

AS TRANSFORMAÇÕES NO ESPAÇO INTRA-URBANO DE ITABUNA (BA) A PARTIR DA IMPLANTAÇÃO DO JEQUITIBA PLAZA SHOPPING

IVALDO DO NASCIMENTO BORGES

Mestrando em Geografia, Universidade Estadual de Campinas
Graduado em Geografia, Universidade Estadual de Santa Cruz
evaldoborges@uol.com.br

GILMAR ALVES TRINDADE

Doutorando em Geografia, Universidade Federal de Sergipe
Prof. Assistente da Universidade Estadual de Santa Cruz – Msc
Departamento de Ciências Agrárias e Ambientais
ga.trindade@uol.com.br

RESUMO

Os diferentes atores sociais e as formas de uso da cidade fazem com que a apropriação desta seja diferenciada, gerando os conflitos de classe e conseqüentemente, produzindo uma paisagem diferenciada. No caso específico dos centros urbanos, são as intenções econômicas que vão nortear estas transformações. A criação de espaços coesos como é o caso dos *shopping centers* e a seletividade espacial demonstram que além do tradicional contexto centro/periferia surgem novas formas de organização das cidades, onde a implantação de determinados equipamentos urbanos resultam por impor uma nova lógica organizacional às cidades. Este trabalho teve como objetivo principal, analisar as transformações socioespaciais ocorridas no espaço intra-urbano da cidade de Itabuna a partir da implantação do Jequitibá Plaza Shopping. Numa perspectiva da Geografia crítica, utilizou-se do método dialético para interpretação da relação sociedade/espaço, assim como de métodos histórico, comparativo e estatístico na busca de uma melhor interpretação e explanação dos dados colhidos na pesquisa. As transformações na paisagem com o surgimento do Jequitibá Plaza Shopping se mostram através do surgimento de novos edifícios e lojas comerciais nas suas proximidades, além da valorização imobiliária identificada pela maximização no uso do solo urbano no bairro Jardim Vitória e um fluxo maior de pessoas e veículos que convergem para este espaço da cidade.

Palavras-chave: espaço urbano, *shopping center*, transformações socioespaciais.

AS TRANSFORMAÇÕES NO ESPAÇO INTRA-URBANO DE ITABUNA (BA) A PARTIR DA IMPLANTAÇÃO DO JEQUITIBA PLAZA SHOPPING

1. Introdução

A vida das sociedades humanas é marcada pela história e continuidade das relações que se estabelecem no tempo e no espaço. Desde a antiguidade, ainda enquanto nômade e sem uma relação de pertencimento com o lugar de forma mais duradoura, o homem criava e transformava o espaço vivido: com pinturas rupestres, com ferramentas e utensílios para a caça e com suas formas primitivas de se organizarem em grupo e assim obter mais eficiência na caça e na defesa contra seus predadores.

Isso demonstra que além da evolução as transformações no modo de vida das populações sempre foi algo inevitável e se o homem muda o meio também é transformado com ele e por ele. Existe aí uma relação dialógica e dialética entre o homem e a natureza, entre o espaço e os objetos que fazem parte dele, neste caso classificados como materiais e não materiais, entre criatura e criador. Essa inter-relação ou interação entre os fenômenos e as sociedades permitiram que passássemos dessa condição nômade e viéssemos a dominar plantas e animais, a construir uma relação de pertencimento com o lugar.

Dessa relação de pertencimento com o lugar o homem começou a fixar-se a terra e produzir alimento para o seu sustento. A produção excedente passou a ser comercializada em vilas e pequenos núcleos que foram com o passar dos tempos, transformados em cidades ou “zonas urbanas”. O urbanismo, termo criado a pouco mais de um século, é segundo Harouel (1998) um neologismo criado e serve para descrever grande parte dos assuntos inerentes à cidade como as morfologias urbanas, as obras públicas, os planos urbanos e as práticas sociais, assim como a legislação e direito relativo à cidade.

Para as sociedades modernas a Revolução Industrial contribui enormemente com o crescimento das cidades e simbolizou acréscimos na população urbana. A criação das primeiras formas híbridas de *Shopping Centers* também corresponde a essa mesma época, quando se passou a concentrar padarias, açougues e lanchonete no mesmo espaço, além dos tradicionais gêneros de primeira necessidade vendidos nos supermercados. Já em 1900, após o desenvolvimento do motor de combustão interna e o surgimento dos carros movidos por essa força motriz, tudo passou a ser mais rápido

dentro das cidades, essas transformações levou o homem a criar e desenvolvem novas formas de uso do espaço urbano e também a tentar compreender como se estabelecem essas relações dentro das cidades.

2. Desenvolvimento

2.1 O surgimento dos shopping centers como equipamentos urbanos de uma nova lógica econômica e socioespacial

Para o estudo geográfico, a compreensão das cidades e suas mutações vão além do senso comum e da busca de respostas rápidas frente aos acontecimentos, porque estes se dão pela materialização das relações sociais.

A cidade se vislumbra por suas formas, enquanto construção humana, diz respeito à questão de longa duração. Vivemos, hoje, na mutabilidade constante, lei que se impõe à reprodução espacial. (CARLOS, 1999a, p.161).

Mas como é possível adaptar-se a essa realidade volatilizante, já que vivemos o tempo da efemeridade, onde não existe espaço para maturação dos objetos? A fluidez é tão grande que não conseguimos perceber o envelhecimento precoce dos símbolos, das pessoas e das “próteses” (toda edificação que se sobrepõe à paisagem natural ou artificial) criadas nas cidades. O que é novo hoje, torna-se velho rapidamente amanhã. Santos (2001) afirma que com o uso da técnica, da ciência e da informação, não é mais possível balizar o homem pelos tempos lentos da natureza, visto que a velocidade adquirida por essa tríade combinada é a marca dos novos tempos.

O homem busca adaptar-se a essa nova lógica globalizante, mas às vezes, acaba sendo levado à reboque pelo processo. Nessa perspectiva a criação de novos espaços, como os *shopping centers* (SC), demanda novos padrões de comportamento, ou seja:

Estamos vivenciando a imposição do tempo efêmero, do instável, o que produz relações vazias, criando um estranhamento. Estranhamento porque a rapidez das transformações na metrópole obriga as pessoas a se readaptarem constantemente às mudanças impostas pela produção espacial, obrigando-as a redigirem seus passos, impondo o aniquilamento das relações de vizinhança, destruindo os lugares do culto, transformando os lugares das compras. Os bairros tornam-se mais inóspitos para a vida em função das conseqüências promovidas pelas mudanças, em que forma e função se modificam rapidamente. (CARLOS, 1999a, p. 164)

Neste contexto, percebemos que não é mais o homem o centro do processo, mas o capital e os interesses econômicos manipulando a produção/reprodução do espaço. E como se enquadra a cidade nessa nova lógica? A realidade indica que:

As cidades não têm mais muros, mas estendem-se infinitamente, fazendo com que além dos seus limites ainda seja cidade, representada não mais por casas e fábricas, mas por rodovias e ferrovias, campos industrialmente cultivados. A natureza é urbanizada, integrada à cidade para compor o civilizado. (ARGAN,1997 p.222)

A cidade é por excelência o *lócus* onde se evidencia a complexidade das relações humanas e por esse motivo está sujeita a profundas transformações. No caso específico dos centros urbanos, são as intenções econômicas que vão nortear tais mudanças. A seletividade espacial, a criação de espaços coesos, as economias de aglomeração e outras terminologias, são utilizadas na tentativa de explicar as mudanças de forma e conteúdo do arranjo espacial das cidades atualmente. Nessa abordagem, os SC, tidos como “espaços da modernidade” serão analisados na tentativa de trazer luz a essas transformações.

Na década de 1950, os SC já eram uma realidade concreta nos Estados Unidos. A difusão de riqueza e acúmulo de capital no Estado norte americano, condicionado por uma série de fatores, demandou novas formas de consumo. Assim surgem as lojas de departamento (cama, mesa, banho e vestimentas em geral), logo depois agregando outros serviços e lojas anteriormente dispersas. Um conjunto coeso de serviços e funções diversas instaladas em um único espaço deu início às primeiras economias de aglomeração, tão bem citadas por Corrêa (1989, p. 57) “as empresas mesmo sendo de natureza distinta, estão localizadas juntas umas das outras, formando um conjunto coeso que pode induzir o consumidor a comprar outros bens que não fazem parte dos seus propósitos”.

E por que é tão importante conhecer o comércio, se a cidade é o palco das transformações sociais? Entendemos que comércio e cidade são elementos indissociáveis na compreensão do espaço urbano e por esse motivo, torna-se significativo analisar o SC como um dos signos do comércio. Segundo Pintaudi (1999, p. 143) “A análise das formas comerciais, cuja natureza é social, bem como a de suas transformações, que têm durações desiguais, revelam-nos contradições internas das categorias espaço e tempo materializados em objetos sociais”.

No caso do Brasil, na década de 1950, surgia um novo tipo de comércio lojista (o supermercado). As palavras de Pintaudi (1999, pág. 151) são significativas quanto à expansão desse tipo de comércio. “O supermercado significou concentração financeira e territorial, porque passou a concentrar, sob a propriedade de um único empresário ou grupo em um único local, a comercialização de produtos anteriormente dispersos no espaço”. Em 1970, dando continuidade a essa nova forma de comércio, surgem os hipermercados e os *shopping centers*, este segundo, mais como uma novidade para atender a uma população de altos rendimentos. Destacamos que os SC demandaram alto volume de investimentos para sua concretização, que no Brasil contou com o apoio de bancos públicos; vale ressaltar que, este ramo permitia um retorno ampliado e rápido do capital empregado.

A cidade de São Paulo foi pioneira nesse processo, com a implantação do *Shopping Center* Iguatemi em 1966, e posteriormente, outros se expandiram pelas principais capitais do país, tendo seu momento de ápice na década de 1980. Pintaudi (1992) apud Ferreira (1999) afirma que: de um total de 84 SC instalados entre 1966 e 1991, 64,29% ocorreram nos anos oitenta, sendo 35 (41.67%) em São Paulo, 12 (14.29%) no Rio de Janeiro, 4 em Minas Gerais, Paraná e Distrito Federal, 2 em Salvador e 1 em São Luís. Nos últimos dez anos, em função do processo desconcentrador, os SC deixaram de ser um fenômeno exclusivo das capitais brasileiras e passaram a difundir-se também em cidades de médio porte. Nesse contexto introduziu-se a cidade de Itabuna, tida como uma das cinco maiores cidades do interior baiano.

Notadamente a descrição de como surgiu uma determinada edificação na área urbana da cidade nem sempre é percebida em toda sua complexidade, até porque a percepção humana está centrada no concreto, evidenciado pela paisagem posta no presente onde o passado e o movimento da sociedade são suprimidos. Visto isso, a preocupação com a investigação do processo de produção espacial, especialmente a cidade e o urbano é cada vez mais premente; como afirma Carlos (1999a, p.164) atualmente “forma e função se modificam rapidamente” e dificilmente as pessoas conseguem digerir as transformações socioespaciais em sua totalidade.

As transformações socioespaciais podem ainda ser analisadas por dois aspectos distintos, mas que no conjunto, tornam-se interdependentes; nota-se num primeiro

aspecto a visão parcelada da paisagem urbana, com seus novos conteúdos (próteses) emergentes, prédios, edifícios, residências, indústrias, parques temáticos, aeroportos, shopping centers. Um segundo aspecto apresentado, seria pelos diferentes usos do solo urbano e as relações antagônicas estabelecidas entre os diversos atores sociais que se apropriam, consomem e reproduzem esse espaço. Percebe-se então, que a noção de totalidade e interdependência aqui se evidencia pela forma física que nos é apresentada e também pelos movimentos que permeiam as relações sociais, ou seja:

A noção de movimento aparece no desenvolvimento das relações contraditórias que constroem a dinâmica da realidade em seu infinito processo de auto construção. Esse movimento caminha no sentido da contradição entre fenômeno e essência, entre o que se vê e o que é. Entre uma realidade aparentemente estática e o seu movimento intrínseco (CARLOS, 1994, P.40).

Cabe aqui, entender o fenômeno urbano sob o ponto de vista geográfico, onde a forma e apreensão dos objetos são o ponto inicial de análise. Porém, isoladamente não darão conta de explicar as transformações sem que se busque as relações que existem no processo de construção dessas formas e também os seus nexos internos. Porque toda vez que passamos por algum lugar na cidade, percebemos a forma das edificações e os estabelecimentos no presente, mas o que havia ali antes? Será que as ruas mudaram de lugar ou o sentido de circulação era outro? E este ponto da cidade já teve alguma outra função diferente da atual? Estes são apenas alguns questionamentos que podem ser suscitados quando tentamos observar as transformações na paisagem das cidades.

Sobre o ponto de vista de quem reside na cidade na perspectiva do consumidor, ela é um meio/objeto de consumo compartilhado que serve à reprodução da vida humana. Para Carlos (1994, p.86) “É o *locus* da habitação e tudo o que o habitar implica para a sociedade atual: escolas, assistência médica, transporte, água, esgoto, telefone, atividades culturais e do lazer, ócio, shopping, etc”. A cidade é composta por uma imbricada rede de fluxos e objetos, dispostos nem sempre de forma ordenada, mas que obedece a uma lógica própria, raramente a cidade é apropriada da mesma forma pelos diferentes atores sociais e este é o aspecto mais contundente da luta de classes. Segundo Carlos (1999b, p.23) “o uso diferenciado da cidade demonstra que esse espaço se constrói e se reproduz de forma desigual e contraditória. A desigualdade espacial é fruto da desigualdade social”.

Notadamente o que marca e determina as relações entre as pessoas e entre elas e a cidade é a forma de uso, por esse motivo alguns autores afirmam que é possível fazer a leitura do espaço a partir da continuidade histórica das diferentes formas de uso, onde a duração e as mudanças exprimem-se nas distintas funções que permanecem com o passar do tempo e as que se modificam no espaço.

Sob essa perspectiva, vale a pena analisar a emergência dos *shopping centers* como novos objetos urbanos a partir das transformações que eles produzem na paisagem das cidades, bem como buscar compreender os conteúdos sociais, políticos econômicos e espaciais que encontram-se subjacentes ao seu processo de (re)produção.

2.2 Itabuna como centro regional de comércio e serviços

Itabuna possui uma característica atípica dos centros regionais espalhados pelo país, normalmente esses centros possuem uma relação com sua área imediata de polarização através da personalização total das atividades comerciais, mas em Itabuna essa função é dividida com outra cidade, Ilhéus.

Nesse caso, há dois subcentros econômicos, cujo conjunto representa a centralidade regional formando um bi-pólo Itabuna/Ilhéus. Mas como é possível entender essa multipolaridade? O estudo sobre a região mostra que Itabuna compartilha com Ilhéus dessa polarização dupla baseada não numa competição, mas numa divisão do trabalho com nítidos papéis que se complementam. As duas cidades na verdade constituem não um pólo só, mas um bi pólo. Suas mútuas e diferenciadas determinações entrecruzam-se, somam-se, combinam-se produzindo uma complementaridade.

A mudança gradativa do papel comercial de Itabuna com relação ao aumento de sua representatividade deve ser creditada à expansão das plantações de cacau para o interior, pelo crescente mercado consumidor internacional e o favorecimento de uma melhor infra-estrutura para escoamento da produção. Enquanto a cidade de Itabuna aumentava sua representatividade pelo incremento da produção de cacau, a cidade de Ilhéus diminuía a sua, demonstrando que não eram mais as cidades portuárias as responsáveis pelo suporte das atividades agrícolas, mas outras áreas localizadas mais ao interior que ofereciam melhor infra-estrutura.

Todo esse processo de expansão da economia cacauzeira, em que pese as crises periódicas, (estamos nos referindo às crises provocadas pela queda do preço do cacau que é determinada pela bolsa de Valores Nova Iorque; às crises provocadas pelas pragas

conhecidas como podridão parda e vassoura de bruxa, e as demais crises, de ordem econômica nacional e internacional) que só fortaleceram Itabuna como centro comercial regional; sua influência e os produtos e serviços oferecidos transcenderam os obstáculos impostos pela monocultura realizando-se através de outros tipos de comércio, podemos aqui citar o incremento dos serviços relacionados à educação com a implantação de faculdades e diversos cursinhos, atraindo pessoas da região e até de outros Estados. De uma forma mais geral, os moradores das cidades localizadas na hinterlândia comparecem à cidade de Itabuna para consumir produtos de ordem mais diversa possível.

A cidade de Itabuna, segundo dados colhidos através do plano de desenvolvimento do bipólo Itabuna/Ilhéus, realizado em 1992, tem objetivos traçados para captura de sinergias empresariais através da promoção e melhoria da circulação de veículos e pedestres, com o intuito de otimizar os empreendimentos já instalados e atrair novos investimentos compatíveis com suas necessidades. É dentro desta órbita de acontecimentos que surge a implantação do Jequitibá Plaza Shopping (JPS).

2.2.1 Surgimento e instalação de novos equipamentos urbanos: a implantação do Jequitibá Plaza Shopping

A instalação de novos equipamentos na cidade ocorre principalmente pela demanda e pela capacidade econômica, ou seja, sempre que se pretende implementar alguma atividade comercial ou residencial, avalia-se o potencial de consumo daquela atividade ou empreendimento. A partir desse estudo mercadológico surgem os equipamentos ou “próteses” urbanas, como por exemplo: clínicas, *shopping centers*, parques temáticos, boates, condomínios, e outros.

Itabuna, pelo dinamismo do comércio, já demandava de um novo equipamento comercial que pudesse oferecer além de produtos e serviços voltados para o comércio, disponibilizar outros relacionados com o lazer e cultura e que pudesse trazer segurança e comodidade. Em função dessa necessidade ocorre a implantação do JPS (fig.01).

A história do JPS inicia-se em 25 de julho de 1998, Quando o Grupo Chaves (maior grupo empreendedor da região) anuncia a implantação deste empreendimento. A decisão dá-se amparada em pesquisa de mercado, após avaliar o potencial comercial do pólo de Itabuna, que juntamente com a cidade de Ilhéus exerce influência sobre 58 municípios da hiterlândia. O projeto arquitetônico ficou por conta da HB & Arquitetos

Associados, a Macro Engenharia arcou com a responsabilidade de execução da obra e a comercialização do empreendimento ficou nas mãos da *Leasing Mall*, empresa com *know how* em *shopping center* por todo o Brasil.



Figura 01. Paisagem urbana de Itabuna, destacando o JPS. (fonte pesquisa 2003)

A inauguração do JPS aconteceu dentro do prazo previsto, dia 05 de maio de 2000, e neste período já praticamente com todos os espaços comercializados. O *shopping* foi idealizado levando em consideração as características e necessidades da região, possui um único piso com 19.380m² de área construída em um terreno de 52.000m² com possibilidade de ampliação, as lojas satélite são em número de 80 além de 04 cinemas e mais 02 lojas âncora (Hiper Bom Preço e Insinuante), o estacionamento é composto por 712 vagas. Toda esta infra-estrutura montada próximo ao centro tradicional de comércio (av. do Cinquentenário e entorno) à margem direita do rio cachoeira, na av. Aziz Maron, e entre dois bairros nobres da cidade (Góes Calmon e Jardim Vitória). Também próximo ao bairro São Caetano, grande pólo de comercialização, considerado por alguns autores, como centro secundário de Itabuna.

2.2.2 As transformações identificadas com a implantação do Jequitibá Plaza Shopping

As transformações que ocorrem nos centros urbanos são consequência das ações empreendidas no processo capitalista e interferem diretamente na organização espacial das cidades. Toda vez que a lógica de funcionamento de uma avenida é modificada ou ainda quando o poder público dota de infra-estrutura determinado lugar da cidade, indica-se que os agentes sociais ali presentes (lojas, clínicas, hotéis, condomínios e residências entre outros) contribuíram para essas mudanças, isso porque de alguma maneira esses atores exercem pressão sobre o poder público no gerenciamento das cidades.

As transformações ocorridas na área central de Itabuna, principalmente no recorte que corresponde ao nosso objeto de estudo (bairro Góes Calmon e Jardim Vitória) já estavam em curso pelos planos traçados pela Prefeitura Municipal para o desenvolvimento deste trecho da cidade, desde 1993, quando foi elaborada a Estratégia de Desenvolvimento de Itabuna - Área Central. Porém, nem todo planejamento consegue de imediato transformar-se em ações concretas, passaram-se cerca de duas gestões municipais para que as estratégias de desenvolvimento ganhassem forma, e o JPS pode ser considerado como maior elemento impulsionador desse processo. Os dados mencionados no gráfico elaborado em pesquisa realizada em 2003 reforçam essa afirmação (Fig. 02).

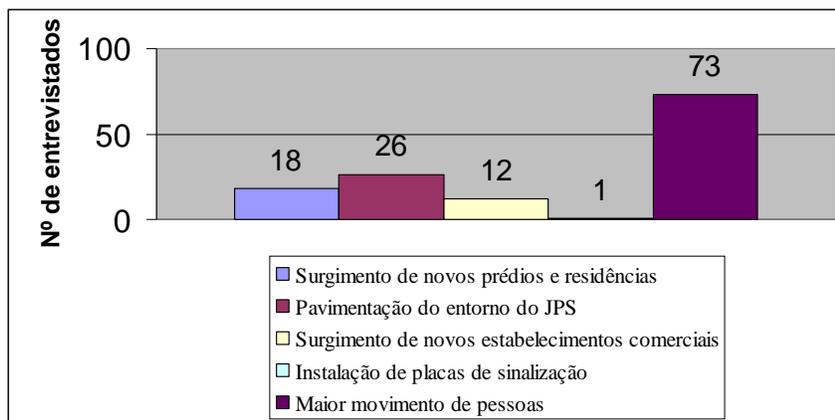


Figura 02. Indicadores de mudança da paisagem próxima ao JPS após sua implantação. (fonte pesquisa 2003)

A implantação de alguns equipamentos urbanos, como é o caso do JPS, consegue alterar a dinâmica e o funcionamento de bairros e até de cidades inteiras. As discussões aqui estabelecidas mostram que as transformações socioespaciais são peças importantes na busca da compreensão das cidades. Consideramos que o processo de

reprodução do espaço se submete também ao jogo do mercado imobiliário, onde as formas de apropriação e uso dos terrenos, em função da sobrevalorização, geram uma seletividade espacial como mostra o gráfico (fig. 03).

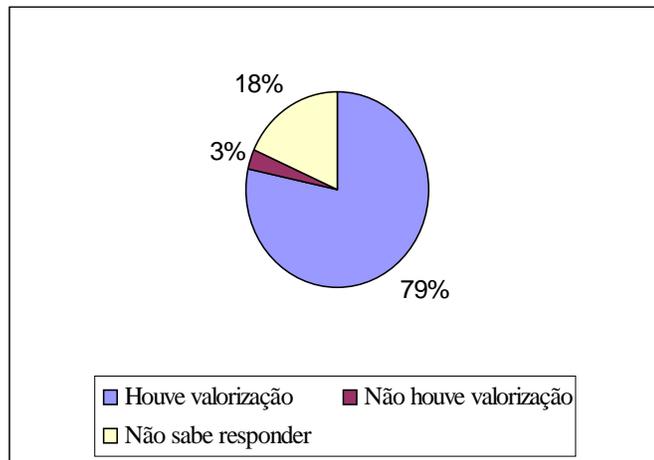


Figura 03. Gráfico indicativo da opinião dos frequentadores do JPS quanto à valorização imobiliária da área próxima ao shopping. (fonte: pesquisa 2003)

Isso comprova que baseado na afirmação dos entrevistados essa tendência de valorização é perceptível, pois os agentes imobiliários passaram difundir e propagar essa área da cidade em função da gama de serviços trazidos com a instalação do JPS. Com isso a seletividade espacial vai se estabelecer de forma mais exacerbada. O espaço se torna mais caro e essa tendência influencia no processo de verticalização dessas áreas. Diferenciam-se assim também as formas urbanas, já que os proprietários das áreas valorizadas, com maior poder aquisitivo, realizam obras mais elaboradas que, ao sobressaírem-se na paisagem, “parecem” indicar um espaço homogeneamente organizado.

Considerações finais

São inegáveis as transformações ocorridas no espaço intra-urbano de Itabuna com a chegada do JPS, mas também são essas transformações que conferem nova lógica à cidade, porque esse espaço articula-se com outros através dos fluxos de pessoas e interesses dos diferentes atores sociais que experienciam a cidade.

O crescimento urbano acelerado do bairro Jardim Vitória e as mudanças da paisagem indicam que outras transformações poderão ocorrer impulsionadas pela emergência de novas atividades comerciais que poderão vir para esta região da cidade.

É importante lembrar que os resultados deste trabalho representam apenas um recorte dessa realidade que não é estática, mas dinâmica e que está em constante processo de movimento; portanto, o fim de uma etapa pode ser o início de outra e esses constantes movimentos de evolução e mudança dos centros urbanos levam as sociedades a mudarem sua relação com o espaço e a criarem novos conceitos e categorias que dêem conta de explicar os conteúdos de tais transformações.

Referências

ARGAN, G. In: SOUZA, M. A. A. de; et. Al. **Natureza e sociedade hoje: Uma leitura Geográfica**. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 1997 p. 222

CARLOS, A. F. A. **A (Re)produção do espaço urbano**. São Paulo: Edusp, 1994. 304p.

_____ In. VASCONCELOS, P. de A. et. al (orgs) **Novos Estudos da Geografia Urbana Brasileira**. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 1999a. 271p.

_____ **A cidade**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 1999b. 98p.

CORRÊA, R. L. **O espaço urbano**. 4ed. São Paulo: Ática, 1989. 94p.

FERREIRA, A. J. de A. O shopping center enquanto modernidade em São Luis. In: SINPÓSIO NACIONAL DE GEOGRAFIA URBANA, 6º, 1999, Presidente Prudente. **Anais...** Presidente Prudente: UNESP/AGB, 25 a 29 de Outubro. P. 373-377

HAROUEL, J. L. **História do urbanismo**; Tradução Ivone Salgado – 2º Ed. Campinas, SP: Papirus, 1998. 150p.

PINTAUDI S. M. In: CARLOS, A. F. (org) **Novos caminhos da geografia**. São Paulo, 1999. 204p.

SANTOS, M. ; SILVEIRA, M. L. (Orgs). **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI**, Rio de Janeiro: Record, 2001. 471p.