadores serão empregados, gerando, dessa maneira, mais fluxos convergentes – e diários – para esse “ponto”. Lembramos, mais uma vez, Villaça (2001), quando aponta que daí vem a

importância dos espaços comerciais para as centralidades e para a estruturação da cidade, o poder de constante atração de consumidores e trabalhadores.

Fomos brevemente apresentados aos equipamentos comerciais do setor supermercadista que recentemente começaram a atuar em Marabá. No entanto, ainda não tivemos acesso a informações como origem do capital, características e, principalmente, os atrativos que oferecem para os consumidores da cidade e do seu entorno. Faremos, então, uma apresentação de cada uma dessas superfícies comerciais.

4.1.1 Supermercado Mateus

Começamos por uma corporação que merece destaque, por possuir na cidade, em 2019, duas grandes lojas, o Grupo Mateus. O grupo é originário do Estado do Maranhão e atualmente é a sexta maior empresa de varejo alimentar do país. Atua em 27 cidades maranhenses, 23 cidades paraenses e já possui empreendimentos em duas cidades do Piauí²⁷. Ao todo, são 71 lojas no Maranhão, 31 no Pará e duas no Piauí, somados hipermercados, supermercados, distribuidoras atacadistas, lojas de eletrodomésticos e ainda lojas varejistas com foco no ramo alimentício de médio e pequeno porte, no caso “pequenos supermercados” em um sistema de franquia, o El Camiño. Em Marabá, além dos dois supermercados, o grupo possui quatro lojas de eletrodomésticos, a Eletro Mateus, e um El Camiño (GRUPO MATEUS, 2019).

Como já foi mencionado, o supermercado Mateus (FIGURA 60) na Nova Marabá foi o primeiro grande espaço de consumo inaugurado em Marabá e que aqui associamos a mudanças nas centralidades na cidade. A inauguração foi em 30 de novembro de 2012 e foi noticiada em diversos veículos de comunicação da região.

²⁷ O Grupo chegou a expandir para o Tocantins, mas recuou algum tempo depois.

Figura 60 – Supermercado Mateus em Marabá



Fonte: O autor (2019).

Dentre as notícias da inauguração, aqui destacamos trechos do que foi publicado no portal de notícias tocantinense Surgiu, sob a manchete “Grupo Mateus abre mais uma loja no Norte do país”:

Um dos mais importantes centros econômicos do estado do Pará, Marabá, ganhou nesta sexta-feira (30) uma loja no segmento de varejo do Grupo Mateus. Para marcar a inauguração do Mateus Supermercados, localizado na Folha 33, no bairro Nova Marabá, a rede supermercadista preparou uma mega inauguração e colocou a disposição dos seus clientes mais de 3 mil produtos em promoção (SURGIU, 2012)²⁸

Segundo o portal, o empreendimento inaugurado na Folha 33 ocupa área de 7.439 m² de área construída, sendo destas 2.780 m² de área destinada às vendas, e também dá detalhes sobre o estabelecimento, no que tange a dimensões, estrutura e atrativos para os clientes:

Em Marabá, o Mateus Supermercados do bairro Nova Marabá tem 7.439 m² de Área Construída, 2.780m² de Área de Vendas e uma grande variedade de produtos, são mais de 20 mil itens que os clientes de Marabá poderão encontrar nas prateleiras da loja, que conta com setores de Hortifruti, Higiene & Limpeza, Bazar, Mercearia, Eletro, Peixaria, Açougue, Lanchonete e Padaria. Garantindo conforto e praticidade para seus clientes, o supermercado terá 23 check-outs e 235 vagas no estacionamento (SURGIU, 2012)²⁹

Além do que foi citado, foi constatado *in loco* que, atualmente, esse artefato comercial possui 27 check-outs, 125 vagas de estacionamento para motocicletas,

²⁸ Disponível em: <https://surgiu.com.br/2012/1/1/30/grupo-mateus-abre-mais-uma-loja-no-norte-do-pa%C3%ADs/>

²⁹ IDEM

seis caixas eletrônicos (que, a partir de agora, chamaremos de posto de autoatendimento bancário – PAB), ferragens e ferramentas, e uma loja de bebidas (a partir daqui, neste tópico do texto, utilizaremos o vocábulo “loja” para referir-nos a determinado espaço dentro dos grandes empreendimentos que possuam check-out/caixa próprio).

4.1.2 Mix Mateus

A outra superfície comercial do grupo Mateus é o Mix Mateus (FIGURA 61), nome que a rede reserva às suas lojas que atuam no segmento *cash and carry*, mais conhecido no Brasil como “atacarejo”, por serem casas comerciais que realizam vendas tanto em grandes quantidades em caixas fechadas, no atacado, como a retalhos.

Figura 61– Mix Mateus em Marabá



Fonte: O autor (2020).

A seguir (FIGURA 62) podemos ver notícia do jornal O Estado do Maranhão, acerca do início das atividades desse atacarejo em Marabá, em edição publicada no dia 22 de março de 2013, dia da inauguração.

Figura 62– Notícia de jornal acerca da inauguração do Mix Mateus

Grupo Mateus inaugura hoje o Mix Mateus Marabá

Com 7 mil metros quadrados, é o maior Mix Mateus já construído pelo grupo e a segunda loja inaugurada em Marabá (PA)

O Grupo Mateus inaugura hoje, em Marabá (PA), desta vez no segmento *Cash and Carry*, o popular atacarejo, o Mix Mateus Marabá. Com a loja, o grupo maranhense consolida a entrada de sua marca em outros estados, iniciada por Tocantins e Pará em 2012. O grupo inaugurou em novembro do ano passado sua primeira loja em Marabá, no varejo, com a bandeira Mateus Supermercados. O atacarejo, como é conhecido popularmente, ganhou notoriedade no mercado brasileiro nos últimos 10 anos. É um segmento em crescimento no país pelas melhores condições econômicas que estimularam o empreendedorismo e a expansão de pequenos negócios. No Mix Mateus Marabá, o consumidor tem as opções de comprar no varejo e no atacado. Com 7 mil metros quadrados, a loja de Marabá é o maior Mix Mateus já construído pelo grupo. Tem 35 caixas registradoras, 473 vagas para estacionamento e setores hortifruti, frios, congelados, açougue, padaria e lanchonete, com o selo da marca própria de pães, doces e salgados, a Bumba Meu Pão. O empreendimento, na Rodovia Transamazônica, criou na região 560 empregos diretos.

Perfil - O Grupo Mateus é considerado a maior rede regional com capital 100% nacional e opera nos segmentos de varejo (Mateus Supermercados), atacarejo (MixMateus), eletroeletrônicos, eletrodomésticos, móveis e confecções (Eleto Mateus), indústria de pães (Bumba Meu Pão), produtos farmacêuticos (Invicta) e atacado

Mais

O Grupo Mateus tem mais de 13 mil funcionários e está presente em quatro estados: Maranhão, Tocantins, Pará e Piauí e mantém 47 empreendimentos em sua plataforma de operação.

(Armazém Mateus) - este último garante, com uma frota própria de 235 caminhões, a distribuição de produtos para os estados do Pará, Piauí, Tocantins e Maranhão. Para atender à demanda, o Grupo Mateus dispõe de três Centros de Distribuição.

Fonte: <https://imirante.com/oestadoma/online/22032013/pdf/P10.PDF>

Além das informações constantes na notícia e que foram confirmadas *in loco*, outras também foram observadas como mercearia, ferragens e ferramentas, pneus e acessórios para veículos e outros setores. Também merecem destaque os sete postos de autoatendimento bancário, e no estacionamento o ponto de táxi, o estande de uma concessionária de veículos e uma loja de venda de bebidas.

4.1.3 Colina Varejo e Atacado

O estabelecimento *cash and carry* Colina Distribuidora e Varejo (FIGURA 63), é pertencente à empresa paraense, Colina Distribuidora de Alimentos. O foco do grupo originário do município de Benevides – Região Metropolitana de Belém – é a venda no atacado e possui distribuidoras em diferentes cidades do estado. Em Marabá, o grupo atua desde 2004 quando inaugurou uma distribuidora com o intuito de atender, principalmente, lojistas de Marabá e região com vendas no atacado (COLINA DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS)³⁰.

³⁰ Disponível em: <https://www.colinadist.com.br/>

Figura 63 – Colina Varejo e Atacado



Fonte: O autor (2019).

A cidade não possuía atacarejos naquela época, as distribuidoras atuavam apenas com vendas de grandes quantidades, o que, salvo exceções, atraía apenas lojistas. O Colina chegou com a proposta de vender no atacado em grandes quantidades, mas, também em quantidades menores para pessoa física, desde que no atacado, em caixas fechadas. As pessoas passaram a ver ali uma oportunidade de comprar mais barato e o grupo viu potencial para expandir-se nesse nicho. O grupo observou que havia potencial para explorar o varejo e o fez, inaugurando em 2014, um grande estabelecimento atendendo aos dois públicos³¹.

Algo que diferencia este artefato dos seus congêneres é sua localização. Todos os demais situam-se na BR 230, enquanto este, fica na BR 222. A distribuidora que lhe deu origem, localizava-se na Transamazônica, em um terreno não muito amplo quando era apenas distribuidora. Quando expandiu sua atuação, foi para um novo local, na Rodovia BR 222, com espaço mais adequado para o atendimento do grande público e, mais distante, dos concorrentes, atuando nesse novo local, também no varejo, nascendo aí o atual Colina Distribuidora e Varejo.

Em visita de campo, observamos que o Colina apresenta todos os setores típicos de supermercados, como mercearia, padaria, hortifruti, açougue, frios e congelados, lanchonete, ferragens e ferramentas e outros, além de dois postos de

³¹ Informações fornecidas por Lara Saraiva, gerente do estabelecimento, durante entrevista concedida para a pesquisa em 19/08/2019.

autoatendimento bancário. Menos convencionais, foram observados por nós uma sorveteria, um estande de concessionária realizando consórcios e financiamentos, um de venda exclusiva de frango assado, e uma loja de bebidas. O estabelecimento possui 21 *check-outs*, estacionamento com capacidade para receber mais de 150 carros e mais de quinhentas vagas para motocicletas.

4.1.4 Atacadão

A rede de supermercados Atacadão, do tipo atacarejo como sugere o nome, surgiu no Paraná nos anos 1960 e foi um dos pioneiros nesse formato no Brasil. Em 2007, com 34 lojas em diversas cidades do país, foi comprado pelo grupo francês Carrefour. Atualmente, possui 138 lojas espalhadas em todas as unidades da federação (ATACADÃO, 2020; FALANDO DE VAREJO, 2020). A inauguração da loja Atacadão (FIGURA 64) consolida o formato como majoritário na cidade, e se apresenta enquanto concorrente dos dois outros anteriormente mostrados. Também se coloca enquanto concorrente do Supermercado Mateus, pois, localizou-se em terreno próximo. No entanto, esta loja possui foco apenas no varejo.

Figura 64 – Supermercado Atacadão em Marabá



Fonte: <https://badalado.net/maraba-pa/noticia/inauguracao-do-atacado-em-maraba-atrai-multidao-de-consumidores/>

Veículos da mídia, tanto os locais e regionais quanto especializados, noticiaram o início das atividades da nova loja *cash and carry* do Carrefour na cidade paraense. Abaixo (FIGURA 65), título de informe publicitário de página inteira do Correio.

Figura 65 – Notícia de jornal acerca da inauguração do Atacadão



Fonte: <http://www.eflip.com.br/pub/jornalcorreio/?numero=3135#page/9>

Como é possível visualizar na imagem, a edição que traz o informe é de 27 de maio de 2017, no entanto, a inauguração da casa comercial foi no dia 25 do mesmo mês. O portal Falando de Varejo³² (2017), publicou que

O Atacadão de Marabá possui 6.300,00 m² de área de vendas, 26 check-outs e amplo estacionamento com 449 vagas para carros, sendo 147 cobertas, além de 104 posições para motos e 44 para bicicletas. Preparada para atender donos de bares, pizzarias, mercadinhos e consumidores finais, a loja oferece mais de 10.000 opções de produtos, que podem ser adquiridos em embalagens fechadas e fracionadas, de acordo com a necessidade do cliente.

O mercantil atende nas áreas de mercearia, bebidas, cuidados pessoais, frios e laticínios, limpeza, hortifruti, produtos para casa, carro, animais de estimação e itens para festa. Há também uma lanchonete. (FALANDO DE VAREJO, 2017; CORREIO, 2017). Acrescentamos, a partir do que foi verificado *in loco*, a presença de um posto de autoatendimento bancário.

4.1.5 Líder

O Líder, originário de Belém-PA, é o maior grupo varejista de capital paraense. Criado nos anos 1970, atualmente possui, no Estado do Pará, vinte estabelecimentos entre supermercados e hipermercados, quinze lojas de departamento, a Magazan, além de uma rede de farmácias, FarmaLíder, e uma rede de óticas, a Ótica Líder, ambas atuando em diversas cidades do estado. A corporação é também proprietária de um shopping center na capital, o Castanheira Shopping Center, além de outros empreendimentos no setor terciário (GRUPO LIDER, 20).

³² Endereço: <https://www.falandodevarejo.com/2017/05/atacado-inaugura-sua-primeira-unidade.html>

Dentre as superfícies comerciais inauguradas no período apontado, nos referimos apenas ao empreendimento do Grupo Líder (FIGURA 66) como hipermercado. Conforme afirma Pellegrini (2000, p. 53), são considerados enquanto hipermercados, “os estabelecimentos de autosserviço com diversificação de produtos tanto de base alimentar como não alimentar em uma superfície maior de 2.500 m², podendo alcançar até 15.000 m² de área de venda”. Mesmo havendo uma definição que a outros estabelecimentos poderíamos atribuir, optamos por utilizar tal nomenclatura, em Marabá, apenas para essa superfície comercial justamente pela variedade de produtos encontrados em suas dependências, a quantidade de atrativos que é bastante superior aos concorrentes. Há também diferença em tamanho e estrutura física em comparação aos demais. Portanto, fazemos, no comparativo, jus ao prefixo “híper”, do grego *hupér*, que significa “acima, sobre” (DICIONARIO PRIBERAM)³³.

Figura 66 – Hipermercado Líder em Marabá



Fonte: <https://debatecarajas.com.br/grupo-lider-esclarece-polemica-sobre-abertura-24-horas-em-maraba/>

O Líder foi a última das grandes superfícies comerciais inaugurada em Marabá, em 5 de julho de 2017, pouco mais de um mês após a inauguração do Atacadão. O início das operações do grupo foi notícia nos meios de comunicação, e

³³ Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2020, <https://dicionario.priberam.org/h%C3%ADper> [consultado em 12-08-2020].

aqui destacamos a manchete que intitula o texto sobre a inauguração, publicado no portal de notícias do Correio, principal jornal de Marabá.

Figura 67 – Notícia de jornal acerca da inauguração do Líder



Fonte: <https://correiodecarajas.com.br/gerando-650-empregos-lider-inaugura-1o-hipermercado-de-maraba/>

Tanto a notícia quanto a inauguração datam de 5 de julho de 2017. Conforme a publicação, a superfície comercial apresenta 12.040 m² apenas em área de vendas – distribuída em três pavimentos, subsolo, térreo, e 1º andar – e conta com estacionamento com capacidade para 520 veículos, entre carros e motocicletas. O artefato abriga seis lojas do grupo: supermercado, loja de departamentos, drogaria, ótica, materiais para construção e decoração (cada uma dessas com todos os departamentos ou seções que lhes são característicos), um restaurante e lanchonete, com lanches e *buffet self-service* para café da manhã, almoço e jantar (CORREIO, 2017).

A Líder Home Center, a loja de materiais para construção e decoração, é a primeira da corporação. Isso, de acordo com o presidente do grupo em entrevista concedida ao Correio. É interessante observar que a rede escolheu Marabá para ingressar em um novo nicho de mercado, em seu vigésimo grande empreendimento.

Falamos anteriormente que o Líder abriga seis lojas do grupo, porque há também espaços alugados para outras empresas com suas respectivas lojas. Na notícia da inauguração, determinado trecho fala que “serão alugadas 19 lojas para diversos segmentos como: Revistaria, Salão de Beleza, Depilação, Cyber,

Consultório Odontológico, Petshop, Clínica Veterinária, Barbearia, Loteria, Casa de Câmbio, Consignado, Lavanderia, etc” (CORREIO, 2017).

Observamos nesse espaço reservado para aluguéis, quase três anos após a inauguração, a presença de onze empreendimentos, a saber: barbearia, gráfica, loja de eletrônicos, cafeteria, empresa de decorações de festas, lavanderia, boutique, espaço infantil/brinquedoteca, assistência técnica para eletrônicos e dois escritórios, um de arquitetura e um de uma empresa do ramo imobiliário.

4.2 Mudanças no setor supermercadista e nas centralidades

Conhecermos cada uma das grandes estruturas comerciais atuantes hoje em Marabá e, especialmente, mirar o setor supermercadista nessa cidade, nos leva a observar interessantes questões e acontecimentos, refletir e fazer constatações. Na última década, aconteceram mudanças muito significativas neste setor em Marabá e que, de forma mais ou menos direta, relacionam-se e influenciam no estabelecimento de novas centralidades e, por efeito, em alterações na estruturação da cidade.

Na apresentação dos tópicos anteriores, sempre ressaltamos a origem dos grupos proprietários dos empreendimentos e, como visto, são atualmente, todos de origem externa à cidade, seja de capital regional, nacional ou internacional. Esse fator faz parte de uma destas significativas mudanças no circuito superior da economia urbana da/na cidade. Até início dos anos 2010, a maioria das grandes superfícies comerciais supermercadistas em Marabá eram de grupos locais. A maior proximidade do setor na cidade com algum capital externo, até a inauguração do primeiro desses novos, foi uma parceria entre um grupo local e uma rede nacional, o Grupo local Alvorada e a Rede Valor.

Uma segunda constatação é que os estabelecimentos comerciais varejistas que eram considerados grandes supermercados até o fim da década de 2000 e início dos anos 2010, em Marabá³⁴, as principais lojas desse setor na cidade, já não existem mais. Todas foram à falência. Essa informação é de extrema importância para nossas análises e reflexões.

³⁴ E aqui devemos resguardar as devidas proporções, haja vista que as novas superfícies comerciais mudaram o parâmetro de “grande” no que tange aos supermercados. O maior supermercado atuante até o fim dos anos 2000, era, muito provavelmente, menor que a menor estrutura atual. Também é possível que hoje existam lojas com tamanhos semelhantes aos principais supermercados dos anos 2000, porém sem importância na escala da cidade ou mesmo do núcleo.

Reforçamos essa relevância, porque todos esses supermercados, localizavam-se nos “antigos centros” ou próximos a eles. São ao todo, cinco lojas, por nós consideradas enquanto supermercados ao final dos anos 2000, sendo elas, na Nova Marabá, o Supermercado Guerra,³⁵ na Folha 16, o Supermercado Dular, na Folha 21 (ambos próximos à VP8), uma loja da Rede Valor de Supermercados, na folha 27, às margens da avenida VP8, uma loja da Rede Alvorada, na principal avenida de cada um dos dois outros núcleos, na Av. Antônio Maia (núcleo pioneiro), e na Av. Nagib Mutran (núcleo Cidade Nova)³⁶.

Não bastando a inauguração consecutiva de grandes estruturas comerciais nos eixos rodoviários que, como sabemos, por si já possuem expressivo poder de centralidade sobre a urbe, ainda somado ao fato de que não haviam supermercados nas rodovias e que os principais supermercados da cidade estavam localizados no interior dos núcleos, nas áreas centrais já consolidadas ou próximo a elas.

Também convém lembrar que onde localizavam-se esses principais supermercados na época, após a falência, ou o prédio não tem sido usado, para além do especulatório, ou assumiram os tais pontos lojistas de outros setores. A exceção é o ponto que abrigava o supermercado Guerra, que atualmente abriga uma loja varejista do ramo, mas, que dadas as proporções, preços e uma série de outras características como a própria localização e ausência de espaço para estacionamento, não é por nós considerado enquanto um mercantil “super”.

No intuito de apresentar uma melhor visualização do fenômeno urbano-espacial aqui evidenciado, apresentamos a localização dos equipamentos comerciais que temos falado, para mostrar nesse ponto do texto, juntamente com as localizações dos antigos e extintos estabelecimentos. Isso para que possamos fazer um comparativo entre as localizações dos principais espaços de compra, mais especificamente os supermercados, em um intervalo de uma década, isto é, nos anos 2009 e 2019.

O Mapa 12, a seguir, mostra os núcleos Velha Marabá, Nova Marabá Cidade Nova, e notabiliza as localizações dos que eram, até então, os principais

³⁵ A rede Guerra, nesse contexto, possuía algumas lojas na cidade, mas apenas essa se aproximando das definições de Pintaudi (1981) e Pellegrini (2000) e considerada um “uma grande loja” pelos cidadãos naquela época.

³⁶ Além destas, houveram outras lojas no interior dos núcleos, nos anos 2000, e que atendiam a população dos bairros próximos, e que não consideramos enquanto supermercados, como O Besourão em Morada Nova, Mini Box Boa Esperança no bairro Laranjeiras, uma outra loja da Rede Valor, no bairro liberdade, entre outros.

supermercados de Marabá. Na sequência, o mapa 13 mostra os mesmos núcleos urbanos, porém, ressalta a localização das atuais grandes superfícies comerciais, mais especificamente no ano de 2019.

Mapa 12 - Localização dos supermercados em Marabá-PA no ano de 2009



Organização: O autor. Elaboração: SOUSA (2019).

Mapa 13 - Localização dos supermercados em Marabá-PA no ano de 2019



Organização: O autor Elaboração: SOUSA (2019).

O que pode ser observado, a partir da análise e comparação das cartas imagem, é que houve uma transferência, deveras significativa, dos principais locais de compras, sobretudo, de bens não-duráveis. Trata-se da mudança de localização das principais superfícies comerciais do setor supermercadista na cidade, das tradicionais e já conformadas áreas centrais da cidade ou em áreas contíguas, para as rodovias, especialmente para a rodovia Transamazônica, já que a Colina Distribuidora e Varejo é a única grande loja em outra rodovia.

Essa mudança é fator de suma importância na consolidação dessa(s) nova(s) centralidade(s). Referimo-nos recorrendo ao plural, por compreendermos que cada uma das grandes plataformas comerciais, ao iniciar suas atividades, pode causar alterações na urbe, especialmente às centralidades (SILVA, 2017; COUTO, 2011; SPOSITO 2013), e que cada uma delas é uma expressão de centralidade, como afirmam alguns autores que sustentam teoricamente esta pesquisa, como Silva (2017), Silva e Gonçalves (2012) e Oliveira Júnior (2011). Portanto, são múltiplas as novas expressões de centralidade.

Utilizamos também o singular, ao falarmos em nova(s) centralidade(s), por compreendermos que essas mesmas expressões de centralidade, esses grandes estabelecimentos – os atacarejos, o supermercado, o hipermercado, o shopping center, a grande loja de departamento – somados a todos os outros estabelecimentos terciários de menor porte que surgiram na última década às margens da Transamazônica, somados, ainda, aos equipamentos terciários característicos de grandes rodovias no espaço urbano e que já existiam há décadas, consolidam essa via como uma nova centralidade e, a nosso ver, a principal concentração de comércio e serviços da cidade.

Aqui deve-se considerar as dimensões da rodovia, sua função original que é interurbana e não intraurbana, influenciando na sua estrutura extremamente voltada para o tráfego motorizado e excludente ao pedestre e sua extensão. Tudo isso deve ser pesado se formos comparar a rodovia BR 230, enquanto um espaço de concentração terciária em Marabá com as demais áreas ditas centrais, haja vista que a rodovia não propicia uma concentração de estabelecimentos em poucas dezenas de metros, como nas avenidas Antônio Maia e Nagib Mutran. Assemelha-se mais com a VP-8 (exceto pela atual ausência de grandes plataformas), contudo, ainda mais excludente para com o pedestre e mais bem estruturada para veículos.

Há de se considerar, também, sua fluidez entre os núcleos, que faz com que essa via, que é elo entre os principais fragmentos do tecido urbano marabaense, torne-se central. Somados esses aspectos à presença dos estabelecimentos comerciais, todos, mas, sobretudo, as grandes superfícies que aqui apresentamos, concluímos que exerce ela mesma, a rodovia BR 230, expressiva centralidade e tende, em nossa análise, a concretizar o que sumariamente, afirmava Diagonal e PMM na revisão do plano diretor em 2011, de que essa via é uma centralidade linear.

Relembrando que esse documento fala que as centralidades lineares são as que se estabelecem ao longo de vias com fluxos mais intensos, enquanto as polares são as concentrações terciárias em área mais delimitada (DIAGONAL E PMM, 2011). Complementamos de forma prática: as áreas centrais lineares são as que dificilmente o cidadão pode transitar de um extremo ao outro a pé para suas compras, enquanto as áreas centrais polares permitem isso ao pedestre.

Os centros lineares, dessa forma, favorecem consumir e experienciar esse espaço e seus atrativos, os indivíduos que possuem acesso a meios de transporte particular. Quem não possui transporte próprio, ainda que seja usuário de transporte público, ou até mesmo de transportes alternativos (como carros chamados por aplicativos, táxi lotação, mototáxi) tem dificuldade de acessar outros espaços de consumo nas centralidades lineares que não sejam as grandes plataformas. Não por acaso, esses espaços são, em sua maioria, voltados para cidadãos com estratos de renda média e alta, como vimos nas figuras 48, 49, 50, 52.

De tal forma, compreendemos que as grandes plataformas comerciais assemelham-se às centralidades polares, haja vista exercerem significativa atração e permitirem as compras em espaço limitado, podendo o pedestre circular com nenhuma ou pouca dificuldade em toda a área de vendas.

No entanto, estas plataformas, especialmente os supermercados, ainda que possuam variedade de produtos e até algumas “lojas” no seu interior, não podem ser totalmente equiparadas com a variedade – de estabelecimentos, preços, qualidade – , extensão/tamanho e, claro, importância na e para a cidade, com as tradicionais áreas centrais.

Dessa forma, propomos uma outra nomenclatura para esses espaços de compras, afim de diferencia-las. Sposito (1991) fala que o centro comercial é um “nó”

na cidade, para onde convergem fluxos de capitais, mercadorias e pessoas. Inspirados nessa formulação, chamaremos estas expressões de centralidade, os supermercados, de “centralidades nodais”. São “nós” de centralidade na urbe para onde convergem e/ou distribuem-se mercadorias, capitais, e pessoas.

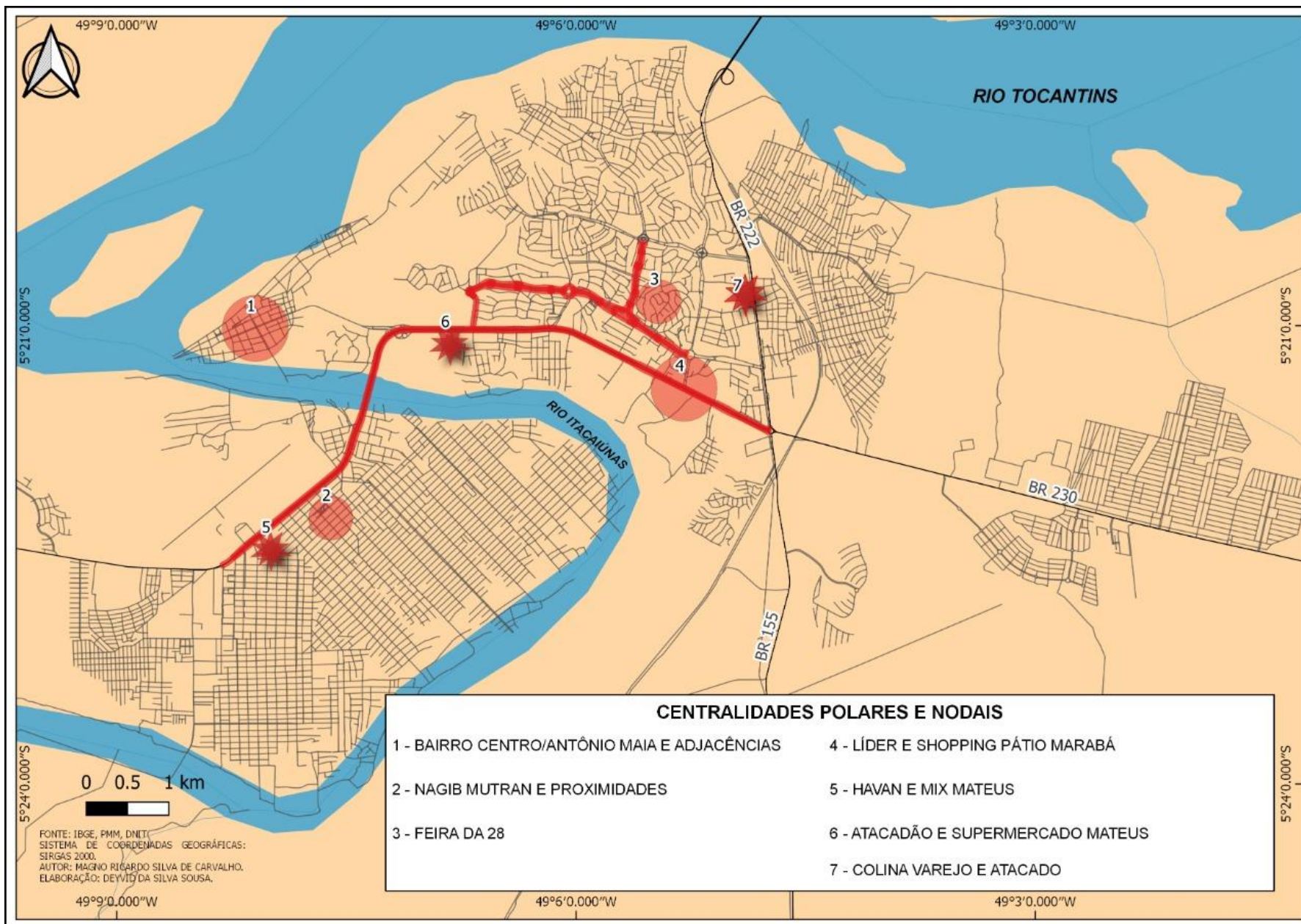
Com base no que foi exposto, propomos, a partir das nossas observações e reflexões, um novo mapa das centralidades em Marabá, tendo por referência o ano de 2019. Neste, mantém-se enquanto centralidades polares, a Velha Marabá (Bairro Centro/Avenida Antônio Maia e entorno), a Cidade Nova (Avenida Nagib Mutran, Praça São Francisco e arredores), e a Feira da Folha 28³⁷.

Quanto às centralidades lineares, destacadas em vermelho, mantém-se a rodovia BR 230 agora, de fato e inexoravelmente, uma via central em todos os aspectos, inclusive, enquanto espaço de consumo, centro comercial. Também se mantém a avenida VP-8, no entanto, tal centralidade, estende-se, a nosso ver, pela avenida VP-7.

Assim como a Feira da 28 e a VP-8 se avizinham, se complementam e suas respectivas centralidades até se confundem, também ocorre agora, com a Transamazônica e os grandes estabelecimentos. Vejamos as permanências citadas e também e as mudanças no Mapa 14 a seguir:

³⁷ A Feira das Laranjeiras e a concentração terciária adjacente não aparecem em nossa classificação, como já explicado.

Mapa 14 – Novo mapa das centralidades em Marabá (2019)



Organização: O autor. Elaboração: SOUSA (2020).

Nossa proposta compreende um grande estabelecimento comercial enquanto uma centralidade nodal, bem como o avizinhamo desses empreendimentos, de forma que o empreendimento do Grupo Colina é um nó de centralidade na urbe, enquanto a Havan e o Mix Mateus, que são adjacentes, são outro, e da mesma forma o Supermercado Mateus e Atacadão, que também são adjacentes.

A exceção é o avizinhamo do Shopping Pátio Marabá com o hipermercado Líder, que compreendemos enquanto centralidade polar. Isso ocorre, principalmente, devido a variedade encontrada nestes dois empreendimentos, que devido à proximidade podem ser somados e assimilados enquanto centralidade polar por adequarem-se ao nosso entendimento desse tipo de centro comercial.

Lembrando que Marabá, há décadas, já não era mais monocêntrica, e apresentava múltiplas centralidades na organização e estruturação de seu espaço intraurbano, e que já era, inclusive, uma cidade cuja multicentralidade era uma forte característica. Precisamos agora pensar esse espaço urbano a partir das considerações apresentadas, combinadas com reflexões de nosso suporte teórico.

Essa ideia de multicentralidade aqui utilizada, de ser a vida cotidiana e suas implicações em uma cidade regida por mais de um centro, é de Sposito (2013), como, inclusive, vimos no segundo capítulo. É necessário lembrar do mesmo modo que a geógrafa utiliza uma outra terminologia, também aplicada à variedade de espaços centrais na urbe, a policentralidade.

A policentralidade é proveniente de distintas ações de distintos agentes capitalistas que, para além da acumulação desigual, são ações que convergem para alterações e conformações significativas no espaço urbano e que geram novas centralidades que, antes que existissem, já haviam sido planejadas. O prefixo “poli”, do grego “vários” indica variedade e diversidade, o que vai além de apenas “multi”, que, do latim, significa “muitos” (SPOSITO, 2013).

Em Marabá, a considerar que essa(s) nova(s) centralidade(s), seu(s) surgimento(s) e consolidação – tanto una, quanto múltipla – ocorrem direta e intimamente relacionados a distintos agentes capitalistas, que apresentam e trouxeram para a cidade novos conteúdos sociais e econômicos, redefinindo padrões não só no que tange à estrutura física, mas de diversidade, variedade e qualidade, concluimos que trata-se, agora, de policentralidade. Sposito (2013) fala

que os dois combinam-se, já que não deixa de ser “multi”, tratando então, na realidade da referida cidade, a nosso ver, de multi(poli)centralidade.

Pode ser que essa seja uma conclusão precipitada de nossa parte. É preciso, dessa forma, observar e refletir acerca da construção dessa, por enquanto pressuposta, multi(poli)centralidade. Partiremos, portanto, em busca da compreensão das práticas dos agentes envolvidos, objetivando melhor interpretar as mudanças no que tange às centralidades e à estruturação da cidade, quais os respectivos papéis nesse(s) processo(s) e se, de fato, trata-se da existência de centralidade(s) previamente planejada(s).

5 DIFERENTES AGENTES E SUAS PRÁTICAS ESPACIAIS NA CONSTITUIÇÃO DA(S) NOVA(S) CENTRALIDADE(S) EM MARABÁ

A cidade capitalista é um produto social proveniente de diversas ações sobrepostas durante a história, planejadas por distintos agentes que não apenas produzem, mas consomem o espaço produzido. Tais agentes, possuem interesses, práticas e estratégias que lhes são convenientes. Esses agentes são os responsáveis não só pela produção, como pela reprodução e constantes transformações no espaço das cidades (CORRÊA, 1989).

De acordo com Fernandes (2013), parte considerável da dinâmica da cidade, inclusive as mudanças nas condições de centralidade, estão, de forma imediata, atreladas à política, especialmente à política urbana, ou seja, ligadas às ações do Estado. Porém, tão ou até mais relevante que estas, são as atuações dos outros grupos, com diferentes interesses e distintas formas de exercer forças sobre a cidade e corroborar com as transformações e/ou permanências no espaço urbano.

Tais ações, tanto do Estado quanto de outros agentes, aqui chamaremos, mais recorrentemente, de “práticas espaciais”. Nossa influência são as formulações teóricas, novamente de Roberto Lobato Corrêa, que atribui tal nomenclatura às ações dos diferentes grupos sobre o espaço geográfico.

São ações que contribuem para garantir os diversos projetos. São meios efetivos através dos quais objetiva-se a gestão do território, isto é, a administração e o controle da organização espacial em sua existência e reprodução (CORRÊA, 2000, p. 35).

São provenientes de projetos, dos mais variados, também resultantes de cada padrão de sociedade, que são delineados para tornar viável e otimizada as mais variadas atuações no espaço. Corrêa (2000, p. 35) exemplifica falando que pode ser “a existência e a reprodução de uma determinada atividade ou de uma empresa, de uma cultura específica, étnica ou religiosa [...] ou a própria sociedade como um todo”.

Nos apropriamos dessas elaborações teóricas e compreensões, bem como, de outros autores, para auxiliar nossa percepção da realidade urbana que empreendemos ler, e que aqui dissertamos. Essa leitura do intraurbano marabaense, para além das teorias e dos autores que já escreveram sobre, se dá, como já mostramos, através de uma etapa experienciada *in loco*, cuja materialidade

se apresenta, principalmente, através de fotografias, gráficos, mapas e transcrições de trechos de entrevistas.

Ainda recorrendo a Corrêa (2000), destacamos que as práticas espaciais são as responsáveis pelas sociedades criarem, manterem, desfazerem e refazerem as formas e relações espaciais. Este autor ratifica ainda que “são as práticas espaciais [...] que impactam diretamente sobre o espaço, alterando-o no todo ou em parte ou preservando-o em suas formas e interações espaciais” (CORRÊA, 2000, p. 35).

Ouvimos distintos agentes, inclusive os cidadãos enquanto consumidores, para justamente compreender suas práticas espaciais e as reverberações destas no espaço. Observando o que foi criado e o que foi mantido, o que foi feito, refeito ou desfeito no que tange às relações espaciais concernentes às centralidades no plano do espaço urbano dessa cidade amazônica.

Faremos um esforço no sentido de elencar distintas ações de diferentes agentes que, com mais ou menos intensidade, proximidade e força, corroboraram com as latentes transformações espaciais aqui evidenciadas. Tais agentes serão o Estado, em suas diferentes instâncias; as empresas, mormente as do setor supermercadista; e os consumidores. É importante ressaltar que as ações desses agentes são, na grande maioria das vezes, complementares, e em nosso texto realizamos uma separação como recurso metodológico e didático de apresentação, a fim de se fazer entender os processos.

Iniciaremos pelas grandes superfícies comerciais. Justifica-se iniciarmos por estes agentes por serem elas aqui consideradas como expressivos espaços centrais e pressupondo serem as respectivas corporações proprietárias os grandes responsáveis, mas não os únicos, pelas alterações nas centralidades em Marabá.

5.1 Estratégias espaciais dos grupos empresariais: rebatimentos no intraurbano

Conforme Parente (2003), a localização de um estabelecimento lojista é uma das decisões mais complicadas para o grupo proprietário. Ao contrário de outras decisões, que podem ser mudadas, revistas ou desfeitas ao longo do tempo, o local onde será fincado o empreendimento não pode ser modificado, ou não facilmente.

Uma decisão de localização inadequada significa uma enorme desvantagem competitiva para um varejista, exigindo esforços mercadológicos e muitas vezes sacrifícios de margem que levam a prejuízos operacionais (PARENTE, 2003, p. 08).

Por se tratar de uma tarefa tão importante, “as empresas fazem suas escolhas espaciais estudando, mensurando, prospectando, projetando, avaliando e reavaliando” (SPOSITO e SPOSITO, 2017, p.467). Como observado na citação, as práticas espaciais das empresas, no referente às escolhas locacionais, são precedidas de planejamento, estudos e aplicação de métodos no sentido das tomadas de decisões serem as mais acertivas possíveis ao instalarem seus empreendimentos, por isso os referidos autores, bem como outros, chamam de estratégias espaciais, que geralmente obedecem às racionalidades da acumulação, geralmente chamadas de lógicas econômicas.

Os geógrafos prosseguem:

Buscam as evidências de que podem pesar todas as variáveis e que farão a opção certa, embora haja inúmeros estudos que mostram que o perfil de quem toma a decisão, o seu senso de oportunidade e até seu feeling são capazes de pesar e escolher na hora certa. Erram algumas vezes, mas impera o desejo e predominam as ações que privilegiam as racionalidades na escolha (SPOSITO e SPOSITO, 2017, p. 467)

. Ainda de acordo com eles, as estratégias espaciais das empresas são duplamente traçadas, são uma sobreposição ou somatório de decisões combinadas que se estabelecem tanto na escala da(s) rede(s) urbana(s), quanto na escala intraurbana. De acordo com Fischer,

[...] para as grandes empresas, o paradigma de referência, no que diz respeito à estratégia espacial, é aquele da “rentabilidade do espaço”: a escolha pelo local de implantação depende das capacidades do meio em satisfazer as exigências de funcionamento da empresa, permitindo-lhe ao mesmo tempo minimizar os seus custos de localização e de produção e otimizar seus benefícios (de toda natureza). Estas estratégias espaciais acabam inevitavelmente sendo muito seletivas e, geralmente, benéficas para os pontos fortes dos territórios (FISCHER, 2003, p. 14 apud SPOSITO e SPOSITO, 2017).

Em se tratando de uma rede urbana, podemos interpretar como os “pontos fortes” os centros urbanos com melhores estruturas e maior capacidade de exercer centralidade. No caso de uma cidade intermediária como Marabá, cuja centralidade exerce forças sobre outros municípios, compreendemos que as lógicas espaciais dos grupos empresariais tenham considerado, primeiramente, a escala regional onde esse espaço ganha destaque enquanto centralidade na rede urbana, para, posteriormente, traçarem estratégias na escala da cidade.

Chegamos a esse entendimento levando em conta, também, o que diz Gomes (2017), quando, ao estudar a espacialização do setor supermercadista no

Brasil afirma que, primeiramente, os grupos analisam a(s) rede(s) urbana(s), e optam, então, pelas cidades que exercem, com maior ou menor abrangência, alguma centralidade urbana. O autor diz existir,

portanto, uma questão anterior à escolha do "ponto" de seus estabelecimentos na escala intraurbana. Trata-se da definição dos municípios que receberão suas operações, privilegiando aqueles dotados de características entendidas como adequadas aos propósitos de uma nova loja. Assim, a rede conformada por essas operações econômicas tanto apropria-se, quanto reforça os nós da rede urbana. (GOMES, 2017, p. 418).

O autor supracitado concorda com Sposito e Sposito (2017, p. 467), quando estes concluem que as ações resultantes das lógicas econômicas e as estratégias espaciais das empresas possuem

a capacidade de reafirmar a hierarquia ou a posição que as cidades ocupam na rede urbana, não como tamanho demográfico, mas como combinação entre situação geográfica e nível de complexidade de seus papéis e funções.

Coadunam com o que foi exposto nos parágrafos anteriores, no que tange à combinação de estratégias espaciais com lógicas econômicas no âmbito da região, os depoimentos do gerente da loja Supermercado Mateus³⁸. Foi perguntado a ele qual foi a cidade, dentre as que a rede Mateus atua na região, foi a primeira a receber grandes lojas, a resposta foi: “Primeiro foi Marabá. Primeiro foi essa loja, essa é a pioneira, aí depois a gente abriu o Mix [também em Marabá], aí a gente abriu Parauapebas, depois a gente abriu Altamira e depois El camión³⁹”. Quanto a ser interrogado sobre o porquê do grupo maranhense ter resolvido atuar em Marabá, temos a seguinte resposta:

Primeiro porque Marabá além de ter uma população muito grande, é também uma área muito rica, por estar próximo de Parauapebas, da Vale... que querendo ou não traz muito recurso para essa população, não é? E o Mateus viu uma oportunidade muito grande de também poder se expandir como grupo. Não só aumentar seu capital, mas se expandir como grupo [...].

Perguntamos ainda acerca do alcance direto do Supermercado Mateus à outras cidades, e ele nos disse que possuem clientes de

São João [do Araguaia], Brejo Grande [do Araguaia], Palestina [do Pará], Nova Ipixuna...[...], todas essas cidades próximas. A gente já até conhece alguns clientes por nome, “né”, porque eles se fidelizam, e a gente acaba

³⁸ Entrevista realizada com o gerente da loja Supermercado Mateus no dia 14 de agosto de 2019.

³⁹ Lembrando que o El Camión é uma rede de lojas menores do Grupo Mateus que atua em parceria com comerciantes locais em sistema de franquia, com o propósito de atuar nos bairros, nas periferias e espaços mais distantes das grandes lojas.

conhecendo eles [de forma] bem próxima, por serem de fora e às vezes pedirem algumas informações e a gente vai conhecer um pouquinho da vida deles também...e é bastante, é bastante o número [de pessoas].

A mesma pergunta foi feita para a gerente da loja Colina Distribuidora e Varejo⁴⁰, e ela nos respondeu que “Sim, sim, sim...Nova Ipixuna, Jacundá, Breu Branco, Ourilândia...aqui essas circunvizinhas. Eu não conheço todas as cidades, mas as circunvizinhas”.

Outras informações concernentes ao Colina Distribuidora e Varejo que nos leva a enxergar essa escolha da cidade tanto pelo seu potencial intraurbano e sua população, quanto pelo entorno, o regional, é o fato de que o Grupo Colina, originalmente, é um grupo de distribuição de alimentos, partindo, posteriormente, para a atuação no setor lojista supermercadista com o atacarejo. Esse empreendimento do Grupo, de atuar enquanto loja, para além do trabalho enquanto distribuidora, ocorre apenas em Belém e Marabá. Segundo ela, ao ser perguntada quantas lojas o Grupo possuía, respondeu que o “Colina [tem] 3. Duas em Belém, que uma tem o subnome de Campeão, essa em Marabá, e a Colina matriz [distribuidora]”. É possível observar a importância de Marabá, na visão do grupo, que ao empreender em um novo ramo, o supermercadista *cash and carry*, escolhe, para além da capital, Marabá.

De semelhante modo, o gerente do Atacadão⁴¹, quando perguntado sobre quais cidades paraenses a rede empreendeu primeiro, ele responde: “foi Belém, Ananindeua, depois veio Santarém e aqui essa loja [em Marabá] e depois Castanhal e depois mais uma em Ananindeua...”. Percebe-se, também aqui, uma sequência na inauguração dos estabelecimentos de acordo com a hierarquia urbana e influência de cada cidade.

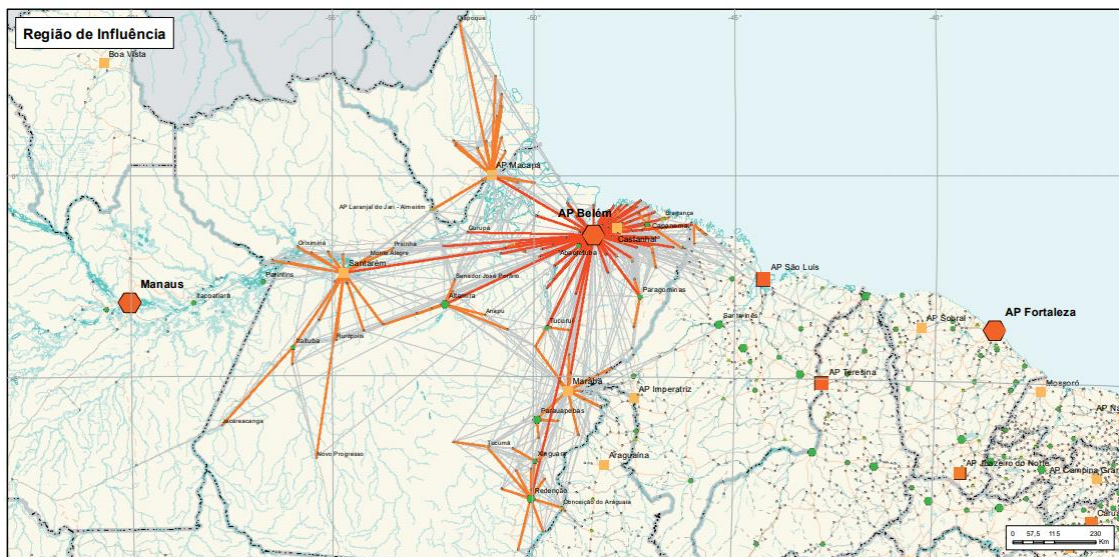
Vejamos, as duas primeiras inaugurações do Atacadão em solo paraense foram na Região Metropolitana de Belém, a terceira em Santarém e a quarta em Marabá. Na hierarquia urbana do Estado do Pará, de acordo com o estudo REGIC 2018 (2020), a cidade de Santarém possui o mesmo *status* que Marabá, no caso capital regional C. Entretanto, a centralidade urbano-regional de Santarém é exercida em uma extensão maior, sua região de influência é mais vasta, com alcance territorial bem maior que Marabá, como pode ser visto na figura 68. Outro

⁴⁰ Entrevista realizada com a gerente da loja Colina Atacado e Varejo, no dia 19 de agosto de 2019.

⁴¹ Entrevista realizada com o gerente da loja Atacadão, no dia 19 de agosto de 2019.

fator que não pode ser ignorado é que a referida cidade é a segunda maior do estado⁴², em termos demográficos, sendo Marabá a terceira.

Figura 68: Região de Influência das principais cidades paraenses



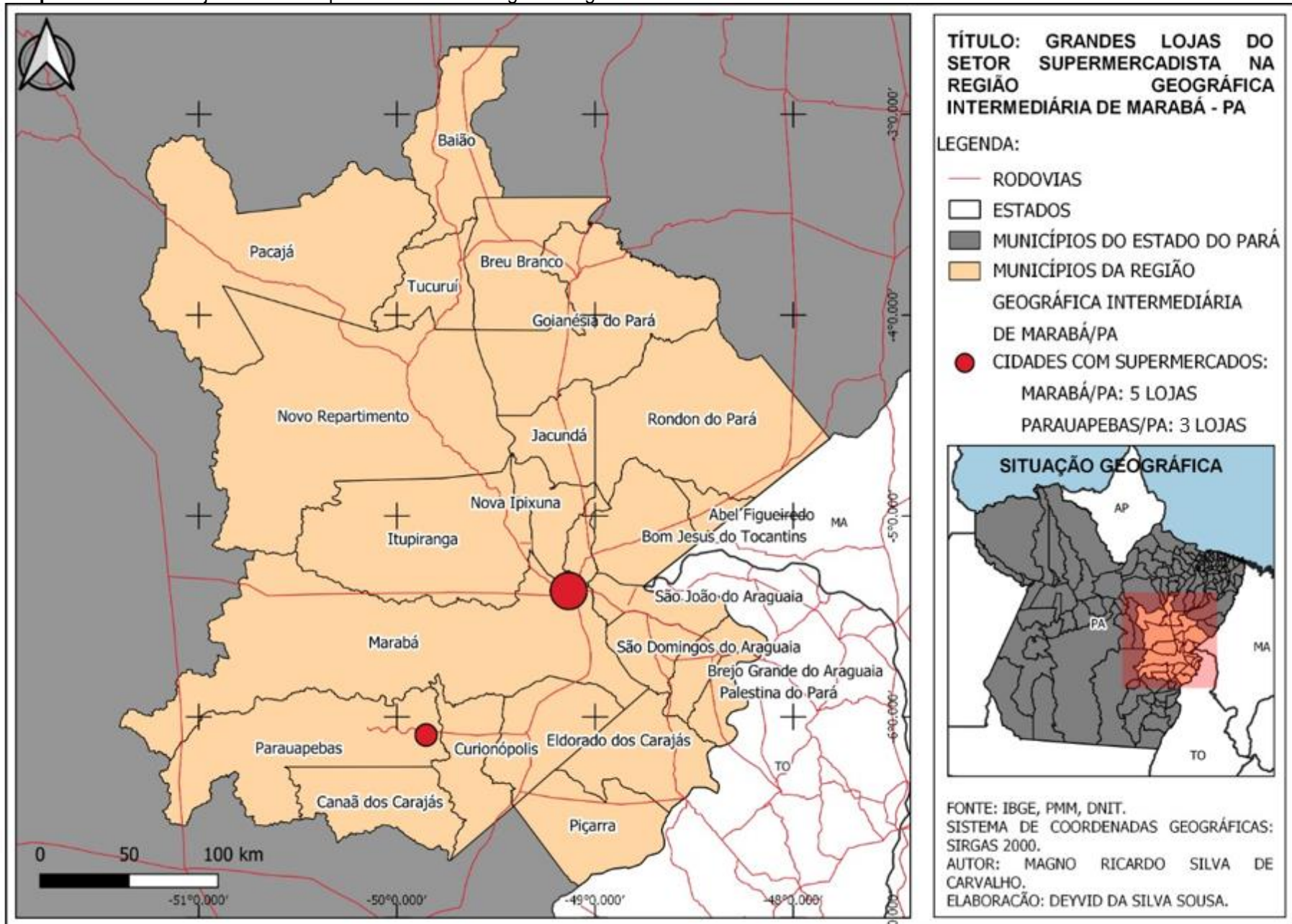
Fonte: IBGE (2020).

Esse olhar para a sequência de inauguração dos atacarejos do grupo francês no Pará, nos leva a cogitar que, de fato, o alcance regional de uma urbe é fator determinante na escolha da corporação. Também nos induz a pensar que o quantitativo populacional também é fator considerado pelos grupos empresariais.

Observemos agora, no mapa 15 a seguir, a presença de grandes estabelecimentos supermercadistas na Região Geográfica Intermediária de Marabá (IBGE, 2017).

⁴² Considerando que os dois municípios mais populosos, Belém e Ananindeua, fazem parte da Região Metropolitana de Belém, a “Grande Belém”.

Mapa 15 – Grandes lojas do setor supermercadista na Região Geográfica Intermediária de Marabá



Organização: O autor. Elaboração: SOUSA (2019).

Para além das entrevistas com os gerentes das lojas, foram feitas pesquisas nos *sites* dos grupos supermercadistas atuantes no Brasil, especialmente no Pará e estados vizinhos, e buscas na internet por notícias e publicidade de inauguração de supermercados na Região Geográfica Intermediária de Marabá⁴³ que nos levaram a concluir que nesse conjunto de municípios sob influência de Marabá existem, apenas, oito grandes lojas do setor, como pôde ser visto no mapa. Além das cinco em Marabá, todas as outras três lojas estão em Parauapebas. Trata-se de três atacarejos, sendo dois do Grupo Mateus, portanto, dois Mix Mateus, e um da rede Assaí Atacadista, pertencente ao Groupe Casino, corporação francesa atuante em vários países (ASSAÍ ATACADISTA).

A maioria está em Marabá, cidade sede da Região Geográfica intermediária. Para além de Marabá, os grupos escolheram se instalar em Parauapebas, que é cidade sede da Região Geográfica Imediata de Parauapebas, umas das três componentes da Região Geográfica Intermediária de Marabá, e segunda mais populosa desta. O fato das empresas estarem em Parauapebas e não em Tucuruí, outra cidade sede de região geográfica imediata, justifica-se pela pujança econômica de Parauapebas, que devido à mineração lhe garante, inclusive, apresentar o segundo maior PIB do estado.

Diante das reflexões e informações expostas, compreendemos que as instalações destes empreendimentos em Marabá podem ser compreendidas, para além do seu quantitativo demográfico, a cidade mais populosa da região, também, primeira e principalmente, pela importância dela na rede urbana, pelo seu papel exercido na região enquanto cidade intermediária, com a implantação dessas superfícies comerciais reafirmando esse papel. Ratificando, entende-se que tais escolhas recaem sobre Marabá, sobretudo, pelo seu papel exercido na rede urbana.

Nosso interesse é, especialmente, na escala da cidade, no intraurbano, e diante do que já compreendemos a partir das lógicas econômicas e estratégias espaciais das empresas em âmbito regional, é inevitável fazermos alguns questionamentos, um deles seria: mas, e no plano do espaço urbano?

⁴³ Buscamos também tais informações nos sítios eletrônicos da Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS) e da Associação Paraense de Supermercados (ASPAS) e não obtivemos sucesso.

Nessa escala, já sabemos que as escolhas locacionais dos empreendimentos possuem o poder de causar mudanças na estrutura urbana, sobretudo, redefinindo a centralidade intraurbana e a morfologia, causando, por vezes, mudanças significativas na estruturação da cidade, sendo capazes de causar processos de reestruturação. Também compreendemos que essas transformações ocorrem, especialmente, porque esses grandes espaços de consumo possuem a capacidade de criar e manter fluxos que os fortalecem enquanto novas formas de expressar a centralidade no espaço urbano, com mais intensidade ainda, tratando-se de espaços não metropolitanos.

Aqui nos cabe buscar compreender o que estas empresas consideram, após decidirem pela instalação de uma grande superfície comercial em determinada urbe. Ou seja, no espaço da cidade, o que lhes é mais ou menos interessante, o que lhes convém considerar quando estão “estudando, mensurando, prospectando, projetando, avaliando e reavaliando” (SPOSITO e SPOSITO, 2017, p. 467) os espaços de uma cidade para a implantação e quais as consequências na materialização de determinada escolha.

Carlos Henrique Costa da Silva em suas contribuições, afirma que a localização das grandes superfícies comerciais dos grandes grupos, “depende de grande quantidade de movimentação do capital, isto é, devem atender a uma grande clientela e por isso, localizam-se nos maiores eixos de circulação” (SILVA, 2003, p. 93).

No entanto, é interessante observar que há diferenças entre os padrões de localização dessas plataformas de acordo com o tamanho – extensão da malha urbana – e influência das cidades na rede. Em grandes cidades, mormente as metrópoles, as empresas se permitem localizar em distintas áreas da cidade. Haja vista a maior extensão do tecido urbano, distribuir-se espacialmente é estratégico, pois, ajuda a ampliar o alcance e atingir maiores parcelas de diferentes mercados consumidores em distintas áreas da aglomeração, levando em conta que as distâncias nessas cidades são maiores e vêm aumentando de forma considerável (SPOSITO e GÓES, 2015). Dessa forma, é possível encontrar amplos espaços de consumo entre grandes lojas de departamento e eletrodomésticos, supermercados, hipermercados e shopping centers em distintas vias de acesso mais rápido e facilitado, podendo ser rodovias ou avenidas, em distintas áreas da cidade.

De modo diferente, nas cidades médias, as menores distâncias e menor dispersão urbana, bem como, a conseqüente quantidade reduzida de lojas, como também o destaque regional, onde se visa atender consumidores de outras cidades faz com que tais grupos, ao escolherem terrenos para seus empreendimentos, almejem na grande maioria das vezes, localizarem-se nas rodovias. Sposito e Góes (2015, p. 116), confirmam que

[..] nos estratos inferiores da rede urbana, com destaque para as cidades que exercem papéis de intermediação, as empresas vão instalar uma, duas ou três unidades. As escolhas locacionais que fazem são orientadas, a nosso ver, por dois critérios principais: atingir, de modo mais amplo possível, segmentos socioeconômicos aos quais são direcionados seus produtos e facilitar o acesso de consumidores que, deslocando-se por rodovias, são provenientes de municípios menores da região.

A preocupação com as relações interurbanas e a relevância regional da cidade, influenciam e muito nas escolhas locacionais no intraurbano. Isso é perceptível em determinado trecho da fala do gerente do Supermercado Mateus, em depoimento para nossa pesquisa, quando indagamos a respeito das motivações para tal localização:

Aí [na rodovia] é um ponto também muito estratégico pela facilidade de não só a cidade, mas também quem passa por ela poder conhecer, é um ponto estratégico não só do Mateus, mas como de todos os concorrentes que a gente tem... se você observar os pontos deles são também em rodovias porque são pontos estratégicos e abrange uma população maior.

Não podemos, de forma alguma, perder de vista essa compreensão da importância da cidade regionalmente e dos espaços rodoviários em seu intraurbano por serem o acesso com as outras cidades e com o espaço agrário. Entretanto, dialogando diferentes e complementares reflexões com a realidade da cidade média em questão, na busca pela compreensão da instalação das novas plataformas comerciais nos eixos rodoviários e não nas tradicionais áreas centrais, para além da importância regional dos eixos rodoviários, é válido analisar as transformações na estrutura urbana, nas periferias, tanto no sentido social quanto geométrico, e nas alterações no tamanho da mancha urbana.

Diante do que foi explicado, ratificamos que o intuito deste tópico do texto é a compreensão das práticas espaciais dos grupos empresariais voltados para o comércio para, posteriormente, buscarmos compreender como tais práticas, suas estratégias locacionais, podem ter colaborado em modificações na estruturação da

cidade. No entanto, para tal, se faz necessário abordar, mesmo que de forma mais superficial, também as práticas espaciais de alguns outros agentes.

Nos referimos, utilizando termos de Corrêa (1989), aos proprietários fundiários, promotores imobiliários, grupos sociais excluídos e até alguns proprietários dos meios de produção que não necessariamente lojistas. Faremos em uma sequência de reflexões, a partir de informações históricas, geográficas e econômicas, para que possamos relacionar as respectivas atuações desses agentes na cidade, com a instalação das grandes lojas de redes de capital externo e as suas preferências locacionais no intraurbano.

A relação de Marabá com múltiplas escalas não é algo recente, como também não é tenra a relação deste município e de seu espaço urbano com empresas de diferentes portes e origens. Isso nos leva a, novamente, retomar à história desse centro urbano, mais precisamente no tocante à sua economia.

Isso porque a economia dessa cidade é lida e dividida historicamente em quatro ciclos econômicos, sendo eles, o primeiro: o ciclo da borracha, aqui já aludido, que perdura do início da ocupação da área até os anos 1920; o segundo: o ciclo da castanha (também já mencionado) e do diamante, perdurando de 1920 até o ano de 1970; o ciclo pecuário e madeireiro, mais curto, existindo durante a década de 1970 e findando em 1980; e, por último, o ciclo industrial, que iniciado em 1980, consistindo no beneficiamento de ferro gusa, persistiu até os anos 2000 (ALMEIDA, 2008; PNUMA et al, 2010).

Em todos, Marabá teve relações com múltiplas escalas, mediadas de alguma forma pelo Estado e tendo como agentes de extrema relevância, grandes grupos empresariais. No entanto, o que no momento mais nos interessa é o último momento econômico evidenciado, haja vista, como pode ser aferido em Souza (2015) e Rodrigues (2015), que a atual estrutura da cidade, está, em muito, relacionada com o capital industrial minerário.

Explica-se a partir da compreensão de que as duas últimas “explosões” de crescimento populacional/migratório e, conseqüentemente, da cidade em termos de aumento da quantidade e tamanho dos bairros e do tecido urbano, foram causadas pela indústria da mineração, a saber motivados pela indústria guseira em seu ápice, nos anos 2000, pouco antes de sua brusca queda, e após o anúncio do

empreendimento ALPA, Aços Laminados do Pará, no fim desta década (RIBEIRO, 2010; SOUZA, 2015; RODRIGUES, 2015).

Isso porque, *a priori*, o ciclo industrial-mineral não teria findado, ou ainda, teria “ressurgido” pouco depois se os planos da empresa Vale tivessem se concretizado na cidade, tendo em vista, “[...] o anúncio de um grande projeto industrial, que tornaria possível a verticalização da cadeia do aço em Marabá, através da criação da ALPA, siderúrgica da companhia Vale” (SOUZA, 2015, p. 116 – 117).

Noticiada em 2008, a construção da ALPA iniciou de fato em junho de 2010, com as obras de terraplanagem do terreno. Porém, desde o início do seu anúncio, a chegada deste empreendimento provocou uma corrida por investimentos, sobretudo no ramo imobiliário e no setor terciário [...], pois era preciso preparar a cidade para uma nova época 'de ouro'(SOUZA, 2015, p.119).

No ramo imobiliário houve uma corrida por investimentos no setor, e iniciou-se uma nova configuração da estrutura urbana da cidade com significativa expansão da mancha urbana, endossada pelo surgimento de vários empreendimentos imobiliários (loteamentos e condomínios de tipos variados e focados em público de alto rendimento e distintas faixas de médio rendimento) e pela consequente aparição de diversas ocupações urbanas (SOUZA, 2015).

Portanto, significativas modificações no espaço ocorreram sob a égide da siderurgia e, depois, no pós-ALPA, sobretudo, o exponencial crescimento do tecido urbano. Esse interregno, como nos mostra Rodrigues (2015, p. 156), “foi marcado pela intensificação do processo de expansão da mancha urbana de Marabá que foi ampliada, saltando de 23,19Km² para 42,77Km²” só entre 2005 e 2013.

Como relatado por Souza (2015), também houve, no referido período, além dos empreendimentos imobiliários, anúncios de empreendimentos voltados para o setor terciário, em sua totalidade voltados para o circuito superior da economia urbana. Só no ano de 2011, foram previstas as instalações, na rodovia Transamazônica, de dois shopping centers e um hipermercado.

A empresa Vale não levou adiante a construção e instalação da ALPA, no entanto, as bruscas mudanças ocasionadas pela euforia de seu anúncio, marcam a realidade urbana de Marabá em diferentes aspectos, com mais ou menos efetividade. A não efetivação do empreendimento também gerou consequências. Para além das ocupações urbanas que surgiram ou se expandiram, a partir de migrantes atraídos, sem que houvesse a absorção esperada pelo mercado de

trabalho, alguns dos loteamentos anunciados não se efetivaram, os que se efetivaram, em sua maioria, apresentam espaços não edificadas. Também como resposta a essa quebra de expectativa, temos a não instalação de um dos shopping centers anunciados, que seria o Unique Shopping Marabá, bem como a não construção do hipermercado do grupo paraense Y.Yamada (SOUZA, 2015).

Houve, como visto, significativo crescimento da mancha urbana, bem como, aumento da população. Essa produção habitacional, tanto proveniente da lógica da necessidade, quanto proveniente da lógica do mercado⁴⁴, ou melhor, as respectivas populações residentes, “exigiam”, por assim dizer, novamente, uma mudança no que tange ao espaço terciário. O espraiamento da mancha urbana, em certa medida, requer da cidade espaços para lazer e consumo que tenham fácil acesso, capazes de serem acessados com agilidade e rapidez pelos diferentes modais de transporte utilizados na cidade (como o transporte público e, principalmente, motos e carros).

[...] a concentração econômica dos grupos de distribuição comercial e de serviços permitiu a construção de grandes equipamentos, que atendem, em parte, às exigências colocadas pelas novas localizações residenciais e, em parte, produzem novos fluxos no interior das cidades, em função das novas possibilidades e formas de consumo que resultam dessa nova localização (SPOSITO, 1998, p.29).

Isso pôde ser observado em Marabá, logo porque as principais áreas centrais preexistentes – Avenida VP-8, Avenida Nagib Mutran e, sobretudo, a Avenida Antônio Maia na Velha Marabá – não atendiam, há tempos, essas demandas.

Aspecto importante da pouca fluidez nos núcleos e entre eles era, até 2012, a precariedade da via que os liga, a rodovia Transamazônica. Nesse mesmo ano é finalizada uma intensa obra de melhoria dessa via, da qual falaremos melhor adiante. Meses depois, também em 2012, é anunciada e instalada a primeira grande loja na cidade, o Supermercado Mateus, seguido de outro da mesma rede, o Mix Mateus, e os outros nos anos seguintes, todos, como já sabemos, na BR 230, com exceção do Colina Distribuidora e Varejo.

Sposito (1998), por meio de uma leitura de Chevalier (1994), nos diz que os grupos comerciais, em suas estratégias se articulam com os mercados imobiliário e fundiário, visando a otimização, no que tange aos seus lucros, das estruturas e da

⁴⁴ Abramo (2010) fala da produção do espaço urbano a partir de três lógicas: A lógica do mercado, através de condomínios, loteamentos e congêneres, a lógica do Estado, através de programas como o MCMV, e a lógica da necessidade, com a construção da cidade a partir dos que não conseguem usufruir das duas anteriores, cuja materialidade são as favelas.

importância das diferentes funções econômicas e residenciais. A autora também diz que

Em função dessas mudanças de natureza econômica e das lógicas locacionais é possível afirmar que há uma recomposição da estrutura urbana, que se expressa sob diferentes formas de expansão e de periferização do tecido urbano: abertura de novos loteamentos urbanos, destinados a engendrar diferentes padrões ocupacionais; construção de grandes conjuntos habitacionais, associados ou não à instalação de pequenos equipamentos para a realização de um consumo imediato; aparecimento de grandes equipamentos comerciais e de serviços (shopping centers e hipermercados) e, mesmo, de outros centros de atividades mais complexos, que incluem a presença de sedes de empresas, serviços de hotelaria e espaços para a realização de eventos de toda natureza (SPOSITO, 1998, p.30 grifos nossos).

As transformações espaciais constantes na formulação de Sposito (1998), que a autora atrela às atuações de grandes empresas ou posteriores às suas “chegadas” em determinado espaço, que foram destacadas por nós através do sublinhado, todas, sem exceção, ocorreram em Marabá no período que Souza (2015) chama de “pós-ALPA”. Aqui, temos particular interesse em uma, o surgimento das grandes plataformas comerciais que, como a própria autora chega a mencionar, são, na grande maioria das vezes, shopping centers e super/ hipermercados.

O que propomos aqui, a partir de nossa leitura do fenômeno em questão, aclarada pelas formulações de Sposito (1998), é que, ainda que dois dos três grandes equipamentos comerciais anunciados durante a euforia da ALPA, não tenham se efetivado, os demais que foram instalados pouco depois, a partir de 2012, possuem também insigne relação com esse período, tendo em vista todo o crescimento urbano e as relações estabelecidas entre os distintos agentes e as práticas espaciais destes, principalmente, no que tange às estratégias locacionais.

Isso porque, como por vezes mencionado, esses novos equipamentos comerciais do circuito superior, instalaram-se nas rodovias, de forma que se encontram não apenas relativamente próximos dos novos bairros engendrados pelos agentes imobiliários, como também por garantirem, ao mesmo tempo, acesso fluido a partir tanto destes quanto dos bairros mais antigos, mais consolidados da cidade.

Há, como sabemos, uma exceção no que concerne à localização na Transamazônica, a Colina Distribuidora e Varejo, que se localiza na outra rodovia, a BR 222. Este, além de também ter acesso rápido, através da própria rodovia, a partir dos bairros provenientes da lógica do mercado surgidos no Pós-ALPA e dos bairros

antigos (sobretudo da Nova Marabá e São Félix), é vizinho de grandes bairros procedentes da lógica da necessidade, ocupações urbanas, bairros estes que, como pode ser visto em Carvalho e Souza (2018), tem, também, seu surgimento e expansão atrelados às práticas da indústria (auge da siderurgia nos anos 2000 e posterior anúncio da ALPA).

Tão importantes quanto as leituras dos autores que versaram recentemente sobre Marabá e das formulações de outros para a nossa compreensão das escolhas locacionais no intraurbano, são os depoimentos de alguns representantes dos agentes em evidência. Voltemos às entrevistas com os gerentes e administradores dos supermercados.

Em seus depoimentos, podemos observar respostas que se distinguem, ao passo que se complementam ao apontar, de diferentes formas, elementos que foram importantes para as respectivas escolhas do(s) “ponto(s)”. Primeiramente, atentemos ao depoimento do gestor da Loja Atacadão. Vejamos:

Olha, um pouco é estratégico e outra questão é a oferta de terreno porque o Atacadão, tanto o Atacadão, quanto outras grandes redes, precisam de uma área muito grande. Se você pegar na Velha Marabá, você não tem uma área tão grande que desse, não é? E é em um lugar estratégico... Como Marabá é dividida em três polos... Velha, Nova e Cidade Nova, a gente tentou posicionar onde desse para atender as três. Então é questão de terreno; oferta de grandes áreas; e estratégia também. E a própria circulação de grandes veículos que traz nossas mercadorias hoje, que em alguns centros são proibidos em horário comercial. [São] Grandes carretas...

Percebe-se em sua fala, uma série de questões de suma importância. O entrevistado faz um apanhado do que, em sua visão, foi importante para a escolha locacional. Todas estão, de certa forma, justapostas. Primeiramente, ele fala que o ponto é “estratégico”, também cita “oferta de terreno” e encerra falando da facilidade de acesso por parte dos grandes veículos que transportam suas mercadorias, as “grandes carretas”. Segundo Queiroz Ribeiro,

Para os capitais industrial, bancário, e comercial, a terra urbana tem o papel de permitir o acesso aos efeitos úteis de aglomeração. Ou seja, segundo o capital específico, cada terreno particular permite maior valorização pelo acesso que sua localização propicia aos efeitos úteis de aglomeração (QUEIROZ RIBEIRO, s.d., p.41 apud VILLAÇA, 2001, p. 74).

A mais relevante das observações ou o motivo mais importante que, de alguma forma, abrange os demais, é o acesso. Villaça (2001, p. 74) destaca que “a acessibilidade é o valor de uso mais importante para a terra urbana”. No caso do

Atacadão, bem como, dos demais empreendimentos nas margens da rodovia, a compra de terreno amplo foi possível por se tratar de uma área que, até poucos anos era marginalizada, ou pouco valorizada do ponto de vista da concentração de comércio e serviços o que, por sua vez, está relacionado ao fato da via apresentar também, até pouco tempo, limitada fluidez ou acessibilidade.

Os terrenos adquiridos pelas empresas, onde funcionam atualmente os supermercados, o hipermercado Líder, a loja Havam e até o Shopping, eram, até poucos anos subutilizados (com pequenos negócios ou até mesmo sem cumprimento da função social). Se adquiridos pouco antes da construção, estavam, antes, à disposição da especulação imobiliária, se adquiridos há muito tempo, também. Falamos isso baseando-nos na informação de que, segundo Pereira (2020), as grandes corporações comerciais, mormente supermercadistas, passaram, há algum tempo, a enxergar no ramo imobiliário uma forma de obtenção de lucro e/ou redução de custos, muitas com “braços” /empresas focadas exclusivamente nesse setor.

Não tivemos acesso à informação de quando os grupos adquiriram os terrenos, mas pensamos que não tenha sido às vésperas da implantação. Isso é pouco provável, pois como podemos ver em Corrêa (1992), a antecipação espacial é inerente às grandes empresas. Segundo o autor, essa prática é uma forma de “garantir para o futuro próximo o controle de uma dada organização espacial, garantindo assim as possibilidades, via ampliação do espaço de atuação, de reprodução de suas condições de produção” (CORRÊA, 1992, p. 38). Em outro trecho ele fala que “a antecipação espacial constitui-se em uma prática que pode ser definida como a localização de uma unidade funcional em um dado lugar antes que condições favoráveis de localização tenham sido satisfeitas” (ibidem).

Nesse caso específico, essas localizações antes das circunstâncias favoráveis podem ser atribuídas às más condições da rodovia no espaço urbano até há alguns anos, que por tratar-se de uma via importante regionalmente, em uma cidade de importância também regional, com tais rodovias entroncando-se e encontrando-se, já era um espaço interessante aos grupos antes mesmo de ser ideal no nível intraurbano.

Retomando a discussão, de forma mais específica, ao que tange a acessibilidade, é significativo pensarmos, por exemplo, que na principal área

comercial da cidade, a avenida Antônio Maia e adjacências, há, desde algum tempo, extrema dificuldade de estacionamento, sobretudo, para usuários de carro. A dificuldade de estacionamento em outras áreas, leva grande parte dos cidadãos, mormente, os que utilizam carros, a preferirem, para suas compras, espaços que ofereçam facilidade de estacionamento, o que não é possível na Velha Marabá, como veremos com mais atenção no tópico seguinte.

A circulação de caminhões é outro fator relevante em que se deve considerar o acesso tanto do regional quanto do intraurbano. Grandes quantidades de produtos chegam nessas lojas com frequência, dependendo do produto, como no caso de horti-fruti, diariamente. Áreas saturadas da cidade, com comércio intenso de rua e dificuldade de estacionamento inviabiliza ou dificulta bastante esse fluxo.

Os pontos do espaço intra-urbano condicionam a participação do seu ocupante tanto na força produtiva social representada pela cidade como na absorção, através do consumo, das vantagens da aglomeração. É esse o valor de uso do ponto – sua capacidade de fazer com que se relacionem entre si os diversos elementos da cidade. Esse “relacionamento” se dá de diversas formas e é por meio de diversos fluxos – o transporte de mercadorias, de consumidores, de força de trabalho ou as comunicações -, os quais têm importância e papéis diferentes conforme se trate de espaço regional ou intra-urbano (VILLAÇA, 2001, p. 78)

Sposito e Sposito (2017, p. 472), colocam que se tratando da localização dos estabelecimentos comerciais e de serviços, principalmente nas cidades intermediárias, “[...] muitas grandes empresas, ainda que obedecendo às lógicas espaciais que orientam, de modo geral, suas ações, terão que desenvolver estratégias espaciais particulares a cada contexto espaço-temporal [...]”

Assim sendo, muitas vezes, elas se concentram em determinados quadrantes do espaço urbano que, nem sempre são os mais densamente ocupados, em termos demográficos, visto que há sempre que se estabelecer uma relação positiva entre número de consumidores potenciais e poder de compra per capita, gerando alterações nos itinerários e percursos urbanos. Este aspecto leva-nos a reforçar a ideia de que, em que pesem os processos gerais do capitalismo, as particularidades de cada estrato da rede urbana e as singularidades de cada cidade devem ser observadas (SPOSITO e GÓES, 2015, p. 116).

Outra observação bastante pertinente no depoimento do gerente do Atacadão, é, justamente, quanto à escolha locacional considerando a especificidade de ser Marabá polinucleada. De fato, como pode ser observado no Mapa 13, o Atacadão é o estabelecimento do ramo mais próximo dos três núcleos, lembrando que apenas algumas dezenas de metros o separa do Supermercado Mateus.

Quanto à localização da loja Colina Varejo e Atacado, na Folha 29, Nova Marabá, na rodovia BR 222⁴⁵, vejamos o que diz a gerente: “A questão do conforto Influi bastante, porque a gente tem um estacionamento bem grande, não é? E hoje em dia o cliente quer conforto, quer estacionamento, e aqui [na rodovia] a gente pode oferecer [...]”. A administradora, prossegue:

[...] a população é bastante grande, principalmente aqui onde está a localização atual. A gente tem a conhecida Coca-Cola, tem a Fanta, que são bairros populosos em que a pessoa, o poder aquisitivo, é um público em que as outras pessoas não visam muito, entendeu? Digamos, o público C, D, E, é um público que gera muito lucro, entendeu? Então foi estudada a localização em termos de terreno, o terreno aqui não era tão caro quanto nas áreas comerciais, e isso aí também ajudou bastante.

A fala da gerente do Colina nos mostra, também, uma junção de fatores, assim como dos outros gestores. Entretanto, algumas observações precisam ser feitas quanto à sua localização, tendo em vista que ela é diferenciada, se comparada com a dos congêneres. Primeiramente, por não se localizar na Transamazônica, via que garante a fluidez entre os principais núcleos e principal centralidade linear da cidade.

A situação em outro eixo rodoviário evidencia alguma estratégia no sentido de amenizar a concorrência, e também de se aproximar de grandes áreas residenciais de públicos com menor poder aquisitivo, como, inclusive, pode ser lido no depoimento. Apesar de ser uma clientela com menor poder aquisitivo, ainda assim a gestora fala que é um público que consome bastante.

Essa diferença de renda reflete, por exemplo, na questão do transporte, pois é um público que tem menos facilidade de locomoção, com quantidade significativa de pessoas indo às compras a pé ou de bicicleta (como será visto adiante). O empreendimento localizando-se bem próximo de áreas residenciais, sendo possível ir de outros meios que não apenas de carro ou moto, ele acaba por substituir o comércio de bairro, de compras menores e complementares do dia a dia, já que consegue vender mais barato que o lojista de bairro, e por consequência, ganha no volume de vendas.

Ao passo que usufrui dessas vantagens, a loja em questão também desfruta de todas as outras relativas às facilidades de acesso proporcionadas pela rodovia,

⁴⁵ É válido lembrar que a Distribuidora Colina, antecessora, ficava na rodovia Transamazônica, antes de haver nesse espaço qualquer supermercado ou atacarejo, período em que os principais estabelecimentos do ramo se situavam nas áreas centrais tradicionais.

sendo via de acesso fácil para pessoas de bairros não necessariamente vizinhos à loja, mas também com facilidade aos que não residem em Marabá. Com o espaço amplo e margeando uma estrada, é possível receber grande quantidade de veículos, oferecendo amplo estacionamento, e receber os caminhões de carga.

Foi possível, analisando as entrevistas com os gestores, bem como, com as contribuições dos autores, entender as localizações, as estratégias espaciais das empresas no intraurbano. É indispensável lembrar, também, a inviabilidade de compreender as estratégias locacionais dos grupos sem, novamente, associar a importância desse centro urbano enquanto cidade média, haja vista que a localização dos estabelecimentos comerciais, às margens das rodovias é compreendida por serem, no intraurbano, os espaços com maiores quantidades de movimentação do capital e por concentrarem os fluxos de Marabá e da região, do intraurbano e da rede urbana, da cidade e do campo.

Outra indispensabilidade, é a compreensão de que mudanças tão significativas na urbe, não ocorrem sem as práticas espaciais de outro importante agente, o Estado. No próximo tópico do texto, dispensaremos especial atenção à busca pela compreensão da atuação ou participação do estado na metamorfose a que foi submetida Marabá no que concerne às suas centralidades.

5.2 O Estado e as transformações nas centralidades em Marabá

É possível compreender que o básico no desenvolvimento e nas transformações no espaço é proveniente de ações não planejadas, e que nós, as pessoas, somos parte disso, em meio às complexidades, ordenamentos e à desordem no e do espaço (FERNANDES, 2013).

Mas... não será menos verdade que a cultura e o ambiente de cada cidade, a política e o pensamento dos líderes da administração pública e o planejamento, com desejos, em forma de mapa e regulamento, assim como o projeto e a intervenção pública têm um papel muito relevante (FERNANDES, 2013, p.35).

Essa intervenção pública é, nesse momento, o alvo de nossas reflexões. Pensar em interferências estatais no espaço, nos remete, de imediato, a pensar em gestão do território. Não que o Estado seja o único a fazê-la, afinal, como nos fala Corrêa (1992, p. 35), trata-se da “[...] dimensão espacial do processo geral de gestão, confinando-se ao espaço sob controle de um Estado ou de uma dada

empresa”. O autor ainda explica que essa gestão do espaço é, “o conjunto de práticas que visa, no plano imediato, a criação e o controle da organização espacial. Trata-se da criação e controle das formas espaciais, suas funções e distribuição espacial, assim como de determinados processos.” (ibidem)

A gestão do território é composta por interesses econômicos, políticos e sociais, que a condicionam ao passo em que também são condicionados por ela (CORRÊA, 1992). Estes interesses podem ser defendidos por distintos agentes, em busca de materializá-los no espaço por meio da gestão, tendo o Estado enquanto regulador e mediador, como também o próprio Estado pode defendê-los e trabalhar a partir deles, afinal

o Estado capitalista desempenha múltiplos papéis em relação à produção do espaço. Essa multiplicidade decorre do fato de o Estado constituir uma arena na qual diferentes interesses e conflitos se enfrentam (CORRÊA, 2011, p. 45).

As ações do Estado ocorrem a partir de distintas alçadas em distintas escalas. O caso estudado é no espaço urbano de uma cidade de influência regional, com obras de alto orçamento em uma via com problemas inerentes ao intraurbano, mas que antes de ser uma rua urbana, é uma estrada federal de grande importância, além de interesses de corporações de distintos tamanhos. Sendo assim, temos de concordar com Corrêa (2011) quando fala que as ações das diferentes instâncias de governo podem até ser diferentes, mas dificilmente são desconectadas.

Nosso objetivo aqui é elencar algumas das práticas espaciais e políticas estatais que direta ou indiretamente, nas instâncias municipal, estadual ou federal, estimularam ou propiciaram mudanças nas centralidades ou nas práticas espaciais de outros agentes que, por seu turno, influenciaram tais alterações.

Nossas atenções estarão voltadas, sobretudo, para as inferências das ações estatais nas práticas das empresas e das pessoas, ou, dos proprietários dos meios de produção e consumidores. Diante do que foi exposto e das nossas pretensões quanto ao que ainda objetivamos compreender, precisamos, impreterivelmente, começar a buscar tais interferências do agente estatal em Marabá, que possam ter, com mais ou menos ímpeto, levado ou contribuído para com os rearranjos nas centralidades nessa cidade.

Partindo de uma escala macro, da esfera federal de governo, houve, no Brasil, a partir de 2004, um processo de distribuição de renda com base em investimentos sociais e uma política de valorização real do salário mínimo, que

dinamizou o mercado interno transformando-o em propulsor de crescimento econômico. Nessa dinamização do mercado interno, ganha destaque o consumo, tanto de bens duráveis como não duráveis (SINGER, 2009).

A relevância de relembrarmos tais informações se dá porque é a partir, principalmente, desse período, que

o consumo aparece como um importante vetor de reestruturação, acarretando mudanças não apenas de caráter econômico ou na composição dos gastos individuais e familiares, mas também, que podem ser observadas na dimensão espacial, através de processos que a literatura tem denominado como reestruturação urbana e reestruturação das cidades (COUTO, 2015, p. 3).

No caso de Marabá, a partir do nosso olhar direcionado para o intraurbano, estamos considerando a participação desse aumento do consumo em processos relacionados a mudanças na estruturação da cidade. Isso porque o aumento do número de grandes superfícies comerciais no país está atrelado ao aumento do consumo, e através da desconcentração da atuação desses grupos, chegando aos espaços não-metropolitanos, mormente às cidades médias, que a atuação dessas corporações vai impactar diretamente a estruturação pré-estabelecida das cidades.

Como exposto anteriormente, o anúncio de um grande empreendimento na cidade levou a uma corrida por investimentos e causou mudanças em sua estrutura e estruturação (SOUZA, 2015). Tais investimentos incluíam o setor terciário, no qual podemos dizer que se inicia, principalmente com a inauguração do Shopping Pátio Marabá, um novo momento no que tange ao consumo na cidade. Como vimos, a influência nos atuais estabelecimentos lojistas do circuito superior se dá, sobretudo, relacionada às escolhas locacionais das empresas no intraurbano, buscando atender não apenas os antigos bairros, mas também os provenientes do Pós-ALPA.

Quanto às ações do Estado nesse processo, é significativo mencionar que a ocasião do anúncio do empreendimento contou, inclusive, com a participação dos então presidente da república e governadora do estado, Luíz Inácio Lula da Silva e Ana Júlia Carepa, respectivamente (FIGURA 69). O governo do estado, para além dos benefícios fiscais, desapropriou um imóvel de 1.318, 6 hectares, para a implantação da ALPA, removendo e indenizando a população (DIAGONAL e PMM, 2011; SOUZA, 2015). Já o Governo Federal,

assumiu o compromisso de dar condições logísticas aos empreendimentos relacionados ao polo industrial de Marabá, concluindo as obras das eclusas de Tucuruí e da Hidrovia que liga a cidade de Marabá à Barcarena, de forma a garantir a plena navegabilidade durante todo o ano, além de realizar

o desvio do trecho da BR-230 (Transamazônica) dentro do Distrito Industrial do município para atender às demandas e, ampliar o Porto de Vila do Conde no Município de Barcarena/PA para recebimento de insumos e embarque de produtos siderúrgicos (DIAGONAL e PMM, p. 163).

Figura 69: Anúncio da chegada da ALPA no Jornal Correio do Tocantins (2008)

Marabá - PA, 17 e 18 de Julho de 2008

TOCANTINS

GERAL 5

SIDERÚRGICA • Presidente Lula participará do anúncio oficial do empreendimento em agosto

MARABÁ É ESCOLHIDA PELA VALE

O presidente Lula...
 O projeto da siderúrgica vai mobilizar investimentos diretos e 12 mil indústrias.

CONCURSO
 Junta Comercial do Pará abre 92 vagas

Para o candidato que não tenha acesso à internet, a Universidade da Amazônia disponibilizará a Central de Atendimento no Campus, na Avenida Alcindo Cacéa, nº 282, Belém, das 8h às 17h, para o preenchimento do requerimento de inscrição e emissão do boleto bancário.

Haverá isenção total ou parcial do valor da taxa de inscrição para os candidatos portadores de deficiência.

A documentação requerida no edital deverá ser entregue...

Fonte: SOUZA (2015).

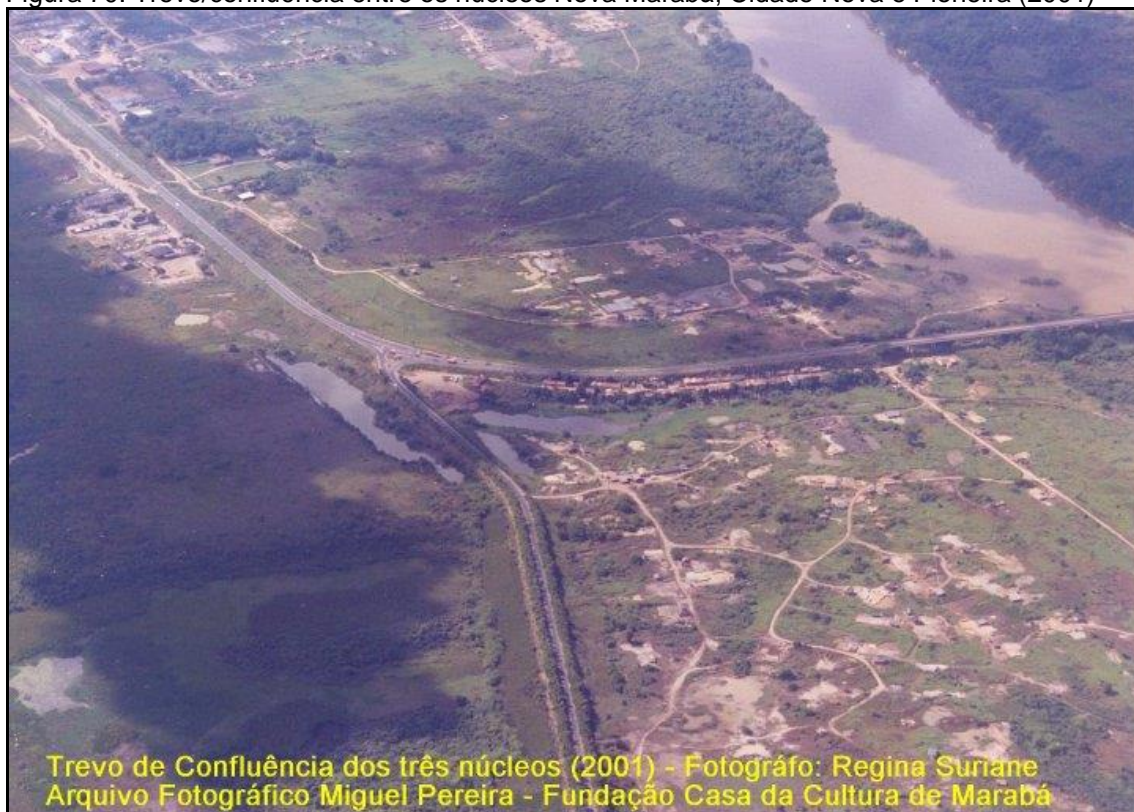
Ainda relacionado à essa produção do espaço no Pós-ALPA, é válido lembrar que é na instância municipal que os empreendimentos imobiliários são aprovados, por meio do conselho gestor do plano diretor do município. De acordo com a Revisão do Plano Diretor (DIAGONAL e PMM, 2011), só nos anos de 2009 e 2010, foram aprovados os projetos para implantação de 23 empreendimentos imobiliários, entre residenciais e condomínios, sendo apenas um de iniciativa estatal (vinculado ao Programa Minha Casa Minha Vida). Também é na instância municipal, através do conselho supramencionado, que ocorrem as aprovações dos grandes empreendimentos comerciais.

No ano de 2011, ao passo que a iniciativa privada anunciava intenções de inaugurar hipermercado e shopping centers, estando um deles já em construção margeando a Transamazônica, o Estado, reestruturava completamente essa via. A obra foi uma parceria entre o Município e a União e consistiu, principalmente, em uma duplicação do trecho da Nova Marabá e da ponte sobre o Rio Itacaiúnas, que liga os dois maiores núcleos.

O somatório da frota da cidade, que dependia da Transamazônica (e da ponte) para ir de um núcleo a outro, com a frota rodoviária, o que inclui intenso tráfego de veículos pesados (mormente caminhões), havia transformado a rodovia

em Marabá, sobretudo nas proximidades do “trevo” (entrocamento que liga os três núcleos) em uma via de trânsito intenso e perigoso. Na figura 70, vemos como era o trevo até o início das obras⁴⁶.

Figura 70: Trevo/confluência entre os núcleos Nova Marabá, Cidade Nova e Pioneira (2001)



Fonte

: <https://www.facebook.com/photo?fbid=2130495220921&set=a.2130494820911>

Os interesses na reestruturação desta não tinham como primeira preocupação a melhoria do trânsito urbano, afinal, as obras de duplicação de trechos da Transamazônica faziam parte de um conjunto de obras do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), diretamente relacionadas com a melhor viabilização das atividades da mineração. Porém como havia interesse, também, por parte da cidade, firmou-se a parceria entre as esferas nacional e local de governo.

A primeira etapa desta obra consistiu na duplicação da ponte sobre o Rio Itacaiúnas, que liga os núcleos Nova Marabá e Cidade Nova.

⁴⁶ A imagem conseguida é de 2001, mas só houve mudanças nas vias com as obras de duplicação.

Figura 71: Obra de duplicação da ponte sobre o rio Itacaiúnas



Fonte: <https://www.folhadobico.com.br/para-transito-de-maraba-causa-transtornos/>

Na ocasião da inauguração da duplicação da ponte, em outubro de 2010, em entrevista⁴⁷, o deputado federal Zé Geraldo (PT/PA) relatou que

Somente a duplicação da Transamazônica, no perímetro urbano de Marabá, e a construção da ponte sobre o Rio Itacaiúnas, recebeu investimentos de aproximadamente 100 milhões do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) e uma contrapartida de 5% do município marabaense.

Como visto na fala do então deputado e como já dito por nós, a duplicação da ponte foi uma parte importante dessa mudança, mas não a totalidade. Durante todo o ano de 2011 e parte de 2012, a cidade lidou com os transtornos e com a expectativa gerados pelas obras (FIGURAS 72 e 73).

⁴⁷ Entrevista ao Blog de notícias Zé Dudu:

<https://www.zedudu.com.br/marab-ministro-inaugura-ponte-na-segunda-feira-25/>

Figura 72 – Obras da duplicação da rodovia Transamazônica em Marabá (2011)



Fonte: (Jordão Nunes).

<https://www.facebook.com/photo?fbid=2080128721790&set=a.1572595433775>

Figura 73: Obras da duplicação da rodovia Transamazônica em Marabá (2011)



Fonte: <http://patrickroberto.blogspot.com/2010/11/duplicacao-da-transamazonica.html> / Acervo Marcus Souza / (Jordão Nunes)

<https://www.facebook.com/photo?fbid=4170889309498&set=a.4170888589480>

A obra da rodovia foi finalizada e entregue no primeiro semestre de 2012, como noticia o Jornal Correio do Tocantins em sua edição de 5 e 6 de junho de 2012, conforme figura 74, a seguir:

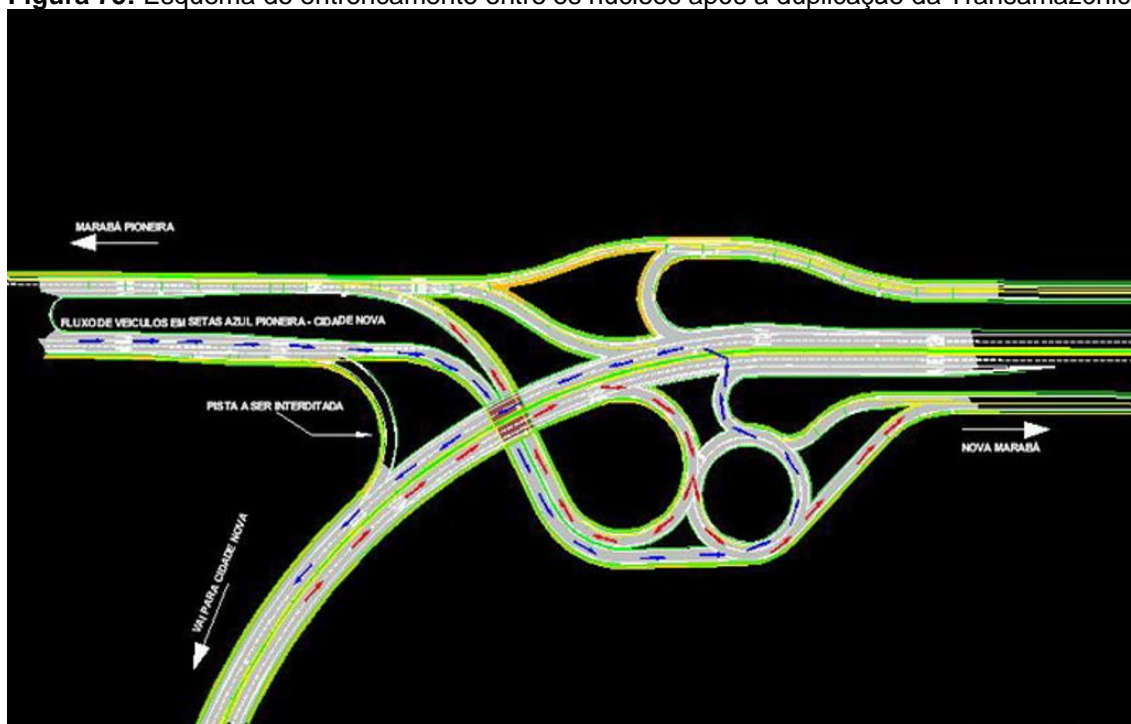
Figura 74: Notícia da conclusão das obras de duplicação da Transamazônica em Marabá



Fonte: Jornal Correio do Tocantins (2012).

Além da duplicação da ponte e da própria rodovia, as obras contaram com a construção de vias marginais e a completa transformação do entroncamento. O trevo visto na figura 70, foi substituído por um bem mais eficiente, com viaduto combinado com rotatórias ligando estas a via principal e aos núcleos.

Figura 75: Esquema do entroncamento entre os núcleos após a duplicação da Transamazônica



Fonte: <https://metroq.blogspot.com/2011/12/maraba-duplicacao-causara-mudanca-no.html>

Com a rodovia duplicada e com marginais na Nova Marabá, estava garantida uma melhor fluidez entre os núcleos, seja para o cidadão, seja para o transeunte rodoviário. Após as obras estruturais, houve também investimento em arborização, paisagismo e iluminação pública que, ao menos na parte da Nova Marabá, não havia.

Figura 76: Entroncamento entre os núcleos após a duplicação da Transamazônica



Fonte: Jordão Nunes (a,c e d); Prefeitura de Marabá (b).

No segundo semestre do mesmo ano em que foram finalizadas as obras, foi inaugurada a primeira loja da rede Mateus na cidade. Em entrevista com o gerente desse primeiro supermercado, indagamos acerca dessa relação entre inauguração da loja e a reestruturação da rodovia. Perguntamos se ele acha que o Grupo Mateus teria instalado a loja naquele local se a rodovia não tivesse sido toda reformada. Ele respondeu:

Talvez não justamente por isso [falávamos de acessibilidade], eu digo já pelo ponto estratégico. Quando se tem um livre acesso, uma maior facilidade de tráfego, obviamente que você vai ter mais facilidade do cliente chegar até você, então é complicado você colocar uma loja em um local em que o cliente vai ter dificuldade de chegar até você, fica contramão.

A nosso ver, esse processo de intensa melhoria da Transamazônica no espaço urbano, sobretudo na Nova Marabá, foi muito importante para o aparecimento dessas grandes casas comerciais. Sabemos que as obras partiram de interesses em escalas maiores, mas os grupos aproveitaram essa melhoria no acesso (de pessoas, mercadorias). Como já vimos em seções anteriores, é bastante provável que os grupos empresariais já estivessem planejando inaugurar seus empreendimentos não apenas em Marabá, como na rodovia, e precisavam que ela estivesse adequada para tal. Dessa forma, essa grande obra relaciona-se com o surgimento dessas centralidades polares que são os grandes equipamentos comerciais.

Como já expomos, o surgimento desses polos de compras em uma mesma via, mesmo que não sejam todos próximos, caracterizam a centralidade linear que Diagonal e PMM (2011) preconizaram. Dessa forma, a reestruturação da rodovia BR 230 (duplicação, viadutos, construção de vias marginais, duplicação da ponte...) está relacionada, também, com essa centralidade linear, haja vista que, sem fluidez entre os diferentes pontos de uma via, não há como enxergá-la como *una* em se tratando de concentração de comércio e serviços. Mesmo que existissem as lojas e o Shopping operando com as antigas condições da rodovia, essa não estaria possibilitando fluidez entre estes e entre os núcleos.

Em suma, a influência dessas obras na rodovia Transamazônica para as mudanças que aqui evidenciamos são significativas. Ratificando, fazendo menção, novamente, a formulação de Villaça (2001), é através dessa via, que boa parte dos cidadãos – trabalhadores e consumidores – realizam na cidade os percursos casa-

trabalho, casa-compras, trabalho-compras, casa-lazer, entre outros, com parcela significativa trabalhando e consumindo na própria rodovia. Nossas atenções agora se voltam para esse importante elemento da equação que define a estruturação da cidade: o cidadão/consumidor.

5.3 As práticas espaciais dos consumidores: as transformações nas centralidades a partir das relações entre as pessoas e os supermercados

Continuando nosso esforço para compreender as práticas espaciais dos diferentes agentes, após discorrermos acerca dos grupos empresariais e do Estado, falaremos agora das práticas espaciais das pessoas, afinal, como fala Fernandes (2013),

Pode considerar-se tão ou mais importante a soma das atitudes de cada um de nós, como empresário, trabalhador, consumidor, estudante, turista, membro de família, de associação cívica, de empresa ou instituição pública, ou outro de muitos ou somatório algum dos desempenhos que faz parte do nosso estar e ser cidade e sociedade (FERNANDES, 2013, p. 34 e 35).

Nosso intuito é compreender as práticas espaciais dos consumidores e as influências dos agentes anteriormente citados sobre as ações destes. Falaremos, através da nossa pesquisa de campo, de como as pessoas se relacionam com os novos espaços de consumo, mais especificamente com os supermercados.

No quarto capítulo mostramos que houve uma mudança na localização dessas plataformas comerciais. Também mostramos, nos tópicos anteriores, a ação dos grupos proprietários das grandes lojas que se instalaram na cidade com os espaços rodoviários, sobretudo, com a Transamazônica, e aqui observaremos como essas mudanças e práticas espaciais estatais e empresariais afetam, ou afetou, a vida dos cidadãos.

Perguntamos aos consumidores, clientes do Colina Atacado e Varejo, do Supermercado Mateus e do Atacadão, os seus respectivos locais de residência se na cidade de Marabá, ou se no entorno, na zona rural do município ou de outros, ou, ainda, se em outras cidades da região. Ao todo, foram abordados sessenta clientes em cada um dos estabelecimentos, portanto, 180 pessoas.

Deste total, vinte residem fora da cidade de Marabá, em cidades do entorno ou na zona rural, tendo sido seis entrevistadas no Colina, três no Mateus e onze no Atacadão. À guisa de organização, será apresentado primeiramente o texto relativo às questões aplicadas junto aos clientes residentes em Marabá, e, posteriormente,

os resultados da pesquisa realizada com os moradores do entorno. Alguns dados serão explorados de maneira geral, somados às respostas dos clientes dos três estabelecimentos, enquanto outros, serão explorados individualmente, uma loja por vez, sobretudo em casos em que há alguma especificidade relacionada a alguma ou em cada uma das lojas.

Outra observação válida, antes de adentrarmos na exploração dos dados primários é quanto à forma com que serão expostos esses dados. Algumas perguntas eram passíveis de mais de uma resposta, como por exemplo em quais supermercados a pessoa abordada costuma realizar ou realizava compras, ou ainda quais os motivos para que faça as suas compras em determinado estabelecimento, enquanto outras perguntas demandavam uma única resposta, como, por exemplo, em que bairro reside. No primeiro tipo de pergunta, as respostas serão expostas em gráficos do tipo “barras”, no segundo, em gráficos do tipo “pizza”, nos quais poderão ser vistas também as porcentagens, além, é claro, dos casos em que serão utilizados mapas.

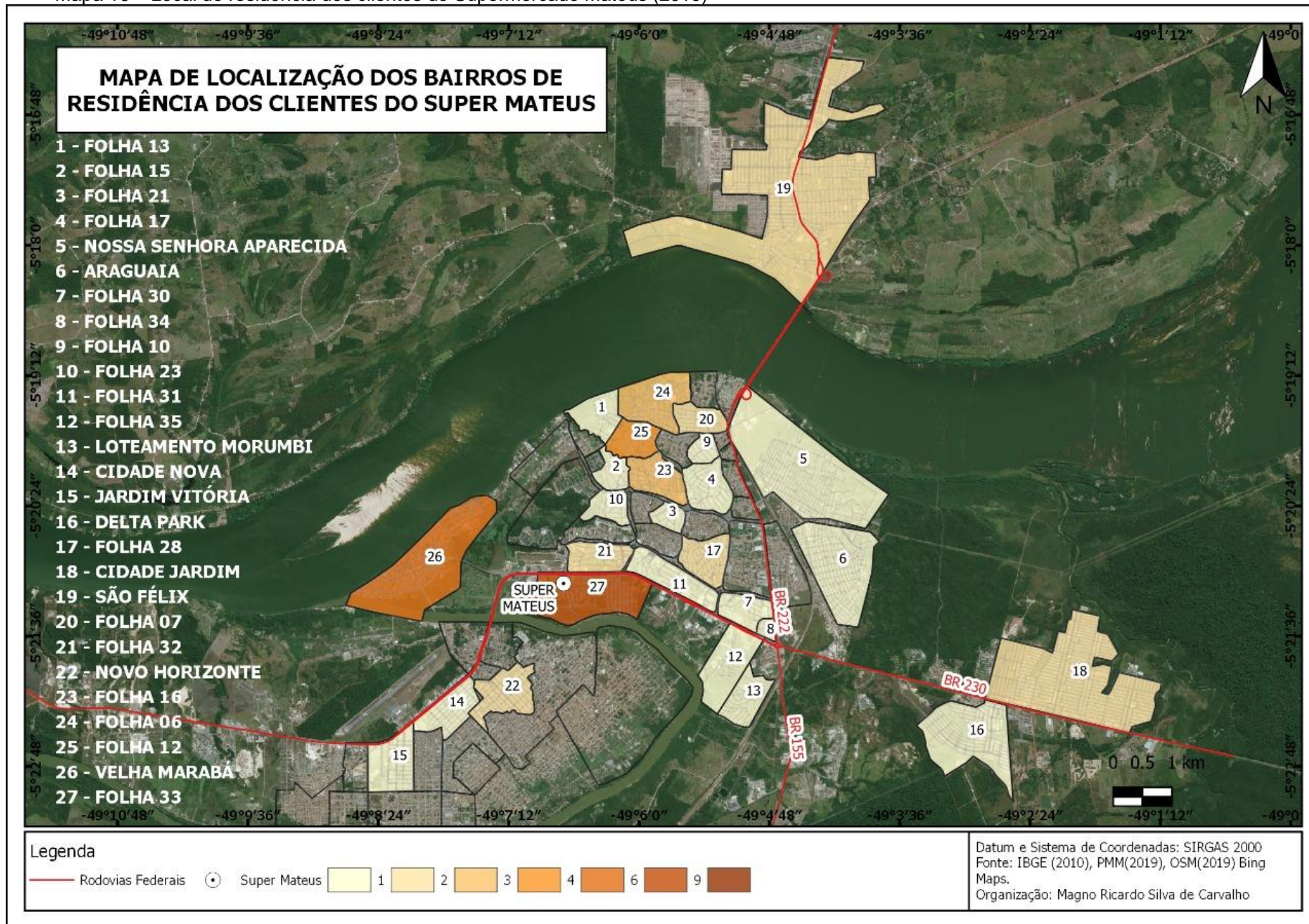
5.3.1 O cidadão vai às compras: interações do marabaense com as mudanças no setor supermercadista

Entre os residentes em Marabá, com o intuito de identificarmos o alcance da centralidade intraurbana de cada um dos supermercados, indagamos quanto ao endereço, o bairro em que residiam. As respostas para tal pergunta constam nos mapas a seguir e suas respectivas leituras.

No Mateus é possível observar (MAPA 16) que prevalece, de maneira preponderante o núcleo Nova Marabá, com especial destaque para a Folha 33, onde o empreendimento se localiza⁴⁸.

⁴⁸ É necessário esclarecer que a área que chamamos de São Félix nos mapas 13, 14 e 15, corresponde aos bairros São Félix 1, 2, 3.

Mapa 16 – Local de residência dos clientes do Supermercado Mateus (2019)

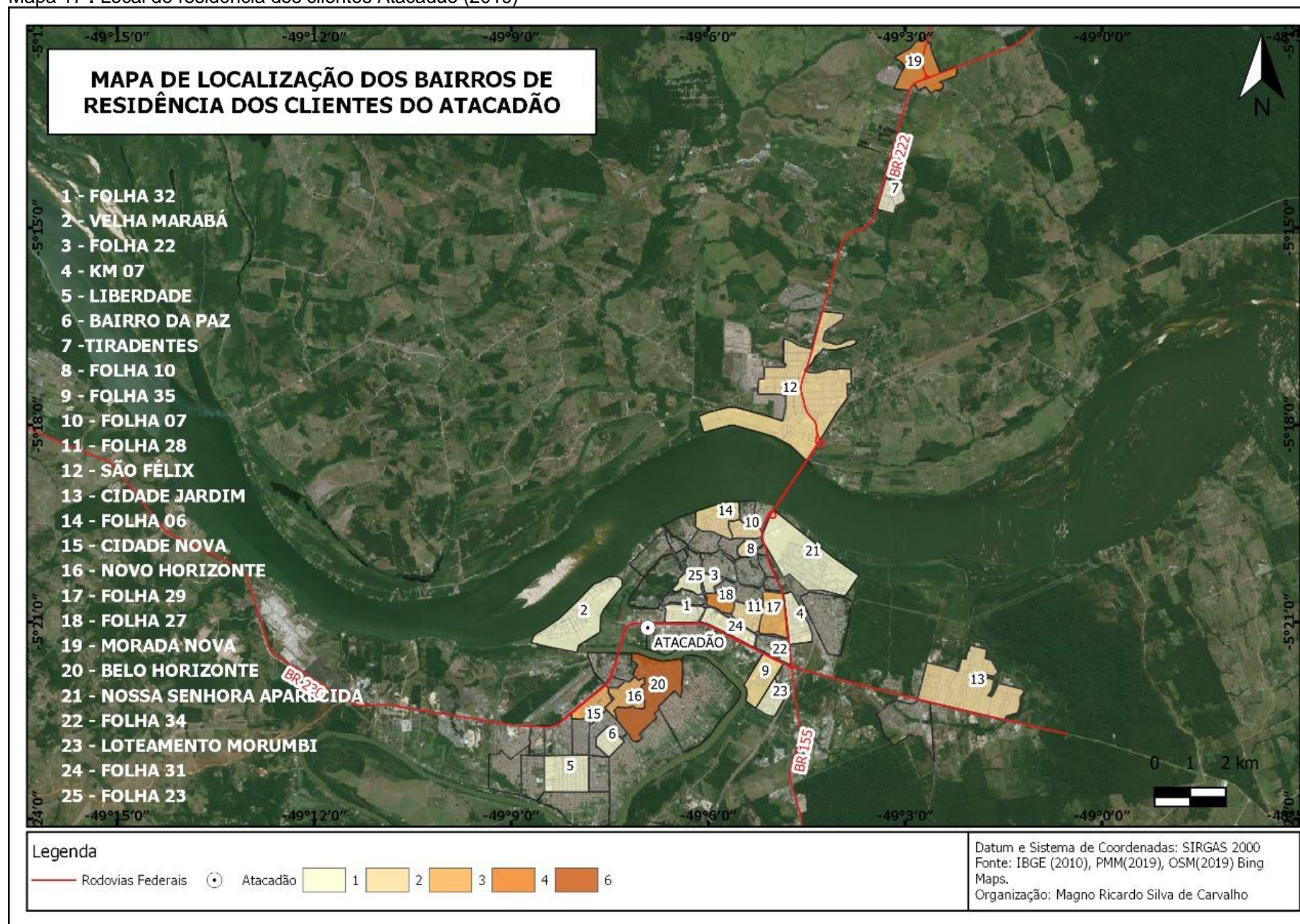


Fonte: Pesquisa de campo (2019). Organização: O autor (2019). Elaboração: SOUSA (2019).

No Supermercado Mateus, também aparece com algum destaque, a Velha Marabá, com seis compradores, além de alguns outros bairros do núcleo Cidade Nova com menos expressividade.

No Mapa 17, a seguir, podemos ver que no Atacadão sobressaem-se os clientes da Nova Marabá através do somatório dos residentes em diferentes bairros deste núcleo. Também aparecem com certo destaque o núcleo Cidade Nova, com clientes que residem no Bairro Cidade Nova, Bairro da Paz, Liberdade, Novo Horizonte e, com destaque, o Belo Horizonte.

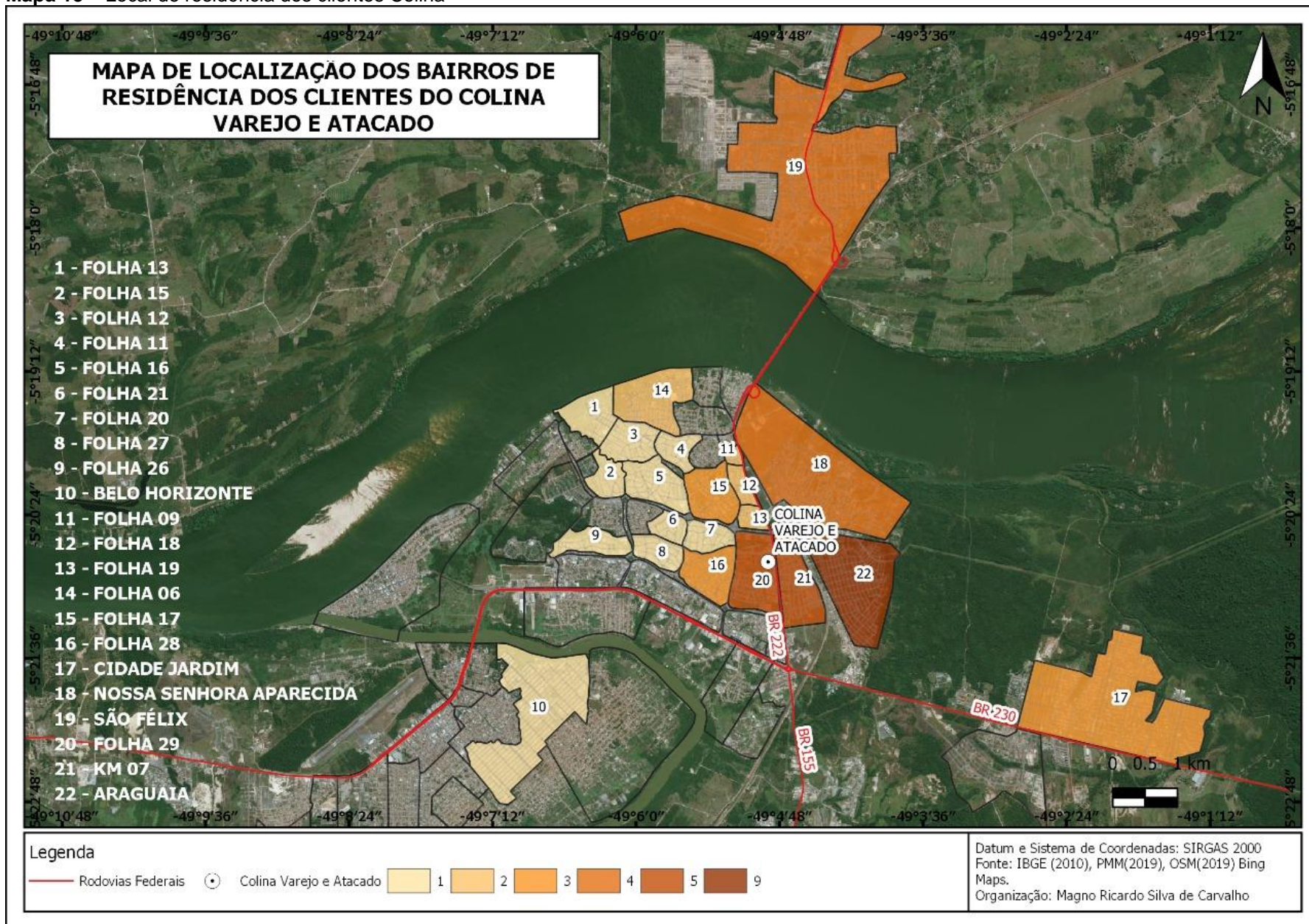
Mapa 17 : Local de residência dos clientes Atacadão (2019)



Fonte: Pesquisa de campo (2019). Organização: O autor (2019). Elaboração: SOUSA (2019).

Já no Colina, o destaque é dos bairros próximos, como Araguaia, (popularmente conhecido como Fanta), Km 07 e Folha 29, além da Coca-Cola (Nossa Senhora Aparecida). A grande maioria dos clientes, somando aos já citados, são do Núcleo Nova Marabá. O Colina também alcança, com menos força, de acordo com a pesquisa, o Cidade Jardim, o São Félix e o Belo Horizonte, como podemos ver no Mapa 18, a seguir:

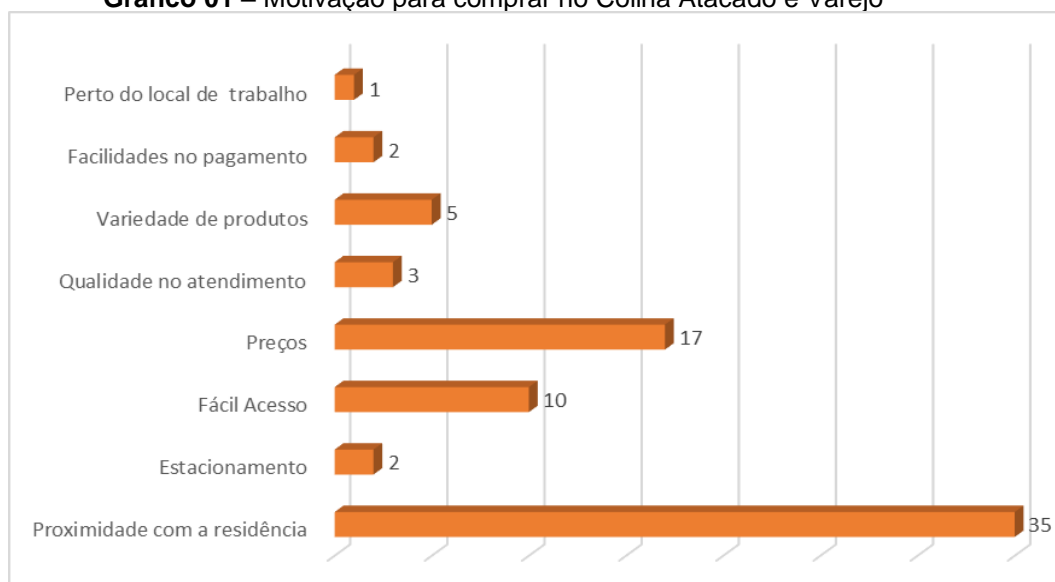
Mapa 18 – Local de residência dos clientes Colina



Fonte: Pesquisa de campo (2019). Organização: O autor (2019). Elaboração: SOUSA (2019).

Foi perguntado às pessoas, o que as motivou a fazer a compra naquela determinada loja. Esse dado, por tratar, especificamente, de cada loja e, principalmente, e por causa da localização diferenciada do Colina será explorado também individualmente. Começaremos por esse atacarejo:

Gráfico 01 – Motivação para comprar no Colina Atacado e Varejo



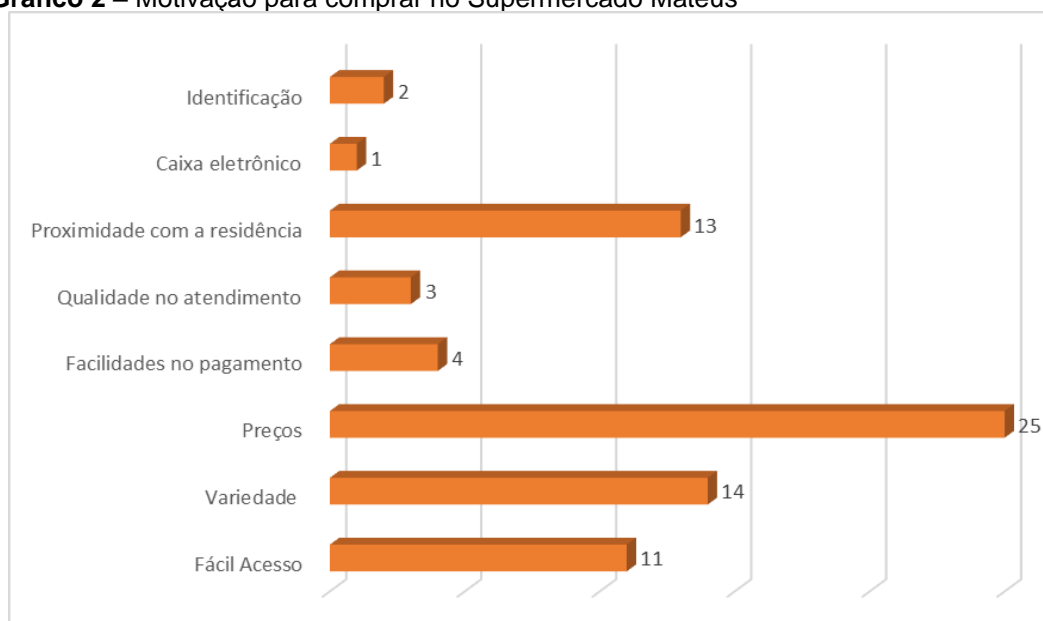
Fonte: Pesquisa de campo. **Elaboração:** O autor (2020).

Um cliente alegou ser por conta da proximidade com o local de trabalho, duas citaram as facilidades no pagamento proporcionadas, mesmo número de pessoas que entre as motivações estava o fato do estabelecimento oferecer um amplo estacionamento. Três vezes a justificativa “qualidade no atendimento” apareceram entre as respostas. Cinco pessoas citaram a variedade de produtos desta loja e dez citaram a facilidade de acesso. As motivações para serem clientes do Colina que mais apareceram foram preços, sendo dezessete vezes citados, seguidos, crescentemente, de proximidade com a residência, sendo este, segundo a pesquisa, a maior motivação do cliente deste atacarejo. Esta justificativa foi citada por 35 pessoas.

Já no supermercado da Rede Mateus (GRÁFICO 2), o fator preço aparece como o principal atrativo, tendo sido citado 25 vezes. A segunda motivação mais citada foi a variedade de produtos repetida quatorze vezes, seguida da proximidade com a residência, treze vezes, por seu turno seguida da facilidade de acesso, onze vezes citada. Com menor expressão aparecem as facilidades de pagamento oferecidas, quatro vezes, qualidade no atendimento (três vezes), o fato de ter caixas eletrônicos (uma vez) e ainda uma motivação citada por duas pessoas, que no

gráfico resumimos como “identificação”, pois trata-se de pessoas oriundas do estado do Maranhão e que afirmaram preferirem comprar nas lojas da rede maranhense por remeter à terra natal.

Gráfico 2 – Motivação para comprar no Supermercado Mateus



Fonte: Pesquisa de campo. **Elaboração:** O autor (2020).

Na loja Atacadão, gráfico 3 a seguir, o preço também é o que mais atrai, sendo este fator citado 41 vezes. Facilidades nas formas de pagamento foram citadas cinco vezes, enquanto variedade de produtos e agilidade do caixa figuram com duas citações, mesmo número de vezes que falaram que só param nesse estabelecimento quando estão de passagem pela Nova Marabá. Uma pessoa citou como atrativo o amplo estacionamento.

Gráfico 03 – Motivação para comprar no Atacadão



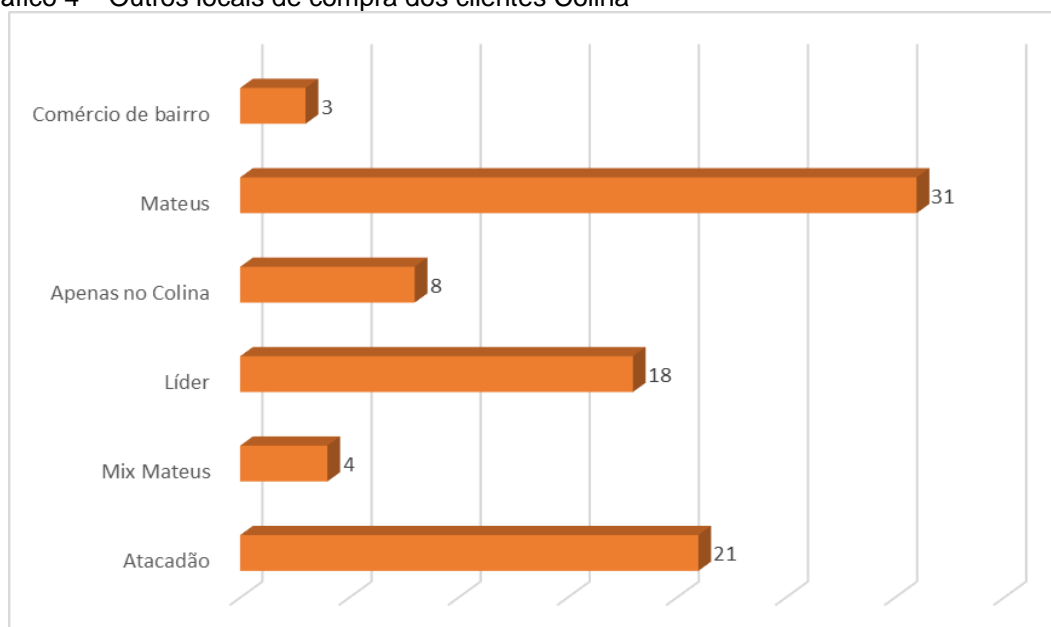
Fonte: Pesquisa de campo. Elaboração: O autor (2020).

Outra pergunta realizada na pesquisa, era se o cliente fazia compras também em outros estabelecimentos. Em complemento, e que mais nos interessa, também perguntamos, aos que responderam positivamente à questão anterior, onde realizam estas compras.

Como pode ser visto no Gráfico 4, a seguir, o estabelecimento que mais divide público com o Colina é o Mateus, em que 31 pessoas citaram como outra opção, seguido do Atacadão, citado 21 vezes e do Líder, dezoito vezes. Quatro consumidores citaram o Mix Mateus, localizado no núcleo Cidade Nova, oito afirmaram comprar exclusivamente no Colina e três citaram estabelecimentos de menor porte, aqui por nós chamados de “comércio de bairro”⁴⁹.

⁴⁹ Denominamos comércio de bairro todo estabelecimento de menor porte que venda os mesmos produtos encontrados (sobretudo nas seções de mercearia) nos grandes supermercados. São “pequenos supermercados”, mercadinhos, bodegas, lojas de conveniência, entre outros.

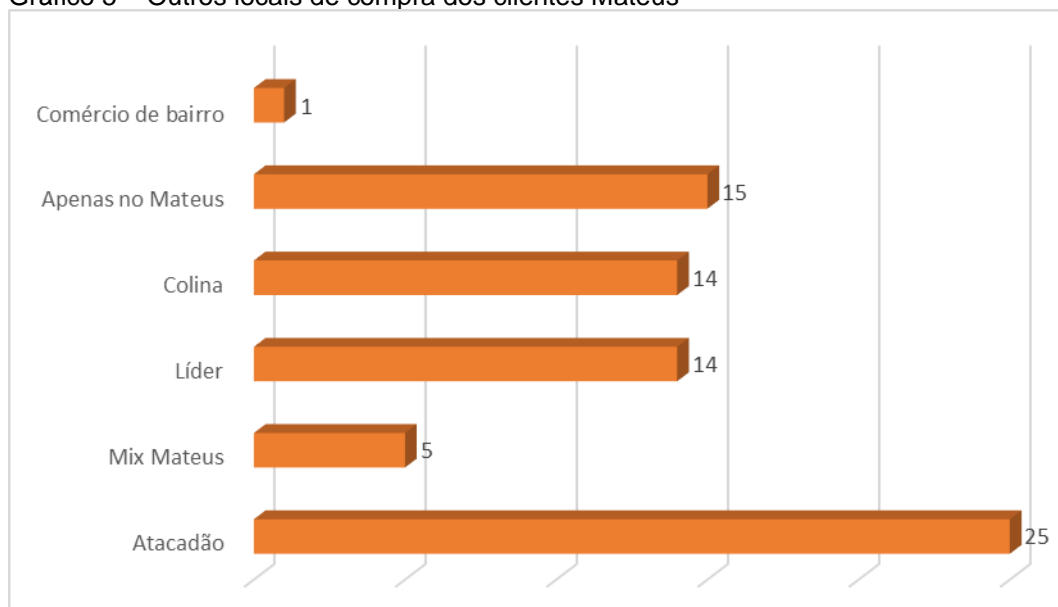
Gráfico 4 – Outros locais de compra dos clientes Colina



Fonte: pesquisa de campo. Elaboração: O autor (2020).

Já entre os clientes abordados pela nossa pesquisa no Mateus (GRÁFICO 5), apenas um citou um estabelecimento de menor porte, a maioria disse realizar compras também no Atacadão, citado 25 vezes. Empatados com 14 citações cada, aparecem o hipermercado Líder e o atacarejo Colina. Cinco vezes a loja Mix Mateus, atacarejo do mesmo grupo localizado no núcleo Cidade Nova, é citada. Quinze pessoas afirmaram comprar unicamente no Mateus.

Gráfico 5 – Outros locais de compra dos clientes Mateus



Fonte: Pesquisa de campo. Elaboração: O autor (2020).

Se o Atacadão aparece enquanto proeminente concorrente do Mateus, é verdadeira a recíproca. Com uma pessoa a mais, 26, declararam no Atacadão, realizar compras também no Mateus. Em seguida, aparece o Mix Mateus, citada quatorze vezes, seguida do Líder, treze vezes e do Colina, dez vezes. Foram citados ainda cinco comércios menores, de bairro, e cinco clientes fidelizados no Atacadão.

Gráfico 6 – Outros locais de compras dos clientes Atacadão

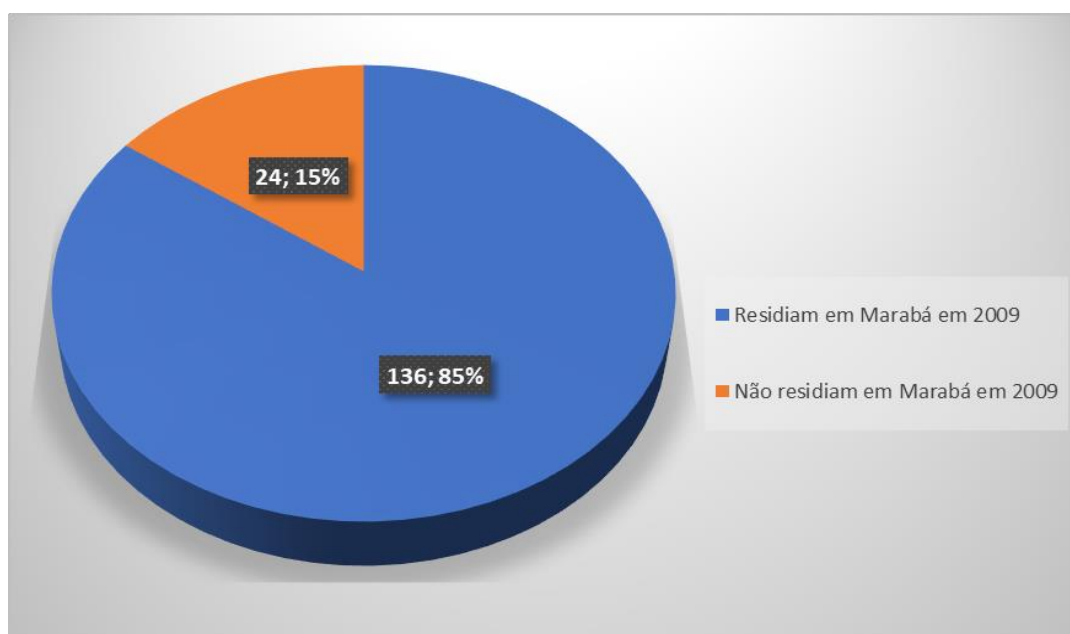


Fonte: Pesquisa de campo. Elaboração: O autor (2020).

Já foi mostrado anteriormente, quais eram os principais supermercados da cidade em 2009, há dez anos, de acordo com o tamanho/porte e diversidade de produtos, conforme estabelecem Pintaudi (1981) e Pellegrini (2000). No entanto, compreendemos ser importante ouvir dos cidadãos quais eram os seus principais locais de compra. Antes de irmos para essa pergunta, foi necessário filtrar os “entrevistados”, identificando os que moravam em Marabá nesse período, para então, destinar a estes a indagação.

Como pode ser observado no gráfico 7, a seguir, dos 160 clientes residentes na cidade de Marabá abordados nas três lojas, 136, o que equivale a 85% dos questionados, afirmaram que sim, que moravam na zona urbana de Marabá em 2009, e, portanto, aptos a responderem à questão seguinte. Obviamente, os outros 15%, 24 pessoas, informaram que chegaram a Marabá após o referido ano, portanto, não estando estes aptos a responderem onde faziam suas compras há dez anos.

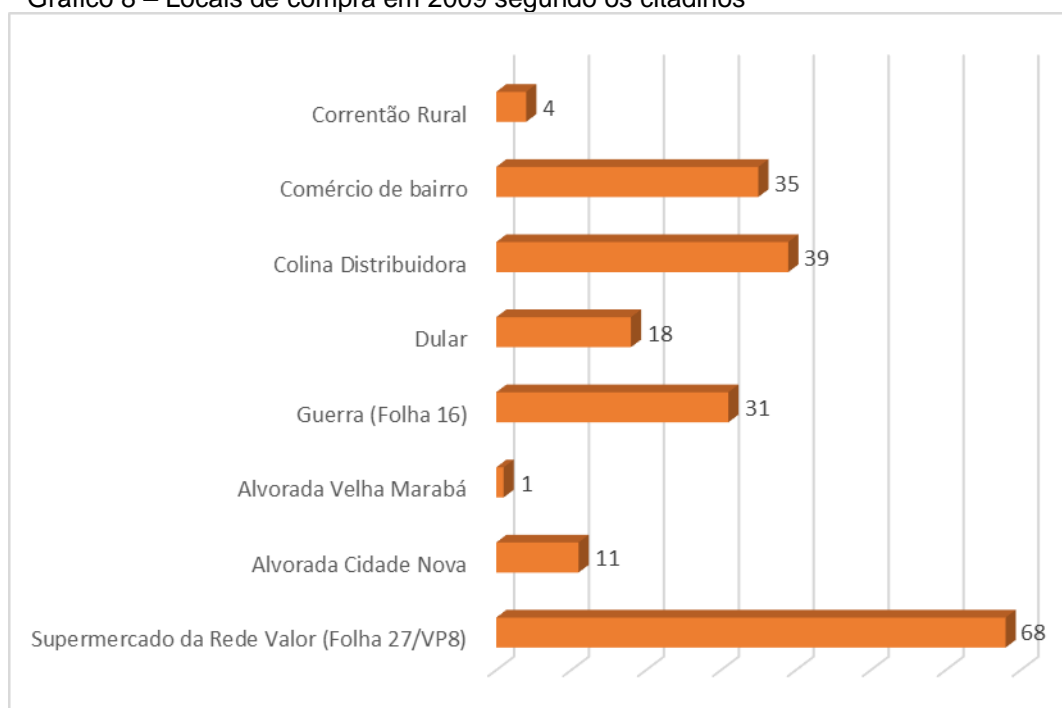
Gráfico 7 – Clientes que residiam ou não em Marabá em 2009



Fonte: Pesquisa de campo. Elaboração: O autor (2020).

Trabalhamos com esse universo de 136 pessoas que moravam na cidade há dez anos, para entendermos, a partir das respostas mais recorrentes, quais eram os principais estabelecimentos onde se faziam as compras de produtos, sobretudo, não duráveis. Os participantes da pesquisa citavam, na maioria das vezes mais de uma loja e a quantidade de vezes em que cada uma é citada pode ser vista no Gráfico 8:

Gráfico 8 – Locais de compra em 2009 segundo os cidadãos



Fonte: Pesquisa de campo. Elaboração: O autor (2020).

A proeminência do supermercado Rede Valor, localizado na Avenida VP-8, Folha 27, no somatório de vezes em que foi citado (68 vezes), o coloca, de acordo com os questionados na pesquisa, como o principal local de compra da cidade em 2009. É válido lembrar, também, que só foi possível realizar a pesquisa em superfícies comerciais localizadas no núcleo Nova Marabá o que, naturalmente, levou a um número maior de habitantes desse núcleo respondendo à pesquisa como pôde, inclusive, ser averiguado nos mapas 16, 17 e 18. Os demais resultados também apontam, majoritariamente, para superfícies comerciais no núcleo Nova Marabá.

Ainda assim, a loja do Grupo Alvorada localizada no núcleo Cidade Nova, no bairro Cidade Nova, na Av. Nagib Mutran, foi citada 11 vezes como sendo uma das opções na hora das compras no ano de 2009. Já a loja do mesmo grupo localizada na Velha Marabá, só foi citada uma vez em toda a pesquisa, reforçando, ao nosso ver, que a centralidade da Av. Antônio Maia sempre esteve bem mais associada, entre outras, ao consumo de bens duráveis.

Retornando à leitura do Gráfico 8, o segundo estabelecimento mais citado, 39 vezes, não era um supermercado, ou não naquela época. Trata-se da Distribuidora Colina, que como já explicado, abriu suas portas para compras em menor quantidade, desde que em fardos fechados, atraindo grandemente o público marabaense em um contexto em que a cidade era carente de atacarejos. Algo interessante para nossa leitura e necessário de ser colocado, é que o referido estabelecimento se localizava na Rodovia Transamazônica, antes da duplicação, em um “ponto” pouco adequado e carente de espaço físico. Também na Rodovia localizava-se o Correntão Rural, que como o nome sugere, tinha por público alvo pessoas provenientes da zona rural, mas que mesmo assim foi citado por quatro dos 136 voluntários.

Também é significativo o número de pessoas que afirmaram comprar, em 2009, em comércios menores, mercearias, mercadinhos e “supermercados” de bairro, totalizando 35 citações. Entre os mais recorrentes “O Besourão” nos núcleos São Félix e Morada Nova, os Supermercados Laranjeiras e Mini-box Boa Esperança, que se localizavam no Núcleo Cidade Nova, além das filiais menores do grupo Guerra, na Nova Marabá.

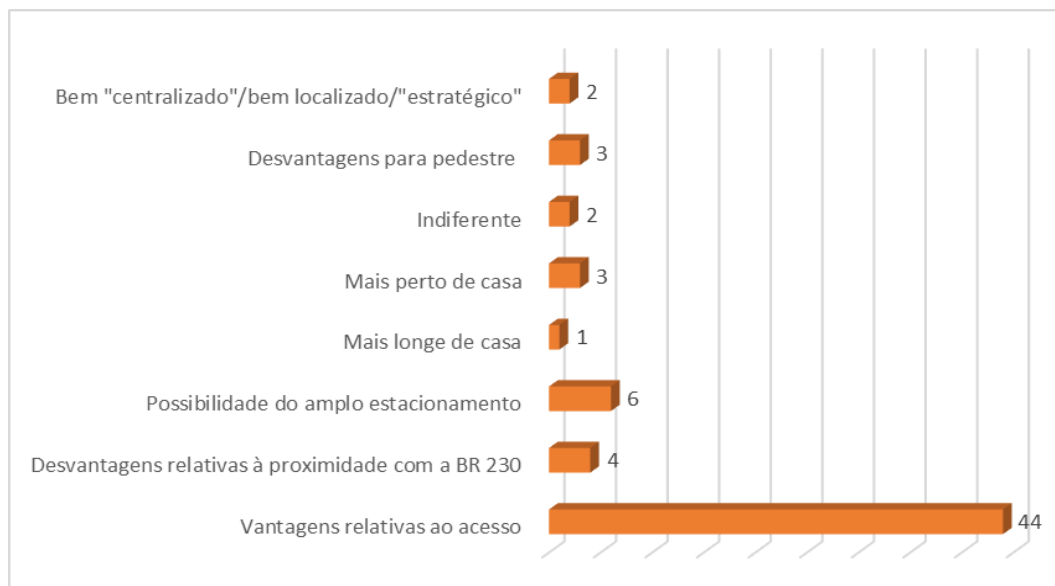
Também do grupo Guerra, aparece com significativo número de vezes apontado como local de compra em 2009, o Supermercado Guerra da Folha 16, sendo lembrado por 31 pessoas. O então vizinho do Supermercado Guerra da Folha 16, o Supermercado Dular, foi citado dezoito vezes.

Em nossa pesquisa também perguntamos aos clientes, o que pensam a respeito da localização dos atuais supermercados em relação às localizações anteriores, ou seja, essa mudança do interior dos núcleos, em avenidas, para as rodovias. Nessa pergunta, explanaremos os resultados obtidos em cada uma das lojas, haja vista que mesmo a pergunta sendo relativa ao conjunto de supermercados, naturalmente o entrevistado respondia tendo por base o estabelecimento em que se encontrava, alguns, inclusive, fazendo menção a estes e esse fator vem a influenciar nos resultados.

No Colina, Gráfico 9, a seguir, as respostas mais recorrentes foram com relação a maior facilidade de acesso. Tais respostas apareceram 44 vezes, ficando muito à frente da segunda “vantagem” das atuais localizações, que seriam, de acordo com seis pessoas, a possibilidade de oferecerem os amplos estacionamentos. No entanto, nem só vantagens foram apresentadas, já que três pessoas citaram desvantagens para pedestres, haja vista que a rodovia é um espaço para circulação quase que exclusiva de veículos e quatro pessoas citaram desvantagens relativas à proximidade com a rodovia, especialmente relacionada ao trânsito intenso.

Três pessoas afirmaram ter agora supermercado mais próximo de casa, uma afirmou que ficou mais distante e duas respostas foram no sentido de afirmar que as localizações são “estratégicas”, bem “localizadas” e/ou bem “centralizadas”. Houve ainda dois participantes que disseram ser indiferentes à mudança de localização.

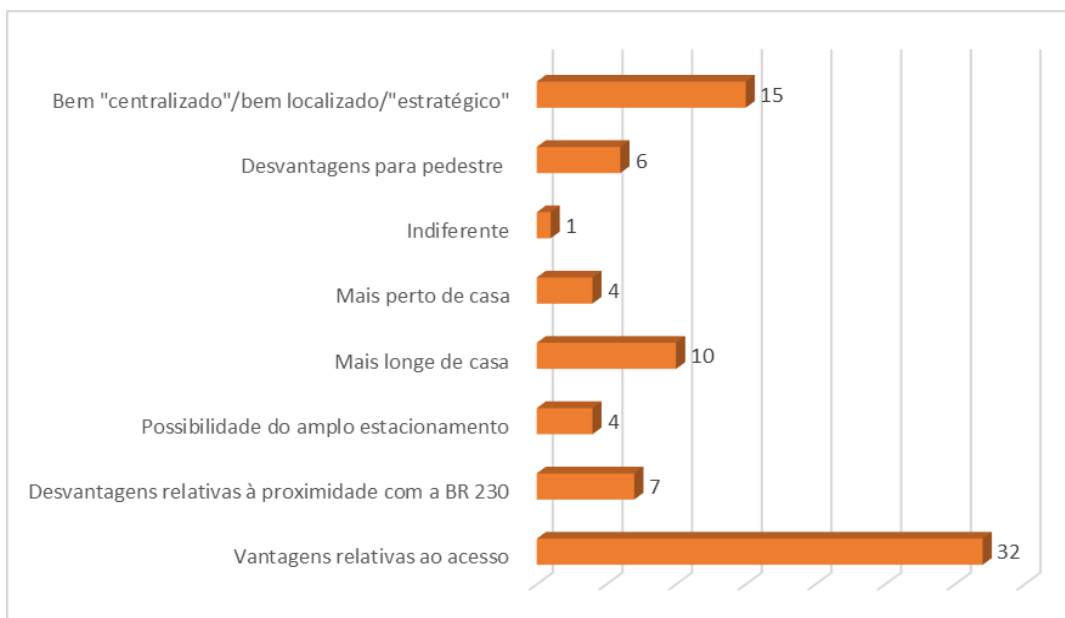
Gráfico 9 – Local dos atuais supermercados em comparação a 2009 segundo os clientes Colina



Fonte: Pesquisa de campo. Elaboração: O autor (2020).

Entre os consumidores abordados na saída do Mateus, apenas um se declarou indiferente à mudança, quatro afirmaram ter agora um grande supermercado mais perto de casa, mesmo número de vezes em que lembraram que com a ida para as rodovias os estacionamentos aumentaram. Seis e sete foram os números de vezes em que lembraram desvantagens para o acesso de pedestres e desvantagens relativas ao trânsito da BR 230, respectivamente. Dez pessoas falaram que os estabelecimentos estão mais distantes das suas residências, quinze vezes expressões como “bem centralizado”, “estratégico”, e “bem localizado” foram usadas e as respostas mais recorrentes, 35 vezes, foram relacionadas às vantagens ou facilidades de acesso (GRÁFICO 10).

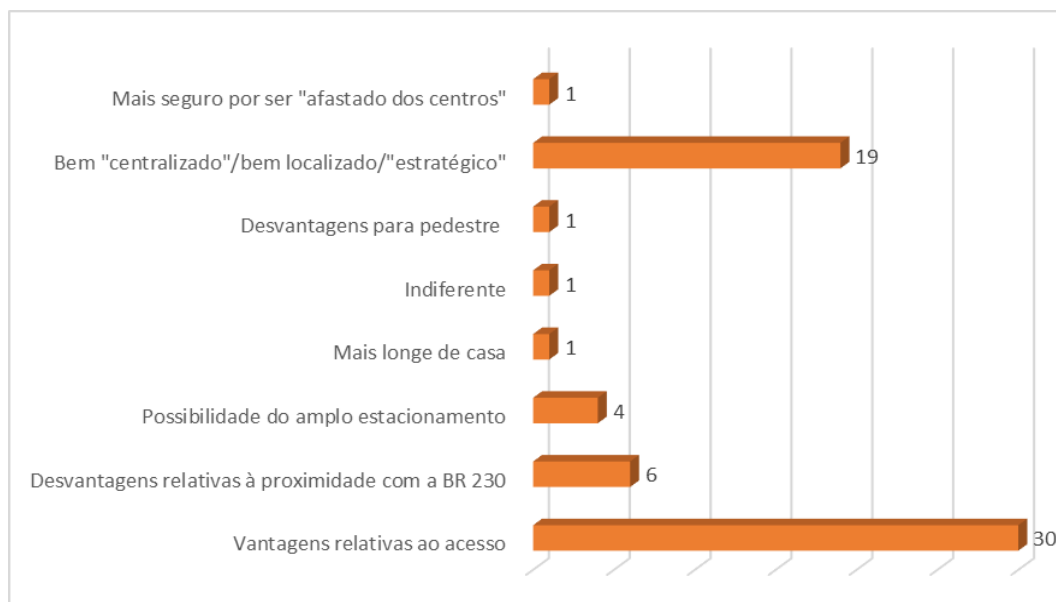
Gráfico 10 – Local dos atuais supermercados em comparação a 2009 segundo os clientes Mateus



Fonte: Pesquisa de campo. Elaboração: O autor (2020).

Também no Atacadão, a acessibilidade foi citada positivamente com proeminência, trinta vezes. “Bem centralizado”, “estratégico” e expressões semelhantes foram ouvidas dezenove vezes na pesquisa. Desvantagens relacionadas com a proximidade dos estabelecimentos à rodovia foram citadas seis vezes, além de uma que citou especificamente as dificuldades do pedestre. Também foram respostas únicas nesse atacarejo a opinião de que atualmente é mais seguro realizar as compras por serem os supermercados mais afastados dos “centros”, que ficaram mais distantes de casa e também uma vez a resposta do cliente foi no sentido de que lhe era indiferente a mudança de local. Houve ainda quatro pessoas que alegaram enxergarem benefício com as atuais localizações devido a possibilidade de as lojas terem amplos estacionamentos, o que não era possível na maioria dos antigos supermercados.

Gráfico 11 – Local dos atuais supermercados em comparação a 2009 segundo os clientes Atacadão

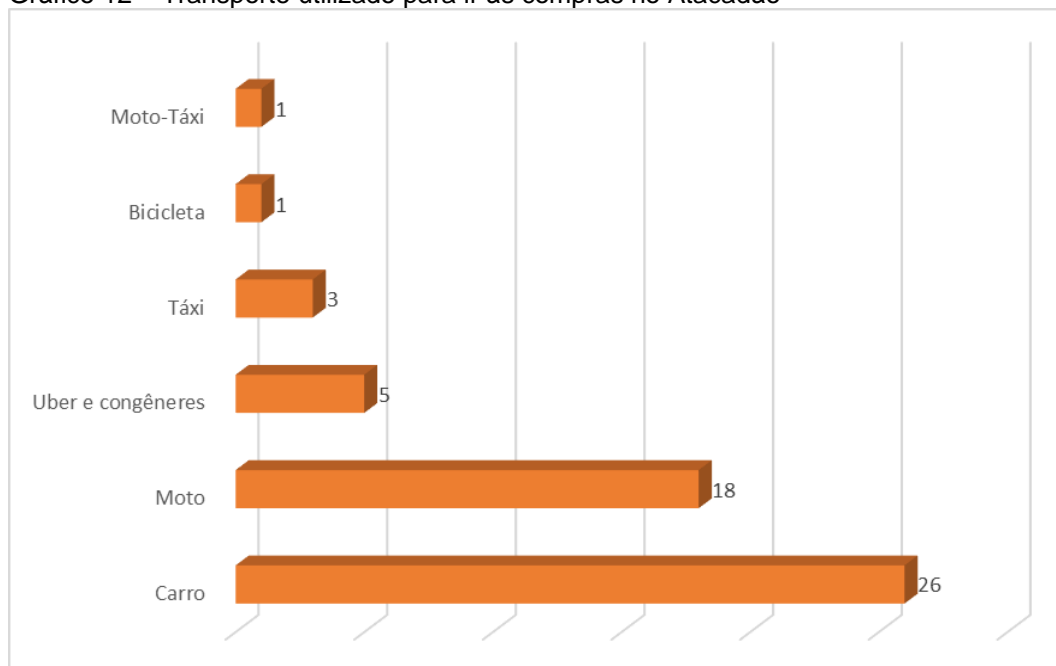


Fonte: Pesquisa de campo. Elaboração: O autor (2020).

É possível observar nos gráficos 9, 10 e 11 que há insigne complementaridade entre a maioria das respostas, se não entre todas, com mais ou menos circunjeção. A recorrência com que as pessoas citam a acessibilidade, seja pela facilidade de chegar e sair, pelas vias, pelo amplo estacionamento que possibilita estacionar rapidamente, realizar as compras e ir embora sem transtornos, seja pela dificuldade de acesso por parte de pedestres, bem como, a similar preocupação com a intensa proximidade com a movimentação rodoviária e também a recorrência com que foi dito que as localizações estavam em locais mais estratégicos, ou mais bem localizados, centralizados.

Nos ajudará a compreender ainda melhor os dados anteriormente analisados, os gráficos que serão mostrados a seguir pois estão, de alguma forma, diretamente relacionados. Referimo-nos à forma como se locomovem estes clientes, o meio de transporte utilizado por esses cidadãos para irem às compras. Por haver diferenças na localização, bem como diferenças de renda entre os públicos-alvo desses empreendimentos, mostraremos, novamente, a pesquisa fragmentada a partir do que foi levantado em cada loja. Lembrando que além da forma como o respondente foi às compras no dia em que foi abordado, alguns falavam também outros modais que utilizavam, bem como, pessoas que usavam dois para uma só compra, como ir de transporte público ou mototáxi e retornar com as compras de carro chamado através de aplicativos ou táxi. Começemos pelo Atacadão, com o Gráfico 12:

Gráfico 12 – Transporte utilizado para ir às compras no Atacadão

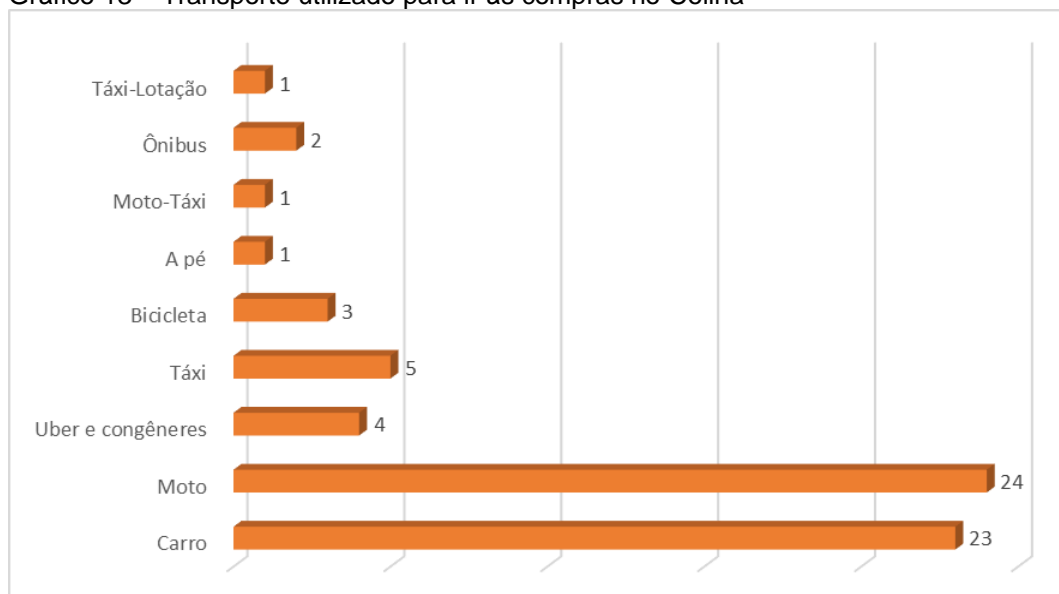


Fonte: Pesquisa de campo. Elaboração: O autor (2020).

No atacarejo do Grupo Carrefour, 26 pessoas, portanto, a maioria, afirmaram utilizar carro próprio para se locomover até o estabelecimento. Em segundo lugar, as motocicletas foram citadas dezoito vezes. Veículos chamados via aplicativos foram apontados cinco vezes, três vezes os táxis, além de mototáxi e bicicleta, estas últimas sendo citadas uma vez cada.

Por sua vez, no atacarejo do Grupo Colina (GRÁFICO 13), o transporte que figura como o mais utilizado é a moto, citada por 24 vezes. No entanto, a diferença é mínima, sendo o número de vezes em que citaram o carro, apenas um a menos, 23. O uso de táxi aqui é maior que de Uber e congêneres, cinco e quatro, respectivamente. Três pessoas afirmaram ir às compras usando bicicleta e duas de ônibus, transporte coletivo. Também de transporte coletivo, no caso o táxi-lotação, afirmou uma pessoa, mesmo número dos que disseram ir a pé e de mototáxi.

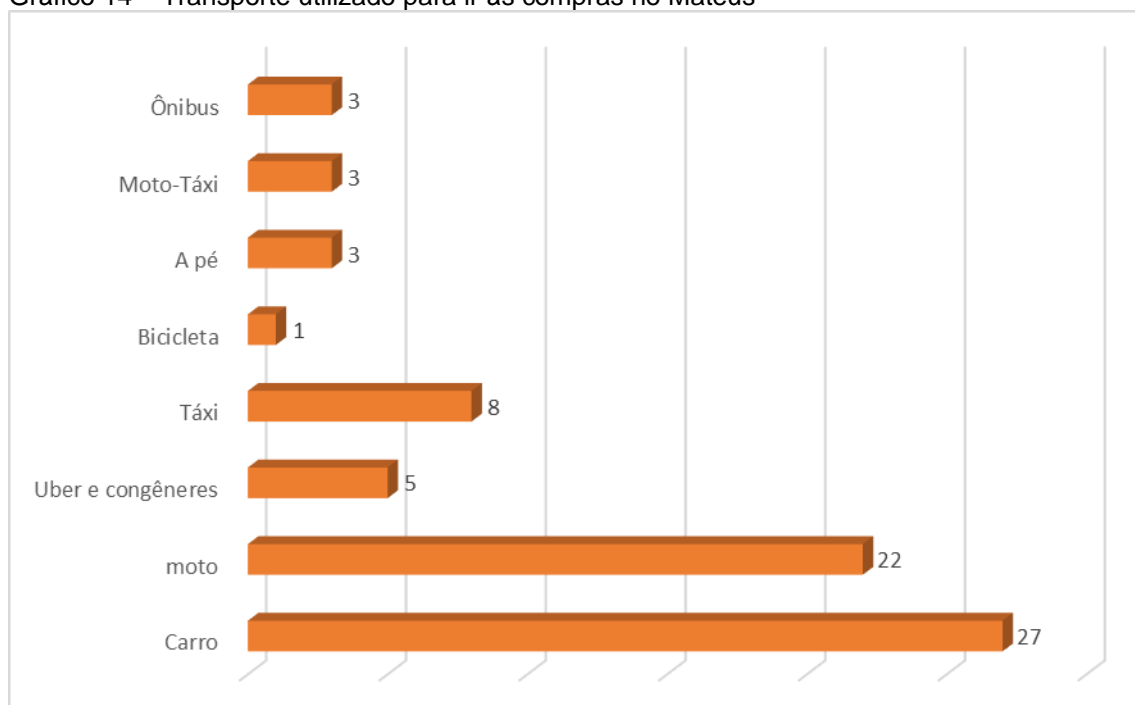
Gráfico 13 – Transporte utilizado para ir às compras no Colina



Fonte: Pesquisa de campo. Elaboração: O autor (2020).

Vejamos agora o Gráfico 14, com os meios de locomoção usados para ir às compras pelos clientes da loja Supermercado Mateus:

Gráfico 14 – Transporte utilizado para ir às compras no Mateus



Fonte: Pesquisa de campo. Elaboração: O autor (2020).

Entre os fregueses do Mateus, também sobressai o uso do carro próprio para ir às compras, sendo esta forma de mobilidade citada por 27 vezes. O uso de motocicleta também é expressivo, 22 indivíduos afirmam usar este veículo para ir ao supermercado. Oito citaram o uso de táxi, especialmente para voltar para casa com

as compras, da mesma forma como é utilizado o carro chamado por aplicativo, que foi por cinco vezes citado. Pessoas que disseram ir de transporte coletivo (ônibus), de mototáxi e a pé, somaram três citações para cada um desses modos de locomoção. Uma pessoa afirmou usar bicicleta para ir às compras no Mateus.

Estes foram alguns dados angariados em campo junto aos clientes destas três grandes plataformas comerciais, que se relacionam de maneira mais direta com a questão da centralidade intraurbana e, por conseguinte, com a estruturação da cidade. Partiremos agora, para um destrinchar dos dados relativos aos clientes que não residem em Marabá, que moram na zona rural ou em espaços urbanos que circundam Marabá e integram a rede de cidades sob sua influência.

5.3.2 Os supermercados, as centralidades de Marabá e o espaço regional

Iniciaremos a exposição dos dados referentes aos consumidores que moram fora do espaço urbano de Marabá, justamente, por onde residem. Entre os interpelados pela pesquisa, há pessoas que habitam zonas urbanas e rurais de distintos municípios, inclusive da Zona Rural de Marabá. Para sermos mais específicos, colaboraram conosco doze pessoas de cidades vizinhas e oito que informaram morar em vilas (GRÁFICO 15). Lembrando que nem sempre as pessoas habitam de fato nas vilas, sendo por vezes a referência mais próxima da sua propriedade rural, ou ainda a vila sendo a sede do distrito, por isso informadas na pesquisa. Foram ouvidas três pessoas no Mateus, seis no Colina e onze no Atacadão.

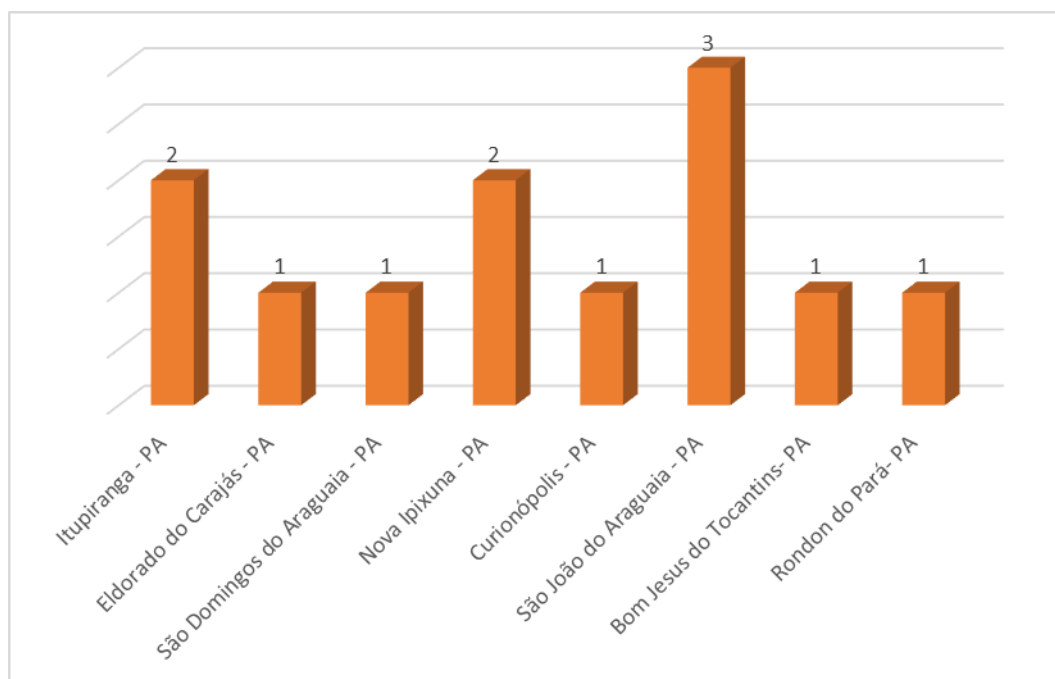
Gráfico 15 – Clientes dos supermercados residentes em cidades vizinhas e no campo



Fonte: Pesquisa de campo. Elaboração: O autor (2020).

Observemos os gráficos 16 e 17, a seguir, nos quais constam cada localidade informada e a quantidade de pessoas que as informaram.

Gráfico 16 – Clientes dos supermercados residentes em cidades vizinhas

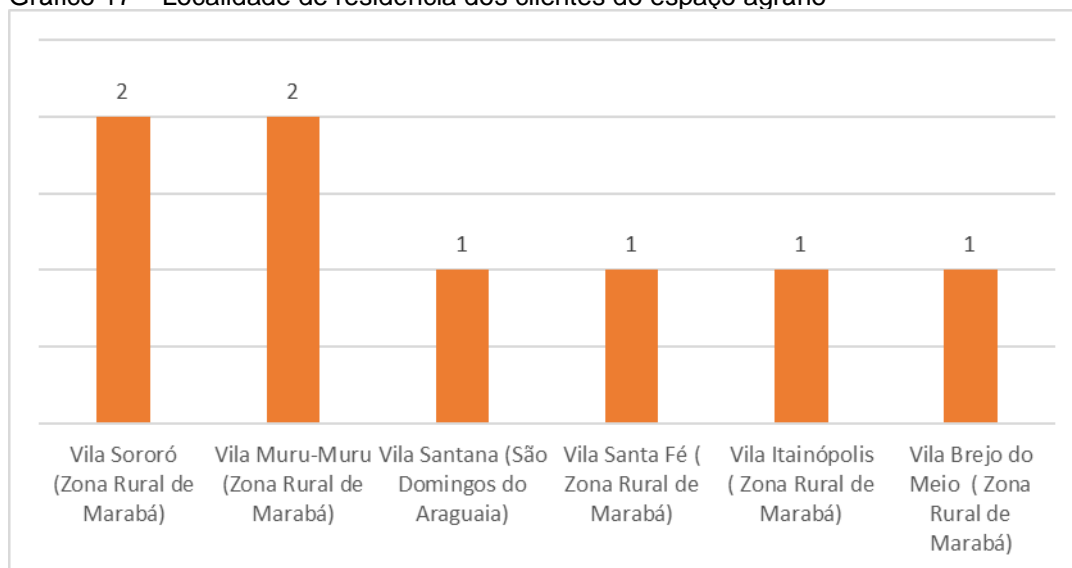


Fonte: Pesquisa de campo. Elaboração: O autor (2020).

Entre as cidades vizinhas destaca-se São João do Araguaia, localizada a cerca de 50 Km de Marabá. Também constam clientes de Itupiranga, cidade vizinha que fica a 48 Km, Eldorado do Carajás (a 100 Km de Marabá), São Domingos do Araguaia (50 Km), Nova Ipixuna (60 Km), Curionópolis (135 Km), Bom Jesus do

Tocantins (a cerca de 70 Km) e Rondon do Pará (148 Km). Quanto ao espaço agrário, ouvimos consumidores da Zona Rural de Marabá, e um de outro município, São Domingos do Araguaia.

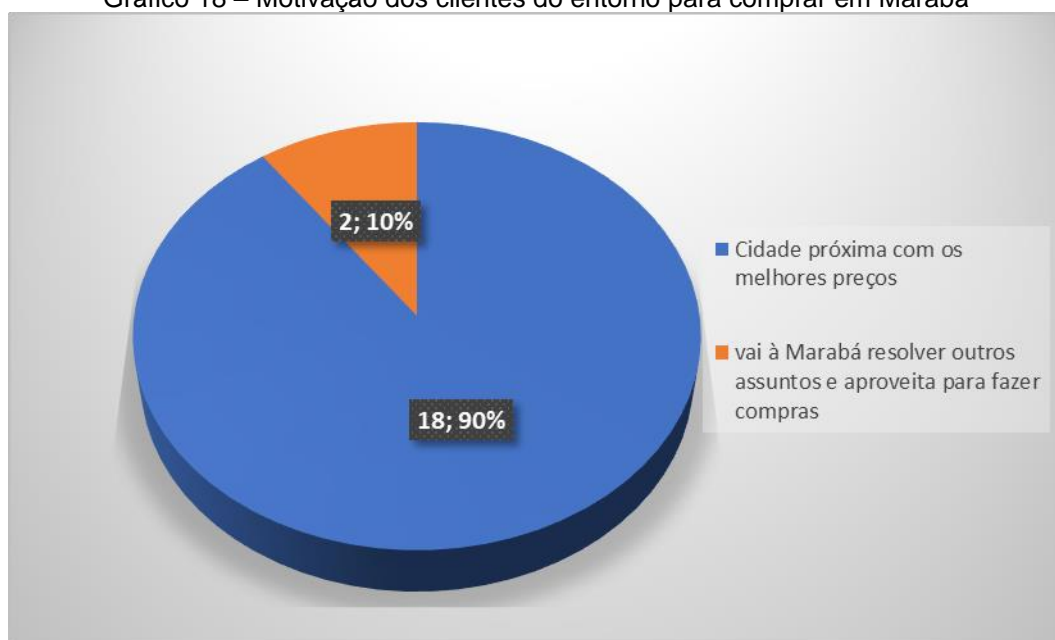
Gráfico 17 – Localidade de residência dos clientes do espaço agrário



Fonte: Pesquisa de campo. Elaboração: O autor (2020).

Os clientes do Mateus, Colina e Atacadão foram indagados quanto à motivação para fazerem compras em Marabá ou, em outras palavras, porque realizavam compras em Marabá e não em outras cidades. Vejamos o Gráfico 18:

Gráfico 18 – Motivação dos clientes do entorno para comprar em Marabá

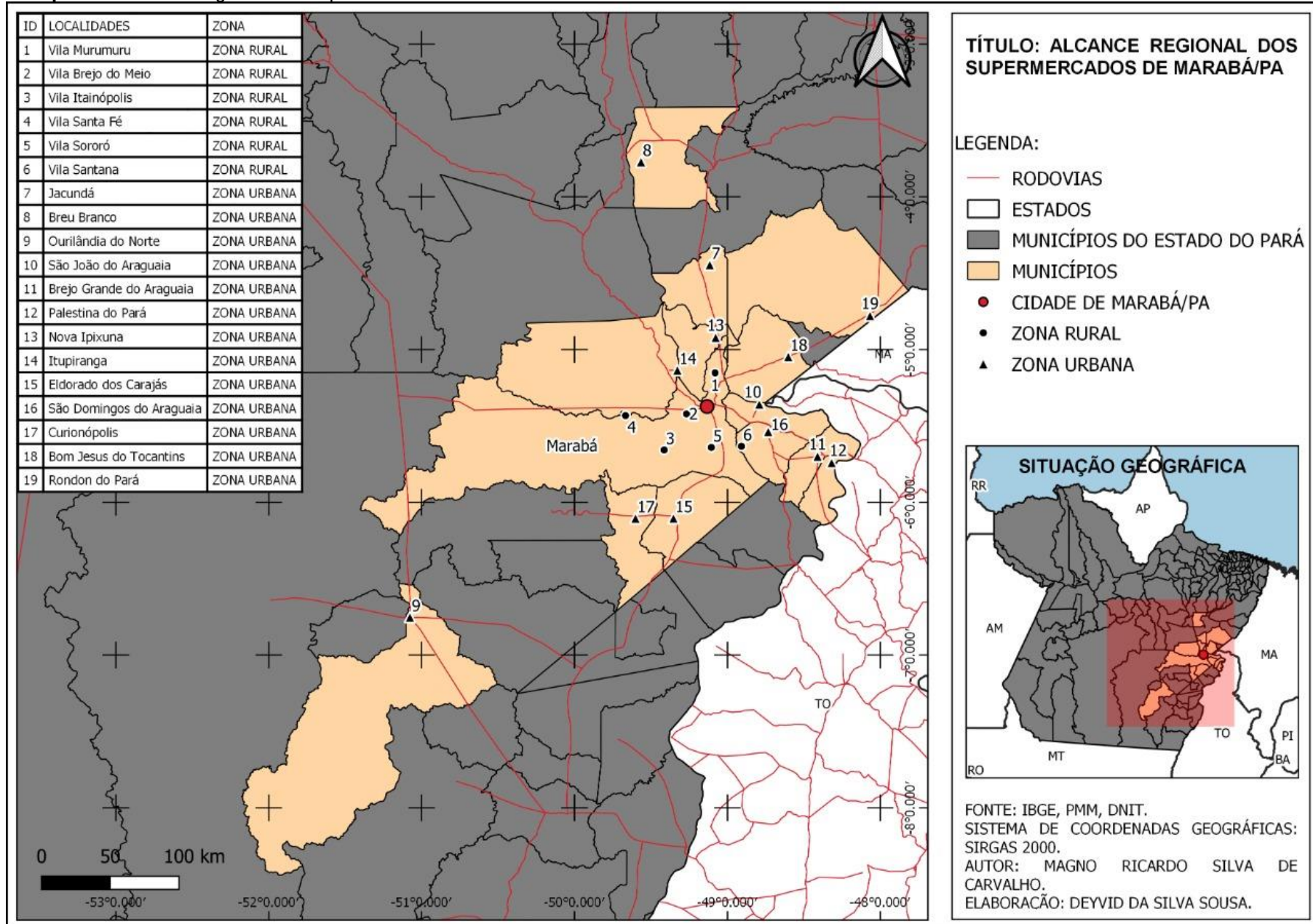


Fonte: Pesquisa de campo. Elaboração: O autor (2020).

O que podemos observar é que a grande maioria, 90% dos participantes na pesquisa, vão a Marabá realizar suas compras por conseguirem nessa cidade preços mais baixos, o que ocorre exatamente nesses grandes estabelecimentos. Apenas dois (10%) afirmaram comprar em grandes quantidades em outra cidade, mas que quando vão à Marabá por outros motivos, aproveitam para comprar, também devido ao preço. Um deles especificou que a motivação, geralmente, eram serviços bancários. Essa outra cidade é Parauapebas, justamente a única cidade além de Marabá a ter superfícies comerciais desse porte nessa Região Geográfica Intermediária, como vimos no mapa 15.

Com o intuito de melhor visualizarmos a centralidade urbana de Marabá através dessas superfícies comerciais, bem como a contribuição deste setor para com esta centralidade, elaboramos ainda um outro mapa. Trata-se de um mapa do alcance desses estabelecimentos de Marabá na região com base na nossa experiência em campo. Isto é, a partir não apenas dos dados que acabamos de examinar, mas também a partir das entrevistas com os gerentes dos empreendimentos, que citaram uma série de municípios, como vimos no tópico 5.1, onde, segundo eles, possuem clientes fidelizados.

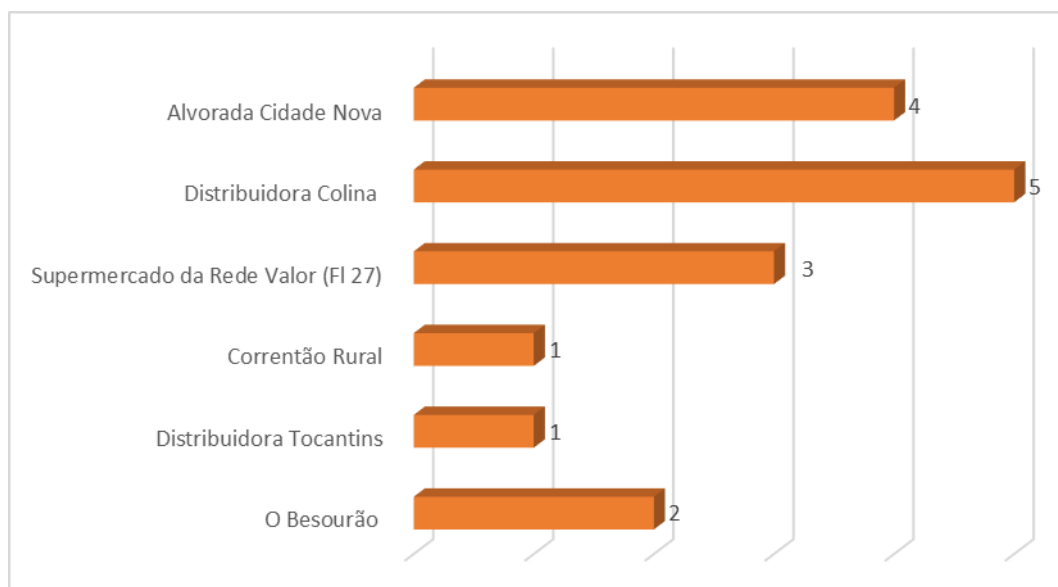
Mapa 19 – Alcance regional dos supermercados de Marabá



Organização: O autor. Elaboração: SOUSA (2019).

Os consumidores responderam quanto a comprarem ou não em Marabá em 2009 e dos 20 participantes, 14 afirmaram que sim, que já compravam em Marabá nesse período. A estes foi perguntado onde faziam compras há dez anos. Os estabelecimentos citados e as respectivas quantidade de vezes em que foram citados constam no gráfico 19, a seguir:

Gráfico 19 – Local de compras dos clientes do entorno em 2009

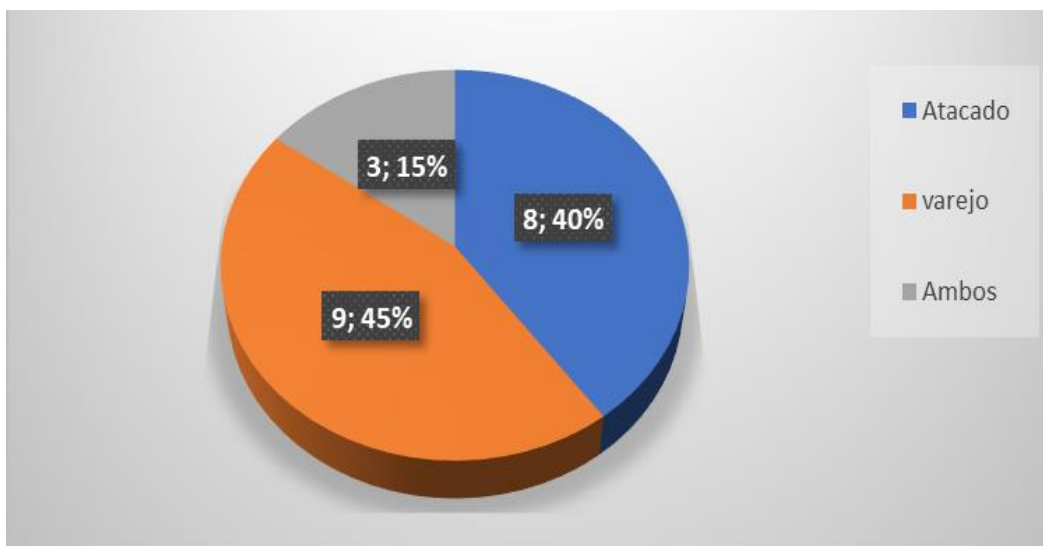


Fonte: Pesquisa de campo. Elaboração: O autor (2020).

A distribuidora Colina era a que mais vendia às pessoas que nos responderam, sendo citada cinco vezes. O Alvorada da Cidade Nova foi citado quatro vezes enquanto local de compras, seguido do Supermercado da Rede Valor, três vezes e do Besourão, do núcleo Morada Nova, duas vezes. Também aparecem com uma citação cada o Correntão Rural e uma distribuidora da cidade, a Tocantins.

Se somadas as menções à Colina Distribuidora com uma citação à Distribuidora Tocantins, são 38% das menções à estabelecimentos que só vendiam no atacado. Podemos traçar um paralelo na pesquisa através das respostas relativas à modalidade das compas atualmente, se em retalhos, se no atacado ou se ambos. 40% responderam que compram no atacado, 45% no varejo e 15%, ambos, sendo oito, nove e três clientes respectivamente. Tais informações também constam no gráfico 20 a seguir.

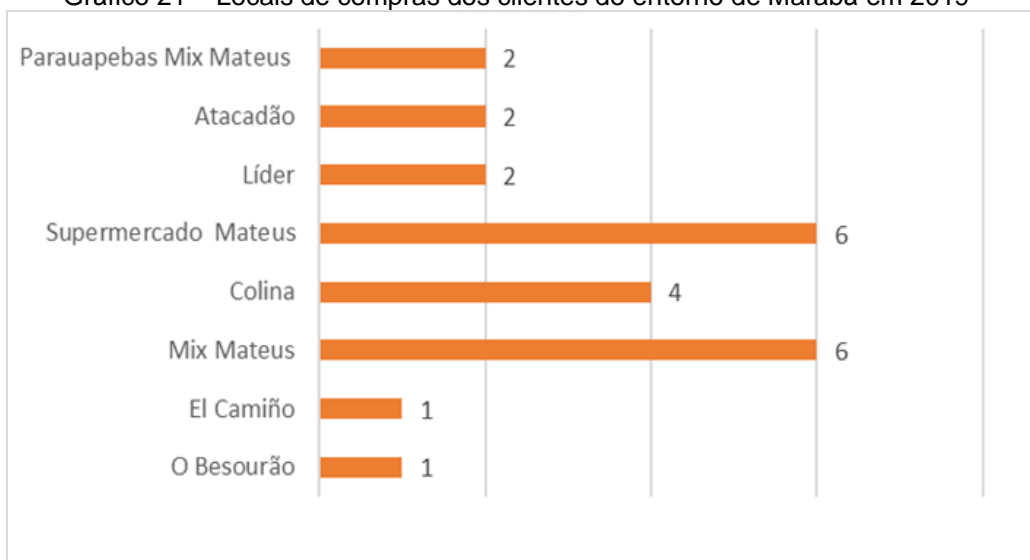
Gráfico 20 – Modalidade de compras dos clientes do entorno



Fonte: Pesquisa de campo. Elaboração: O autor (2020).

Outra observação interessante a respeito do gráfico 19, é de que a maioria das menções (9 das 16), são alusivas à estabelecimentos que já se localizavam nas rodovias, como as distribuidoras Colina e Tocantins, o Correntão Rural e o Besourão, estabelecimento no Núcleo Morada Nova. No entanto, havia ainda uma parcela de clientes do espaço regional que adentrava os núcleos para comprar no Alvorada da Cidade Nova e no Supermercado Valor (sete menções). Vejamos o que o gráfico 21 nos diz quanto a isso na atualidade.

Gráfico 21 – Locais de compras dos clientes do entorno de Marabá em 2019



Fonte: Pesquisa de campo. Elaboração: O autor (2020).

O gráfico 21 é o somatório de menções nas respostas destes clientes que não residem em Marabá, quanto a comprarem ou não em outros estabelecimentos para além daquele em que estávamos o abordando. O que pôde ser percebido, é que a maioria compra em Marabá, apenas nesses grandes estabelecimentos. As exceções foram os dois que citaram o Mix Mateus de Parauapebas (também de grande porte, porém em outra cidade), e uma citação para o Besourão e uma para o El Camiño. Pensamos justificar-se essas duas menções ao El Camiño e ao Besourão, por, mesmo sendo de portes bem distintos dos estabelecimentos citados pela maioria, localizam-se mais próximos desses compradores, por funcionarem nos núcleos São Félix e Morada Nova respectivamente, também em rodovia, nos espaços de concentração terciária destes dois núcleos. Ainda comparando os gráficos 19 e 21, observemos que no 21 não há menção nem à Distribuidora Tocantins e nem ao Correntão Rural (este agora sob o nome de Nádía Rural), mesmo estes estabelecimentos ainda existindo e localizando-se na rodovia.

O fato de comprarem atualmente exclusivamente na rodovia e em grande maioria, nestes novos atacarejos, corrobora para concluirmos que o estabelecimento dessas grandes plataformas comerciais nas rodovias, alteram os trajetos para compras não apenas do residente em Marabá, mas também das pessoas do entorno, provenientes do espaço rural ou de cidades vizinhas.

Diante desta e de outras ilações alcançadas ao longo da pesquisa, bem como de tudo que foi exposto, não apenas nesse tópico ou neste capítulo, mas em todo o texto, é que nos conduziremos às considerações finais, onde iremos, entre outras coisas, memorar e ratificar as supracitadas conclusões a respeito dos processos espaciais analisados.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entender as centralidades em determinada urbe é bastante valioso para a compreensão do espaço urbano como um todo. Foi o que perseguimos nesse trabalho, um entendimento de como são e como se conformaram os atuais espaços centrais em Marabá, tanto mais “antigos” quanto, principalmente, as novas expressões de centralidade na cidade, buscando mostrar também os agentes e processos inerentes a tais formações e suas consequências. Nesta última seção, propomos memorar as principais conclusões da pesquisa.

Processos de expansão da atuação de grandes corporações do setor terciário são os principais responsáveis por cidades como Marabá receberem grandes estabelecimentos comerciais como os que vimos ao longo do trabalho. Tais espaços de consumo, de fato, efetivam-se enquanto expressões de centralidade na cidade. No caso de Marabá, mais do que isso, suas respectivas presenças e atuações em muito contribuíram para a formação e consolidação de uma centralidade maior, a da Rodovia Transamazônica enquanto espaço central, enquanto centralidade linear.

Em nossas reflexões teóricas, vimos que a implantação desses espaços de consumo pode causar modificações na estruturação da cidade (COUTO, 2011, 2015; SILVA, 2017; SPOSITO 2013). Como nos mostraram Sposito (1991), Maia, Silva e Whitacker (2017), entre outros autores, o termo estruturação denota e abrange os processos espaciais sobre e na estrutura urbana em contínua mudança. Porém, quando há uma metamorfose, uma mudança brusca nessa estruturação, compreendemos que houve uma reestruturação (SPOSITO, 2004; 2007).

Em nosso estudo, a materialidade desta(s) nova(s) centralidade(s) encontra-se, primeiramente, em alterações na estrutura da cidade, nos fixos, onde houve a total melhoria da Transamazônica na Nova Marabá, a construção dos próprios estabelecimentos, a criação de postos de gasolina “urbanos” na rodovia, a implantação de paradas de ônibus próximas aos grandes empreendimentos, a instalação de vários estabelecimentos terciários menores, entre outros.

Estes fixos pressupõem fluxos, com os quais a estrutura da cidade contribui basilamente. Todas essas mudanças, surgimento e consolidação de novas expressões de centralidade, ao passo que fazem parte da estruturação da cidade, causaram transformações nesta estruturação, ao alterar e/ou criar, em pouco tempo,

novos fluxos (*casa-trabalho-casa*, *casa-compras-casa*, *casa-lazer-casa* e tantos outros), bem como, alterar a fluidez entre os núcleos.

Reafirmamos que houve alteração, para além da estrutura, na estruturação da cidade de Marabá, tendo em conta que: 1. A Rodovia Transamazônica agora exerce importante papel não apenas enquanto caminho para ir até o trabalho em um mesmo núcleo ou de um núcleo a outro da cidade, mas, sendo o destino diário de centenas de trabalhadores – incomparavelmente maior que antes da instalação dos grandes empreendimentos –; 2. É fato, também, que deixou de ser apenas caminho para ir consumir e passou a ser um dos principais, senão o principal destino, aonde o cidadão vai para realizar compras, além das possibilidades de lazer e alimentação; 3. O morador do espaço regional circundante, cidades próximas e zona rural, que vai a Marabá para comprar, não apenas usa as rodovias para adentrar a cidade, mas, nelas permanece para a realização das compras.

Poderíamos afirmar que estas transformações relacionadas, acima de tudo, com a implantação das grandes superfícies comerciais, são as principais responsáveis pelo processo de reestruturação da cidade de Marabá. Entretanto, como vimos no capítulo cinco, a instalação das novas superfícies comerciais, bem como as escolhas locacionais, relacionam-se com o período que Souza (2015) chama de pós-ALPA, mais especificamente com a reestruturação a que a cidade foi submetida neste período, em decorrência do anúncio desse empreendimento, com abrupto crescimento do tecido urbano através da criação de bairros privados (loteamentos, residenciais) e surgimento e aumento de ocupações.

Referimo-nos aos grandes empreendimentos comerciais terem anunciado que iniciariam atividades em Marabá e, posteriormente, terem iniciado suas atividades, sob a animação e expectativa gerada pelo anúncio da ALPA. No entanto, ao escolherem a localização, prezaram por locais com acesso facilitado dos clientes que não moram em Marabá, e dos cidadãos residentes tanto nos bairros mais antigos, quanto nos mais recentes provenientes do pós-ALPA, em sua maioria privados, mas, também bairros espontâneos com crescimento atrelado a esse momento (CARVALHO e SOUZA, 2018), como é o caso da localização do Colina Varejo e Atacado.

Portanto, houve sim, um processo de reestruturação da cidade de Marabá na última década, no entanto, não atrelado somente à chegada dos grandes espaços

de consumo, pois, estas superfícies comerciais e a total melhoria da BR 230 fizeram parte dessa reestruturação e são, a nosso ver, representativos de um “fechamento” dessa mudança, dessa reestruturação.

Uma de nossas contribuições com este trabalho, se faz cartograficamente: nossa proposta de (re)leitura das centralidades em Marabá atualmente, baseada e que complementa a contribuição de Diagonal e PMM (2011) na Revisão do Plano Diretor Participativo, o Mapa 14. Neste, consideramos as Avenidas Antonio Maia e Nagib Mutran e seus respectivos entornos imediatos enquanto centralidades *polares*, assim como a Feira da 28. O que há de novo, nesse aspecto, é a classificação enquanto centralidade polar, da combinação/avizinhamento hipermercado Líder e Shopping Pátio Marabá. Enquanto lineares, a Avenida VP-8, prolongada na Avenida VP-7, e, claro, a (re)afirmação da Rodovia Transamazônica enquanto centralidade linear. Há ainda, em nossa proposta, uma nova classificação para as expressões de centralidade na cidade, as centralidades “nodais”. Estes menores, porém importantes, “nós” de centralidade na urbe são o estabelecimento Colina Varejo e Atacado, o avizinhamento da loja de departamentos Havan com o Mix Mateus e a soma e proximidade do Supermercado Mateus com o *cash and carry* Atacadão.

Não é possível dissociar as mudanças no circuito superior em Marabá, especialmente o supermercadista, sem olhar para a centralidade de Marabá perante a região. A posição de centralidade e intermediação que esta exerce, foi fundamental para que os grupos a escolhessem para a implantação de seus empreendimentos, a fim de alcançar não apenas Marabá, mas também vários dos municípios do seu entorno. Dessa forma, a instalação de tais estabelecimentos na cidade, vem a reforçar tal centralidade perante a rede.

Inerente às transformações apresentadas, temos agora, não apenas uma cidade com múltiplos centros, uma condição de multicentralidade, mas sim, nos termos propostos por Sposito (2013), de multi(poli)centralidade, haja vista estes novos espaços centrais propiciarem variedade de preços, produtos, espaços, vantagens e vários atrativos tanto objetivos quanto subjetivos, e serem, como vimos no capítulo cinco, previamente pensados a partir, principalmente, das corporações.

Segundo a autora, a constituição da multi(poli)centralidade é apenas uma das tendências que recaem sobre as cidades brasileiras atualmente, sendo que, de

acordo com ela, atrelados a esta, geralmente estão: separação socioespacial de consumidores, que por sua vez gera descentralização/recentralização, fragmentação socioespacial e política e, ainda, a que para a geógrafa é “a mais perversa [...] a perda relativa dos conteúdos e sentidos do ‘velho’ centro como um espaço de todos e para todos” (SPOSITO, 2013, p. 56).

Estas tendências, genericamente, elencadas pela autora acerca dos espaços urbanos brasileiros, tornam-se, campo fértil para a pesquisa em Marabá. Cada uma delas carece de investigação. Para a autora, a mais “perversa” seria a “perda de conteúdos e sentidos do velho centro”, neste caso, estimulados pela leitura e pelas visitas de campo, aqui retratadas no capítulo três, também nos chama a atenção e nos alerta para a necessidade de novas pesquisas com objetivo de aferir os conteúdos e sentidos do “velho centro”, no caso o bairro Centro na Velha Marabá.

Antes de finalizarmos, ser faz necessário lembrar, mesmo que rapidamente, que o processo de pesquisa e escrita desta dissertação se deu defrontando uma série de limitações, algumas nossas, outras que nos foram impostas perpassando a realidade e escalas que fogem e muito do nosso controle. Aqui destacamos uma de cada.

Quanto às primeiras, as nossas, destacamos o fato de não termos conseguido realizar aplicação de formulários com funcionários, os sujeitos que vendem sua força de trabalho nos supermercados. Haja vista termos nos embasado na ideia de Villaça (2001) de que o poder estruturador do comércio advém da atração diária tanto de consumidores quanto de trabalhadores, seria muito válido ter feito mapas evidenciando o local de residência dos funcionários dos supermercados, por exemplo.

Quanto às segundas, destacamos a pandemia causada pelo Novo Coronavírus, que tomando de assalto o planeta, o Brasil e o Pará, não demorou a chegar em Marabá impossibilitando, no primeiro semestre de 2020, a realização da última visita a campo da forma como havíamos planejado, onde o maior dano foi a impossibilidade da aplicação de formulários no atacarejo Mix Mateus, no Núcleo Cidade Nova, além, é claro, de uma série de outras adaptações, percalços e contingências impostas pela realidade pandêmica.

Para finalizar, esperamos que este trabalho venha incentivar futuras pesquisas acerca das principais questões expostas e/ou de quaisquer outras

relativas a temas que aqui tratamos e, ainda acerca de outros aspectos da realidade urbana de Marabá, de forma que intuímos e expectamos com esta pesquisa, colaborar com o entendimento da complexidade dessa polinucleada e multi(poli)cêntrica cidade intermediária amazônica.

REFERÊNCIAS

- ABRAMO, Pedro. O mercado informal e a produção da segregação espacial na América: a cidade COM-FUSA informal. *In*: LEAL, S.; LACERDA, N. (org.). **Novos padrões de acumulação urbana na produção do habitat: olhares cruzados Brasil-França**. Recife, PE: Editora Universitária UFPE, 2010. p. 211-240.
- ALMEIDA, José Jonas. **A cidade de Marabá sob o impacto dos projetos governamentais**. 2008. 273 f. Dissertação (Mestrado em História) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.
- ASSAÍ ATACADISTA. **Quem somos**. Disponível em <https://www.assai.com.br/quem-somos>. Acesso em: 02 de ago. 2020.
- ATACADÃO. História. Disponível em: <https://www.atacado.com.br/historia>. Acesso em: 19 de jun. 2019.
- BARATA-SALGUEIRO, Teresa. Do centro às centralidades múltiplas. *In*: FERNANDES, José Alberto Rio; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (org.). **A nova vida do velho centro nas cidades portuguesas e brasileiras**. LISBOA: CEGOT, 2013. p. 13-30.
- BONI, Valdete; QUARESMA, Silvia Jurema. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC** [s.l.], v. 2, n 1, jan./jul. 2005, p. 68-80. DOI: <https://doi.org/10.5007/%25x>. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/view/18027>. Acesso em: 03 jun. 2019.
- CARVALHO, Magno Ricardo Silva de; SOUZA, Marcus Vinicius Mariano de. A produção do espaço urbano em Marabá-PA e sua relação com as ocupações urbanas: o caso do bairro Nossa senhora Aparecida. **Revista Caminhos de Geografia**, Uberlândia, v. 19, n. 66, p. 116-132, jun. 2018.
- CASTELLS, Manuel. **A questão urbana**. São Paulo: Paz e terra, 1983.
- COLINA DISTRIBUIDORA. **Sobre nós**. Disponível em: <https://www.colinadist.com.br/>. Acesso em: 19 de jun. 2019.
- CONSULTORIA TÉCNICA DIAGONAL; PREFEITURA MUNICIPAL DE MARABÁ (PMM). **Revisão do Plano Diretor Participativo de Marabá, Pará**: relatório de leitura técnica. 2011. 218p.
- COMISSAO NACIONAL DE CLASSIFICAÇÃO. **Busca on line**. Disponível em: <https://concla.ibge.gov.br/busca-online>. Acesso em: 01 de out. 2020.
- CORRÊA, Roberto Lobato. **O espaço urbano**. São Paulo: Ática, 1989.
- CORRÊA, Roberto Lobato. Corporação, práticas espaciais e gestão do território. **Anuário do Instituto de Geociências** [online], Rio de Janeiro, vol.15, n. 15, p. 35-

41. Anual. 1992. Disponível em: <http://ppegeo.igc.usp.br/pdf/anigeo/v15/v15a06.pdf>. Acesso em: 05 de fev. 2020.

CORRÊA, Roberto Lobato. Espaço: um conceito-chave da Geografia. *In: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato (org.). Geografia: conceitos e temas. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000. P. 15-48.*

CORRÊA, Roberto Lobato. Sobre agentes sociais, escala e produção do espaço: um texto para discussão. *In: CARLOS, Ana Fani Alessandri; SOUZA, Marcelo Lopes de; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (org.). A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios. São Paulo, SP: Contexto, 2011. p. 41-51*

COSTA, Eduarda Marques. Cidades Médias: Contributos para sua definição. *Revista Finisterra, Lisboa, v. 37, n. 74, p. 101-128, ago.2002.*

COUTO, Edna Maria Jucá. **Redefinições espaciais do comércio em Mossoró – RN.** 2011. 222 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2011.

COUTO, Edna Maria Jucá Couto. A expansão do consumo e a produção de novas configurações espaciais nas cidades médias brasileiras. *In: SIMPÓSIO NACIONAL DE GEOGRAFIA URBANA, 14., 2015, Fortaleza. Anais[...]. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 2015.*

DICIONÁRIO PRIBERAM DA LÍNGUA PORTUGUESA [em linha], 2008-2020, <https://dicionario.priberam.org/h%C3%ADper>. Acesso em: 12 de ago. 2020.

DROGASHOP. **Sobre nós.** Disponível em: <http://www.drogashop.com>. Acesso em: 05 de jul. 2020.

DROGASIL. **Nossa história.** Disponível em: <https://www.drogasil.com.br/nossa-historia>. Acesso em: 05 de jul. 2020.

DROGARIAS ULTRAPOPULAR. **Quem somos.** Disponível em: <https://www.drogariasultrapopular.com.br/quem-somos/>. Acesso em: 05 de jul. 2020.

DUARTE, Rosália. Entrevistas em pesquisas qualitativas. **Educar em Revista**, Curitiba, v. 24, p. 213-225, ago, 2004.

EXTRA FARMA. **Quem somos.** Disponível em: <http://www.extrafarma.com.br/quem-somos-historico>. Acesso em: 05 de jul.2020.

FALANDO DE VAREJO. **Atacadão inaugural sua primeira unidade em Marabá.** Disponível em: <https://www.falandodevarejo.com/2017/05/atacado-inaugura-sua-primeira-unidade.html>. Acesso em: 19 de jun. 2020.

FAPESPA. Fundação Amazônia de Amparo a Estudos e pesquisas. **Estatísticas Municipais Paraenses:** Marabá. Diretoria de Estatística e de tecnologia e gestão da Informação. Relatório de pesquisa. Belém, 2017. 60f.

FEIRÃO DOS MÓVEIS. **Quem somos**. Disponível em: https://www.facebook.com/pg/feira.dosmoveis/about/?ref=page_internal. Acesso em: 10 de jul. 2020.

FERNANDES, José A. Rio. Muitas vidas tem o centro e vários centros tem a vida de uma cidade. *In*: FERNANDES, José Alberto Rio; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. (org.). **A nova vida do velho centro nas cidades portuguesas e brasileiras**. LISBOA: CEGOT, 2013. p. 13-30.

GOMES. Vinícius Biazotto. **As atividades das grandes empresas do ramo supermercadista e a rede urbana brasileira no período recente**. 2016. 509 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Presidente Prudente, 2016.

GRUPO LÍDER. **Quem somos**. Disponível em: <http://www.grupolideronline.com.br/grupolider/sessao/quem-somos>. Acesso em: 19 de jun. 2020.

GRUPO MATEUS. **Nossa história**. Disponível em: <https://web.grupomateus.com.br>. Acesso em: 19 de jun. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Regiões de Influência de Cidades** - 2007. Rio de Janeiro. IBGE, 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Regiões de Influência de Cidades** - 2018. Rio de Janeiro. IBGE, 2020

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Censo 2010. Divisão do Brasil em Regiões Geográficas Imediatas e Regiões Geográficas Intermediárias**. Rio de Janeiro: IBGE, 2017.

LEFEBVRE, Henri. **O direito à cidade**. 5 ed. São Paulo: Centauro, 2008.

LOJA CENTRO. **Sobre nós**. Disponível em: <https://www.lojacentro.com.br/sobre-nos>. Acesso em: 10 de jun. 2020.

MAIA, Doralice Sátyro; SILVA, William Ribeiro da; WHITACKER, Arthur Magon. Apresentação – Centro e centralidade nas cidades médias: os caminhos de uma pesquisa. *In*: MAIA, Doralice Sátyro; SILVA, William Ribeiro da; WHITACKER, Arthur Magon. (org.). **Centro e Centralidade em Cidades Médias**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2017. p. 9-26.

MAIA, Doralice Sátyro. A constituição do centro das cidades bocas de sertão: do processo de centralização e de constituição da área central. *In*: MAIA, Doralice Sátyro; SILVA, William Ribeiro da; WHITACKER, Arthur Magon (org.). **Centro e Centralidade em Cidades Médias**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2017. p 93-148.

PREFEITURA MUNICIPAL DE MARABÁ; DIAGONAL CONSULTORIA. **Revisão do Plano Diretor Participativo de Marabá, Pará**: Relatório de leitura técnica. Município de Marabá, Marabá, PA, jun. 2011.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MASCARENHAS, G., & DOLZANI, M. C. S. Feira livre: Territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea. **Ateliê Geográfico**, Goiânia, v. 2, n 2, p. 72-87, set. 2008.

MAXIPOPULAR. **Quem somos**. Disponível em: <https://www.maxipopular.com.br/quem-somos>. Acesso em: 05 de jul. 2020.

METROQ. **Duplicação causará mudanças no trânsito**. Disponível em: <https://metroq.blogspot.com/2011/12/maraba-duplicacao-causara-mudanca-no.html>. Acesso em: 26 de jul. 2020.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS – MDIC. **Comércio-Serviços**. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/index.php/comercio-servicos/a-secretaria-de-comercio-e-servicos-scs-13>. Acesso em: 01 de out. 2020.

MORENTA. **Nossa história**. Disponível em: <https://www.facebook.com/pg/morenta>. Acesso em: 10 de jul. 2020.

OLIVEIRA JÚNIOR, Gilberto Alves de. Redefinição da Centralidade Urbana em Cidades Médias. **Sociedade & Natureza**, Uberlândia, v.20, n. 1, p. 205-220, jun. 2008.

OLIVEIRA JÚNIOR., Gilberto. Centro e novas expressões de centralidade em cidades médias: as respostas do centro tradicional da redefinição do velho. **Boletim de Geografia**, Maringá, v. 29, n. 1, p. 67-75, fev. 2012.

PARENTE. Juracy. **Concentração dos supermercados em São Paulo** - Relatório de Pesquisa nº 15/2003. 2003.

PELLEGRINI, Luca. **Il commercio in Itália**. Bologna: Il Mulino, 2000.

PEREIRA, Cláudio Smalley Soares. **Centro, centralidade e cidade média**: o papel do comércio e serviços na reestruturação da cidade de Juazeiro do Norte/CE. 2014. 328 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2014.

PEREIRA, Cláudio Smalley Soares. Produção do espaço, transformações do capitalismo e estratégias imobiliárias das empresas varejistas. **Mercator**, Fortaleza, v.19, n. 1, p.1 – 15, 2020.

PINTAUDI, Silvana Maria. **Os supermercados na Grande São Paulo**. Contribuição ao estudo da transformação do comércio varejista de gêneros alimentício nas grandes metrópoles. 1981, 108 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1981.

PINTAUDI, Silvana Maria. **Templo da mercadoria**: Estudo dos shopping centers do estado de São Paulo. 1989, 156f. Tese (Doutorado em Geografia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1989.

PINTAUDI, Silvana Maria. A cidade e as formas do comércio. *In*: CARLOS, Ana Fani Alessandri. (rg.). **Novos caminhos da Geografia**. 5. ed. São Paulo: Contexto, 2005. p. 143-160.

PNUMA et al. **Perspectivas para o meio ambiente urbano**: GEO Marabá. Belém-PA: PNUMA/UN-HABITAT/IBAM/ISER, 2010.140f.

PORTO-GONÇALVES, Carlos Walter. **Amazônia, amazônias**. São Paulo: Contexto, 2001.

RIBEIRO, Rovaine. **As cidades médias e a reestruturação da rede urbana amazônica**: a experiência de Marabá no Sudeste Paraense. 2010. 136 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

RODRIGUES, Jovenildo Cardoso. **Marabá**: centralidade urbana de uma cidade média paraense. 2010. 188 f. Dissertação (Mestrado em Planejamento do Desenvolvimento) – Núcleo de Altos Estudos Amazônicos, Universidade Federal do Pará, Belém, 2010.

RODRIGUES, Jovenildo Cardoso. **Produção das desigualdades socioespaciais nas cidades médias Amazônicas**: Análise de Santarém e Marabá. 2015. 270 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Presidente Prudente, 2015.

SANTOS, Milton. **A cidade como centro de região**. Salvador: Progresso Editora, 1959.

SANTOS, Otávio Augusto Alves dos. Cidade, urbano e movimentos: sobre a formação do urbano e a ação dos grupos socioespaciais “excluídos” – Um olhar sobre Recife/PE. **Geotemas**, Pau dos Ferros, v2, n1, p. 61 – 72, 2012.

SHOPPING PATIO MARABÁ. **Lojas**. Disponível em: <http://www.patiomaraba.com.br/shopping.asp>. Acesso em: 13 de ago. 2020.

SILVA, Carlos Henrique Costa da. As grandes superfícies comerciais: os hipermercados Carrefour no Brasil. **GEOUSP - Espaço e Tempo**, São Paulo, v.7, n.2, p. 89 - 106, 2003.

SILVA, José Borzacchiello da.; GONÇALVES, Tiago Estevam. Urbanização e produção da cidade: shopping centers na dinâmica de novas centralidades em Fortaleza-CE. **Geosul**, Florianópolis, v. 27, n. 53, p 63-88, 2012.

SILVA, William Ribeiro da. Centro e centralidade: uma discussão conceitual. **Formação**, Presidente Prudente, v.1 n. 8, 2001.

SILVA, William Ribeiro da. Centralidade, *shopping centers* e reestruturação das cidades médias. *In: MAIA, Doralice Sátyro; SILVA, William Ribeiro da; WHITACKER, Arthur Magon. (org.). Centro e Centralidade em Cidades Médias*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2017. p. 199-226

SILVA, Woston Batista da. **Dinâmica econômico-espacial do comércio no núcleo Marabá “Pioneira”**. 2016. 72 f. Monografia de conclusão de Curso (Graduação em Geografia) - Faculdade de Geografia, Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará, Marabá, 2016.

SINGER, André. Raízes sociais e ideológicas do lulismo. **Novos Estudos**, São Paulo, v.10, n. 1 p. 85-102, 2009.

SOARES, Beatriz Ribeiro. Repensando as cidades médias no contexto da globalização. **Revista Formação**, Presidente Prudente, v.1, n. 6, p. 55-63.1999.

SOARES, Beatriz Ribeiro; OLIVEIRA, Carlos Miranda de. Cidade média: apontamentos metodológicos e tipologia. **Caminhos de Geografia**, Uberlândia v. 15, n. 52, p. 119–133. 2014.

SOJA, Edward W. **Geografias pós-modernas**: a reafirmação do espaço na teoria social crítica. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

SOUZA, Marcus Vinicius Mariano de et al. “**Centro, centralidade e descentralização em cidades médias**: avaliação da dinâmica das atividades de comércio e serviços em Ituiutaba (MG) e Marabá (PA)”. ReCiMe, Projeto de Pesquisa Edital MCT/CNPq n. 14/2011, Relatório de Pesquisa, 2013.

SOUZA, Marcus Vinicius Mariano de. et al. Análise da centralidade intraurbana em cidade média da Amazônia Oriental brasileira: estudo de caso dos núcleos Marabá Pioneira e Cidade Nova em Marabá (PA). *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE GEÓGRAFOS*. 7., 2014, Vitória. **Anais [...]** Vitória: UFES, 2014.

SOUZA, Marcus Vinicius Mariano de. **O Projeto ALPA e a produção do espaço urbano em Marabá (PA)**: a cidade mercadoria e as desigualdades socioespaciais. 2015. 297 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal de Uberlândia, Programa de Pós – Graduação em Geografia, Uberlândia, 2015.

SOUZA, Marcus Vinicius Mariano de. Grandes projetos e transformações urbano-regionais na Amazônia Oriental: consolidação de uma cidade média e reestruturações contemporâneas a partir de Marabá/PA. *In: OLIVEIRA, Hélio carlos Miranda de; CALIXTO, Maria José Martinelli Silva; SOARES, Beatriz Ribeiro. (org.). Cidades Médias e Região*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2017. p. 245-280.

SOUZA, Camila Garcia Nascimento. **Centralidade Intraurbana na Amazônia Oriental Brasileira**: uma discussão a partir do núcleo Marabá Pioneira em Marabá-PA. 2014. 92 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Geografia) – Faculdade de Geografia, Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará, Marabá, 2014.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Estruturação urbana e centralidade. *In*: ENCUENTRO DE GEÓGRAFOS DE AMÉRICA LATINA, 3., 1991 Toluca. **Anais [...]**. Toluca: Observatório Geográfico da América Latina. 1991a. p. 1-8.

SPOSITO Maria Encarnação Beltrão. O centro e as formas da centralidade urbana. **Revista de Geografia**, São Paulo, v.10, n.1, p.1-18, 1991b.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. A gestão do território e as diferentes escalas da centralidade urbana. **Revista TERRITÓRIO**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 4, p. 27-37. 1998.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. As cidades médias e os contextos econômicos contemporâneos. *In*: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (org.). **Urbanização e cidades**: perspectivas geográficas. São Paulo: Editora UNESP, 2001. p. 609-643.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. **O Chão em pedaços**: urbanização, economia e cidades no Estado de São Paulo. 2004. 508 f. Tese (Livre Docência em Geografia) – Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2004.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Novos conteúdos nas periferias urbanas das cidades médias do Estado de São Paulo, Brasil. **Boletín del Instituto de Geografía-UNAM**, Cidade do México, v.54, n.1, p.114-139, 2004.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Loteamentos fechados em cidades médias paulistas – Brasil. *In*: SPOSITO, Eliseu Savério; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão; Sobarzo, Oscar (org.). **Cidades médias**: produção do espaço urbano e regional. São Paulo: Expressão Popular, 2006, p. 175 – 198.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Cidades médias: reestruturação das cidades e reestruturação urbana *In*: SPOSITO, M. Encarnação B. (org.). **Cidades médias**: espaços em transição. São Paulo: Expressão Popular, 2007. p. 233-253.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Centros e centralidades no Brasil. *In*: FERNANDES, José Alberto R.; SPOSITO, M. Encarnação B. (org.). **A nova vida do velho centro nas cidades portuguesas e brasileiras**. Porto: CEGOT, 2013. p. 45-59.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Centro e periferia. *In*: **Glossário de Geografia Humana e Econômica** (org.) SPOSITO, Eliseu Savério. São Paulo: Editora Unesp, 2017. p. 25-32.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão; SPOSITO, Eliseu Savério. Articulação entre múltiplas escalas geográficas: lógicas e estratégias espaciais de empresas. **Geosp – Espaço e Tempo**, São Paulo, v. 21, n. 2, p. 462-479, 2017.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão; GÓES, Eda Maria. Grandes grupos econômicos, consumo e redefinição de centralidade urbana, em cidades médias. *in*:

BELLETT, Carmen et al. (org.). **Urbanización, producción y consumo em ciudades medias/intermedias = Urbanização, produção e consumo em cidades médias/intermediárias**. Presidente Prudente; Lleida: Edicions de la Universitat de Lleida, 2015. p.107 – 132.

SURGIU. **Grupo Mateus abre mais uma loja no Norte do país**. Disponível em: <https://surgiu.com.br/2012/11/30/grupo-mateus-abre-mais-uma-loja-no-norte-do-pa%C3%ADs/>. Acesso em: 11 de ago. 2020.

TERTÚLIA GOURMET. **Institucional**. Disponível em: <https://www.tertuliagourmet.com.br/institucional>. Acesso em: 01 de nov. 2020.

TOURINHO, Helena Lúcia Zagury. **Planejamento urbano em área de fronteira econômica: o caso de Marabá**. 1991. 482 f. Dissertação (Mestrado em Planejamento do Desenvolvimento). Núcleo de Altos Estudos Amazônicos, Universidade Federal do Pará, Belém, 1991.

TRINDADE JR., S-C. C. ; PEREIRA, J. C. M. Reestruturação da rede urbana e importância das cidades médias na Amazônia oriental. *In*: SPOSITO, M. E. B. (org.). **Cidades médias: espaços em transição**. São Paulo: Expressão Popular, 2007. p. 313-342.

TRINDADE JÚNIOR, Saint-Clair Cordeiro da et al. **Uma cidade média na Amazônia Oriental: a centralidade urbano-regional de Marabá no Sudeste Paraense**. ReCiMe, Relatório de pesquisa, 2010.

WHITACKER, Arthur Magon. Centro da cidade, centralidade intraurbana e cidades médias. *In*: MAIA, Doralice Sátyro; SILVA, William Ribeiro da; WHITACKER, Arthur Magon. (org.). **Centro e Centralidade em Cidades Médias**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2017. p. 149-178.

VARGAS, Heliana Comin. **Espaco terciario: o lugar, a arquitetura e a imagem do comercio**. São Paulo: SENAC, 2001.

VELHO, Otávio Guilherme. **Frentes de expansão e estrutura agrária: estudo do processo de penetração numa área da Transamazônica**. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981.

VILLAÇA, Flávio. **Espaco intra-urbano no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Studio Nobel, 2001.

ZÉ DUDU – Blog de Notícias. **Inauguração da segunda ponte sobre o rio Itacaiúnas**. Disponível em: <https://www.zedudu.com.br/marab-ministro-inaugura-ponte-na-segunda-feira-25/>. Acesso em: 22 de out. 2019.

**APÊNDICE A – FORMULÁRIO APLICADO NA SAÍDA DOS SUPERMERCADOS
COM CLIENTES RESIDENTES EM MARABÁ**

- 1 - Onde você mora (bairro)?
- 2 – Por que faz compras nesse supermercado?
- 3 - Também realiza compras em outros? Quais?
- 4 - Suas compras são no atacado ou no varejo?
- 5 - Caso seja atacado, para consumo próprio/familiar? (Se não, qual a destinação da compra?)
- 6 - Você morava em Marabá por volta de 2009, 2010?
- 7 - Se sim, lembra quais eram os supermercados em que realizava suas compras?
- 8 – Que transporte utiliza para ir às compras?
- 9 – O que você acha da localização do supermercado?
- 10 - Com que frequência vem a esse ou um dos grandes supermercados (entre os considerados na pesquisa)?
- 11 – Frequenta comércio de bairro (mercearias, bodegas, mercadinhos)?
- 12 – Com que frequência?
- 13 – Porque frequenta mais este (dependendo das respostas anteriores)?

**APÊNDICE B – FORMULÁRIO APLICADO NA SAÍDA DOS SUPERMERCADOS
COM CLIENTES RESIDENTES EM OUTRAS CIDADES E ZONA RURAL**

- 1 – Onde você mora?
- 2 - Suas compras são no atacado ou no varejo?
- 3 - Para consumo próprio/familiar ou para revenda/comércio (mercearias, lanchonetes, restaurantes ou outros estabelecimentos em cidades vizinhas)?
- 4 - Porque você realiza essa compra em Marabá e não em outra cidade?
- 5 - Compra apenas nesse estabelecimento ou também em outros?
- 6 - Se compra em outros, quais? E porquê?
- 7 - O que você acha da localização do supermercado (na rodovia)?
- 8 – Que transporte utiliza para ir as compras?
- 9 – Há 10 anos você já realizava compras em Marabá?
- 10 – Se sim, em quais estabelecimentos?

APÊNDICE C – QUESTÕES PREDEFINIDAS NORTEADORAS DAS ENTREVISTAS COM OS GERENTES DOS EMPREENDIMENTOS

1. Qual a sua função na empresa? Há quanto tempo trabalha nela?
2. Qual a origem do capital da empresa?
3. Há quanto tempo a empresa atua em Marabá?
4. Por que o grupo resolveu atuar em Marabá?
5. O que motivou a empresa a abrir uma filial distante/fora das “áreas comerciais”?
- 6 – E Por que a instalação às margens da rodovia?
- 7 – A rodovia Transamazônica, até 2011 não era duplicada e não tinha marginais.
Há influência dessas melhorias na via para a escolha da localização?
- 8 – Qual o fluxo diário de pessoas na loja?
- 9 – De onde são os clientes (quais bairros)?
- 10 - Há clientes de outras cidades? Quais cidades?
- 11 –O cliente de Marabá compra mais no atacado ou no varejo?
- 12 – E o cliente de outras cidades?
- 13- Que meios de transporte o cliente de outras cidades utiliza? E o de Marabá?
- 14 – Quais as perspectivas para o futuro da empresa em Marabá?