

**IMAGENS DO SHOPPING CENTER NO ESPAÇO URBANO DE FEIRA DE
SANTANA.**

Maristela dos Santos Pinho

Mestranda em Desenho, Cultura e Interatividade/UEFS

maris@uefs.br

RESUMO

Este artigo embasa-se na caracterização da imagem do shopping center que vem despontando no centro urbano de Feira de Santana. Essa nova imagem surge a partir de reformas de praças no espaço central de Feira de Santana, com a instalação de quiosques, interagindo com a imagem de cidade moderna. A proposta aqui colocada é construída a partir da compreensão da idéia dos significados urbanos visuais expressos nas imagens apresentadas no decorrer do texto.

INTRODUÇÃO

A história da cidade de Feira de Santana é marcada pelo cenário de grandes movimentações comerciais, naturalmente reconhecida como o território do Estado em que a pujança comercial afirmava-lhe o nome de batismo. A cidade surgiu do cotidiano comercial da venda do gado e da feira-livre, e, hoje, se firma como um dos grandes polos comerciais do país. Uma cidade média firmada pelo ensejo de tronar-se moderna.

[...] a feira livre que deu nome a mesma e que surgiu no século VIII irá passar, com a implantação da modernidade, a partir dos finais da década de 1960 de aspecto tradicional da paisagem, a um elemento que, segundo o discurso da modernidade, enfeava e emperrava a urbanização do centro da cidade. Nesse contexto vemos em Feira de Santana a implantação do CIS – Centro Industrial do Subaé – em 1970, nasce daí um ideal modernizante a partir da industrialização, no qual se busca quebrar a imagem de cidade comercial atrasada, e cria-se um ideário de cidade modelo, com uma estrutura moderna impulsionada pela industrialização. Nesse ponto, busca-se uma nova urbanização do centro da cidade de Feira de Santana na qual a antiga feira livre [...] não teria mais lugar (CAMPOS, 2003, p. 1).

O discurso aqui apresentado por Campos (2003) apresenta que a modernidade tão almejada por Feira de Santana, desponta-se com a implantação do CIS e a transferência da feira-livre, antes realizada na Praça da Pedreira deslocada para o novo espaço de feira de rua, o Centro de Abastecimento. Com isso, novos espaços da cidade se redesenham, com um espelho d'água e mais adiante, um novo redesenho com a escultura de Juraci Dórea que retrata o sertão e o orelhão com o design de coco, o litoral baiano.

A chegada do Boulevard Shopping, coroa em Feira de Santana um novo momento de cidade moderna, cidade que vinha conquistando a imagem de cidade de médio porte.

Afinal, Feira de Santana, cuja alcunha é “Princesa do sertão,” não escaparia dessa coroação trazida, também, pela implantação do shopping, que vem sendo apropriado pela população como um dos poucos espaços de lazer na cidade, e desdobra-se em um problema para uma cidade interiorana que já é metrópole¹.

O referencial teórico apresentado, divide-se em shopping center, o cenário comercial de Feira de Santana, questões pertinentes para o seu desenvolvimento e modernidade. Para compreensão de tais questões, “entendendo-se a cidade como organismo vivo em constante processo de desenvolvimento, é necessário flagrar esse movimento na sua dinâmica concreta e criar condições estratégicas para a observação e análise desse processo” (FERRARA, 2000, p. 11). Passamos então, a área de observação do ambiente, perceptivo pelos moradores dessa cidade a partir dos significados urbanos.

A teoria aqui pesquisada, segundo Maria Cecília de Souza Minayo (2011, p. 18) “[...] é um conhecimento, mas não deve ser uma camisa de força. Ela é feita de um conjunto de proposições. Quer dizer, ela é um discurso sistemático que orienta o olhar sobre o problema em pauta, a obtenção de dados e a análise dos mesmos”. Além do referencial teórico sobre shopping center, fizemos uso de referências sobre o espaço urbano, cenário urbano e o (re)desenho da paisagem urbana de Feira de Santana, questões sociais, culturais que influenciaram ou projetaram a cidade ao desenvolvimento e modernidade. Lembramos que este estudo intercala com o desenho urbano como técnica projetiva de percepções da imagem da cidade criadoras de identidades e significados urbanos.

A modernidade, aqui entendida, é como uma reforma demolidora de prédios e casarões de estilo eclético, alargamentos e abertura de novas ruas, instalação de projetos modernos como novas praças absorvendo seu espaço cultural de rua para uso político e lazer na figura do shopping representado no cenário urbano de Feira de Santana.

Também, fizemos uso da construção de mapa do cenário urbano da cidade de Feira de Santana. Os mapas são excelentes formas para se pensar, conhecer e identificar um território. Para a realização dessa atividade, absorvemos da leitura de Rosângela Almeida (2003) Esta autora aborda a importância de se entender a construção de mapa,

1 Lei Complementar nº 35 sancionada em 06 de julho de 2011, pelo Governador da Bahia Jaques Wagner.

pois, “O indivíduo que não consegue usar um mapa está impedido de pensar sobre aspectos do *território* que não estejam registrados em sua memória. Está limitado apenas aos registros de imagens do espaço vivido” (ALMEIDA, 2003, p. 17).

Esse novo redenho das praças de Feira na imagem de praças de alimentação, que vem dialogar com a nova imagem urbana da cidade, representada pelo Boulevard Shopping de Feira de Santana. A funcionalidade dos novos (re)desenhos dos espaços públicos reflete a valorização do espaço urbano, buscando a requalificação urbana da população que vão refletir em valores estéticos da boa imagem da cidade.

O shopping é um espaço comercial, criado para tal função, o comércio de rua também. As praças se renovam em busca de manter as funções específicas às quais foram criadas: o convívio e relacionamento entre as pessoas. Na atualidade, elas estão esquecidas, colocadas de lado, as pessoas não vão mais às ruas para encontrar-se em uma praça, conversar, namorar, os pontos de encontro hoje estão nos shoppings centers. A ideia de reviver esses momentos antigos está nas reformas das praças que vão se adequando, apresentando imagens e ícones semelhantes a um shopping.

1. IMAGENS DO SHOPPING CENTER NO ESPAÇO URBANO DE FEIRA DE SANTANA.

Os espaços públicos de Feira de Santana vêm refletindo a imagem do shopping. É a nova imagem da cidade. Praças de alimentação são instaladas em avenidas, como mostra a figura 1 ou o mapa 1 de localização dessas praças. Uma imagem civilizada oposta a imagem de curral e de feira-livre, de gados, cavalos, vaqueiros e carroças, vinculada ao passado, apesar da insistência da feira-livre aglomerada em pequenos espaços no centro da cidade.

Para apresentar-se moderna, Feira de Santana redesenha o seu espaço central, não buscando com isso uma identificação com o passado no tempo presente, mas apresentando uma nova imagem de cidade urbanizada. O shopping center serve de modelo para a realização dessas mudanças. Um lugar moderno, bonito e de fácil acesso a diversos serviços, direcionados para a compra mas, também, utilizado para o lazer.

Mas a ligação entre diversão e gastos não é infalível. Hoje, as pessoas vão ao shopping sem qualquer intenção de comprar alguma coisa. Um estudo recente constatou que mais da metade daquilo que as pessoas fazem no shopping não está relacionada ao ato de comprar: elas vão ali para comer, ver um filme, encontrar amigos, etc. (UNDERHILL, 2004, p. 111).

As praças que na linguagem urbana, funciona como centro de manifestações políticas, busca resgatar o uso das praças pelos moradores². As praças, também apresentam um visual decorativo e digno como cartão de visita, um ambiente urbano enquanto sistema de comunicação e da diversificação signica, que se renova por vários anos seguintes, pois “a perenidade das ruas e praças – na rua direita, consumo e ambiente urbano formam um conjunto que se interpretam e se redimensionam a cada novo tratamento da linguagem”. (FERRARA, 2009, p. 155).



Figura 1: Praça de alimentação, Av. Getúlio Vargas, Feira de Santana. Fonte da autora, 2011.

Com intuito, à função de passeio e lazer, junto com as praças vem às pistas de skate, o lazer oferecido das praças está circunscrito a um uso esporádico destas pistas, nas noites de quintas, sextas e sábados.

O discurso de Angelo Serpa (2008) aponta um olhar sobre os novos espaços públicos redesenhados em espaços decadentes, que, com o as novas transformações passam a interagir com outras atividades de comércio e lazer próximos às praças de alimentação e

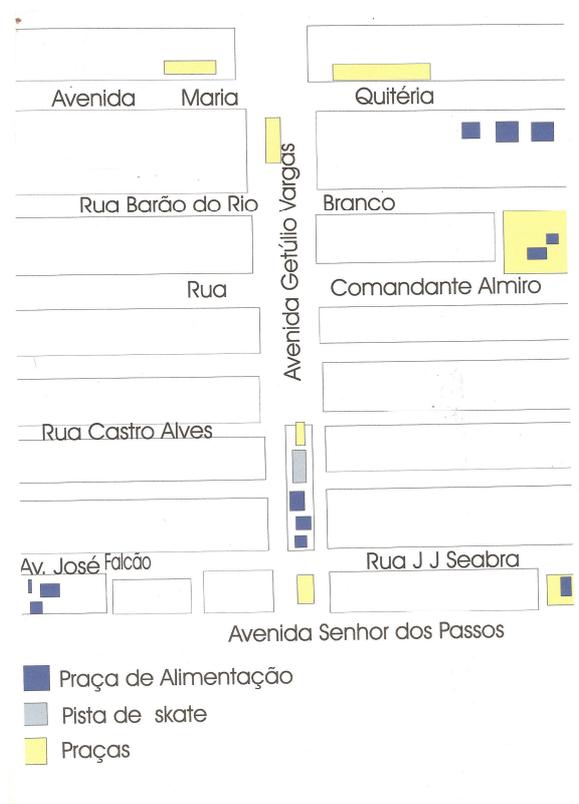
² A entrevistada Márcia faz diversas referências saudosistas aos passeios nos fins de tarde aos coretos e praças de Feira de Santana, como um momento de lazer e diversão.

a pista de skate, respectivamente, nas proximidades dos quiosques da Avenida Getúlio Vargas ou na praça principal do conjunto Feira X.

No mundo ocidental, o lazer e o consumo das novas classes médias são os “motores” dessas complexas transformações urbanas, modificando áreas industriais, residenciais e comerciais decadentes, recuperando e “integrando” waterfronts, desenvolvendo novas atividades de comércio e de lazer “festivo”. Isto é a particularmente evidente nos Estados Unidos, onde as experimentações se multiplicam, antes de se “exportar” para o resto do mundo. Nas cidades contemporâneas, o parque público é um meio de controle social, sobretudo das novas classes médias, destino final das políticas públicas, que, em última instância, procuram multiplicar o consumo e valorizar o solo urbano nos locais onde são aplicadas (SERPA, 2007, p. 50, apud SERPA, 2008, p. 4).

Esse tipo de funcionalidade nos espaços públicos abordada por Ângelo Serpa (2008) é percebido nos novos redesenhos que a cidade de Feira de Santana vem realizando, refletidas nas imagens das praças de alimentação com projetos de mais novas praças (mapa 1), em bairros onde a feira de rua está próxima ou ao lado dessas praças e espaços de cultura, arte e lazer na rua.

Mapa 1– Localização das Praças de alimentação em Feira de Santana, Bahia.³



3 Mapa desenhado pela autora.

O mapa acima procura referendar as áreas do urbano de Feira de Santana onde se encontra as praças de alimentação. Existem projetos para novas praças de alimentação na Praça da Matriz.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para congratular a imagem de modernidade, Feira de Santana espelha-se, junto com o país, nos ideais de industrializar-se, proclamando-se para o futuro, o qual a instalação do CIS vai abonar um novo caráter a cidade, congratulando uma nova etapa moderna, a influenciar a feira-livre, promovendo a beleza da cidade com novas praças, povoando novos territórios, gerando novos bairros, originando um amplo aumento populacional; aglomerando uma migração de sonhadores que viam em Feira um futuro feliz de trabalho e uma vida melhor. “O processo de modernização funcionou como uma tecla insert do computador: quando acionada, à preposição que vai sendo digitada uma nova idéia, a antiga vai sendo deletada ou ficando incompleta e modificada”. (TRINCHÃO, 2010, p. 41). A ideia apresentada por Gláucia Trinchão está inserida no universo urbano das cidades que procuram se adequar ao moderno (novo), implantando novos registros e memórias, desfazendo o passado (velho), o futuro dessas cidades modernas, independente do fim de uma história, de antigas memórias.

São as diretrizes de um projeto de fazer uma Feira de Santana moderna em detrimento de tantos aspectos culturais que são apagados e relegados ao esquecimento. Feira de Santana cresceu e muito. De comércio de gado a feira-livre e hoje, um grande polo comercial no país, correspondendo ao status da modernidade tão almejada pela cidade.

Mas, ao olharmos essa idéia pelo viés, a luta pelo homem para viver nesse novo ambiente proporcionado pela modernização urbana, em Feira de Santana não foi diferente. As mudanças advindas na cidade, suscitando sensações ambíguas de medo e indignação àqueles que se sustentavam com a feira-livre, a adaptar-se ao que a nova cidade oferecia. “Angústia da população que deseja a modernidade, melhoria do ambiente físico, a melhoria dos aspectos urbanísticos, mas não necessariamente desejam a destruição da herança, dos elementos que contam um pouco da história da cidade” (MASCARENHAS, 2008, p. 35-36). O que não impede que velhos prédios ameaçados,

sedam seu espaço a edificações modernas, apagando uma história, os mitos de origem. Contudo, a sociedade feirense adota padrões urbanos modernos, a partir dos (re)desenhos de novos espaços urbanos, às vezes, para tanto, destruindo uma história, as memórias da cidade.

A meta maior de Feira de Santana era a nova imagem de cidade civilizada e limpa, isto é, na construção de um imaginário urbano, de um ideal de cidade, conferindo uma nova fisionomia, de beleza, organização, limpeza e segurança.

Essa nova imagem não significou apenas a transformação física da cidade, também os hábitos precisavam ser disciplinados, a partir de um modelo de comportamento idealizado que procurasse refletir práticas mais próximas daquelas que os autores das políticas nominavam civilizadas (OLIVEIRA, 2000, p. 120).

A feira também se moderniza com a criação do Feiraguai um shopping aberto de rua a comercializar produtos importados. A feira de rua se mantém forte e moderna e torna-se ponto turístico da cidade, uma referência para quem vem a Feira de Santana apenas para degustar do seu comércio, a comprar ou conhecer o Feiraguai. O que foi o fim se adéqua ao moderno e se firma como registro de um povo que sofreu e sofre com a crise do desemprego, uma ilusão vinda com o CIS, porém, a cidade de Feira cresce graças ao comércio e ao setor industrial, proporcionando um crescimento populacional um pouco antes a implantação do CIS mantendo-se, por algum tempo, desacelerando posteriormente, contribuindo para a criação de novos bairros em Feira e a concepção do Feiraguai.

[...] a industrialização influencia na urbanização da cidade, pois com a implantação do CIS, a cidade muda de feição, isto é, abriga um moderno centro industrial de médio porte utilizando processos produtivos avançados, se comparados às indústrias anteriormente existentes, estruturando-se um novo ciclo na economia feirense, mas não há uma aceleração significativa do crescimento industrial, ao passo que a urbanização é crescente (FREITAS, 1998, p. 164).

A ideia de cidade-shopping se une a imagem de cidade "ideal" ou "perfeita," pudesse existir no território do shopping. Também percebemos que a ideia de cidade-shopping parece se confirmar com a incorporação do desenho das praças de alimentação que vem se instalando em vários espaços públicos dessa cidade, nas reformas que procura se adequar à reprodução de um espaço cultural para a sociedade feirense, novas maneiras de se pensar o espaço urbano.

Feira de Santana cresceu, muito. Mas amanhã, ao olharmos aquela praça, veremos uma nova praça redesenhada com cimento e concreto, com lembranças saudosistas de uma infância querida, ou não. É uma nova história e pode ser uma nova abordagem. São diversas questões sugestivas inesgotáveis, novas abordagens a serem apresentadas. É assim que se vê a imagem. Cabe a novos pesquisadores realizar novas possibilidades de (re)leituras, registrando novas fontes documentais, em inesgotáveis formas de olhar e compreender a imagem.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Rosângela Doin de. **Do desenho ao mapa: iniciação cartográfica na escola**. São Paulo Contexto, 2003, 96 p.

CAMPOS, Edson. A extinção da antiga feira – livre de Feira de Santana – no centro da cidade – 1975-1976. Disponível em: <<http://bahia3ucsal.wordpress.com/temas/a-extincao-da-antiga-feira-%E2%80%93-livre-de-feira-de-santana-%E2%80%93-no-centro-da-cidade-1975/>> Acesso em 29.06.2011, às 15h31min.

FERRARA, Lucrécia D'Alesso. O signo contextual. **A estratégia dos signos**. São Paulo: Perspectiva, 2009, p. 119-188.

_____. **Os significados urbanos**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: FAPESP, 2000, 197 p.

FREITAS, Nacelice Barbosa. **Urbanização em Feira de Santana: influência da industrialização 1970 – 1996**. Salvador. 1998. 184 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) Universidade Federal da Bahia, Salvador, 1998..

MASCARENHAS, Dayane Ramalho de Oliveira. **Imagens urbanas de Feira de Santana: tradição e modernidade**. Feira de Santana. 2008. 78 f. Monografia (Especialização em Desenho com ênfase em Registro e Memória Visual), Universidade Estadual de Feira de Santana, Feira de Santana, 2008.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). DESLANDES, Suely Ferreira; CRUZ NETO, Otávio; GOMES, Romeu; **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 30 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011, 86 p.

OLIVEIRA, Clóvis Frederico Ramaiana Moraes. **De empório a princesa do sertão: utopias civilizadoras em Feira de Santana (1893-1937)**. 2000. 135 f. Dissertação. (Mestrado em História) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2000.

SERPA, Angelo. Leitura e análise de imagens como ferramenta metodológica nos estudos urbanos: um exercício instigante. **Visões urbanas - Cadernos PPG -AU/FAUFBA**, vol V, no. especial, 2008, pp. 1-6. disponível: <www.atlas.ufba.br> acessado em 20 de novembro de 2009, às 10h29min.

TRINCHÃO, Gláucia Maria Costa. **O parafuso: de meio de transporte a cartão-postal.** Salvador: EDUFBA, 2010, 274 p.

UNDERHILL, Paco. **A magia dos shoppings: como os shoppings atraem e seduzem.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2004, 253 p.