



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO SUL E SUDESTE DO PARÁ**  
**INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS**  
**FACULDADE DE GEOGRAFIA**

**NOVAS ÁREAS DE CENTRALIDADE: o caso do comércio e  
serviços ao longo do eixo da rodovia Transamazônica em Marabá/PA**

**SARA BRUNA COSTA DA SILVA**

**MARABÁ – PA**  
**2018**

**SARA BRUNA COSTA DA SILVA**

**NOVAS ÁREAS DE CENTRALIDADE: o caso do comércio e serviços ao longo do eixo da rodovia Transamazônica em Marabá/PA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Geografia da Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará, como quesito para obtenção dos títulos de licenciada e bacharel em geografia.

**Orientador:** Prof. Dr. Rogério Souza Marinho

**MARABÁ – PA  
2018**

**Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)**  
**Biblioteca Setorial Josineide da Silva Tavares**

---

Silva, Sara Bruna Costa da

Novas áreas de centralidade: o caso do comércio e serviços ao longo do eixo da rodovia Transamazônica em Marabá/PA / Sara Bruna Costa da Silva ; orientador, Rogério Souza Marinho. — Marabá : [s. n.], 2018.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará, Instituto de Ciências Humanas, Faculdade de Geografia, Curso de Licenciatura e Bacharelado em Geografia, Marabá, 2018.

1. Geografia humana - Marabá (PA). 2. Rodovia Transamazônica – Aspectos econômicos - Marabá (PA). 3. Crescimento urbano - Aspectos econômicos. 4. Marabá – Geografia. 5. Áreas - Estudo e ensino - Marabá (PA). 6. Geografia econômica - Marabá (PA). I. Marinho, Rogério Souza de, orient. II. Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará. III. Título.

---

CDD: 22. ed.: 304.23098115

Elaborada por Miriam Alves de Oliveira – CRB-2/583

## AGRADECIMENTOS

Após cinco anos de luta, é chegada ao fim mais uma batalha. E acima de qualquer dificuldade, o sentimento que mais se destaca é o de gratidão as as pessoas envolvidas na execução deste trabalho e principalmente por ter tido em minha vida a oportunidade e o privilégio em concluir meus estudos na UNIFESSPA.

Meu primeiro agradecimento direciono ao Senhor Deus, meu amigo, pela força que me deu nos últimos meses em permanecer firme em meio a tantas dificuldades que enfrentei. Cada palavra escrita neste trabalho traz consigo marcas, pois em meio aos transtornos de ansiedade que fui acometida no decorrer da pesquisa me deixaram bastante triste e muitas vezes incapacitada em dar prosseguimento a pesquisa. Mas Deus e sua infinita misericórdia me acolheu e me amou, e me refez.

A minha família, em especial a minha mãe, por todas as orações em meu favor, mesmo eu não merecendo. E dedico esse trabalho ao meu querido pai, pois antes de nos deixar a 10 anos atrás, me ensinou muito sobre ser honesta e ser persistente, e não poderia deixar de retribuí-lo mesmo não estando em vida.

Agradeço a Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará – UNIFESSPA pela oportunidade de concluir minha primeira graduação, juntamente a isso, a Faculdade de Geografia – FGEO, pelo corpo docente de professores responsáveis pelo conhecimento adquirido ao longo desses 5 anos de curso.

Ao Rogério Souza Marinho por todo esse tempo de orientação e dedicação a esse trabalho. Sempre me inspirando nas discussões e reflexões sobre o tema. Agradeço por ter me acolhido, a experiência em ter sido sua orientanda foi especial e será inesquecível, este trabalho teria tomado outros contornos sem você. Muita gratidão!

Ao Hugo Serra, que me ajudou sem hesitação nesse trabalho, articulou as entrevistas, e sempre me dava uma força quando estava na *bad*. Um professor e um amigo. Só tenho a agradecer.

Durante esses cinco anos, conheci uma galera muito boa, a turma geo13 noite, amigos queridos que levarei comigo, foram essenciais ao longo desse percurso.

Quando se é aluno trabalhador o calo aperta mais, no entanto, quando se tratou desse trabalho a Universidade Do Estado Do Pará – Campus Marabá para qual eu

presto serviço não me deixou na mão, folgas, faltas, férias parceladas, tudo o que se poderia fazer para a execução do trabalho.

Alguns amigos devem ser citados a nome, que de forma indireta foram amigos quando eu precisei de ombro pra chorar, pra compartilhar as apreensões da vida e as conquistas: as amigas/irmãs: Cris, Layane, Eide. Ao gabriel, wanderson, Fábio, samyra, laércio, nayse. Aos amigos de Belém do Pará: Jef, dani, glayse, biel, helo e elaine. E por fim, ao Luiz, ever do meu coração!

A todos meus sinceros agradecimentos!

## RESUMO

Nos últimos anos a cidade de Marabá tem passado por transformações, a fixação dos empreendimentos modernos ao longo da rodovia desencadeou fluxos intensos de pessoas e automóveis acabam por redefinir a centralidade intraurbana em novas áreas de centralidade. O surgimento de novas áreas com significativas atividades comerciais e de serviços modificam a organização espacial da cidade de Marabá. Nesse sentido, o presente trabalho tem como objetivo analisar o perímetro urbano da rodovia transamazônica como expressão de uma nova centralidade intraurbana na cidade de Marabá-Pa. Para o desenvolvimento do trabalho a metodologia adotada foi a seguinte: adoção do conceito de centralidade urbana, realização de entrevistas, enquetes e formulários, trabalhos de campo e registro fotográficos dos empreendimentos comerciais dispostos ao longo do perímetro urbano da rodovia Transamazônia (BR 230), na cidade de Marabá. A abordagem da temática no trabalho buscou, primeiramente, a compreensão do conceito de centralidade urbana, em particular, o que busca entender este fenômeno urbano na escala das cidades médias. Em seguida, apresenta-se a partir da formação da cidade de Marabá-Pa, a produção histórica de sua centralidade urbana. Por fim, discutiu-se o papel de empreendimentos comerciais na produção de uma nova centralidade intraurbana em Marabá-Pa para além dos núcleos Nova Marabá, Cidade Nova e Marabá Pioneira, para os espaços que se apresentam os super e hipermercados, shopping centers e lojas de departamento.

**Palavras-chave:** Centralidade, perímetro urbano da Transamazônica, reestruturação urbana, Marabá/PA.

## ABSTRACT

In recent years the city of Marabá has undergone transformations, the fixation of modern developments along the highway has triggered intense flows of people and automobiles, ultimately redefining the intra-urban centrality in new areas of centrality. The emergence of new areas with significant commercial and service activities modify the spatial organization of the city of Marabá. In this sense, the present work aims to analyze the urban perimeter of the transamazonian highway as an expression of a new intra-urban centrality in the city of Marabá-Pa. For the development of the work, the methodology adopted was the following: adoption of the concept of urban centrality, interviews, surveys and forms, fieldwork and photographic records of commercial enterprises arranged along the urban perimeter of the Transamazonia highway (BR 230), in the city of Marabá. The approach of the theme in the work sought, firstly, the understanding of the concept of urban centrality, in particular, that seeks to understand this urban phenomenon in the medium city scale. Then, it is presented from the formation of the city of Marabá-Pa, the historical production of its urban centrality. Finally, we discussed the role of commercial enterprises in the production of a new intra-urban centrality in Marabá-Pa, in addition to the Nova Marabá, Cidade Nova and Marabá Pioneira centers, for spaces that present super and hypermarkets, shopping malls and stores of department.

**Key-words:** Centrality, urban perimeter of the Transamazonica, urban restructuring processes, Marabá / PA

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 01-</b> Crescimento da cidade de Marabá.....	42
<b>Figura 02</b> - Atividades comerciais ao longo das Av. Antônio Maia no núcleo Marabá Pioneira.....	50
<b>Figura 03</b> - Fluxos de automóveis e pessoas ao longo da Av. Antônio Maia.....	50
<b>Figura 04</b> - Atividades comerciais expressivo voltadas para venda de peças automobilística na Av. VP-7 no núcleo Nova Marabá.....	52
<b>Figura 05</b> - Atividades comerciais e serviços e fluxos de automóveis e pessoas ao longo da av. São Francisco no núcleo Cidade Nova.....	53
<b>Figura 06</b> - As atividades comerciais no núcleo cidade nova variam desde lojas de eletrodomésticos, farmácias, armarinhos, entre outras.....	54
<b>Figura 07</b> - Supermercado Mateus localizado no perímetro urbano da Transamazônica no núcleo Nova Marabá.....	63
<b>Figura 08</b> - Supermercado Mix Mateus localizado no perímetro urbano da Transamazônica no núcleo Nova Marabá.....	63
<b>Figura 9</b> - Supermercado Atacadão localizado no eixo do perímetro urbano da Transamazônica no núcleo Nova Marabá.....	65
..	
<b>Figura 10</b> - Hipermercado Líder localizado no perímetro urbano da Transamazônica.....	67
<b>Figura 11</b> - Shopping Pátio Marabá localizado ao longo da rodovia Transamazônica, eixo que perpassa o núcleo Nova Marabá.....	68
<b>Figura 12</b> - Havan empresa que mais fatura entre as empresas do ramo comercial nacional.....	71



## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 01</b> - Frequência de idas aos supermercados pesquisados no perímetro urbano da Transamazônica. (2018).....	76
<b>Gráfico 02</b> – Meio de deslocamento dos usuários do supermercado Atacadão. (2018).....	77
<b>Gráfico 03</b> - Meio de deslocamento dos usuários do supermercado Mateus. (2018).....	79
<b>Gráfico 04</b> - Meio de deslocamento dos usuários do supermercado Mix Mateus. (2018).....	80
<b>Gráfico 05</b> – Frequentação dos usuários a outros estabelecimentos comerciais supermercadistas. (2018).....	81
<b>Gráfico 06</b> - Frequência de idas dos usuários ao Shopping Pátio Marabá e Havan. (2018).....	83
<b>Gráfico 07</b> - Meio de deslocamento dos usuários do Shopping Pátio Marabá e Havan. (2018).....	84
<b>Gráfico 08</b> - Frequentação por núcleo aos estabelecimentos supermercadistas.(2018).....	85
<b>Gráfico 09</b> - Frequentação por núcleo aos estabelecimentos supermercadistas. (2018).....	89
<b>Gráfico 10</b> – Atividades e serviços utilizados no Shopping Pátio Marabá. (2018).....	90

## LISTA DE MAPAS

- Mapa 1** – A cidade de Marabá e os cinco centros urbanos: Três principais e dois secundários (2018).....48
- Mapa 2:** Localização dos centros principais: Nova Marabá, Cidade Nova e Marabá Pioneira (2018).....55
- Mapa 3:** Localização dos empreendimentos comerciais ao longo da rodovia Transamazônica.....60

## LISTA DE TABELAS

**Tabela 01** – Faturamento anual do Mateus Supermercados S.A nos anos de 2013 a 2018 no segmento de varejo e atacado.....62

**Tabela 02** – Faturamento anual do supermercado Atacadão referente aos anos 2013 a 2018.....64

## LISTA DE QUADROS

**Quadro 01** - Estabelecimentos comerciais analisados na área de estudo: perímetro urbano da Transamazônica.....58

**Quadro 2** - Grupo Líder entre as empresas que mais faturam no setor de Super/Hiper e Atacado no Brasil em 2015.....64

**Quadro 03** - Franquias e redes que compõem o Shopping Pátio Marabá.....67

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	Erro! Indicador não definido.
<b>CAPITULO 1 – CENTRO E CENTRALIDADE URBANA: DEFINIÇÕES E ACEPÇÕES</b> .....	Erro! Indicador não definido.
<b>1.1 Estrutura, estruturação e reestruturação urbana</b> .....	23
<b>1.2 Do centro único às “novas áreas” de centralidade</b> .....	26
<b>1.3 Novas áreas de centralidade e as atividades comerciais nas cidades médias</b> .	32
<b>CAPÍTULO 2 – O DEBATE DA CENTRALIDADE DE MARABÁ: UMA CIDADE MÉDIA MULTINUCLEADA</b> .....	Erro! Indicador não definido.
<b>2.1 A gênese da centralidade de Marabá</b> .....	37
<b>2.2 Formação dos núcleos urbanos de Marabá</b> .....	43
<b>2.3 Os núcleos principais: Marabá Pioneira, Nova Marabá e Cidade Nova – Uma breve caracterização</b> .....	48
<b>2.3.1 Núcleo Marabá Pioneira</b> .....	48
<b>2.3.2 Núcleo Nova Marabá</b> .....	50
<b>2.3.3 Núcleo Cidade Nova</b> .....	51
<b>CAPITULO 3 – A CENTRALIDADE INTRAURBANA DE MARABÁ-PA: NOVAS ÁREAS DE CENTRALIDADE NO PERÍMETRO URBANO DA RODOVIA TRANSAMAZÔNICA</b> .....	54
<b>3.1 As novas áreas de centralidade em Marabá: O eixo da rodovia Transamazônica</b> .....	55
<b>3.2 Caracterização dos estabelecimentos comerciais no perímetro urbano da transamazônica</b> .....	61
<b>3.2.1 Supermercado Mateus e Mix Mateus</b> .....	61
<b>3.2.2 Supermercado Atacadão</b> .....	64
<b>3.2.3 Hipermercado Líder</b> .....	65
<b>3.2.4. Shopping Pátio Marabá</b> .....	Erro! Indicador não definido.
<b>3.2.5 Havan</b> .....	70
<b>3.3..... Desdobramento da centralidade: A redefinição da centralidade urbana de Marabá</b> .....	73
<b>3.4 Centralidade e as práticas espaciais</b> .....	74
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	89
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	91
<b>APÊNDICE</b> .....	94

## INTRODUÇÃO

Quem passa hoje pelo perímetro urbano da Transamazônica (BR 230), trecho que se estende entre o núcleo urbano da Nova Marabá e o núcleo urbano Cidade Nova observa a presença de empreendimentos comerciais tais como estabelecimentos supermercadistas, lojas de departamento, academias de musculação, shopping center. Associado a tais objetos espaciais também se observa no perímetro urbano da rodovia em questão, um intenso fluxo de pessoas, automóveis, mercadorias e informações que integram a dinâmica urbana da cidade de Marabá-Pa.

Esse cenário começou a ser configurado no ano de 2012, e tem como marco inicial a inauguração de uma unidade da Rede de Supermercados Mateus. Logo, no ano de 2013, é inaugurado o primeiro Shopping center da cidade. A partir de então, processos mais intensos de ocupação da rodovia por novos estabelecimentos comerciais e de serviços se intensifica, juntando-se aos já existentes ou/e substituindo muitos.

Para evidenciar as transformações ocorridas nos últimos anos, destacamos nas matérias abaixo a notoriedade que alguns desses empreendimentos comerciais estabelecidos ao longo do perímetro urbana da Rodovia Transamazônica assumiram no âmbito da sociedade marabaense.

Nesta terça (7), o estado do Pará ganhou um novo e ousado conceito de empreendimento comercial. A inauguração do Shopping Pátio Marabá traz para o estado o conceito de empreendimento multiuso, seguindo uma tendência mundial na concepção de grandes centros de compras, privilegiando o desenvolvimento econômico e a preservação do meio ambiente das cidades e regiões onde estão localizados. [...] com aproximadamente 100 mil m<sup>2</sup> de área, o empreendimento terá lojas regionais e nacionais entre âncoras, megastores e lojas satélites. O projeto também contempla uma torre comercial com 168 salas e um complexo com dois hotéis (Tulip Inn e Golden Tulip), somando 274 unidades habitacionais administradas pela Rede Tulip Inn, operadora com maior número de unidades habitacionais no Norte e Nordeste do Brasil.” (NOTICIA, 2013)

“[...] Grupo Líder abriu as portas para seus clientes em Marabá, oferecendo um mix de produtos no primeiro hipermercado de Marabá. [...] Localizada na Rodovia Transamazônica, Km 4,5, o prédio abriga a 20ª loja de supermercado do Líder, 16ª do Magazan, 21ª FarmaLíder e a 12ª da Ótica Líder. Segundo Oscar Rodrigues, esta é a primeira loja Home Center do grupo, oferecendo uma diversidade de materiais para construção, reforma e outros produtos. O hipermercado em Marabá tem 40.000 m<sup>2</sup> de área construída, sendo 4.500 m<sup>2</sup> de área de vendas de supermercado, 4.860 m<sup>2</sup> de Magazan, 160 m<sup>2</sup> de FarmaLíder, 40 m<sup>2</sup> de Ótica, 2.480 de Homecenter, totalizando 12.040 m<sup>2</sup> de área de vendas. O estacionamento coberto tem capacidade para 520 veículos [...]” (BADALADO, 2013)

Dando continuidade ao seu plano de expansão, o Atacadão, maior atacadista

de alimentos do país, inaugura nesta quinta-feira (25) sua primeira unidade no município de Marabá (PA). Com a abertura, a rede atinge a marca de 138 unidades de autosserviço no Brasil, distribuídas por todos os estados, sendo quatro somente no Pará, além de um atacado de entrega. [...] O Atacadão de Marabá possui 6.300,00 m<sup>2</sup> 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. (VAREJISTA, 2017)

Diante destes breves relatos, pode-se perguntar, o que a chegada e funcionamento desses empreendimentos comerciais ao longo do perímetro urbano da Rodovia Transamazônica representam para a atual organização e dinâmica urbana da cidade de Marabá-Pa? Face as transformações que se evidenciam na cidade de Marabá. A discussão entorno da centralidade intraurbana desta cidade amazônica torna-se o principal objeto de estudo deste trabalho de conclusão de curso. Neste sentido, buscou-se abordar questões teóricas e práticas afim de entender a manifestação deste processo espacial na área de estudo selecionada, o perímetro urbano da Transamazônica.

A chegada dos novos empreendimentos comerciais no eixo da rodovia transamazônica levanta diversos questionamentos das principais causas dessas transformações urbanas nessa área da cidade que, anterior ao ano de 2011, era um eixo que se apresentava precário, marcada pela presença de oficinas, borracharias e postos de gasolina eram as estruturas que se apresentavam, mantendo as mesmas características da década de 70, quando esse trecho caracterizava-se como um eixo de passagem e não de permanência, símbolo de desenvolvimento da integração da região amazônica ao resto do País, não um eixo que atualmente apresenta-se com novas formas espaciais urbana.

Diante de vários questionamentos que cercam essa pesquisa, entendemos de antemão que esse processo não é novo, apesar de se manifestar recentemente na cidade de Marabá, a centralidade ganha ênfase nos estudos de geografia urbana em meados da década de 1970, com a sua redefinição para fora dos centros urbanos, caso recente em diversas cidades médias brasileiras, abordadas em estudos como os da Rede de Pesquisadores sobre Cidades Médias – ReCiMe. No entanto, na cidade de Marabá ganha novos contornos, quando a área de expansão das atividades comerciais se manifesta em um eixo especificamente, elementos esses que serão explorados no decorrer da pesquisa.

Nesse sentido, para entendermos o processo da centralidade pelo viés das atividades terciárias, notadamente os estabelecimentos de super e hipermercados, o

shopping center e uma loja de departamento, destacamos que a cidade de Marabá desde a gênese, expressa sua importância regional vinculada a presença do comércio, fato que desencadeou seu desenvolvimento socioeconômico. Salgueiro (1996) nos ajuda entender essa relação de cidade e comércio, quando aborda que,

As cidades são fundamentalmente lugares terciários, lugares onde se processam as trocas de produtos e de ideias, onde aumentam os contatos entre as pessoas e instituições; aqui se concentram os locais de convívio e diversão, se procura a escola e o hospital, se encontra o conhecimento e o apoio técnico necessários à maioria das atividades econômicas (SALGUEIRO, 1996, p. 183).

Nessa relação de cidade e comércio, muitos são os agentes que contribuem para a produção do espaço urbano e para a estruturação da cidade. Tendo em vista que a concentração de serviços variados e a presença de empreendimentos comerciais recentes e tidos como modernos na rodovia transamazônica e a dinâmica que esses empreendimentos exercem no perímetro urbano da transamazônica desde a fixação, criação e permanência desses fluxos.

Nesse sentido, propomos como **problemática** da pesquisa a seguinte questão: a concentração de novos empreendimentos comerciais como Shopping Center, Hiper e Supermercados e lojas de departamento ao longo do perímetro urbano da transamazônica contribui para a redefinição da centralidade intra-urbana de Marabá, fazendo deste perímetro da rodovia, local de expressão dos elementos de uma nova centralidade desta cidade?

Pensar essas transformações ocorridas no espaço urbano da cidade de Marabá nos últimos cinco anos nos remete primeiramente a uma leitura sobre sua atual estrutura urbana e dinâmicas internas, que se estabelecem por conta dos processos e os conteúdos nela presentes. E para entender melhor a dinâmica e os processos que ocorrem no espaço urbano de Marabá, temos como ponto de partida, “o espaço da cidade” (CORRÊA, 1995), tendo em vista que nele se dá apreensão dos diferentes usos da terra, logo, as áreas de uso, apresentando assim, a “organização espacial da cidade” ou “espaço urbano”. É, portanto, no espaço urbano que se desenvolvem os processos sociais e espaciais, como ressalta Corrêa (1995)

Esses processos criam funções e formas espaciais, ou seja, criam atividades e suas materializações, cuja distribuição constitui a própria organização espacial urbana (CORRÊA, 1995, p. 37).

Nesse sentido, consideramos a presença de atividades comerciais para entender



como expressa os usos recentes dos espaços e as formas espaciais nela presentes, tal como as funções exercidas pelas formas [estruturas] criam e chamam atenção para área de estudo selecionada para este trabalho, o perímetro urbano da rodovia transamazônica.

Como já abordamos acima, o perímetro urbano da rodovia transamazônica se destaca atualmente pela localização de novos empreendimentos comerciais e de serviços. A presença de tais atividades e serviços tem reforçado práticas espaciais, tais como deslocamento diários dos cidadãos e automóveis, desencadeando novos fluxos e dinâmicas que revelam mudanças significativas no perímetro urbano desta rodovia. Esse movimento se caracteriza em grande medida pelos fluxos direcionados ao consumo de mercadorias, serviços, lazer e entretenimento, estes últimos possibilitados pelo funcionamento do Shopping Center Pátio Marabá, que é um dos exemplos de empreendimentos comerciais que aponta para novos usos e conteúdos socioespaciais produzidos ao longo perímetro urbano em destaque.

Estas mudanças que se processam ao longo deste perímetro urbano da Transamazônica em destaque a partir do ano de 2012, também revelam que a cidade de Marabá tem se destacado como importante espaço para a instalação desses empreendimentos comerciais ditos “modernos”, de grupos econômicos capitalizados de atuação e destaque no mercado regional e nacional e até mesmo internacional, investimentos econômicos ligados ao setor de comércio.

Destacamos ainda, que a cidade de Marabá e a presença das atividades ligadas ao setor comercial e de prestação de serviços, e a sua importância e influência relacionada as atividade na escala intraurbana e regional que já vêm sendo discutidas por geógrafos tais como Trindade Jr., Amaral, Ribeiro, Malheiro e Rodrigues (2016). Os autores caracterizam Marabá como uma cidade Multinucleada, que “em seus diversos núcleos apresentam diversificadas atividades em vários setores e circuitos da economia” (TRINDADE JR. Et al, p.136), com destaque para o setor de comércio e prestação de serviços, essa dinâmica ainda é identificada no espaço urbano da cidade de Marabá, no entanto, as novas áreas de centralidade de Marabá apresenta elementos novos, postos no decorrer da pesquisa.

Ainda para os autores, a presença desses serviços e atividades comerciais e suas marcas com novas formas capitalistas de produção e de circulação destacam o caráter complexo da rede urbana paraense e assim, inserem Marabá como cidade média<sup>1</sup>. No

---

<sup>1</sup> Em Trindade Jr. (2011, pg. 137), as “cidades médias são aquelas que assumem um determinado papel da estrutura urbana regional, não sendo simplesmente centros locais, mas núcleos urbanos com

entanto, não é nossa intenção nos debruçarmos sobre a discussão conceitual de cidades médias, apesar de ser um elemento importante no entendimento da dinâmica urbana da cidade de Marabá tal como em sua organização interna.

Assim, diante do que foi brevemente exposto, tendo em vista que a concentração de serviços variados e a presença de empreendimentos modernos na rodovia transamazônica impõem a cidade de Marabá uma nova dinâmica e organização espacial dos objetos espaciais ligados ao setor de comércio da cidade, torna-se de grande importância compreender como se espacializa atualmente a centralidade intraurbana de Marabá, tais como se dá a redefinição da centralidade.

Para buscar entender essas transformações que remetem organização espacial no eixo da transamazônica pelas atividades comerciais no perímetro urbano de marabá, duas **questões** de caráter específico norteiam a análise: **1.** Que empreendimentos comerciais e de serviços presentes no perímetro urbano da rodovia Transamazônica contribuem ou influenciam significativamente no desdobramento de uma centralidade intraurbana em Marabá? E ainda, **2.** Como está caracterizado a dinâmica e os fluxos no perímetro urbano da Transamazônica produzidos pelos novos empreendimentos comerciais e de serviços?

Apresentada as questões norteadoras do trabalho, estabelece-se os seguintes **objetivos da pesquisa**. Primeiro, em **termos gerais**, busca-se analisar a rodovia transamazônica, no perímetro que perpassa os núcleos Nova Marabá e Cidade Nova, como expressão de uma nova centralidade intraurbana.

Em **termos específicos**, busca-se identificar e discutir a importância de alguns estabelecimentos comerciais na produção da centralidade intraurbana em Marabá. E, por fim, descrever e caracterizar a dinâmica e fluxos promovidos pelos empreendimentos comerciais e serviços recentemente estabelecidos no perímetro urbano da rodovia Transamazônica.

Com este trabalho, busca-se contribuir com os estudos dedicados a compreensão do processo de produção e redefinição da centralidade intraurbana. Particularmente, no que tange a realidade urbana da cidade de Marabá. Neste sentido, torna-se oportuno aprofundar pesquisas voltadas a compreensão da centralidade urbana, seja na escala intraurbana ou na escala interurbana, tendo em vista a necessidade de se buscar entender também as transformações ocorridas no espaço urbano de Marabá, que

---

capacidade de polarizar e influenciar um número significativo de cidades menores e articular relações de toda ordem”.

alteram não só sua forma, como também seu conteúdo socioespacial.

A presente pesquisa promove um debate que busca trazer elementos novos para compreensão da realidade urbana de Marabá, como a expressão da centralidade intraurbana que, em nossa hipótese, se desdobra no perímetro urbano da Transamazônica selecionado para área de estudo. Hipótese que baseia na afirmativa de autores que entendem a centralidade urbana como um processo que não se restringe ao centro. É o que se busca analisar no espaço urbano da cidade de Marabá.

Também acompanha o entendimento sobre o fenômeno da centralidade e suas características, a modernização da cidade, pois a partir da fixação dos empreendimentos comerciais modernos há uma mudança em termos de dotação de infraestrutura, revelando significativas alterações na paisagem da cidade. É o que se observa ao longo do perímetro urbano da rodovia Transamazônica em destaque neste trabalho.

Para que essa pesquisa se viabilizasse, alguns procedimentos metodológicos foram tomados, e de antemão deixamos exposto o grande desafio em proceder com tal tema, a centralidade urbana.

No que tange aos procedimentos metodológicos, este surge através de objetivos traçados que ajudam na investigação do problema apresentado no trabalho, e para isso foram organizados parâmetros que trouxessem um resultado positivo, é claro que é necessário destacar que no processo de investigação existem contratemplos que muitas das vezes inviabiliza o andamento da pesquisa, mas que fazem com que encontramos outros meios e métodos para dar continuidade, nesse sentido, a primeira fase consistiu na revisão bibliográfica sobre o tema centralidade. Para isso, recorreu-se a autores como Sposito (1997, 1991) que discute o conceito centralidade em sua escala intraurbana e da rede urbana, como também as formas de expressão da centralidade; Tourinho (2006) que abarca conceitos mais centrais, como as diferentes definições de centro e a centralidade de forma geral; Whitacker (2017) que nos traz a discussão de centro e centralidade desde as primeiras escolas a estudarem o fenômeno, como também discute as cidades médias, tal como Marabá, e de uma forma mais geral, como a centralidade se manifesta na escala intraurbana. Também se fazem presentes, trindade Jr. (2011) que discute Marabá e a centralidade no seu caráter regional, discussão de extrema importância para entender o caráter complexo da rede urbana que a cidade de Marabá se insere; e Ribeiro (2010) que retrata Marabá seu caráter multinucleado, discutindo o papel da centralidade exercido por Marabá. Essa primeira etapa consistiu em pesquisar bibliografias, em diferentes abordagens que conseguissem nortear o conceito central,

que subsidiou o andamento do trabalho, no que confere o embasamento teórico.

Na segunda fase foram realizados trabalhos de campo no perímetro urbano da Transamazônica. Num primeiro momento, um campo exploratório, com o objetivo de observar como se manifesta os fluxos no perímetro urbano em questão, assim, como visita ao shopping center, aos supermercados e hipermercados e quais serviços são oferecidos nos perímetros que perpassa os núcleos Nova Marabá e Cidade Nova. Num segundo momento, foi feita a pesquisa documental, tais como os noticiários e jornais para a partir daí desenvolver a investigação da influência dos empreendimentos para a cidade de modo geral, quais as perspectivas da instalação dos empreendimentos, entre outros aspectos. A Terceira fase são utilizadas técnicas de pesquisa, tais como entrevistas, entrevistas não-diretivas com os sujeitos responsáveis pelos empreendimentos e serviços, como também questionários com os sujeitos sociais nos respectivos bairros.

Por fim, o trabalho está dividido em 3 capítulos, tendo o primeiro capítulo: “*Centro e centralidade urbana: definições e acepções*”, uma abordagem teórica de centro e centralidade, fazendo um breve apanhado das diferentes perspectivas de autores que discutem os conceitos. Assim, o capítulo norteará os próximos capítulos para o entendimento e discussão que cerca a problemática da pesquisa.

No Capítulo Dois: “*O debate da centralidade urbana de Marabá: uma cidade média multinucleada*” será abordado a temática da centralidade de Marabá urbana de Marabá, como a gênese da centralidade urbana a partir de um centro único, e como ocorreu a redefinição da centralidade a partir da difusão de novos centros, que caracteriza Marabá como uma cidade multinucleada. Tendo em vista o caráter de Marabá como uma cidade que desempenha o fenômeno da centralidade em duas escalas: Intraurbana e de Rede urbana.

O Capítulo Três: “*A centralidade intraurbana de Marabá-Pa: novas áreas de centralidade no perímetro urbano da Transamazônica*” analisa a redefinição da centralidade ao longo da rodovia Transamazônica pelos empreendimentos comerciais que por meio da dinâmica desencadeada ao longo do perímetro urbano da rodovia pelos fluxos de pessoas e automóveis haja um processo de reestruturação urbana, haja vista que as estratégias de localização dos grupos econômicos tem rebatimentos nas práticas espaciais para além do espaço intraurbano de Marabá, como também no interurbano, para isso houve a análise dos dados produzidos no campo por meio de formulários e enquetes aplicados nos estabelecimentos comerciais e os resultados da análise.



## **CAPÍTULO 1 – CENTRO E CENTRALIDADE URBANA: DEFINIÇÕES E ACEPÇÕES**

Neste capítulo, o objetivo é discutir algumas definições e acepções referentes aos conceitos de centro e centralidade, dando ênfase a relação entre centro da cidade e novas áreas de centralidade. É importante deixar claro que não pretendemos fazer uma profunda discussão de tais conceitos, pois estes vem sendo debatidos há décadas não apenas por geógrafos, pois trata-se também de uma temática bastante discutida entre urbanistas, arquitetos, sociólogos e outros profissionais que tem o espaço urbano e a cidade como objeto de interesse.

Faz-se necessário trazer para esta seção do trabalho uma breve contextualização de centro e centralidade, levando em consideração as referências que irão nortear a interpretação dos processos, dinâmicas e formas que se manifestam na produção da centralidade no espaço urbano, para assim, buscar alcançar os objetivos propostos na pesquisa.

Falar de centralidade, o objeto da pesquisa, sem esboçar o conceito de centro é quase que impossível, pois temos em vista que apesar de centro e centralidade não serem sinônimos, ambos têm uma relação intrínseca (SOUZA, 2009).

Neste sentido, o primeiro capítulo está dividido em três seções. Na primeira, são apresentadas definições acerca da compreensão sobre estrutura, estruturação e reestruturação urbana, pois tem-se o entendimento que esses processos se mostram evidentes quando tratamos da produção da centralidade da cidade e urbano.

Na segunda seção, desenvolve-se um debate acerca do centro e centralidade, procurando demonstrar como ao longo das décadas, a centralidade passa a ser redefinida para fora dos centros principais.

A terceira e última seção deste capítulo trata da constituição de novas áreas de centralidade nas cidades médias dando ênfase as atividades comerciais e serviços, e como os empreendimentos modernos alteram a forma, função e processo no espaço urbano das cidades médias.

## 1.1. Estrutura, estruturação e reestruturação urbana

Quando é levantada questão atinente ao centro e centralidade, é necessário compreender que tais processos abrem outro mais amplo. Estamos falando de estrutura, estruturação e reestruturação urbana. Pois compreende-se que a relação centro e centralidade pode ser considerada como um dos mais importantes elementos do processo de estruturação das cidades, uma vez que estes possibilitam articulações internas e externas nos espaços urbanos, sendo estes objetos estruturadores das cidades e das redes (MAIA, SILVA e WHITACKER, 2017).

Apresentamos aqui nessa seção do trabalho as ideias de Tourinho (2011), Spósito (1991) e Whitacker (2003) como interpretações importantes para subsidiar a compreensão de tais processos. Num primeiro momento, Spósito (1991) aborda a respeito da questão acerca da definição do termo estrutura urbana para a Geografia Urbana em que compreende que esse termo

(...) era utilizado para designar o arranjo dos diferentes usos do solo no interior das cidades; a estrutura seria, então, como o mosaico-resultado deste processo de alocação/relocação das atividades econômicas e das funções residenciais e de lazer nas cidades (SPOSITO, 1991, p. 5).

Em Tourinho (2011) aborda-se a questão da estrutura urbana como uma espécie de representação dos traços da realidade urbana estudada. Por isso, a autora afirma que analisar a estrutura urbana requer a identificação tanto dos níveis quanto dos elementos da realidade urbana que tem valor estratégico. Assim, é necessário levar consideração a escala espacial (geográfica), o recorte temporal, como também o próprio contexto do sistema urbano.

Nessa direção, a autora aborda a concepção de estrutura urbana a partir de duas perspectivas: intraurbana e interurbana.

A estrutura urbana é uma das categorias importantes para a apreensão do sistema espacial urbano. Ela refere-se à maneira como as partes mais importantes se organizam na totalidade espacial urbana. Não é, portanto, composta por um conjunto de elemento/relações agrupados ao acaso, mas sim um conjunto de elementos/relações essenciais, ou seja, de elementos/relações que têm a capacidade de, ao ser modificado, alterarem/os demais [...]. Na perspectiva interurbana, a forma-estrutura expressa como as cidades se distribuem no território e como elas se articulam. Já na escala intraurbana, mostra como as partes da cidade e seus relacionamentos estão organizados dentro do todo urbano, determinando a natureza, as características e o funcionamento deste todo. (VILLAÇA, 1998; RAMOS, 2002 *apud* TOURINHO, 2011, p. 114)

Dentre as definições de estrutura urbana apresentada por Tourinho (2011), daremos ênfase a escala intraurbana, pois nesta escala é possível analisar os principais elementos da cidade, de suas relações e como se organizam internamente. Esses elementos/relações na estrutura urbana abordado pela autora dizem respeito as formas espaciais, e como concentrações dos vários segmentos da população, das atividades econômicas, bem como dos canais necessários à articulação espacial dessas concentrações.

Spósito (2004) subsidia a interpretação quando se adentra ao debate da estrutura urbana, quando aborda os estudos sobre os espaços internos da cidade, pois retratar esse processo requer tanto o reconhecimento do movimento que dá conteúdo nas esferas do econômico, social, político e cultural em cada parcela da cidade, como avaliar como essas parcelas se articulam entre si. Nesse sentido, a autora entende que a expressão estrutura urbana, “aplica-se muito bem para exprimir a forma como está organizado o espaço na cidade” (SPÓSITO, 2004, p. 311).

Tais afirmativas significam pensar a estrutura urbana conjuntamente com o processo de estruturação urbana. Significa nesses modos, entender o conjunto de modificações que o processo de urbanização desencadeou nas cidades e os diferentes usos momentâneos do solo da cidade tais como, as dinâmicas desencadeadas pela apropriação dos espaços pelos agentes estruturadores do espaço urbano<sup>2</sup>.

Segundo as proposições de Spósito (1991) os termos estruturação e reestruturação tem características comuns, e sua aplicação se deve mais à época do fenômeno que se esteja retratando. Sobre o uso do termo estruturação, a autora destaca

(...) preferimos o uso estruturação para garantir a passagem de ideia de que esta organização/desorganização da cidade contém a dinâmica própria do 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. 6)

O que se quer dizer é que a cidade não pode ser entendida apenas num quadro estático, mas sim dinâmico, pois como bem aborda Salgueiro (1994) quando afirma que a cidade a uma organização espacial, que além da concentração de pessoas e bens em alguns pontos centrais, é também uma forma espacial, sendo um suporte para as funções

---

<sup>2</sup> Corrêa (1979) destaca que o espaço urbano capitalista sendo um produto social, é um resultado de ações acumuladas no tempo que são engendradas por agentes que tanto produzem como consomem esse espaço. São eles: Os proprietários dos meios de produção, proprietários fundiários, os promotores imobiliários, estado e grupos sociais excluídos.



que concernem a concentração. Nesse sentido, argumenta Spósito (2010; 1991)

A cidade centraliza porque concentra atividades econômicas e lúdicas, porque ela é o espaço do exercício e da representação do poder e da cultura de uma sociedade (SPOSITO, 2010, p. 201).

(...) no modo capitalista de produção tanto a produção da cidade (crescimento territorial horizontal e vertical) quanto o seu consumo (localização dos diferentes usos do solo) estão subordinados às leis de mercado e determinados pela instituição da propriedade privada da terra, que lhe dá o caráter de mercadoria, e permite a realização da renda da terra (SPOSITO, 1991, p. 6).

A cidade então deve ser compreendida a partir dessas articulações entre as diversas localizações, como também a partir das novas localizações que mexem com a estrutura do restante da cidade. “Esse processo de articulações dinâmicas das localizações que alteram uma situação pré-existente, no atual estágio, pode ser chamada de reestruturação urbana” (WHITACKER, 2003, p. 124).

Assim, para fazer menção ao termo reestruturação, SPÓSITO (2004) chama atenção para esse processo.

A expressão “reestruturação” deve ser, ao nosso ver, guardada para se fazer referência aos períodos em que é amplo e profundo o conjunto das mudanças que orienta os processos de estruturação urbana e das cidades (SPÓSITO, 2004, p. 2012).

Observa-se que no que concerne ao processo de reestruturação, este termo pode vir acompanhado em duas adjetivações, “cidade” e “urbano”, essa distinção é abordada por Spósito (2004), e confirmada por Pereira (2014), propondo uma distinção do ponto de vista das escalas geográficas para entender as transformações dos espaços urbanos. Assim, as alterações espaciais em escala do espaço urbano têm-se a reestruturação da cidade, enquanto a reestruturação urbana abrange os processos em escala regional e da rede urbana.

No que concerne ao processo de estruturação urbana e sua ligação estrita com o centro/centralidade, Spósito (1991) entende que para uma análise sucinta sobre a produção e estruturação da cidade, é necessário o entendimento primordial do Centro.

No interior da cidade, o centro não está necessariamente no centro geográfico, e nem sempre ocupa o sítio histórico onde a cidade se originou, ele é antes de tudo ponto de convergência/divergência, é o nó do sistema de circulação, é o lugar para onde todos se dirigem para alguma atividade e, em contrapartida, é o ponto de onde todos se deslocam para a interação destas atividades, aí localizadas com as outras que se realizam no interior da cidade

ou fora dela. Assim, o centro pode ser qualificado como integrador e dispersor ao mesmo tempo. (SPOSITO, 1991, p. 6)

É nesta porção da cidade, no centro, que podemos identificar um papel de concentricidade. Neste “nó do sistema de circulação” abordado pela autora, identifica-se trocas de mercadorias, fluxos de pessoas e bens e serviços. São atividades “fixas” que geram nesse espaço os “fluxos”, isto é, “a produção propriamente dita, a circulação, a distribuição e o consumo” (SANTOS, 2008, p. 86).

O centro expressa de forma mais contundente a dinâmica da cidade. Maia (2017) a esse respeito, caracteriza o centro como sendo

“(…) A área mais dinâmica, movida por fluxos de pessoas, veículos e mercadorias, decorrente da marcante presença do comércio, dos serviços varejistas, das instituições financeiras e administrativas, bem como, em determinado período do processo de urbanização, pela presença dos principais estabelecimentos de ensino, saúde e também religiosos. Tal concentração de atividades em determinado espaço da cidade gerou o que se denomina centralidade intraurbana” (MAIA, 2017, p. 94).

Para reforçar tal compreensão destacamos aqui o papel do centro e a centralidade na cidade, destacando a ideia de Whitacker (2003).

Devemos ressaltar que não existe cidade sem centralidade, por isso se compreende que a única categoria que pode ser utilizada para definir a cidade em todos os tempos é o centro (WHITACKER, 2003, p. 128).

Assim, entendemos que centro e centralidade definem a própria cidade e o que nela se concentra. Revelam a estrutura urbana e o processo de estruturação urbana no decorrer da formação das cidades e as modificações que ocorrem ao longo do tempo. Para isso é necessário destacar a gênese do centro e a centralidade nas cidades e como se deu a expansão de novas áreas de centralidade, sendo este um elemento para explicar a reestruturação da cidade.

## **1.2. Do centro único às “novas áreas” de centralidade**

As primeiras observações que se tem do centro se deram com o desenvolvimento das áreas centrais a partir da segunda metade século XIX. Sobre esse processo, Corrêa (1979) ressalta que esta área na cidade era conhecida como Área Central, onde se concentravam as principais atividades comerciais e de serviços,

normalmente essas atividades se localizavam em terminais de transporte intraurbanos e interurbanos. Em sua compreensão,

A emergência da Área Central é concomitante à ampliação das relações entre a cidade e o mundo externo a ela, que se verifica a partir do advento da Revolução Industrial, e é uma das resultantes em termos espaciais das diversas inovações que aparecem (CORRÊA, 1979, pg. 101).

Nesse período as ferrovias tinham um papel crucial nas relações tanto interurbanas como inter-regionais. As proximidades existentes entre os terminais ferroviários e marítimo fazia com que as atividades voltadas para exportação, comércio atacadista e depósitos, indústrias em expansão além de se localizarem próximos aos terminais, criassem um mercado de trabalho na área, se tornando foco dos transportes intraurbanos, ocasionando assim, acessibilidade dentro do espaço urbano. Tal dinâmica resultou o elevado preço da terra urbana, junto a isso, uma competição pelo uso da terra. “Nessa competição saíram vitoriosas aquelas atividades que podiam transformar acessibilidade em lucro” (CORRÊA, 1979, p.102). Das as atividades que se desenvolviam na época, a principal era o comércio varejista, que estava em expansão, juntamente com os novos serviços cuja área de mercado era todo espaço urbano da cidade ou a hinterlândia da cidade (CORRÊA, 1979).

Ao longo do século XX, no transcurso dos estudos urbanos, o centro e a centralidade, dando destaque a década de 1970, passam a ser questionados e problematizados em sua conceituação, quando há o processo de expansão periférica, junto com a redefinição do par centro-periferia no contexto urbano global (TOURINHO, 2016). Essa formulação é vital para o entendimento dos conceitos, pois centro e centralidade, deixam de ser confundidos entre si.

Esse processo foi importante para o ordenamento das ideias que se disseminavam nos estudos a partir de modelos teóricos sobre a organização interna das cidades, exemplo disso, são os estudos dos neo-ecologistas da escola de Chicago

A leitura empreendida da cidade como um ente implicou que a área central (*central area*) fosse concebida com uma função privilegiada e determinante sobre o restante do organismo urbano (WHITACKER, 2017, p. 154, grifo do autor).

Os pressupostos da Escola de Chicago tinham a estrutura urbana como algo estático, retratando o papel do centro da cidade como elemento estruturador do espaço urbano. As teorias desenvolvidas na época foram formuladas para explicar a disposição

das diversas atividades pela cidade, baseada em fatores como o valor do solo, a acessibilidade e o processo histórico de crescimento urbano (SOUZA, 2009).

A centralidade era exercida pelo *central business district*<sup>3</sup> (Distrito Central de Negócios), onde se concentravam as principais atividades comerciais e financeiras de alto poder aquisitivo. Tinha-se o centro como o topo das localizações nas cidades e a centralidade como um atributo primordial do centro. Tais estudos se aplicavam principalmente às Áreas Centrais das grandes cidades e metrópoles estadunidenses.

“O que há de comum em todas as teorias existentes na época era o fato de que elas consideram a cidade como monocêntrica, ou seja, com um único centro, fixo e polarizador de todas as atividades” (SOUZA, 2009, pg.48).

Nas cidades brasileiras esse processo também foi identificado. Até meados da década de 1970, algumas cidades brasileiras de determinado porte tinham apenas um centro único e monopolizador, e nesse espaço da cidade se tinha forte concentração de atividades comerciais e serviços (SPÓSITO, 1991).

A década de 1980 pode ser considerada o marco que confere novos contornos do debate sobre o centro e a centralidade. Tomamos aqui os escritos de Tourinho (2006) para explicar as novas acepções da realidade urbana

As propostas de fortalecimento do papel polarizador de certas áreas fora dos centros tradicionais, que apareciam – ou eram projetadas – com características similares às do centro, pelo menos do ponto de vista funcional, reforçou o questionamento das modalidades de centro que até então se colocavam como únicas, fomentando uma interpretação mais complexa das estruturas urbana (TOURINHO, 2006, p. 278).

O que acontecia era processos de dispersão das atividades metropolitanas e a aglutinação de atividades de comandos fora dos centros, o que originou as chamadas novas centralidades, também conhecidas como novas áreas de centralidade<sup>4</sup>. Nesse processo de expansão das áreas centrais tem-se a redefinição da centralidade. A

---

<sup>3</sup> Segundo Whitacker (2003) a expressão *Central Business District* pretende transpor-se a expressão Centro de negócios, com origem nos Estados Unidos, onde a centralidade toma uma conotação mais marcadamente financeira e se associa aí também a um maior desenvolvimento vertical dos edifícios. No caso europeu, expressões como área central e centro tradicional são também utilizadas para identificar o local de maior densidade de usos.

<sup>4</sup> TOURINHO (2006) adverte para a expressão “novas centralidades”, pois segundo a concepção da autora, não existe velhas centralidades, mas sim “novas áreas” de centralidade e novos sistemas de produzir centralidade. Assim, tomamos ao longo da pesquisa usar a expressão *novas áreas de centralidade* pois entendemos que as novas áreas de centralidade do nosso objeto de estudo não inviabilizam a centralidade dos centros já existentes na cidade de Marabá – PA.

concepção da centralidade como um lugar é revista, não sendo mais “um atributo exclusivo do Centro” (TOURINHO, 2006, p. 279).

Temos assim, o que se chama de redefinição da centralidade, pois no processo de produção das cidades, essas passam por um momento de inflexão em sua configuração, tendo em vista que sua estruturação tende a ser orientada por lógicas diferentes das anteriores, tendo assim, agentes que assumem uma posição de destaque e poder de influência, o que permite uma redefinição dos vetores de expansão e valorização (SILVA, 2016).

Spósito (1991) discute sobre esse processo de redefinição da centralidade nas cidades brasileiras, expressando a seguinte compreensão

O crescimento populacional destas cidades levava estas áreas centrais a um processo de expansão, através da absorção de áreas/setores limítrofes ao centro, através do afastamento de sua população residencial e a transformação de seu uso de solo em comércio e serviços, via demolição de construções de novas edificações adequadas ao comércio e/ou serviços. (SPOSITO, 1991, p. 9).

O que se verifica é que as novas áreas de centralidades se caracterizam como espaços de concentração voltados principalmente para o desenvolvimento de atividades econômicas – comércio e serviços – tendo sua localização fora do centro principal da cidade. Essas novas áreas se expressam de diversas maneiras, tais como: os subcentros, os *shoppings centers*, desdobramento da área central, tanto em cidades metropolitanas, e recentemente em cidades médias.

Segundo Spósito (1993), existem alguns determinantes que influenciam na redefinição da centralidade nas cidades em função de quatro dinâmicas:

- 1) As novas localizações dos equipamentos comerciais e de serviços concentrados e de grande porte determinam mudanças de impacto no papel e na estrutura do centro principal ou tradicional o que provoca uma redefinição do centro, da periferia e de relação centro-periferia;
- 2) A rapidez das transformações econômicas que se expressam, inclusive, através das formas flexíveis de produção impõem mudanças na estruturação interna das cidades e na relação entre as cidades de uma rede;
- 3) A redefinição da centralidade urbana não é processo novo, porém ganha novas dimensões, considerando-se o impacto das transformações atuais e a sua ocorrência não apenas nas metrópoles, mas também nas cidades de médio porte;
- 4) A difusão do uso do automóvel e o aumento da importância do lazer e do tempo destinado ao consumo redefinem o cotidiano das pessoas e a lógica da localização e o uso dos equipamentos comerciais e de serviços” (SPOSITO, 1998, pg. 128).

No entanto, é importante esclarecer que as chamadas novas áreas de

centralidade como já foi exposto acima, são caracterizadas pelas novas áreas no território da cidade que apresentam elementos que anteriormente se apresentavam nos centros tradicionais das cidades. Tendo em vista que essas novas áreas se manifestam a partir de uma nova lógica de apropriação do espaço urbano, essas novas áreas tendem a apresentar sua funcionalidade voltada principalmente, para concentração comercial e de serviços.

Quando falamos de novas áreas de centralidade, como já abordamos acima, deixamos de atribuir a centralidade como uma característica exclusiva do centro, expressando-se de forma independente no espaço urbano, é o que ressalta Tourinho (2006, p.290) considera que “a centralidade tornou-se independente do Centro, distanciou-se dele, conceitual e fisicamente falando”. Nesse sentido, a centralidade se expressa, no espaço urbano, não mais num núcleo de concentração, mas em diferentes níveis e espaços na cidade.

A esse respeito, Spósito (2010) nos esclarece que

A centralidade expressa-se a partir da observação da existência de inúmeras zonas com uma forte densidade de atividades ligadas a altos índices de frequência, se bem que as necessidades e demandas que determinam essa frequência sejam de natureza e intensidade diferentes. A partir da observação dos papéis que constituem a centralidade urbana, podemos dizer que não temos, ou quase não temos mais o reconhecimento de fluxos no interior da cidade, definindo um núcleo de concentração, mas diferentes níveis e redes de fluxos indicando diferentes expressões da centralidade (SPOSITO, 2010, p. 204).

Com relação a centralidade sem centro entendemos que esta deve ser compreendida como um processo, um conteúdo, que pode se manifestar em outras formas espaciais, não sendo necessariamente no centro da cidade, devido a falta dos componentes que caracterizam o centro.

A esse respeito tomamos a ideia de Pereira (2014), que entende as novas áreas de centralidade não são centros (exceto os subcentros<sup>5</sup>), tendo em vista que a centralidade dos centros é funcional, no entanto, a centralidade a partir da sua redefinição pode se manifestar no centro da cidade, como também em áreas não centrais.

Ainda sobre este processo, Pereira (2014) compreende que

Hoje é possível observar que com a produção de novas realidades urbanas,

---

<sup>5</sup> Segundo Spósito (1991) os subcentros podem ser caracterizados como áreas onde se alocam as mesmas atividades do centro principal com diversidade comercial e de serviços, mas em escala menor, e com menor incidência de atividades especializadas.

vinculadas às atividades comerciais e de serviços distantes do centro principal, a centralidade foi se distanciando do centro e deixou de ser um atributo do centro para ser um lugar central (no sentido de funções necessariamente centrais), sem necessariamente que aquela nova área de concentração de equipamentos comerciais e de serviços da cidade seja o centro. (PEREIRA, 2014, p. 135)

Spósito (2010) também explica esse processo de redefinição da centralidade, que se expressa em novas áreas de centralidade a partir do conceito de multi(poli)centralidade.

Se temos a multiplicação de centros, podemos nos referir a uma multicentralidade. Porém, é necessário observar que essas diferentes zonas definem diferentes graus de centralidade. (...) As zonas rivalizam entre si na medida em que cada uma delas tenta ampliar sua capacidade de atração. Essa competição entre os interesses, indicando um nível de articulação que não corresponde sempre a uma complementaridade, pode permitir-nos falar de policentralidade (SPOSITO, 2010, p. 204).

Assim, entende-se que a multi(poli)centralidade ressalta a multiplicação da dimensão da centralidade. Antes encontrada apenas nos centros, passa a se manifestar em outras áreas do espaço urbano, e é “poli” pois se manifesta em outras áreas fora do centro com diferentes graus e corresponde aos interesses de grupos sociais que se separam e tem seus papéis em escalas distintas (PEREIRA, 2014).

Abordamos até aqui os processos que redefinem a centralidade e que tais dinâmicas impõem novas formas de centralidade. No entanto, é necessário entender como se manifesta as determinantes econômicas que atuam no setor comercial e de serviços no processo de redefinição da centralidade intraurbana. A atuação de grandes grupos que agem nesse setor, demanda estratégias tanto econômicas como locais e “exprime na estrutura urbana, alterando as relações centro, as áreas pericentrais e a periferia” (SPÓSITO, 1997, p.29).

### 1.3. Novas áreas de centralidade e as atividades comerciais nas cidades médias

Destacamos acima que com a redefinição da centralidade, este fenômeno tende a não se restringir ao centro da cidade como anteriormente. Os fluxos em outras parcelas do espaço urbano a partir de objetos fixos, acabam por trazer dinâmicas e processos que modificam as estruturas pré-existentes, e as moldam com elementos novos. Esses elementos novos podemos destacar as atividades comerciais e serviços atualmente.

Pereira (2013) destaca esse processo inerente as atividades comerciais e serviços nas cidades médias

Partiremos do pressuposto que o centro da cidade tem um papel fundamental ao longo da história como elemento estruturador do espaço urbano, mas ele vem sendo alterado nas últimas décadas. Com as novas lógicas de estruturação urbana nas cidades médias a partir da década de 1980, é possível observar que o setor de comércio e serviços tem desempenhado importante função, na orientação das novas estratégias de produção do espaço urbano (...) (PEREIRA, 2013, p. 2).

No que concerne as cidades médias<sup>6</sup> nesse processo, nos últimos anos essas cidades têm se destacado pelas novas dinâmicas impostas no espaço urbano por agentes econômicos voltados para o setor comercial e serviços, que vão acentuando mudanças significativas no espaço intraurbano das cidades médias.

As cidades médias brasileiras passaram a concentrar um elevado número de unidades de grandes redes comerciais e de serviços de capital nacional e internacional, sobretudo, devido a ampliação do consumo (PEREIRA, 2013, p. 5)

Como aborda o autor supracitado, esse processo vem provocando a redefinição da centralidade nessas cidades, em níveis escalares, tanto em nível da rede urbana, pois essas passam a ser fundamentais para o consumo, quanto no plano no espaço urbano, em que as lógicas de localização dos empreendimentos têm a capacidade de modificar a estrutura urbana, redefinindo a centralidade intraurbana como a morfologia da mesma (PEREIRA, 2013).

Spósito (2004) aponta para a análise das cidades médias e o processo de

---

<sup>6</sup> Entender conceitualmente as cidades médias implica fazer a diferenciação de cidades médias e cidades de porte médio. Segundo SPOSITO (2004) cidades médias apresentam dinâmicas econômicas e espaciais que engendram novos papéis e articulam essas cidades com outras de maneira diversas, assim, o papel que elas exercem em uma determinada rede urbana o foco principal. Nas cidades de porte médio, é levado em consideração a dimensão demográfica.



reestruturação urbana e da cidade que as mesmas têm passado, e como esse setor de comércio e serviços tem uma grande influência nas determinantes de multiplicação dos centros e centralidades.

(...) o vigor do setor comercial e de serviços tem forte determinação na definição e na multiplicação dos centros e centralidades, em função do potencial gerado pela soma dos mercados regionais (cidades de menor porte que estão sobre sua influência) ao mercado local de cada uma delas (cidades médias) (SPOSITO, 2004, p. 375).

Seguindo os pressupostos de Spósito (1991), chama-se atenção para a tendência das localizações de atividades comerciais ao longo de vias de circulação fora das áreas centrais, e denomina esse processo de desdobramento da área central.

A autora destaca esse processo em cidades metropolitanas, mas é possível observá-lo também em cidades médias.

- Não são áreas contínuas ao centro principal ou ao subcentros (...), não podendo, portanto, ser caracterizadas como de expansão geográfica das mesmas. Há que ressaltar que algumas vezes estas vias demandam ao centro ou o contornam.
- Caracterizam-se pela localização de atividades tipicamente centrais, mas de forma especializada. Ou seja, nelas não se reproduz a alocação de todas as atividades tradicionalmente centrais, mas selecionadamente de algumas destas. Daí a caracterização do processo de desdobramento da centralidade (...). Como se o centro se multiplicasse, desdobrando-se especializadamente em outros eixos da estrutura urbana.
- O nível de especialização destes eixos de desdobramento da centralidade é funcional e/ou socioeconômico. Em muitos casos, neles alocam-se predominantemente estabelecimentos ligados a um tipo de atividade (...). Embora não possam ser caracterizados como desdobramento da área central, também são constatados níveis de especialização funcional em eixos ou trechos de avenidas.
- Ressaltamos que estas vias de desdobramento da área central cortam, nestes casos, áreas de uso residencial de padrão elevado, procurando atingir uma determinada clientela e ao mesmo tempo construir uma imagem de área de comércio seletivo. Para se distinguir, estão fora do centro principal, caracterizado até certo período por atender a totalidade do mercado consumidor no que se refere aos segmentos socioeconômicos; e ainda, procuram eixos de fácil acesso através do transporte particular (SPÓSITO, 1991, p. 11).

Silva (2017) traz uma especificação das cidades médias<sup>7</sup>, pois em cada cidade

---

<sup>7</sup> SILVA (2017), agrupam as cidades médias analisando-as em duas perspectivas: 1) cidades médias tradicionais e 2) cidades médias de padrão complexo. No entanto, o autor ressalta que pode haver os processos de reestruturação em ambos os grupos, mas diferenciando na intensidade e na forma.

em específico, a tendência a expansão das áreas ou mesmo a apropriação de espaços dentro do tecido urbano como estratégias dos agentes econômicos variam, como também as características dos empreendimentos.

As características dos empreendimentos são reveladoras de seu potencial para influenciar a reestruturação dos espaços urbanos, bem como da ação de agentes econômicos na disputa por domínio do comércio e na atração de consumidores e também de comerciantes interessados em locar seus espaços (...) (SILVA, 2017, p. 255).

As formas espaciais do setor comercial e de serviços que tem se destacado nos últimos anos como expressão de centralidade, são os shopping centers, hipermercados, lojas de departamento, eixos especializados, que por si só, redefinem a centralidade intraurbana, modificando os fluxos e dinâmicas da cidade.

Dentre as formas espaciais destacados acima por Silva (2017) chama atenção aos *shopping centers*, pois essa forma espacial se destaca como um empreendimento que por si só expressa centralidade e não tem sua gênese e processo propriamente ligados ao centro da cidade.

Sposito (1991) faz referência ao papel desse empreendimento/estabelecimento em específico destacando as características e o seu papel na redefinição da centralidade nas cidades médias a partir da década de 80.

(...) como nova expressão da centralidade, como produção de nova centralidade, na medida em que através da concentração de um conjunto de estabelecimentos voltados ao comércio e aos serviços em uma nova localização, recria-se a centralidade, ou seja, reúnem-se em outro locus as mesmas qualidades de concentração que se encontram no centro, associadas ao novo modelo de acessibilidade, já que os shopping são alocados próximos a vias expressas e conjugam grandes áreas de estacionamento (SPÓSITO, 1991, p. 12).

Mas não apenas os shopping centers, também destacam-se os hipermercados, lojas de departamento, eixos especializados, entre outros, todos estes apresentam-se em novas áreas da cidade, alterando as formas de consumo, as formas de circulação, ampliam o papel do lazer, e assim, reforçando o processo de reestruturação.

E todos eles reforçam a reestruturação urbana (redefinição dos papéis das cidades médias na divisão interurbana do trabalho) tanto quanto a reestruturação das cidades médias (alterações na distribuição de usos dos tempos e dos espaços na escala da cidade) (SPÓSITO e GÓES, 2015, p. 108).

Portanto, fica evidente, que tais empreendimentos representam nesses espaços estratégias empresariais por intermédio da difusão de inovações, de mercadorias de empresas nacionais e até mesmo internacionais nas cidades médias. E assim,

utilizam as cidades médias como função de intermediação e, por outro lado, a entrada de grandes empresas que passam a dominar o mercado de terras pela alocação comercial e impor estratégias administrativas e espaciais que alteram abruptamente a estruturação das cidades e das regiões (SILVA, 2017, p. 206).

No capítulo dois, buscaremos trazer uma breve periodização do processo de estruturação urbana da cidade de Marabá, uma cidade média tradicional, que manifesta processos de reestruturação urbana a partir de redefinição de sua centralidade intraurbana atualmente, promovida a partir da instalação de novos empreendimentos modernos nos últimos anos.

## **CAPÍTULO 2 – O DEBATE DA CENTRALIDADE DE MARABÁ: UMA CIDADE MÉDIA MULTINUCLEADA**

Quando se inicia o debate sobre a cidade de Marabá e a questão da centralidade urbana é importante trazer à tona, o entendimento sobre os processos que engendraram a formação do seu espaço urbano.

A cidade de Marabá passou por vários momentos históricos que contribuíram para sua formação socioespacial, no entanto, compreender sua centralidade “exige uma reflexão acerca da natureza dessa cidade, da sobreposição dos processos que engendram sua formação socioespacial” (RODRIGUES, 2015, p.15).

No entanto, nos deteremos a destacar alguns pontos que caracterizam a cidade como um centro comercial que deteve centralidade desde os primórdios se sua formação e juntamente a isso a sua condição como uma cidade média multinucleada.

A cidade de Marabá passou por vários ciclos econômicos<sup>8</sup> que contribuíram para seu desenvolvimento como cidade com influência regional. Nos escritos de Ribeiro (2010) essa discussão é desenvolvida tomando como ponto de partida a noção de formação econômica e social para a compreensão da formação socioespacial de Marabá. Tal discussão é importante nessa seção pois traz a compreensão da gênese da cidade, bem como os processos que tornaram a cidade detentora de centralidade, sendo um centro polarizador voltado para o comércio e os serviços.

O capítulo está fragmentado em três seções. A primeira, diz respeito a Marabá como o centro comercial da castanha, ciclo econômico que torna a cidade de Marabá um centro comercial. A segunda seção promove um debate acerca da redefinição da centralidade pelo viés da modernização do território, a partir das políticas de controle do estado, destacando a abertura da transamazônica como um elemento primordial para a urbanização; e a terceira e última parte faz uma breve caracterização dos três principais núcleos urbanos de Marabá, mostrando suas características sendo eles considerados centros e junto a isso a centralidade como um conteúdo dos mesmos.

---

<sup>8</sup> Dentre os ciclos econômicos que subsidiaram o desenvolvimento econômico e social de Marabá, Ribeiro (2010) destaca o ciclo da castanha e o ciclo da borracha, que foram atividades desenvolvidas na região que além de elevar a Marabá como categoria de cidade, tornara esta como um centro comercial regional.

## 2.1. A gênese da centralidade de Marabá

Dentre os vários contornos que tomou a cidade de Marabá em sua formação socioespacial, muitos fatores influenciaram para que esta cidade se tornasse um centro comercial regional, e exercesse centralidade no sudeste paraense. Em nível intraurbano, a cidade ganha expressão urbana a partir dos ciclos econômicos que se desenvolveram na Amazônia, dentre eles destaca-se o ciclo da castanha que caracterizou a cidade de Marabá com função estritamente comercial (RIBEIRO, 2010).

Segundo Rodrigues (2015), a gênese da formação da centralidade urbana de Marabá remonta aos finais do século XIX, quando sua localização privilegiada, servia como ponto estratégico para a expansão da atividade mercantil do caucho. Em função disso, o núcleo urbano de Marabá teve seu crescimento econômico inicial ligado a expansão das atividades produtivas da extração do látex.

Destaca-se a ocupação efetiva de Marabá, em 1895, com a formação do Burgo agrícola do Itacaiúnas. Entre a confluência dos rios Tocantins e Itacaiúnas, Marabá começava as primeiras atividades exercidas por criadores e comerciantes ligados ao Coronel Carlos Gomes leitão. Essas atividades exercidas nesse pequeno povoado que logo após passaria a categoria de cidade, eram voltadas para o extrativismo da castanha, criação de gado e a extração do látex. A escolha estratégica de ocupação nesse ponto específico dessa rede dendrítica se deu pela facilidade de escoamento da produção e para as trocas de mercadorias que se estabeleciam na época (RIBEIRO, 2010).

O pequeno núcleo de povoamento, apesar de ter sido originado no final do século XIX, só em 1913 torna-se um município de fato. Assim, pode-se dizer que a dinâmica inerente a essa época pressupõe ao processo inicial da formação urbana de Marabá. Haja vista que o núcleo urbano ainda recém-criado se torna um ponto estratégico para a expansão da primeira atividade mercantil do caucho (*hevea castilhoa*).

Segundo Trindade Jr. *et al* (2010), a centralidade exercida por Marabá apresentava-se em processo inicial, que se intensifica a partir do século XX. Neste processo de formação urbana, como já dito, as atividades extrativas contribuíram para a estruturação do espaço urbano de Marabá, sendo assim, destaca-se a produção da borracha, essa atividade que se desenvolveu na confluência dos rios, ascendeu à Marabá a condição de centro comercial mais importante do Sudeste Paraense no século XX. Destaca ainda o autor que a dinâmica se estabelecia através da rede dendrítica Amazônica, através da circulação pelos rios.

É nesse cenário que Marabá a partir das atividades econômicas ganha uma função primordial: comercial.

O núcleo rapidamente prosperou e acabou se tornando centro de polarização e atração para uma grande área, por um lado no sentido de atração populacional e, por outro em virtude do abastecimento tendo em vista as particularidades da atividade extrativa (VELHO, 1972 apud RIBEIRO, 2010, p. 20).

A condição que assumira Marabá definiu a centralidade desse núcleo a partir das atividades extrativas do caucho e da extração do látex, desencadeando assim, intensos fluxos migratórios advindos de diversos estados brasileiros, entre os quais do Maranhão e Goiás.

No que concerne a paisagem urbana, Marabá no início do século XX se apresenta como um grande acampamento, que se faziam presente, caucheiros, migrantes, trabalhadores rurais e comerciantes. A função exercida por Marabá, deve-se ao fato de sua localização estratégica, juntamente com o entreposto comercial e o transporte que se conectava a rede urbana amazônica, cuja cidade primaz e de destaque era a capital, Belém, contribuiu para fortalecer a centralidade desse núcleo (TRINDADE JR. *et al*, 2010).

Centro para onde convergiam as mais diversas atividades comerciais e de transporte, bem como o locus de atração de contingentes demográficos, a pequena cidade de Marabá logo prosperou, passando a ser palco da atuação de uma emergente oligarquia local (TRINDADE JR. *et al*, 2010, p. 45).

Seguindo ainda as ideias de Trindade Jr. *et al* (2010), o mesmo ressalta que a ascensão da oligarquia local foi importante, pois a partir dela, possibilitou a estruturação de bases logísticas que foram necessárias para o empreendimento mercantil. Nesse sentido, com expansão do capital mercantil associado a dinâmicas econômicas e demográficas que passava Marabá, contribuiu para a criação de um poder institucionalizado.

É importante destacar que apesar do sítio urbano de Marabá sofresse com enchentes periódicas, que levava os moradores e os comerciantes a se mudarem nesse período para áreas mais elevadas, Marabá ainda assim, tinha a vantagem em sua posição geográfica, o que reforçou a centralidade regional e local desta.

Sua posição geográfica era de extrema riqueza, dada sua localização na confluência dos rios Tocantins e Itacaiúnas, local estratégico para o domínio da circulação de toda a produção regional. (TRINDADE JR. *et al*, 2010 p. 48).

Essa posição estratégica, difundia o papel de Marabá em escoar a produção do caucho para Belém, nesse sentido, a cidade funcionava como um entreposto comercial na distribuição das mercadorias que adivinham da capital, Belém, do Sudeste, como São Paulo e Rio de Janeiro e Nordeste, como Recife e Fortaleza (DIAS, 1958).

No entanto, o declínio da exportação da borracha e a queda do preço em mercado mundial, corrobora para a estagnação econômica da região (CORRÊA, 1987). Caso que coloca em crise o mercado desse produto, o que faz com que entre em declínio as atividades comerciais de Marabá e haja um suscetível despovoamento em seu núcleo urbano (EMMI, 1999).

É na atividade castanheira que a cidade de Marabá vivencia seu ápice considerando a sua influência como centro comercial expressivo, essa atividade extrativa que era complementar ainda na época da borracha, assume centralidade e amplia sua importância econômica e social no cenário marabaense quando desponta com demanda nacional e internacional, destacando-se com o aumento da demanda pela castanha, contribuindo para o revigoramento do centro comercial da cidade

Com a exploração da castanha a cidade de Marabá se torna um importante ponto de intercâmbio com todo o médio Tocantins, se consolidando como um centro de redistribuição para os estados de Goiás, Maranhão, de produtos que chegavam de Belém, São Paulo, Rio de Janeiro, Recife e Fortaleza, como já ocorria na exploração do caucho (TRINDADE JR. *et al*, 2010).

Segundo Emmi (2002), é com a atividade castanheira, a partir do controle do trabalho pelas oligarquias locais juntamente com a produção dessa atividade, se subsidiou a formação da sociedade local, pois a cidade de Marabá em meados da década de 20 tornou-se conhecida pelas riquezas de seus castanhais, em razão da existência de importante reserva extrativa no sudeste do Pará.

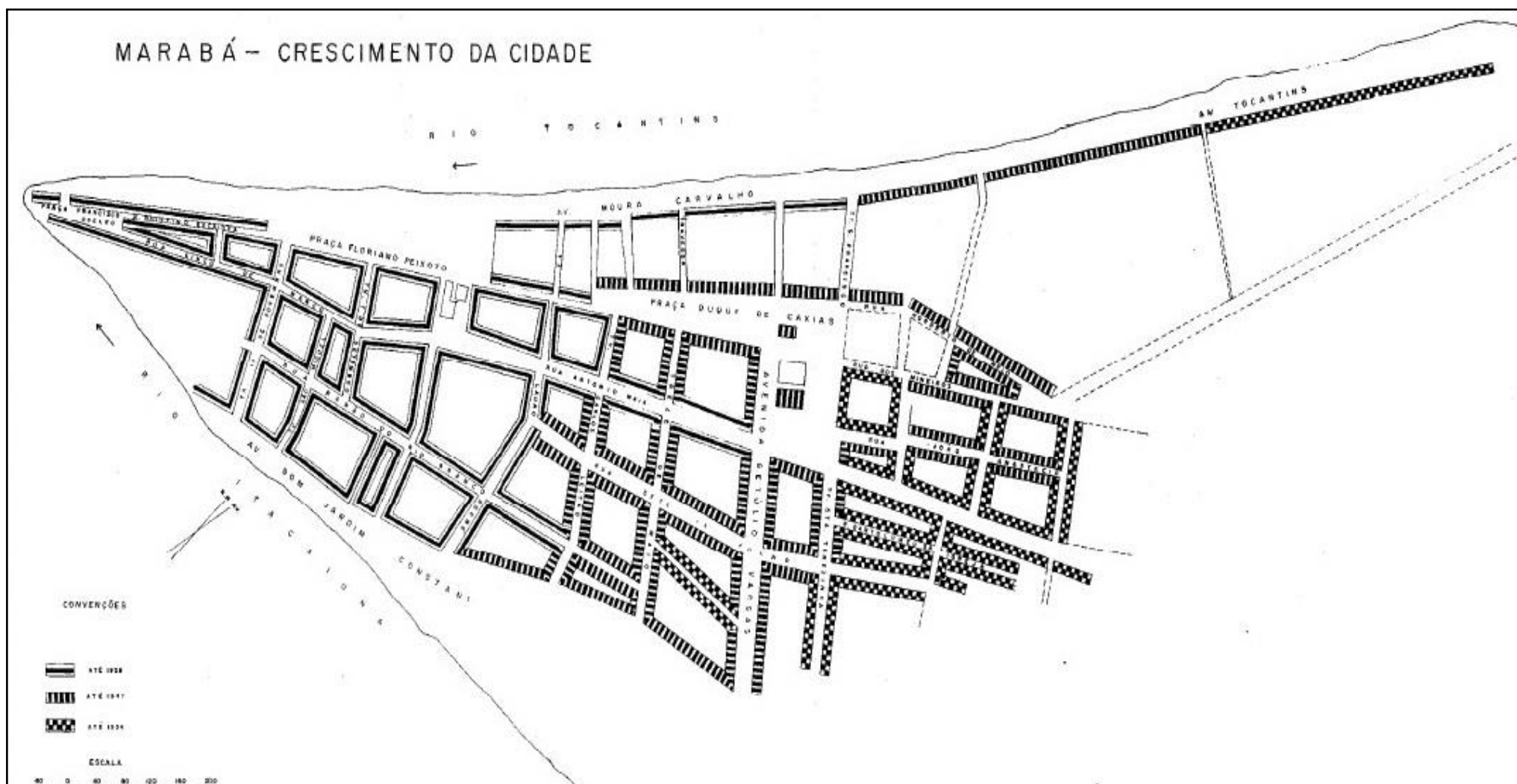
O município de Marabá ficou conhecido durante várias décadas como “terra dos castanhais”, isto se deve a dois fatores: em primeiro lugar, ao fato de o município ter sido durante muito tempo o maior produtor de castanha; em segundo lugar porque lá residiam os grupos familiares detentores do poder político e econômico da região do Tocantins, a chamada oligarquia castanheira (EMMI, 2002, p. 4).

A economia da castanha tem sua importância para a cidade de Marabá, pois

como coloca Dias (1958), em se tratando de infraestrutura urbana, as mediações na cidade não passavam de abarracamento de palha, estrutura bastante precária, modificando-se significativamente a medida que o extrativismo e comercialização da castanha se desenvolvia, transformando significativamente a paisagem urbana desta cidade.

Com a imigração advinda do período áureo da castanha em Marabá fez com que a cidade aumentasse demograficamente, pois, a cidade crescia em número de pessoas e expandindo sua área. As enchentes que assolavam o município faziam com que a população migrasse para outras áreas da cidade. Dias (2002) destaca que o crescimento da cidade se desenvolveu no sentido das margens do rio Tocantins, em uma área mais alta onde raramente era afetada pelas enchentes, podendo ser identificado na figura 1.





**Figura 1 - Crescimento da cidade de Marabá ao longo das margens dos rios**

Trindade Jr. et al (2010) aborda que há três períodos de expansão da cidade, entre os períodos entre 1929 e 1942, quando a cidade muda sua fisionomia com o surgimento de ruas paralelas à Avenida Antônio Maia, principal via da cidade, e a criação de largas avenidas.

No primeiro período, verifica-se que o crescimento da cidade segue as margens do rio Tocantins, dado que é reforçado pela transferência de instituições públicas para a Av. 5 de Julho (atual praça Duque de Caxias). O segundo período de crescimento da cidade (entre os anos 1947-1954) se caracteriza pela expansão da área urbana em direção à zona rural do município, a partir da fazenda Santa Rosa, que acaba se constituindo um novo bairro. A outra área que se constitui a partir da expansão urbana é sentido sudeste do Rio Tocantins que era constituída por populações advindas de várias localidades com o intuito de conseguir emprego com a atividade da castanha ou com as “atividades de verão”, como o garimpo.

No período de 1929 a 1947 a cidade mudou a sua fisionomia [estrutura], com o surgimento de ruas paralelas à avenida Antônio Maia e com a criação de largas avenidas, além disso, passava a perder uma característica então até muito marcante, a instabilidade de sua população, o que se refletia nas casas de palha que ainda existiam, e foram aos poucos sendo substituídas por outras de tijolos (DIAS, 1958 *apud*, RIBEIRO, 2010, p. 37).

Ribeiro (2010) destaca que a paralelamente a exploração da castanha, a cidade se desenvolvia com a atividade mineradora – exploração de diamantes e cristais de rocha. Foi essa atividade que ajudou a cidade se recuperar da crise econômica com o declínio do preço da castanha em mercado internacional.

As atividades de exploração da castanha e a busca por diamantes eram concomitantes, tendo em vista que a segunda era desenvolvida apenas no “verão”, quando as águas dos rios baixavam. Isso serviu ainda, como importante fator para fixação de mão-de-obra na região (RIBEIRO, 2010, p. 40).

Dias (1958) destaca que com a proporção que diminuía a safra da castanha, muitos migrantes regressavam paulatinamente as suas regiões de origem. No entanto a descoberta das atividades mineradoras deu a Marabá uma nova função urbana: abastecimento de garimpos e assim a cidade vai sendo um centro consumidor e um incremento de abastecimento das importações.

A área urbana de Marabá em meados de 1960 ainda se concentrava as margens do rio Tocantins, nessa área se localizavam as principais atividades e equipamentos comerciais e de serviços. Mesmo que precários, eram considerados de extrema importância para o abastecimento da população residente. Ribeiro (2010) destaca que a atividade de exploração da castanha na região contribuiu de forma direta da consolidação do primeiro núcleo urbano de Marabá.

## **2.2. Formação dos núcleos urbanos de Marabá**

Pode-se considerar os anos de 1970 um novo momento no movimento de transformação do território paraense com a modernização do território e a intensificação do processo de urbanização do espaço amazônico (RODRIGUES, 2015).

Marabá já não era na década de 60 apenas uma terra de castanhais como foi conhecida até fins dos anos 50. (...) Marabá já não é mais um município isolado, já não depende tanto do rio Tocantins, Marabá passa a se ligar ao resto do país por estradas e para o município se voltam interesses de capital industrial financeiro, especulando em torno de riquezas de seu subsolo, fato consumado com a instalação nas décadas de 1970/80 do Programa Grande Carajás (EMMI, 2002, p. 8).

Tais transformações tem uma relação estrita com a ação do poder estatal que tinha como objetivo, a modernização do território amazônico, inserindo-o no contexto de competitividade da economia mundial.

A partir dos anos 1970 evidencia-se a estruturação do espaço amazônico, que passou a se consolidar tendo como um elemento de maior fluidez as redes rodoviárias, urbana, de telecomunicação, hidrelétrica, que tenderam a privilegiar algumas cidades tradicionais, as quais passaram a conectar-se diretamente com outros núcleos urbanos a nível regional e mesmo extra regional (CORRÊA, 1987 *apud* RODRIGUES 2015, p. 360).

O Estado brasileiro assume a responsabilidade de ordenamento que tinha como projeto o “devassamento amazônico”. Nesse contexto, a Amazônia vai se tornando prioridade máxima junto aos militares, fundamentados em moldes da segurança nacional. Nesse projeto a Amazônia assume posição central as prioridades econômicas e geopolíticas do estado (RIBEIRO, 2010).

É nesse cenário que a cidade de Marabá se destaca como centro de políticas de desenvolvimento regional que se passa na Amazônia oriental. A inauguração de eixos

rodoviários configura-se como um elemento estruturador e que exerceu forte impacto nas dinâmicas inerentes das cidades ribeirinhas, até então não ligadas por redes rodoviárias (TRINDADE JR. *et al*, 2010).

Com a abertura da rodovia Transamazônica e o projeto de colonização dirigida implementado pelo governo federal no início da década de 1970, bem como as medidas de segurança nacional e os incentivos aos grandes empreendimentos agropecuários e minerais, vão impactar diretamente a dinâmica de Marabá e do sudeste paraense (TOURINHO, 1991 *apud*, RIBEIRO, 2010, p. 46).

Com a descoberta da jazida ferrífera na Serra dos Carajás se intensificou as políticas de controle ao território e a exploração do minério fez com que avançasse o contingente populacional na região, a descoberta de ouro na serra pelada também influenciou do adensamento populacional, como também para produção do espaço urbano de Marabá.

Segundo Ribeiro (2010) a cidade de Marabá se torna um centro polarizador das políticas que ocorriam no espaço amazônico, pois na cidade havia grande concentração da força de trabalho que se distribuía nos empreendimentos de empresas capitalistas no estado. Com isso, Marabá se torna um centro logístico do território regional.

A abertura das rodovias teve um papel primordial nesse contexto de transformações do espaço regional. A rodovia transamazônica (BR-230) e a Cuiabá-Santarém (BR-163) faziam parte das medidas implantadas pelo PIN (Programa de Integração Nacional) no ano de 1970. A transamazônica tinha como finalidade diminuir as tensões sociais no campo da região Nordeste, Sudeste e Sul, por isso, a migração de camponeses para a Amazônia foi estimulada com o oferecimento de 100 hectares por família em terras ao longo da rodovia.

Nesse contexto, a transamazônica (BR- 230) foi o pilar para que o sudeste Paraense, em especial, a cidade de Marabá, fosse o cenário para a atuação de vários projetos, atendendo assim o ordenamento do território (SOUZA, 2015).

No contexto vivenciado por Marabá com as políticas supracitadas acima, a cidade passa por um processo de mudança significativa em sua malha urbana, com destaque para o surgimento de novos núcleos na cidade até 1960, pois anterior a isso, o núcleo existente na cidade era o núcleo pioneiro, com função de centro comercial da cidade.

A partir da década de 1970, com o avanço do capital financeiro e industrial, as frentes de expansão como a pecuária, extração madeireira e a agricultura contribuíram para a nova configuração de Marabá, que em sua paisagem urbana, constituiu novos núcleos, para além da Marabá Pioneira (TRINDADE JR. *et al*, 2010).

Nesse sentido, o núcleo pioneiro, também conhecido como Velha Marabá, não tinha condição física para se expandir, e o fator das enchentes em períodos sazonais também era um fator negativo. Assim, foi escolhida uma nova área no município que pudesse abrigar os migrantes que chegavam a cidade, e a população que residia no núcleo pioneiro, que sofria com o fator das enchentes, assim, foi constituído o primeiro dos novos núcleos urbanos, constituído com base no planejamento governamental da Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia (SUDAM), a Nova Marabá. Este núcleo tinha como finalidade ser um “núcleo de equilíbrio” de forma que abrigasse os contingentes populacionais advindos da Marabá Pioneira, bem como para servir como espaço de contenção de migrantes que se deslocavam para o Sudeste do Pará. (TRINDADE JR. *et al*, 2010).

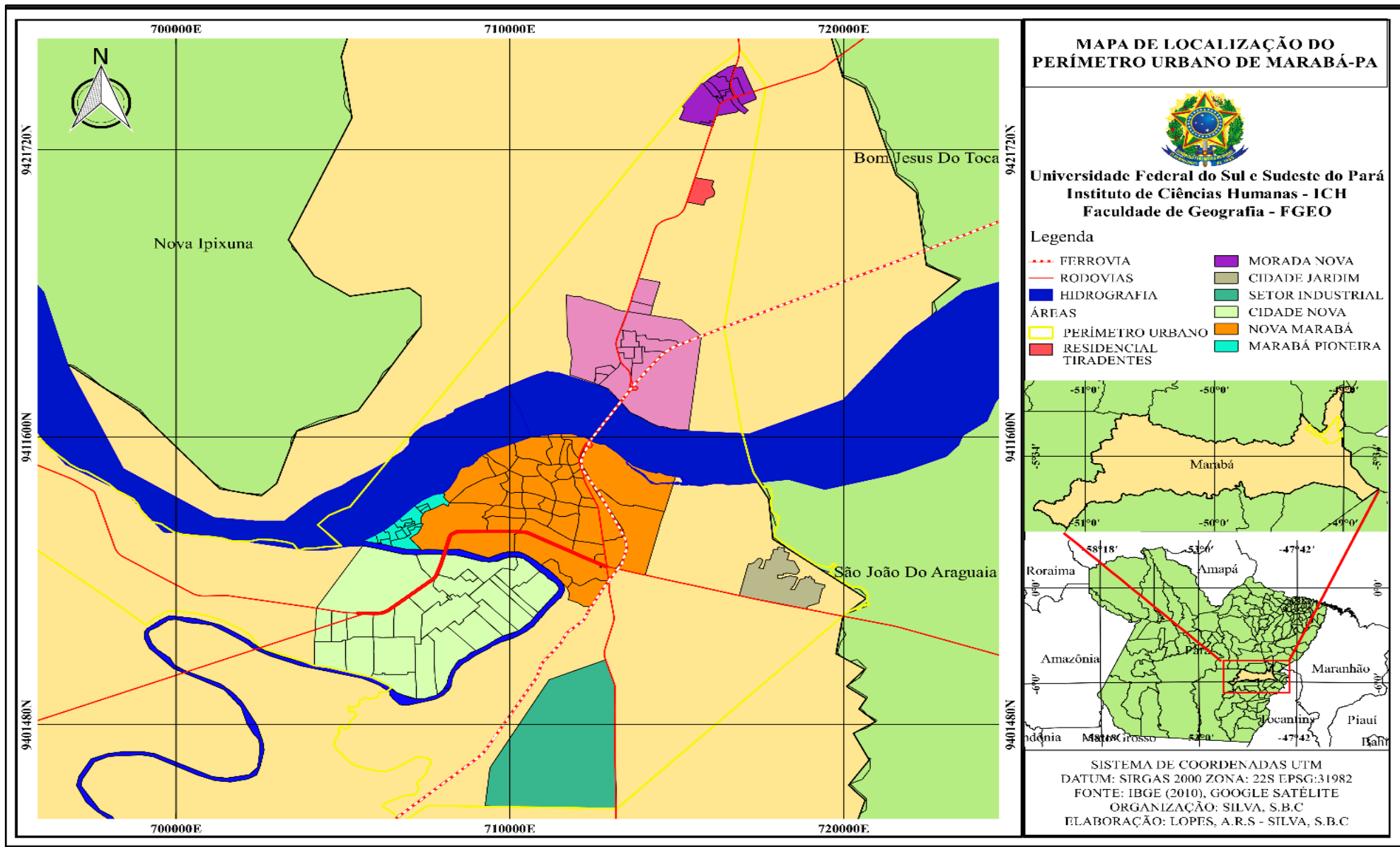
Concomitante a isso, acontecia o processo de expansão espontâneo, formando mais um núcleo urbano, Cidade Nova. Souza (2015) destaca que esse bairro surge também as margens da Transamazônica em 1971. Neste núcleo específico se apresentavam problemas infraestruturais, falta de energia elétrica, rede de água e esgoto e ausência de ruas asfaltadas. No entanto, segundo o autor supracitado, “na década de 1970 surge na Cidade Nova um loteamento em terreno doado pelo INCRA, chamado de Jardim Novo Horizonte, que em 1974 contava com 600 lotes em processo de ocupação” (p. 105).

Devemos destacar que a cada passo que se formava os núcleos urbanos de Marabá – Cidade Nova e Nova Marabá – não inviabilizou a função comercial e serviços no núcleo Marabá Pioneira, também conhecido como Velha Marabá, ou seja, ainda continuava sendo um centro comercial vigente.

Verificamos que o esperado esvaziamento da Velha Marabá não ocorreu e nem mesmo uma desvalorização dos imóveis, uma vez que as antigas famílias e grande parte da antiga elite já permaneceram. A atividade comercial também se manteve, as agências bancárias, escritórios e a Câmara Municipal, apesar da mudança da Prefeitura. Todos aqueles que dependiam de tais atividades e ainda dos recursos advindos da proximidade dos rios, como pesca e lavagem de roupa, também permaneceram, isto é, os residentes nos bairros Cabelo Seco e Santa Rosa (ALMEIDA, 2008, apud, SOUZA, 2015, p. 110).

Essa conjuntura, levou a cidade de Marabá ser estruturada com vários núcleos urbanos. Nos anos de 1980, a cidade detinha um núcleo histórico – Marabá Pioneira – área do surgimento da cidade, dois núcleos surgidos como alternativa aos períodos de cheia dos rios – Cidade Nova e São Felix – e um núcleo que foi planejado com o intuito abarcar a necessidade da população residente às cheias sazonais como também, conter os fluxos populacionais advindos para a região, a Nova Marabá. Atualmente, a cidade de Marabá se organiza em torno de cinco centros (Mapa 1), três centros principais (Velha Marabá, Nova Marabá e Cidade Nova), e dois secundários (São Felix e Morada Nova), o que reforça como nos coloca Trindade Jr *et al* (2010) a natureza de Marabá como uma cidade média multinucleada, ou seja, não se apresenta apenas um centro único principal que polariza todas as atividades, mas os núcleos apresenta-se como centros, expressando centralidade ligados principalmente a uma dinâmica comercial e de serviços expressiva.

MAPA 01 - A cidade de Marabá e os cinco centros urbanos: principais e secundários



### **2.3. Os núcleos principais: Marabá Pioneira, Nova Marabá e Cidade Nova – Uma breve caracterização**

No tocante ao padrão de organização no espaço intraurbano de Marabá aparece o papel dos núcleos urbanos como centros que expressam centralidade. No que se refere a centralidade de Marabá atualmente Silva (2017) aborda que a cidade de Marabá possui uma estrutura urbana tripartite, ou seja, dividida em três centros, resultantes de razões históricas, não necessariamente pelo processo de reestruturação. No entanto, em escritos de Trindade Jr. *et al* (2016) e Ribeiro (2010), a organização interna gira em torno de três núcleos principais e dois secundários, sendo assim, multinucleada.

Dentre os núcleos que se apresentam em Marabá, o Marabá Pioneira, Nova Marabá e Cidade Nova se destacam por apresentarem dinâmicas expressivas quanto a atividades comerciais e serviços.

#### **2.3.1. Núcleo Marabá Pioneira**

O núcleo Marabá Pioneira se apresenta como um núcleo de ocupação original do município de Marabá, sua gênese remonta ao século XIX, foi um importante ponto de circulação de produtos regionais. Nesse sentido, teve sua dinâmica econômica marcada pela extração da castanha-do-pará durante um longo período, sendo uma importante área de exploração deste produto.

O núcleo Marabá Pioneira, também denominado como Velha Marabá, se estabeleceu os primeiros estabelecimentos comerciais da cidade, e atualmente ainda mantém suas características voltada ao setor de comércio e serviços. É considerado o centro histórico da cidade por ainda apresentar formas espaciais e uma paisagem que remontam as décadas anteriores de sua formação. Sua organização espacial se caracteriza pelo comércio formal com a presença de lojas de eletrodomésticos, de calçados, roupas, muitas de capital regional e nacional, como é o caso da instalação das lojas Americanas no núcleo, apresentando comércio informal com a presença de camelôs e feira livre, a avenida Antônio Maia é um dos destaques de vias que apresentam esse variado comércio e serviços presentes no núcleo como vemos na Figura 2.

Os serviços bancários ganham destaque no núcleo, pois nele se apresentam boa parte das agências bancárias, tais como Banco do Brasil, Bradesco, Itaú e Caixa Econômica, sendo esta atividade que demanda grande fluxo de pessoas ao núcleo.



Destaca-se ainda a grande importância do núcleo para o setor turístico, tendo em vista sua localização à margem do rio Tocantins e a orla fluvial da cidade construída com a finalidade de fomentar essa atividade.

**Figura 02** – Atividades comerciais de capital regional ao longo da Av. Antônio Maia



Fonte: Trabalho de campo (2018)

**Figura 03** – Presença de estabelecimento comercial de capital nacional no núcleo Marabá Pioneira



Fonte: Trabalho de campo (2018)

### **2.3.1. Núcleo Nova Marabá**

O núcleo Nova Marabá como já explicitado anteriormente trata-se de uma área objeto de planejamento da SUDAM, que tinha por objetivo remanejar a população do núcleo Marabá Pioneira que passavam por enchentes periódicas e o aumento da população com a migração para o município.

Segundo Trindade Jr. *et al* (2010) no núcleo Nova Marabá existem alguns pontos principais que se destacam a presença do comércio e serviços, o entroncamento do Km 6, onde se encontram as rodovias Transamazônica (BR 320) e PA – 150.

Nesse eixo de entroncamento se localiza algumas atividades comerciais tais como, lojas de insumos agrícolas, lojas de venda de peças de veículos pesados (caminhões e tratores), auto peças, oficinas mecânicas, as principais concessionárias de veículos, um supermercado de médio porte (Colinas Distribuidora), como também de pequeno porte, junto a isso, destacam-se os serviços, tais como postos de gasolina, o terminal rodoviário (conhecido como rodoviária do Km 6) onde o maior movimento é de micro-ônibus e vans, Hospital regional público do Sudeste do Pará, que se destaca pelos serviços médicos de média e alta complexidade (cardiologia, neurocirurgia, ortopedia, fonoaudiologia, fisioterapia, etc.), com influência não apenas no município de Marabá, atende os municípios da região, tais como: Abel Figueiredo, Bom Jesus do Tocantins, Brejo Grande do Araguaia, Breu Branco, Canaã dos Carajás, Curionópolis, Dom Eliseu, Eldorado dos Carajás, Goianésia do Pará, Parauapebas, Piçarra, Rondon do Pará, São Domingos do Araguaia, São Joao do Araguaia, São Geraldo do Araguaia e Tucuruí. Destaca-se ainda o centro de convenções que recém-inaugurado, tem “como objetivo fortalecer as políticas de governança integrada direcionada aos 27 municípios que compõem as duas regiões, além de programações paralelas e integradas” (PARÁ, 2018).

Destaca-se um ponto com a presença intensa de comércio e serviços a avenida VP-07 e VP-08, as folhas 27. 31, 32, nessa área em específico se estabeleceu ao longo dos últimos anos uma demanda expressiva de lojas com prestação de serviços automobilísticos voltadas para venda de peças de veículos, se tornando um segmento expressivo no núcleo Nova Marabá (Figura 04). Além da folha 28 com a presença da feira livre do núcleo e camelôs.

Com relação aos serviços presentes no núcleo se destaca as instituições públicas (Prefeitura Municipal, Tribunal Regional do Estado do Pará, Universidade do

Sul e Sudeste do Pará , Correios, e consultórios médicos particulares), diversas agências bancárias (Banco do Brasil, Bradesco, Itaú, Banco do Estado do Pará – Banpará, Santander, HSBC e Sicredi) e por fim, a presença do Terminal Rodoviário, cuja as empresas realizam viagens intermunicipais e interestaduais.

**Figura 04** - Atividades comerciais expressivo voltadas para venda de peças automobilísticas na Av. VP-7 no núcleo Nova Marabá



Fonte: Trabalho de campo (2018).

### 2.3.2. Núcleo Cidade Nova

O núcleo Cidade Nova, segundo Trindade Jr. (et al, 2010, p. 149) “se apresenta como uma forma urbana com diferentes centralidades”. Pois nele se apresenta maior concentração de comércio e serviços localizado ao entorno da Praça São Francisco (figura 05), que apresentam atividades comerciais diversificadas (figura 06), e nas ruas paralelas ao longo da rodovia transamazônica. Localiza-se nesse núcleo serviços públicos, tais como o Incra, a Previdência Social, Hemocentro do Pará (HEMOPA), a Universidade do Estado do Pará, Câmara Municipal, Tribunal de Justiça (fórum), as secretarias municipais: de educação, de agricultura, meio ambiente e saúde. Nas áreas mais dispersas, pode-se encontrar as avenidas Antônio Vilhena, Tiradentes, Boa Esperança, Manaus e Tocantins que ao longo das suas ruas desempenham atividades comerciais e de serviços de pequeno porte, no entanto, desempenham uma dinâmica local considerável.

**Figura 05** – Avenida São Francisco apresenta atividades diversificadas desde óticas a serviços agropecuários



Fonte: Trabalho de campo (2018)

**Figura 06** - As atividades comerciais no núcleo cidade nova variam desde lojas de eletrodomésticos, farmácias, armarinhos.



Fonte: Trabalho de campo (2018)

Pode-se observar que nesses três núcleos urbanos do município de Marabá concentram atividades significativas voltadas para o comércio e serviços que dinamizam nessas áreas considerados fluxos, desempenhando, assim, centralidades.

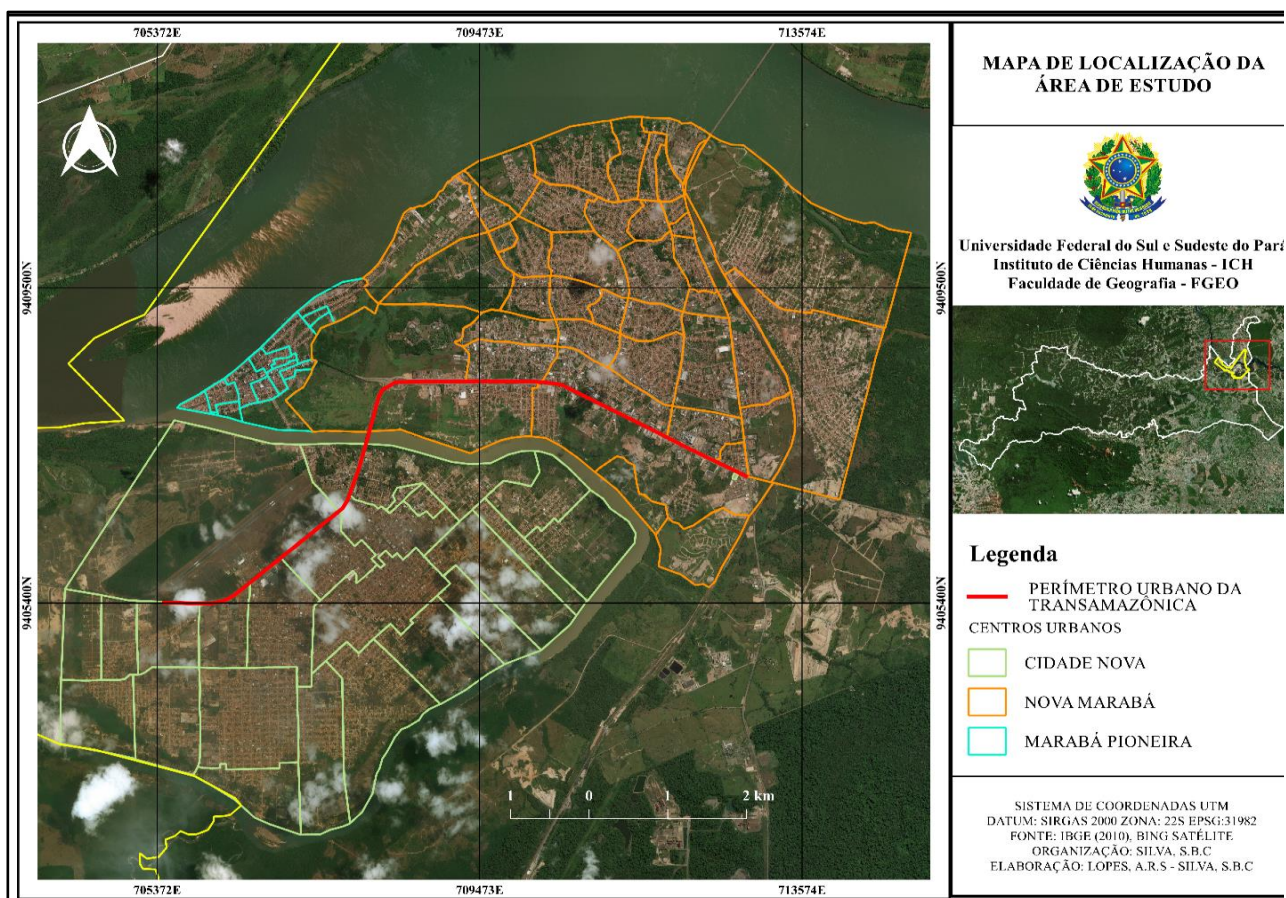
Segundo as afirmativas de Trindade Jr. *et al* (2016), os respectivos núcleos urbanos em destaque nesse tópico, e o crescimento desses núcleos se associava a três fatores principais, a disponibilidade de imóveis e de preços, quando comparados aos da Marabá Pioneira; a expansão residencial que se dava por meio do crescimento de bairros



populares e de loteamentos que se estabeleciam dos respectivos núcleos e terceiro ponto, seria que as lojas localizadas em Marabá, são as que mais movimentavam lucros para os grupos que ali investiam na cidade.

Nesse sentido, a discussão feita até aqui era conseguir entender a formação da centralidade na cidade de Marabá a partir de um centro único, para a formação novas centralidades ligadas a formação de outros centros. No caso de Marabá, os núcleos urbanos, que se caracteriza como multinucleada. É possível observar que houve alteração nos papéis de comando que as atividades comerciais e serviços exerciam nos três principais núcleos urbanos da cidade com a realocação das atividades comerciais e serviços para outras áreas da cidade, redefinindo a centralidade de Marabá, com a formação de novas áreas de centralidade, das quais abordaremos a seguir.

**MAPA 02 - Localização dos centros principais: Nova Marabá, Cidade Nova e Marabá Pioneira (2018)**



### **CAPÍTULO 3 – NOVAS ÁREAS DE CENTRALIDADE: O CASO DO COMÉRCIO E SERVIÇOS AO LONGO DA RODOVIA TRANSAMAZÔNICA EM MARABÁ – PA**

Nos capítulos anteriores destacamos como a centralidade urbana se redefiniu, deixando de ser um atributo exclusivo do centro, se multiplicando para fora deles, redefinindo a relação centro periferia, como bem nos colocou Spósito (2001) e Pereira (2014). Nesse sentido, a redefinição da centralidade passou a ser compreendida como um processo quando se expandiu para fora dos centros principais, nessa redefinição surge as novas áreas de centralidade que vão se constituindo e redefinindo o que é e o que não é central.

Atualmente, na cidade de Marabá, há um significativo processo de expansão das atividades econômicas em novas áreas da cidade, não necessariamente contíguo aos centros principais, mas representando um desdobramento deste. Também não se trata de uma descentralização de atividades resultantes da saturação dos centros, mas de uma área com conteúdo específicos aos dos centros principais.

Neste último capítulo, apresentaremos os resultados dessa pesquisa que analisou as novas áreas de centralidade no perímetro urbano da transamazônica a partir da concentração de atividades comerciais e de serviços, que atuam na redefinição da centralidade intraurbana de Marabá.

Como forma de entender essas transformações, que atuam redefinindo funções, e criando novas centralidades com conteúdo próprios, buscou-se realizar uma análise em nossa área de estudo, o perímetro urbano da Rodovia Transamazônica.

Ao longo do perímetro urbano de Marabá, o eixo da Rodovia Transamazônica, após a década de 1970, a infraestrutura urbana nesse eixo ainda se mostrava precária, era definido como um espaço marcado por fluxos e pela passagem de migrantes e dos que chegavam para se fixar. O perímetro era marcado pela presença de oficinas de beira de estradas e postos de gasolina que atendiam principalmente caminhoneiros que tramitavam pelo perímetro, estabelecendo essa dinâmica e estrutura até meados de 2010.

No segundo semestre do ano de 2011, o perímetro urbano da transamazônica passa pelo processo de modernização quando acontece a duplicação das vias, com o intuito de fortalecer o intercâmbio comercial, econômico e social entre os estados articulando o desenvolvimento regional de Marabá.

### **3.1. As novas áreas de centralidade em Marabá: O eixo da rodovia Transamazônica**

O eixo da rodovia transamazônica é a nova área de centralidade que se apresenta atualmente na cidade de Marabá, fora dos centros principais é bom repetir os núcleos. Nesse eixo, atualmente, estão instalados os principais equipamentos do setor supermercadistas, o shopping center da cidade, lojas de departamento, bem como serviços diversificados.

Esse eixo que hoje apresenta a concentração desses equipamentos do ramo comercial, até 2010 se caracterizava com uma área de espaços vazios e um eixo de passagem. No ano 2011 se relata uma nova paisagem urbana no perímetro quando passa por um processo de duplicação das vias, passando por um reordenamento de acesso. Nesse sentido, o eixo se torna uma área com “atribuição de novos usos urbanos, mais modernos e valorizados” (SPOSITO, 2010, p. 106).

Nessa perspectiva, o que irá caracterizar a modernização do eixo com a atribuição de novos usos urbanos é a presença desses equipamentos comerciais modernos que começaram a se fixar no período entre 2012 e 2017. Esse processo alterou a estruturação do espaço urbano de Marabá, tendo em vista que esses agentes passaram a atuar de maneira significativa no eixo, sendo assim, elemento de indução de vetores de expansão urbana, novos fluxos e fortalecendo os padrões policêntricos.

No que trata dos estabelecimentos comerciais no perímetro da Transamazônica, destacamos seis (6) estabelecimentos para análise em nossa área de estudo, listados no quadro 01.

**QUADRO 01** – Estabelecimentos comerciais analisados na área de estudo: eixo da rodovia Transamazônica que perpassa o espaço urbano de Marabá – PA. (2018).

<b>Estabelecimentos</b>	<b>Ano de instalação</b>	<b>Segmento Principal</b>	<b>Origem do capital</b>	<b>Núcleo que está localizado</b>
<b>Supermercado Mateus</b>	2012	Varejo	Regional	Nova Marabá
<b>Supermercado Mix Mateus</b>	2013	Atacado e Varejo	Regional	Cidade Nova
<b>Shopping Pátio Marabá</b>	2013	Lojas âncoras; serviços variados	Nacional	Nova Marabá
<b>Havan</b>	2014	Loja de Departamento	Nacional	Cidade Nova
<b>Hipermercado Líder</b>	2017	Varejo	Regional	Nova Marabá
<b>Supermercado atacadão</b>	2017	Atacado e Varejo	Internacional	Nova Marabá

Conforme destacamos na tabela 1, foi feito o levantamento de seis (6) estabelecimentos comerciais, sendo destes, quatro (4) do ramo supermercadista, uma (1) loja de departamento e um (1) Shopping Center.

Levando em consideração que o perímetro urbano da Transamazônica se destaca não só apenas com atividades econômicas voltadas para o setor de comércio, mas serviços diversos. Tomamos como critério metodológico fazer o recorte da área de estudo ressaltando os estabelecimentos comerciais de grande porte tendo em vista um melhor detalhamento dos dados, e levando em consideração o seu ramo de atuação e origem do capital.

No âmbito das atividades comerciais em destaque na tabela 1, nos dá um forte indicativo a redefinição da centralidade visto que “a centralidade se expressa a partir da concentração [...]” (SPOSITO, 2010, p. 204), nesse sentido, a ideia de concentração nos remete um elemento fundamental, pois “[...] a concentração é, portanto, um princípio de centralidade” (PEREIRA, 2014, p. 151).

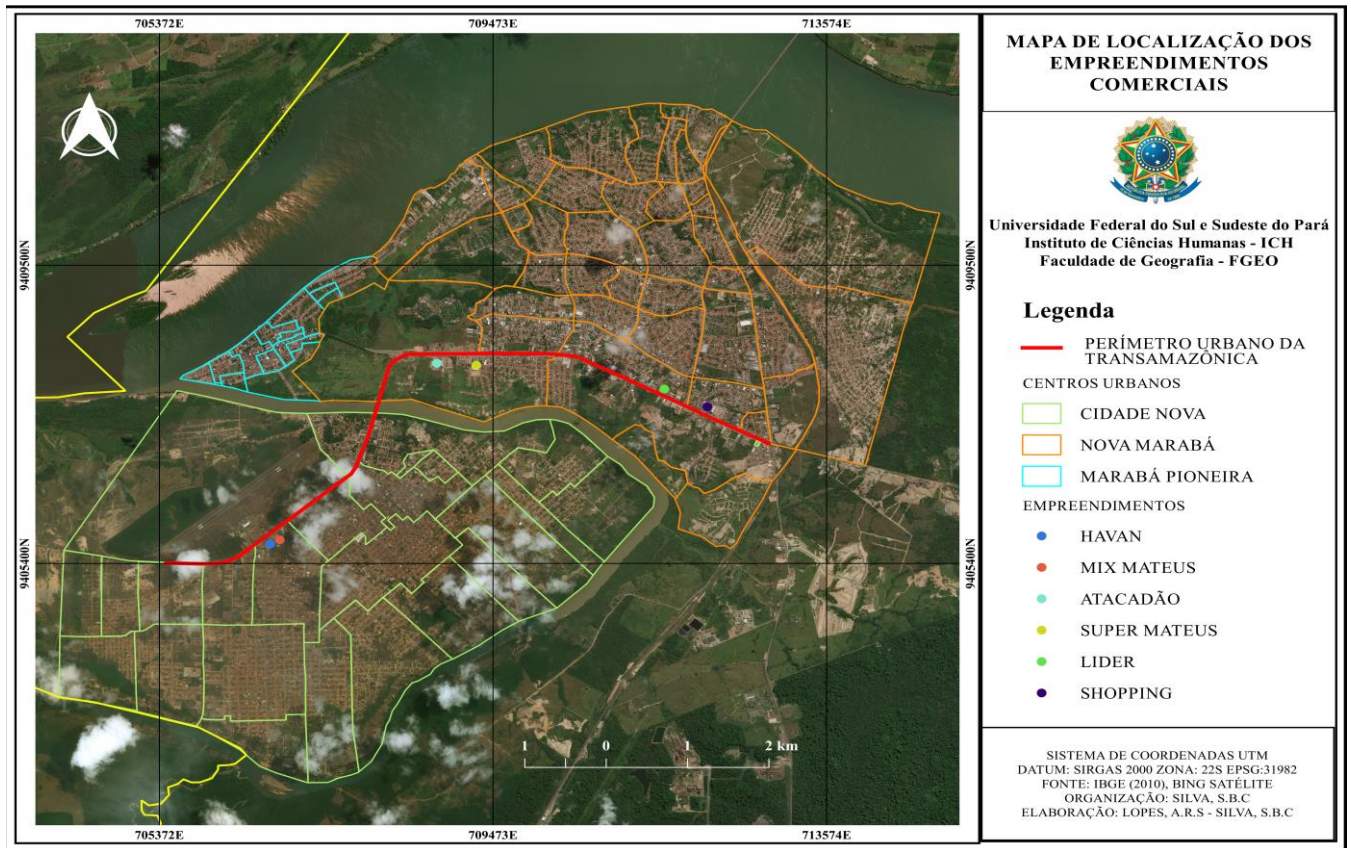
Nesse sentido, temos o perímetro urbano da Transamazônica como um eixo



comercial em expansão, nele se concentram as principais redes supermercadistas ligados a grupos varejistas de capital regional, nacional e internacional da cidade, não tendo nenhum outro supermercado de grande porte no interior dos centros, fazendo que o eixo ganhe uma importância no que se tange ao fluxo de pessoas, automóveis e mercadorias.

Essas novas áreas de centralidade a exemplos dos shopping center e/ou hipermercados se “[...] concentram em eixos viários, que dão acesso e/ou cortam os centros” (WHITACKER, 2017, p. 186), caso que ocorre no eixo da transamazônica quando perpassa os núcleos Nova Marabá e Cidade Nova, denotando uma expansão orientada no eixo do que propriamente por área. No mapa 3 é possível observar a concentração dos estabelecimentos comerciais supermercadistas de grande porte na área no eixo em destaque.

**MAPA 03** – Concentração dos empreendimentos comerciais pesquisados no eixo da rodovia Transamazônica. (2018)



Torna-se importante e necessário fazer uma caracterização dos estabelecimentos comerciais localizados no eixo da rodovia transamazônica, tendo em vista que quando levantamos o debate acerca da redefinição da centralidade de Marabá, caracterizada como uma cidade Média.

Encontramos em pesquisas de Spósito (2009) e Pereira (2013) que as cidades médias brasileiras passaram a concentrar um elevado número de unidades de grandes redes comerciais e de serviços de capital nacional e internacional, sobretudo, devido a ampliação do consumo, o que nos leva a entender que esse fato vem provocado a redefinição da centralidade dessas cidades, tanto em nível da rede urbana, sendo essas cidades fundamentais para o consumo, como em nível do espaço urbano, quando esses empreendimentos tem o poder de modificar a estrutura urbana e a morfologia da cidade, redefinindo a centralidade intraurbana.

## **3.2. Caracterização dos estabelecimentos comerciais no perímetro urbano da transamazônica**

### **3.2.1. Supermercado Mateus e Mix Mateus**

O grupo Mateus foi o primeiro grupo do ramo supermercadista a fixar-se no eixo do perímetro urbano da transamazônica, localizados especificamente no núcleo Nova Marabá, supermercado Mateus (figura 07) e Cidade Nova (Mix Mateus). O supermercado Mateus iniciou suas atividades em novembro de 2012 atuando no varejo. O Mix Mateus, iniciou as atividades no ano de 2013 atuando no atacado. Ambos de capital nacional, advindo do estado do Maranhão, se estabelece em quatro estados: Maranhão, Tocantins, Piauí e no Pará, com mais de cinquenta e uma lojas. Na cidade de Marabá o supermercado Mateus tem características que o qualificam como hipermercado, pois atua também na venda de eletrodomésticos que é um dos ramos do grupo, Eletro Mateus. Essa característica é interessante, pois para além da aquisição cotidiana de mercadorias, o grupo centra suas estratégias econômicas na demanda do consumo (SPÓSITO e EDA, 2015) que é umas características dos grandes grupos econômicos.

Segundo dados do IBEVAR<sup>9</sup> o supermercado Mateus é um dos grupos econômicos que mais faturam no segmento do varejo e atacado, nos anos de 2013 a 2018, nos dados expostos na tabela 01, quando comparados a empreendimentos nacionais e até mesmo internacionais.

**Tabela 01** - Faturamento anual do Mateus Supermercados S.A nos anos de 2013 a 2018 no segmento de varejo e atacado. (2018)

Anos	Valores em R\$
<b>2013</b>	2.717.690.000
<b>2014</b>	2.826.518.000
<b>2015</b>	2.717.690.000
<b>2016</b>	2.717.690.000
<b>2017</b>	2.717.690.000
<b>2018</b>	5.405.867.000,00

Fonte: extraído e adaptado dos dados do IBEVAR dos anos 2013 a 2018.

<sup>9</sup> Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo & Mercado de Consumo – IBEVAR, é uma instituição sem fins lucrativos, sendo um grupo de profissionais ligados ao setor varejista com o objetivo de estabelecer grupos de discussão, relacionamento e conhecimento a respeito deste mercado.

Apesar do grupo Mateus ser de capital advindo do estado do Maranhão, este tem emancipado seu crescimento na região. Essas práticas de expansão para outros estados se identificam com as lógicas de grandes agentes econômicos globais. Essa análise é pertinente pois, dentre o crescimento do comércio no Brasil, o ramo do atacado e varejo é o que tem mais crescido no Brasil, como é o caso do Grupo Mateus que desde o ano de 2013, tem aumentado seu faturamento anualmente a partir de sua expansão de atividades em cidades médias, como é o caso da cidade de Marabá, que além dos dois estabelecimentos, o grupo se estabelece também fora do eixo do perímetro urbano da Transamazônica, nos centros principais e secundários, com a loja de eletrodomésticos, o EletroMateus. Nesse sentido, evidencia-se a importância desse segmento entre as grandes do setor do comércio de atacado e varejo em Marabá, prova de quanto este ramo está concentrado economicamente.

**FIGURA 07** – Supermercado do grupo Mateus: de capital regional localizado ao longo do eixo da rodovia Transamazônica que perpassa o núcleo Nova Marabá. (2018)



Fonte: Trabalho de campo (2018)

**FIGURA 08** - Supermercado Mix Mateus localizado no perímetro urbano da Transamazônica no núcleo Nova Marabá. (2018)



Fonte: Trabalho de campo (2018)

### **3.2.2. Supermercado Atacadão**

O atacadão é um supermercado de autosserviço, está entre os segmentos que trabalha o grupo Carrefour, uma empresa multinacional de capital internacional francês, contendo 634 lojas em todo o país, 4 atuam no Pará, nos municípios de Belém, Santarém, Ananindeua e Marabá. No que tange sua fixação na cidade de Marabá, o empreendimento está localizado num ponto estratégico da cidade no perímetro urbano da Transamazônica, no eixo que perpassa o núcleo Nova Marabá (figura 10), com localização privilegiada se estabelece em um ponto de convergência de acesso entre os três núcleos principais de Marabá, Nova Marabá, Cidade Nova e Marabá Pioneira.

Na conjuntura dos empreendimentos inaugurados nos últimos anos na cidade de Marabá, o Atacadão com a modalidade de Atacarejo – Atacado e Varejo - está entre os empreendimentos fixados no perímetro urbano da transamazônica que desencadeia um grande fluxo de pessoas de outras cidades do entorno de Marabá, nesse sentido,



clientes que compram em larga escala. O que confirma a importância do grupo no segmento do atacado em escala nacional, como mostra na tabela 02.

**Tabela 02** – Faturamento anual do supermercado Atacadão referente aos anos 2013 a 2018

Anos	Valores em R\$
<b>2013</b>	34.701.594.004
<b>2014</b>	37.927.868.864
<b>2015</b>	40.242.000.000
<b>2016</b>	49.103.325.988
<b>2017</b>	49.103.325.988
<b>2018</b>	52.376.000.000

Fonte: extraído e adaptado do ranking do IBEVAR (2018)

**Figura 09** - Supermercado Atacadão localizado no eixo do perímetro urbano da Transamazônica no núcleo Nova Marabá. (2018).



Fonte: Trabalho de campo (2018)

### 3.1.1. Hipermercado Líder

O Hipermercado Líder iniciou suas atividades no ano de 2017, localizado no eixo da Transamazônica, no eixo que perpassa o núcleo Nova Marabá (figura 09). Apesar da origem do capital ser regional, o grupo Líder se destaca entre as 120 principais empresas que mais faturam no setor do Super/Hiper e Atacado brasileiras e internacionais, segundo a IBEVAR (quadro 02).

O grupo Líder comanda um complexo empresarial que opera em diversos segmentos, tais como indústria de café, shopping center, farmácia, cartão de crédito, lojas de departamento e supermercados. Na cidade de Marabá, o hipermercado se apresenta com diversos segmentos, Magazan como loja de departamento, farmácia, ótica e materiais de construção, e ainda assim com um padrão moderno: lojas climatizadas, corredores amplos e com ampla oferta de produtos e variedade de marcas.

**Figura 10** – Hipermercado Líder localizado no eixo da Transamazônica, no eixo que perpassa o núcleo Nova Marabá. (2018).



Fonte: Trabalho de campo (2018).

**Quadro 02:** Grupo Líder entre as empresas que mais faturam no setor de Super/Hiper e Atacado no Brasil em 2015.

<b>Grupo</b>		<b>Faturamento</b>	<b>Nº de Lojas</b>
1	Grupo Carrefour	42.701.594.004	288
2	GPA Alimentar (Multivarejo + Assaí)	40.242.000.000	1.167
3	Grupo Walmart Brasil	29.323.141.083	485
4	Cencosud Brasil Comercial Ltda	9.267.780.338	222
5	Makro	7.747.897.308	77
6	Dia Brasil Sociedade Ltda	6.147.543.480	929
7	Companhia Zaffari Comércio E Indústria	4.508.000.000	31
8	Irmãos Muffato & Cia Ltda	4.095.683.945	44
9	Supermercados Bh. Com. de Alim. Ltda	3.972.886.248	149
10	SDB Comércio de Alimentos Ltda	3.883.659.200	52
11	Condor Super Center Ltda	3.815.586.102	41
12	Supermercados Mundial Ltda*	3.096.553.665	19
13	Sonda Supermercado. Export.E Import. S.A.	3.027.737.000	39
14	Mateus Supermercados S.A.	2.717.690.000	53
15	DMA Distribuidora S.A.	2.636.919.105	108
16	Roldão**	2.400.000.000	27
17	A. Angeloni Cia Ltda	2.389.884.820	27
18	Savegnago Supermercados Ltda	2.115.468.064	37
19	<b>Líder Supermercado &amp; Magazine – Belém</b>	<b>1.987.633.833</b>	<b>21</b>
20	COOP - Cooperativa de Consumo	1.986.037.754	42

Fonte: extraído e adaptado dos dados do IBEVAR (2015).

No quadro 02, o grupo Líder se apresenta na 19ª posição dos 120 grupos no setor de Super/Hiper e Atacado que mais faturam no país, mas destacamos até a 20ª colocação, para atenuar o grau de importância que esse grupo vem ganhando e assim, mostrando competitividade entre as empresas multinacionais como o Grupo Carrefour e Walmart.



### 3.2.3. Shopping Pátio Marabá

O Shopping Pátio Marabá se apresenta no eixo do perpassa o núcleo nova marabá (figura 11), um estabelecimento que concentra outros estabelecimentos de capital nacional e internacional, por ser o único *shopping center* da cidade recebe grandes fluxos de pessoas, automóveis e mercadorias. Dentre os estabelecimentos pesquisados, o shopping center Pátio Marabá recebeu uma análise mais minuciosa, pois este é um empreendimento que por si só expressa centralidade (PEREIRA, 2014; SPÓSITO, 2001)

Inaugurado no ano de 2013, este empreendimento representou uma das grandes aquisições na cidade de Marabá, já que a expectativa na cidade de Marabá por um shopping center era grande, pois a cidade já demonstrava desenvolvimento econômico. De fato, os shopping centers possuem um papel fundamental para a cidade na medida em que formatam um padrão de valorização das terras urbanas e condicionam os eixos de expansão (SILVA, 2017). Fato que se concretiza quando após um ano após o funcionamento do shopping, o perímetro da transamazônica centraliza uma gama de lojas, e deslocamento cotidiano de pessoas e automóveis.

**Figura 11** - Shopping Pátio Marabá localizado ao longo da rodovia Transamazônica, eixo que perpassa o núcleo Nova Marabá (2018).



Fonte: Trabalho de campo (2018).

**Quadro 03 - Franquias e redes que compõem o Shopping Pátio Marabá**

<b>Lojas e serviços</b>		<b>Local</b>	<b>Regional</b>	<b>Nacional</b>	<b>Internacional</b>
<b>1</b>	Damyller			X	
<b>2</b>	Bob's			X	
<b>3</b>	Subway				X
<b>4</b>	Spoletto				X
<b>5</b>	Le postiche			X	
<b>6</b>	Arezzo			X	
<b>7</b>	Havaianas			X	
<b>8</b>	Carme Steffens			X	
<b>9</b>	Melissa			X	
<b>10</b>	Cacau show			X	
<b>11</b>	Calvin Klein				X
<b>12</b>	Colcci			X	
<b>13</b>	Riachuello			X	
<b>14</b>	Renner			X	
<b>15</b>	C&A				X
<b>16</b>	Taco System			X	
<b>17</b>	Ellus			X	
<b>18</b>	Hering Kids			X	
<b>19</b>	O boticário			X	
<b>20</b>	Água de Cheiro			X	
<b>21</b>	Lojas Americanas			X	
<b>22</b>	Ana Capri			X	
<b>23</b>	SOL informática			X	
<b>24</b>	Quem disse, Berenice?			X	
<b>25</b>	Patroni Pizza			X	
<b>26</b>	Layd&Lord			X	
<b>27</b>	CVC			X	
<b>28</b>	Burguer King				X
<b>29</b>	Loja Avenida			X	

<b>Quadro 03:</b> Franquias e redes que compõem o Shopping Pátio Marabá (Continuação)					
30	Magazan		X		
31	Chilli Beans		X		
32	Chiquinho Sorvetes			X	
33	Empório do Aço			X	
34	Nuty Bavarian				X
35	VR COLLEZIONE			X	
36	Parks e Games			X	
37	Polishop				X
38	M. OFICCER			X	
39	Pop Pastel	X			
40	Imaginarium			X	
41	Armazém Paraíba		X		
42	Haru oriental				x
43	Studio Z			X	
44	Centauro			X	
45	Chopp Brahma			X	
46	Piticas			X	
47	Mahogany			X	
48	Malwee Kids			X	
49	Brasil Cacau			X	
50	Milk Shake Mix			X	
51	Moviecom Cinemas			X	

Fonte: Trabalho de campo (2018)

A maioria dos shopping Centers atuantes nas cidades médias representam espaços que concentram estratégias empresariais, constituindo porta de entrada de muitas marcas nacionais e internacionais. Dessa forma garantem a difusão de empresas que operam em escala nacional e internacional. No quadro 03 são apresentadas as franquias e redes ligadas a empresas/marcas que operam em escala nacional e internacional presentes no Shopping Pátio Marabá.

### 3.2.5. Havan

A loja de departamento Havan, localizado no eixo que perpassa o núcleo Cidade Nova (Figura 12), teve suas atividades iniciadas na cidade de Marabá no ano de 2014. Este grupo de capital nacional, se destaca entre os principais grupos de lojas de departamento brasileiras, atuando em seis (6) estados.

Destaca-se como uma das empresas com maior faturamento anual segundo IBEVAR (figura 13).

	Grupo	Faturamento em 2014	Nº de Lojas	Nº de Funcionários
27	Havan**	3.384.000.000	86	15.000
28	Fast Shop**	3.180.000.000	88	4.400
29	Móveis Gazin	3.171.052.346	209	7.229
30	Supermercados Mundial**	3.028.410.000	19	8.000
31	Sonda Supermercado	2.904.647.318	36	8.227
32	SDB Comércio de Alimentos	2.903.613.000	51	7.352
33	Mateus Supermercados	2.826.518.000	53	9.304
34	Grupo SBF**	2.600.000.000	257	8.738
35	Cacau Show**	2.400.000.000	2.000	6.000
36	A. Angeloni	2.370.120.774	27	8.502
37	DMA Distribuidora	2.317.213.551	97	9.870
38	Tenda**	2.304.000.000	24	4.400
39	Habib's**	2.125.000.000	430	22.000
40	Dimed (Panvel)	2.022.457.000	321	4.800
41	COOP - Cooperativa de Consumo	2.017.270.816	28	5.373
42	CIA Hering	2.011.023.000	827	7.768
43	Telhanorte**	1.962.000.000	38	3.500
44	Y.Yamada	1.957.902.912	36	7.900
45	Livraria Saraiva	1.938.421.000	116	5.839
46	Savegnago Supermercados	1.911.666.714	36	5.757
47	Grupo Herval**	1.900.000.000	176	1.600
48	Roldão**	1.900.000.000	20	3.500

Fonte: Ibevar (2015)

**FIGURA 12** – Loja de departamento Havan, localizada no eixo da rodovia Transamazônica perpassa o núcleo Cidade Nova (2018)



Fonte: Trabalho de campo (2018)

Na cidade de Marabá, o empreendimento se destaca após a inauguração do Shopping Pátio Marabá, a loja desencadeou outro ponto para convergir os fluxos de pessoas. Em termos de estrutura, o estabelecimento se destaca por sua grande área e modernidade, apresentando diversidade na apresentação de produtos de marcas nacionais.

### **3.3. Desdobramento da centralidade: A redefinição da centralidade urbana de Marabá**

A breve caracterização dos estabelecimentos comerciais acima mostra como esses empreendimentos comerciais principalmente as do setor varejista e atacadista em suas várias escalas de atuação, regional, nacional e internacional atenuam a redefinição da centralidade da cidade de Marabá.

De modo geral, essas novas formas comerciais se ampliaram no Brasil a partir dos anos 1980, com o surgimento e ampliação de Shopping Center, hipermercados, galerias. Nessa concentração econômica em alguns ramos comerciais acentuou-se nos anos 1990 a presença de agentes econômicos de capitais internacionais ligados ao autosserviço (SPOSITO, 2001; PEREIRA, 2014). Sobre esse processo Spósito (2010) destaca que:

[...] as redes de distribuição comercial e de serviços, ao instalarem esses grandes equipamentos [os *shopping centers*, os super. e hipermercados], não somente respondem aos interesses das novas zonas residenciais e aos hábitos de uso cada vez mais frequentes do automóvel, mas, sobretudo, propõem e criam uma nova centralidade. Para fazê-lo, incluem no projeto imobiliário e na estratégia locacional elementos capazes de materializar objetivamente essa centralidade (acesso ao sistema de circulação, vastas áreas de estacionamento, oferta concentrada de produtos e serviços etc.) e de maneira subjetiva (nova imagem urbana, marca do modernismo etc.) (SPOSITO, 2010, p.207).

Nesse sentido, os agentes econômicos ligados ao ramo supermercadista, shopping center e loja de departamento articulam estratégias econômicas e de localização, o que nos leva a pensar o papel da transamazônica como um desdobramento dessa centralidade, que redefine a centralidade já existente nos centros principais de Marabá. Um primeiro elemento que se destaca é aquilo que coloca Spósito (2010) ao abordar sobre a valorização fundiária e imobiliária de áreas que já estão inseridas ao tecido urbano. Nisso podemos entender a rodovia transamazônica como um espaço com grandes extensões de terra urbana, que responde as novas demandas desses agentes econômicos que necessitam de grande consumo de área, acessibilidade de estradas, notadamente áreas que não estão disponíveis no interior dos núcleos. Essa disponibilidade de características que detém o perímetro urbano permite a alocação/relocação dos usos do solo nessas áreas.

Em entrevista com o secretário Municipal do Economia e Comércio de Marabá faz menção a importância da transamazônica no que tange aos novos usos nela existente pelos empreendimentos comerciais e de serviços.

Ali estão sendo instaladas empresas substituindo as que antigamente, digamos assim... eram precárias, por empresas mais estruturadas, e o que é importante é que são empresas ligadas a serviços pesados, tipo tratores, máquinas agrícolas, grandes distribuidoras, hipermercados, shopping Center, que precisam de acessibilidade com as estradas e segundo, por que ali você tem disponibilidade de áreas para adquirir entendeu? Então esses novos empreendimentos recém-chegados migram pra lá, porque é muito difícil

achar área para meter um Atacadão na nova Marabá vai custar uma fortuna que precisam de uma área grande, pois ali não é uma área de comércio de rua, e não é uma área de circulação de pessoas que andam a pé, como na Marabá Pioneira.<sup>10</sup>

Essa conjugação de disponibilidade de terras, com o baixo valor da terra “[...] viabiliza a instalação de Shopping centers, de hipermercados [...] próximos de infraestruturas de circulação que favorecem o acesso” (SPÓSITO, 2010, p.207), no caso, o perímetro urbano da transamazônica.

Apesar de nos determos aos grandes empreendimentos comerciais, o perímetro ganha importância no que tange a centralidade econômica também pela concentração de outros estabelecimentos comerciais e de serviços, o papel regional de Marabá. Ainda em entrevista com o Secretário de Economia e Comércio, ressalta-se a importância de Marabá como um polo regional, voltado principalmente para o seu papel comercial.

A outra coisa importante que apesar de sentir em Marabá que há uma queda do volume de vendas do comércio, Marabá continua sendo um pólo regional, aliás, Marabá sempre foi tido como pólo regional. Se você olha a região do Carajás, todos os municípios que compõem essa região são muito dependentes de Marabá, então você verifica no comércio, principalmente no final de semana uma grande quantidade de veículos de fora, dessas regiões que vem a Marabá para se abastecer, pequenos comércios do interior que se abastecem aqui.

Podemos atenuar a importância dos empreendimentos comerciais que se alocam ao longo do perímetro urbano da transamazônicas, tendo em vista que essa estrutura urbana se manifesta pela “[...] alocação/relocação das atividades econômicas [...] de lazer e de circulação nas cidades (SPÓSITO, 2004, p. 310). Essa redefinição da centralidade na cidade de Marabá num primeiro momento se dá pela concentração dessas atividades, no segundo momento podemos destacar outro elemento que induz condiciona a produção de novas áreas de centralidade por meio das práticas espaciais dos cidadãos.

### **3.4. Centralidade e as práticas espaciais**

Segundo Pereira (2014), as práticas espaciais são aquelas ligadas ao cotidiano e ao dia-a-dia das pessoas que reproduzem enquanto vida humana. Nesse sentido, quando abordamos a análise da centralidade urbana como um elemento do processo de

---

<sup>10</sup> Ricardo Pugliesi. Entrevista realizada em 10 de jul. de 2018.

reestruturação do espaço urbano não se pode deixar de enfatizar os papéis que são desempenhados pelos agentes sociais que produzem e consomem o espaço urbano, seja vivendo ou apenas frequentando.

Pereira (2014) aborda que não é possível estudar apenas as ações dos agentes econômicos ligados as atividades terciárias, quando se trata da redefinição da centralidade, sem compreender as práticas espaciais do cidadão, pois também nos ajuda a entender a redefinição da centralidade.

[...] as práticas espaciais [...] não é simples deslocamento a uma área de consumo que é entendida como prática espacial aqui, mas está ligada a um conjunto de determinações que influenciam os deslocamentos a maiores ou menores distâncias, os produtos que serão comprados e os lugares onde eles serão consumidos, a renda que (im)possibilita a aquisição de certos bens, o meio de transporte que condiciona as práticas espaciais (auto)segregadoras etc. (PEREIRA, 2014, p. 229)

Sabemos que os agentes econômicos também exprimem práticas espaciais, que se convertem em processos espaciais (centralização-descentralização, concentração-desconcentração, entre outros)<sup>11</sup>, e já abordamos anteriormente quais as características e as práticas desses agentes.

Para analisar as práticas espaciais dos cidadãos, alguns procedimentos metodológicos foram trabalhados, iniciamos com aplicação de enquetes e formulários nos seis (6) estabelecimentos comerciais elencados na tabela 01. Optamos pelas enquetes e formulários pois dentre os seis estabelecimentos, quatro (4) eram estabelecimentos supermercadistas, e em um campo exploratório anterior a efetiva aplicação, observamos que a dinâmica dos supermercados é bastante intensa, o que impossibilitaria fazer a aplicação de questionário, sabendo que perguntas abertas tomariam bastante tempo dos consumidores e muitos se recusariam a participar da pesquisa. No entanto, nos dois estabelecimentos comerciais, no shopping pátio Marabá e Havan, loja de departamento, a dinâmica apesar de intensa, os formulários com perguntas semiabertas nos subsidiaram uma análise mais minuciosa das práticas espaciais dos entrevistados.

O trabalho de campo se deu nos meses de julho e agosto de 2018 nos seis estabelecimentos. No total foram aplicados 585 (quinhentos e oitenta e cinco) enquetes e formulários, sendo 385 (trezentos e oitenta e cinco) enquetes nos estabelecimentos

---

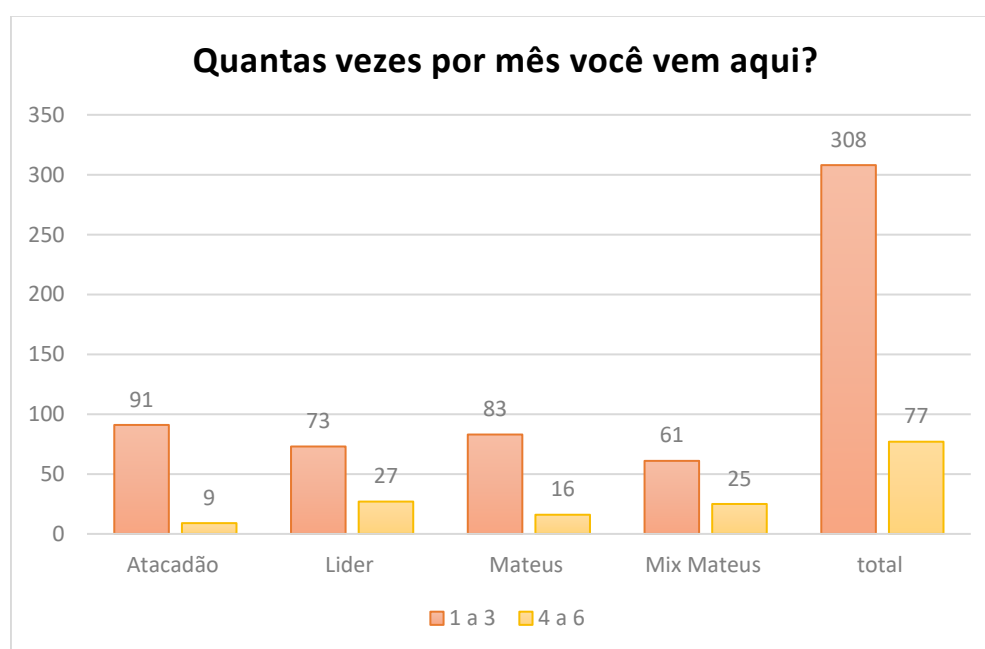
<sup>11</sup> Ler Corrêa (2007).



supermercadas e 200 (duzentos) no shopping pátio Marabá (100) e na Havan (100). A ideia era saber dos consumidores que frequentam os estabelecimentos comerciais ao longo da rodovia transamazônica informações que pudessem ser oferecidas uma análise minuciosa e em quantidade significativa dos dados. Para isso foi construído um roteiro de quatro perguntas para as enquetes e nove perguntas para os formulários. Em primeira instância as perguntas iniciais tanto das enquetes quanto dos formulários tinham um objetivo de buscar informações sobre a quantidade de vezes que os consumidores frequentavam os supermercados durante o mês, o tipo de transporte que usam para ir ao supermercado, e o núcleo que moram.

Começamos pela quantidade de vezes que os consumidores frequentam dos estabelecimentos supermercadistas. Nos quatro estabelecimentos que foram aplicadas as enquetes podemos perceber variações com relação a frequência de ida ao mês dos consumidores.

**Gráfico 01** - Frequência de idas aos supermercados pesquisados no perímetro urbano da Transamazônica. (2018)

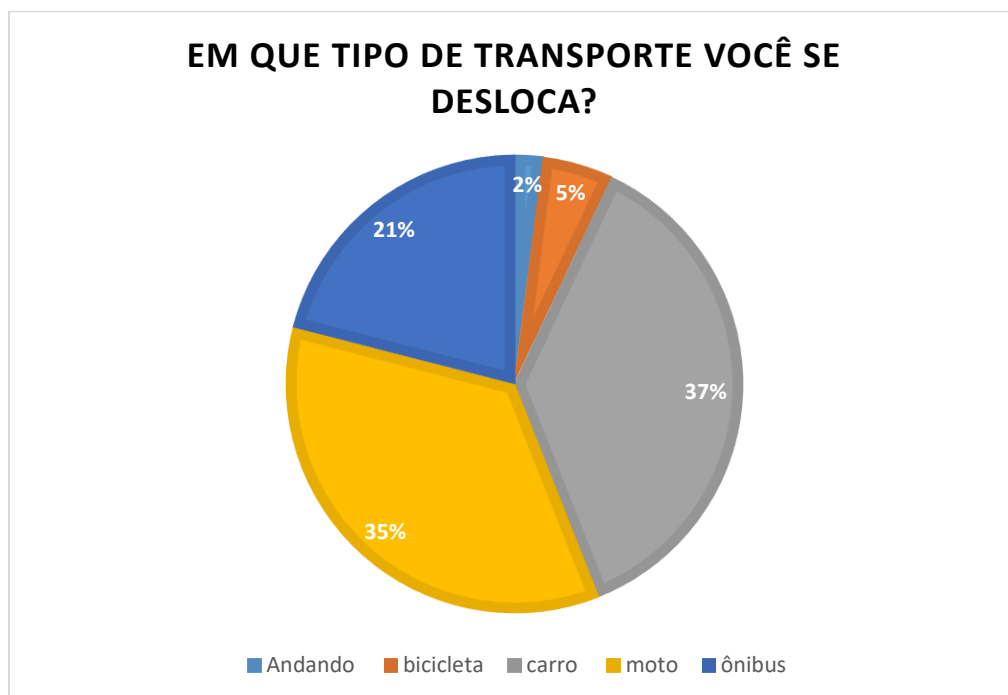


Fonte: Trabalho de campo Jul./Ago. 2018

Nessa primeira análise podemos observar quando perguntados “quantas vezes você vem aqui por mês” as respostas recaem nas escala de 1 a 3 vezes ao mês, no total 312 (trezentos e doze), e 73 (setenta e três) pessoas frequentam de 4 a 6 vezes, as outras escalas como não houve respostas foi exposto no gráfico. Podemos observar com

relação aos estabelecimentos comerciais supermercadistas que o supermercado atacadão é o que mantém a frequência regular, das 100 pessoas pesquisadas 91 frequentam de um a três vezes no mês e apenas 9 frequentam de 4 a 6 vezes, a variável que levantamos durante a aplicação das enquetes, é que o fato do supermercado atacadão estar localizado no eixo do perímetro urbano da transamazônica, que perpassa o núcleo Nova Marabá, exige que os consumidores tenha acesso por meio um meio de transporte de locomoção, no gráfico 2 podemos analisar com mais precisão.

**Gráfico 02** – Meio de deslocamento dos usuários do supermercado Atacadão. (2018)



Fonte: Trabalho de campo Jul./Ago. 2018

No supermercado atacadão o meio de deslocamento dos consumidores é variável, dentre os quais 37% das pessoas se deslocam para o supermercado de carro, e 35% de moto, o que nos leva a entender que o deslocamento para o supermercado se dá em sua maioria por transporte próprio ou por transporte coletivo, aparecendo com 21%. Assim, a localização do supermercado apesar de está num ponto de confluência entre os três núcleos principais da cidade de Marabá, é mais difícil de ser percorrido a pé, tanto que o acesso andando aparece com 2%, e de bicicleta apenas 5%.

Outro fator a se destacar é que supermercado atacadão e o formato em atacado, recebe um público que tem em sua grande maioria compram em grandes quantidades, e que necessariamente precisam de transporte como o carro para locomoção, e o

deslocamento de grandes distâncias faz com que prevaleça carro e a moto como um meio de deslocamento predominante para o estabelecimento comercial em questão.

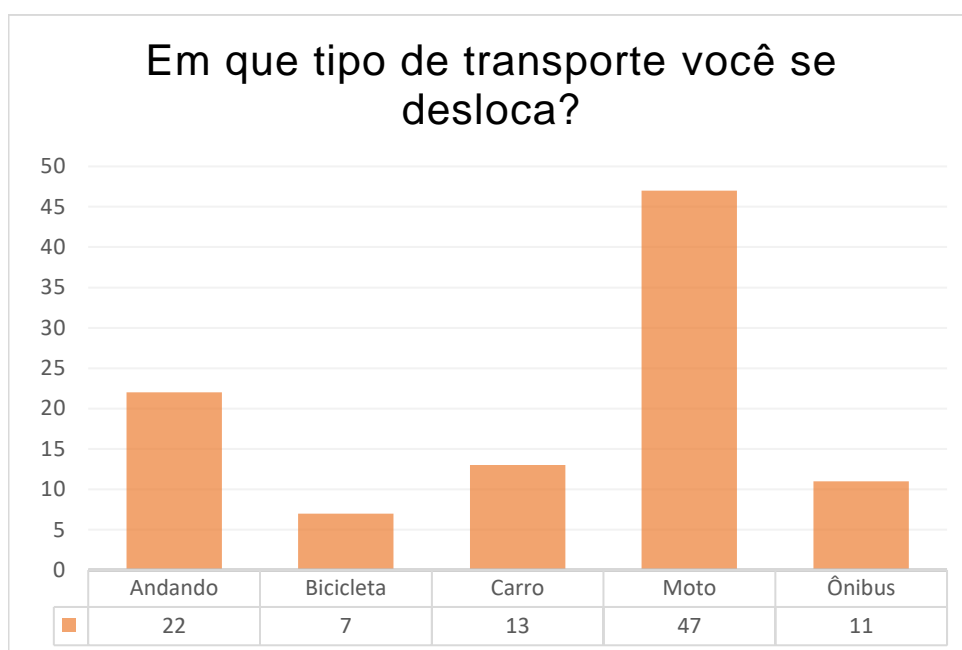
O segundo estabelecimento que destacamos é o Hipermercado Líder, que aparece também na escala de 1 a 3 em níveis de frequência das 100 pessoas pesquisadas. São 73 que frequentam de 1 a 3 vezes ao mês, no entanto, 27 pessoas frequentam 4 a 6 vezes por mês. Dentre os estabelecimentos comerciais supermercadistas, esse é o mais frequentado mensalmente para além da escala de 1 a 3, e em síntese, o fato do grupo se apresentar em formato de Hipermercado, destacando-se pela variedade de serviços que oferece aos consumidores, que não apenas fazem as compras do mês, mas tem acesso a outros serviços como a loja de departamento, farmácia, ótica e home center, tudo em um só lugar, exige um maior grau de frequência no mês.

Os estabelecimentos comerciais do grupo Mateus também se destacam pela frequência de 1 a 3 vezes ao mês. No supermercado Mateus, 83 pessoas frequentam o mercado de 1 a 3 vezes ao mês, mas 16 pessoas frequentam de 4 a 6 vezes, o que é um número significativo quando levamos em consideração que este supermercado se localiza no perímetro da transamazônica no eixo que perpassa o núcleo Nova Marabá, eixo que se localiza os outros dois estabelecimentos supermercadistas, Atacadão e Líder. Este estabelecimento ainda permanece com um auto grau de frequência para além da escala de 1 a 3 vezes ao mês, o que se constata é apesar de concorrência que grupos no perímetro da Nova Marabá, um primeiro elemento a se destacar é que o grupo Mateus foi o primeiro supermercado a se estabelecer no perímetro da Transamazônica, e a proximidade a algumas folhas<sup>12</sup> como a 33, 34, 35 faz com que haja um alto grau de frequência a pé, como exposto no gráfico 03.

---

<sup>12</sup> A Nova Marabá é um distrito urbano do município de Marabá. Foi planejado para funcionar como um único bairro (Nova Marabá), e subdividido em setores, denominados de "folhas".

**Gráfico 03** - Meio de deslocamento dos usuários do supermercado Mateus. (2018)



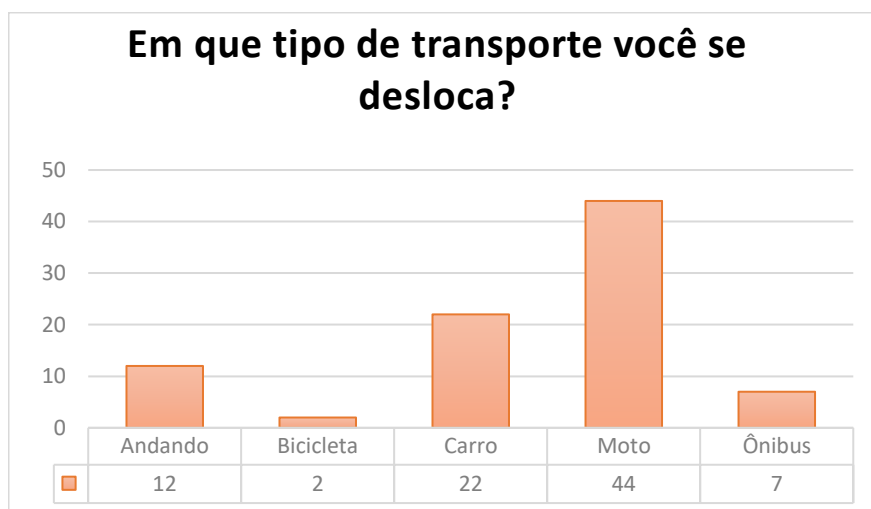
**Fonte:** Pesquisa de Campo, Jul./Ago. 2018

Como exposto no gráfico acima, do total de 100 pessoas entrevistadas, 22% das pessoas se deslocam andando para o supermercado Mateus, nesse sentido, relativamente são pessoas que residem próximo ao supermercado, 47% das pessoas se deslocam de moto o que é possível avaliar que existem certas facilidades para os que se deslocam de moto, visto que é um transporte rápido e relativamente abaixo que o carro que aparece apenas com 13%, o que nos permite entender que a frequência ao supermercado é maior para compras rápidas, como a feira da semana.

No que concerne ao supermercado Mix Mateus, não foi possível a aplicação das 100 enquetes, mas na aplicação das 85 enquetes que foram aplicadas foi possível observar que 61% das pessoas entrevistadas frequentam de 1 a 3 vezes ao mês, como exposto no gráfico 01. No entanto, a porcentagem concernente a frequência de 4 a 6 vezes ao mês é de 25%, uma variável interessante quando levamos em consideração os outros supermercados no perímetro. O fator localização é um dos elementos que levantamos para análise, pois o supermercado Mix Mateus em seu formato de atacarejo, atende ao núcleo Cidade Nova, este sendo o único de grande porte no núcleo em questão, o que nos coloca o gráfico 04, quando expondo o deslocamento das pessoas até o supermercado, 12% se desloca andando e 44% das pessoas vão de moto. Assim, observa-se que as idas ao supermercado são mais frequentes de moto, o que caracteriza

que o deslocamento é para compras mais simples, o que não invalida os 22% de pessoas que se deslocam de carro ao estabelecimento para compras mais lentas, exemplo as feiras mensais.

**Gráfico 04** - Meio de deslocamento dos usuários do supermercado Mix Mateus. (2018)



Fonte: Pesquisa de Campo, Jul./Ago. 2018

É importante destacar e confirmar as ideias de Silva (2015) e Spósito (2010) quando abordam que o advento do automóvel, como da melhoria no sistema de transporte promoveu uma melhora significativa na mobilidade urbana e “[...] reorganizam o cotidiano das pessoas e a lógica de localização dos equipamentos comerciais e de serviços” (SPÓSITO, 2010, p.199), o que permitiu a diminuição das distâncias. Nesse sentido, é possível inferir que as estratégias de localização dos grupos econômicos comerciais acabam por influenciar as práticas espaciais dos cidadãos, já que boa parte dos hipermercados se estabelecem em vias (PINTAUDI, 1999), o que permite um acesso mais fácil à clientela motorizada, que vem de distâncias maiores e consomem nesses espaços.

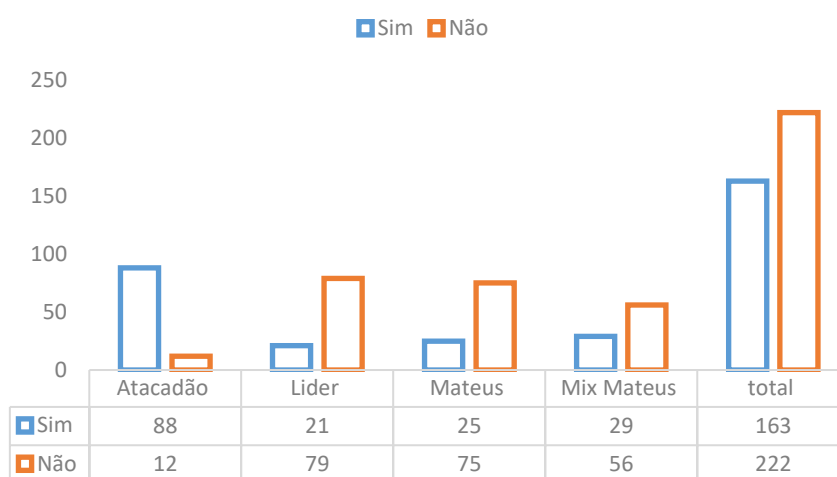
Das 385 pessoas que participaram das enquetes afirmam que fazem suas compras nos 4 (quatro) estabelecimentos supermercadistas em que foram entrevistados pelo menos de 1 a 3 vezes ao mês, e os gráficos anteriores mostram que a difusão do automóvel certamente é um dos principais responsáveis pela redefinição do local de compra.

No entanto, uma outra pergunta de bastante relevância inserida na enquete, mostrada no gráfico 05, permite observar que os entrevistados quando indagados se

frequentam outros estabelecimentos comerciais fora do perímetro urbano da Transamazônica 163 pessoas responderam que frequentam outros estabelecimentos comerciais fora do perímetro urbano, e 222 pessoas responderam que não frequentam outros estabelecimentos além dos citados no gráfico, o que nos permite compreender que o número de pessoas que frequentam os estabelecimentos comerciais supermercadistas no perímetro urbano da Transamazônica é superior aos que não frequentam, no entanto, ainda mantemos um número significativo aos que frequentam outros supermercados para além do perímetro.

**Gráfico 05** – Frequentação dos usuários a outros estabelecimentos comerciais supermercadistas. (2018)

### Frequentam outros supermercados além dos citados?



**Fonte:** Pesquisa de Campo, Jul./Ago. 2018

É um fato que a partir do dado exposto no gráfico 05 houve uma redefinição dos espaços de compra dos cidadãos de Marabá quanto as escolhas dos lugares de consumo nos estabelecimentos comerciais supermercadista, já que os agentes econômicos comerciais competem entre si quando se trata de estratégias para a fidelização do consumidor na qualidade dos serviços. Ainda na entrevista com o secretário municipal do comércio<sup>13</sup> em Marabá, o mesmo corrobora com esses novos lugares de consumo.

<sup>13</sup> Ricardo Pugliesi. Entrevista realizada em 10 de jul. de 2018.

Uma coisa que marca pra mim muito, é as mudanças dos paradigmas de qualidade que a cidade começa a exigir, a partir do momento que você tem redes que oferecem produtos de qualidade, diferenciados, com outro padrão, eu por exemplo, sou de São Paulo, morava no Rio de Janeiro, no acesso que você tem a tudo em São Paulo é muito grande, ai quando você chegava aqui era um baque, não tinha nada que você queria comprar, você não conseguia comprar um pão diferente, um produto diferente, coisas que você achava em São Paulo você não encontrava em Marabá, com a presença desses grandes grupos tipo CARREFOUR eles trazem esses produtos que começam a vim, você encontra mais variedade de verduras, legumes, produtos menos industriais, eu acho que a vinda desses grupos muda muito o senso de qualidade e a sociedade percebe, o atendimento é melhor, mais pessoas te atendendo, as pessoas são mais profissionalizadas, esse é o diferencial que esses grupos trouxeram para Marabá.

Passamos a análise dos dados dos dois empreendimentos comerciais que foram pesquisados: o shopping pátio Marabá e Havan. Como já abordamos anteriormente nesses empreendimentos foram aplicados 100 (cem) formulários com o rol de 10 (dez) perguntas, entre as quais duas eram abertas, dando a possibilidade de se expressarem melhor.

Abordamos nos primeiros capítulos que os shoppings centers são grandes equipamentos comerciais e de serviços, cuja produção no espaço urbano, contempla em geral, interesses fundiários e imobiliários relativos aos grandes empreendimentos, que geram impactos na estruturação do espaço urbano, assim, movimentam muitos consumidores e frequentadores, mercadorias e capitais, expressam por si só centralidades, em muitos casos de alcance regional (SPÓSITO, 1991; SILVA, 2015), o que vale também para as lojas de departamento que cresceram muito nos últimos anos, juntamente com os shoppings centers nas cidades médias brasileiras.

Começamos por analisar as práticas espaciais dos cidadãos com relação aos equipamentos comerciais – Shopping Pátio Marabá e Havan – e seu nível de frequência, juntamente com os deslocamentos que utilizam para acesso a esses espaços.

**Gráfico 06** - Frequência de idas dos usuários ao Shopping Pátio Marabá e Havan. (2018)



**Fonte:** Pesquisa de Campo, Jul./Ago. 2018

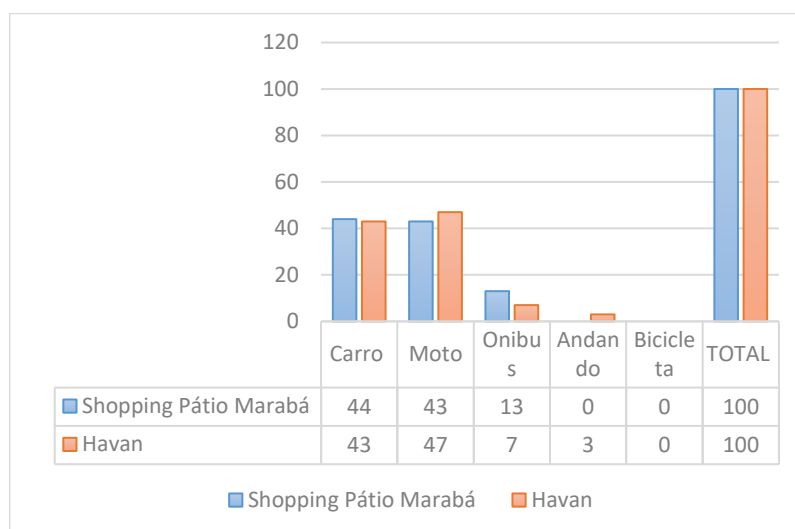
Podemos observar nos números do gráfico 06, que a escala de frequência nos dois equipamentos comerciais varia de um para outro. No Shopping Pátio Marabá podemos observar o número de pessoas que frequentam de 4 a 6 vezes ao mês superior a escala de 1 a 3, somando 51 pessoas, e ainda dentre as pessoas pesquisadas encontra-se 3 que frequentam de 7 a 10 vezes. Esse fator se deve ao fato que o shopping pátio Marabá acaba por concentrar lojas, serviços de lazer, alimentação e entretenimento, e bem mais sofisticado, além da presença de serviços bancários, rede de lotéricas, entre outros.

Na loja de departamento Havan, os números variam quando na escala de frequência ao estabelecimento, das 100 pessoas que responderam o formulário, 57 frequentam de 1 a 3 vezes ao mês, e as outras 47 de 4 a 6. Diferente do shopping pátio Marabá, a Havan trabalha com a segmentação de bens duráveis, venda de eletrodomésticos, brinquedos, vestuário, artigos para casa, não sendo um espaço propriamente para o lazer, apesar de apresentar uma lanchonete que recebe diariamente pessoas no período vespertino, mas que não é significativo comparado a um shopping center.

No que se tange aos meios de deslocamentos que as pessoas utilizam para acessar os equipamentos comerciais shopping Pátio Marabá e Havan o gráfico 07 expõe os resultados dos 200 formulários aplicados.



**Gráfico 07** - Meio de deslocamento dos usuários do Shopping Pátio Marabá e Havan. (2018)



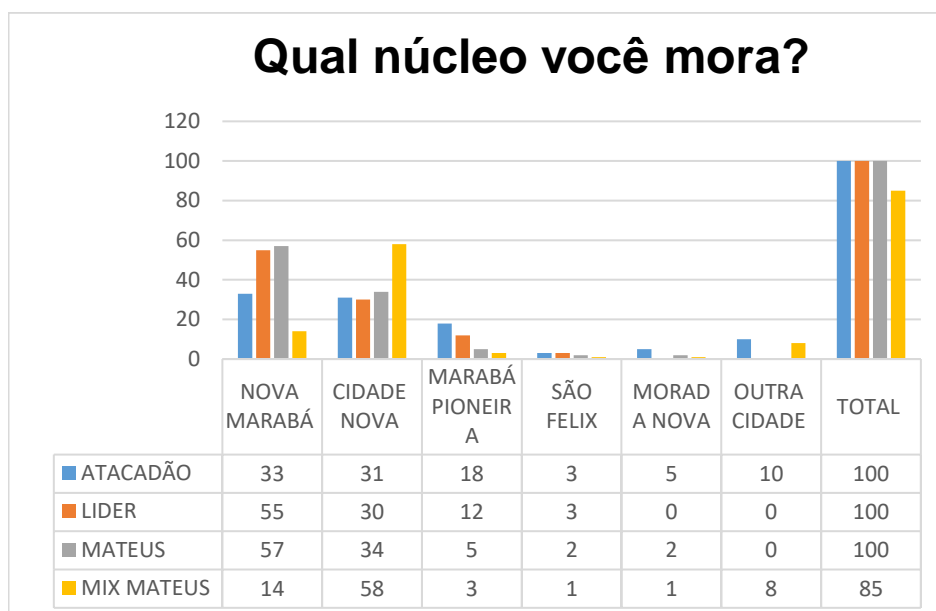
**Fonte:** Pesquisa de Campo, Jul./Ago. 2018

Os meios de deslocamento que as pessoas utilizam para frequentar o shopping pátio Marabá variam entre três meios de deslocamento, carro com 44%, moto com 43% e 13% de ônibus e Havan com 43% das pessoas que utilizam carro, 47% de moto, 7% vão de ônibus e 3 andando. Nessa análise, podemos inferir que os meios de deslocamento dos usuários desses estabelecimentos comerciais em questão são propriamente de carro e moto, o que nos ajuda a entender o fato da grande maioria se locomove por esses meios de transporte nos indica que esses empreendimentos comerciais são distantes das residências dessas pessoas, e que esses transportes faz diminuir o tempo de deslocamento.

Observamos até aqui que, a dinâmica das novas áreas de centralidade a partir das atividades comerciais influenciam uma dinâmica urbana que se faz a partir de grandes deslocamentos diários dos cidadãos, variando os meios de deslocamento, mas que independentemente de quais sejam, acabam sendo um elemento importante quando analisamos esse aspecto. Mas de onde advêm esses deslocamentos? Sabemos que o espaço urbano de marabá apresenta cinco centros, três principais (Nova Marabá, Cidade Nova e Marabá Pioneira) e dois secundários (São Félix e Morada Nova), também citados aqui como núcleos urbanos. Os deslocamentos diários expressam o poder de influência do perímetro urbano da transamazônica no que tange aos estabelecimentos comerciais, levando em consideração que os três centros principais desempenham, ainda

uma forte dinâmica comercial que desempenham fluxos diários. No entanto, podemos identificar que há uma redefinição dos fluxos ao perímetro urbano da Transamazônica para os empreendimentos supermercadistas tendo um grande impacto nos núcleos.

**Gráfico 08** - Frequentação por núcleo aos estabelecimentos supermercadistas. (2018)



**Fonte:** Pesquisa de Campo, Jul./Ago. 2018

Spósito (1997) já expunha que “toda nova centralidade produzida no interior da cidade [...] produz um nível de polaridade” (p. 33). Nesse sentido, podemos observar essa polaridade quando tratamos dos empreendimentos supermercadistas ao longo da rodovia transamazônica. Esse nível de polaridade é comum quando se é tratado das novas áreas de centralidade pelas atividades comerciais.

No caso do perímetro urbano da Transamazônica podemos observar um nível de polaridade ao nível intraurbano e interurbano. Em nível intraurbano, observamos que os quatro empreendimentos comerciais têm alcance espacial nos cinco núcleos urbanos de Marabá. O supermercado Atacadão apresenta alto nível de polaridade. Das 100 pessoas a que foram aplicadas as enquetes neste supermercado, são consumidores que residem nos cinco centros urbanos de Marabá, Nova Marabá (33); Cidade Nova (31); Marabá Pioneira (18); São Felix (3) e Morada Nova (5), sendo 10 consumidores de outras cidades. Podemos observar que entre os consumidores que mais frequentam o supermercado Atacadão são pessoas que residem nos centros principais: Nova Marabá, Cidade Nova e Marabá Pioneira.

O fator localização do supermercado favorece aos consumidores que residem nesses centros, no entanto, podemos observar quando olhamos o quadro 03, que quando perguntamos em que tipo de transporte elas utilizam para ir ao estabelecimento, 21% das pessoas se deslocam de ônibus, ou seja, transporte público. Desses 21%, 8 pessoas são dos centros secundários, 3 do núcleo São Félix e 5 do núcleo Morada Nova.

**Quadro 04** – Número de pessoas pelo tipo de transporte usado para deslocamento ao supermercado Atacadão. 2018

Centros principais e secundários de Marabá	Número de pessoas por uso do transporte usado para deslocamento
Nova Marabá	Carro (10), Moto (12), Ônibus, (6), andando (2), bicicleta (3)
Cidade Nova	Carro (18), Moto (9), Ônibus (4)
Marabá Pioneira	Carro (7), Moto (5), Ônibus (4), Bicicleta (2)
São Félix	Ônibus (3)
Morada Nova	Ônibus (4), Carro (1):

**Fonte:** Pesquisa de Campo, Jul./Ago. 2018

No quadro 03, podemos observar o detalhamento do tipo de transporte usado de acordo com os consumidores dos centros urbanos de Marabá que frequentam o Supermercado Atacadão, dos quais 8 que residem nos centros secundários, 7 utilizam o ônibus como meio de deslocamento para o supermercado, o que podemos identificar que o supermercado tem um alcance espacial para além do setor que este se localiza, no caso o núcleo Nova Marabá. Ainda encontramos um número significativo de residentes do núcleo Cidade Nova, do qual 18 pessoas se deslocam de carro, 9 de moto e 4 de ônibus. Quem se desloca de carro ou de moto, fazem compras que possam ser rápidas ou compras mais lentas, dependendo do número de vezes que se deslocam ao mercado. No entanto, esse número de pessoas que faz uso do automóvel revela aquilo que nos coloca Spósito (1997), que as novas formas comerciais e a difusão do uso do automóvel redefine o cotidiano das pessoas, que passam a se deslocar para longas distancias.

Sobre o alcance espacial para além da cidade de Marabá, foram identificadas 10 pessoas, 5 de cidades vizinhas e 5 dos distrito rural de Marabá, pessoas residentes de Itupiranga (2), Rondon do Pará (1), São domingos do Araguaia (1), São Geraldo do Araguaia (1) e outras pessoas que são do distrito rural de Marabá, Brejo do Meio (1), Soróro (2), Murumuru (1) e vila Três Poderes (1). Um dos consumidores do

supermercado, residente no distrito rural de Marabá do brejo do Meio aborda sobre essa dinâmica de compra no supermercado Atacadão.

Na verdade, desde que abriu o supermercado Mateus a uns anos atrás eu comprava lá, lá as coisas eram bem em conta, e quando comprávamos de muito, eles davam até um desconto pra gente, mas quando abriu o atacadão, comecei a comprar aqui, pois não tem comparação, aqui é tudo barato, vale a pena comprar 30 saca de arroz, e vender lá na vila por R\$ 13, sai em conta, sem falar do cartão daqui que passa nos outros locais, lá no Mateus o cartão só passa na loja, aí nas três vezes por mês que eu venho, sempre compro aqui.  
14

Podemos então observar que o supermercado Atacadão tem um alcance não apenas intraurbano, mas interurbano, quando se trata da venda em atacado, que recebe pessoas de cidades e vilas ao entorno da cidade que estão localizadas para compra e revenda nos comércios locais. Das 10 pessoas identificadas na pesquisa residente de outra localidade, fazem compra em grandes quantidades para revenda nas suas respectivas cidades e vilas, aferindo o poder de polarização deste supermercado.

O segundo estabelecimento é o supermercado Mix Mateus, que também apresentou um número significativo de pessoas de todos os cinco centros urbanos, Nova Marabá (14); Cidade Nova (58); Marabá Pioneira (3); São Felix (1) e Morada Nova (1) apresentando também consumidores de outras cidades, Itupiranga (5), distrito rural de Marabá, Vila União (1), Goiânia <sup>15</sup>(1) e Parauapebas (1).

O nível de polaridade do supermercado Mix Mateus se assemelha ao do supermercado Atacadão, pois apresenta consumidores para além dos cinco centros urbanos, tendo um alcance espacial interurbano, quando em seus consumidores 8 são de outra cidade, isso se deve a dinâmica de venda no varejo, o que acaba por ter consumidores diferenciados, o que é comum aos grandes grupos que trabalham com essa lógica de atacado.

Em ambos os supermercados que trabalham com a lógica do varejo acaba por definir bem o papel de Marabá como cidade média, sendo um centro de comando para as cidades pequenas, concentrando os principais estabelecimentos comerciais e canalizando fluxos interurbanos para si.

---

<sup>14</sup> Marivaldo de Lima, consumidor do supermercado Atacadão, residente no distrito rural Brejo do Meio. Entrevista realizada em 26 de Ago. de 2018.

<sup>15</sup> Destacamos que o entrevistado que reside em na cidade Goiânia não faz compras mensalmente ao estabelecimento, estando de passagem pela cidade, nesse sentido, para a análise a cidade não entra como um dado relevante no que tange a centralidade interurbana.

O fato da regionalização, ninguém vem para Marabá para atender Marabá, não tem sentido. Esses grandes grupos eles têm visões estratégicas muito claras, então eles não viriam simultaneamente vários grupos empresariais pra cá se eles não enxergassem uma demanda regional muito importante, que é muito mais importante que uma demanda local de Marabá, o primeiro fato é isso.<sup>16</sup>

No que tange a polaridade intraurbana, o supermercado Mix Mateus apresenta um grande número de frequentadores do núcleo cidade Nova, fato relevante, pois como observamos no gráfico 05, das 85 pessoas que responderam as enquetes 59 não frequentam outros supermercados, e apenas 29 frequentam outros. O nível de influência se deve ao fato de ser o único supermercado de grande porte inserido no eixo que perpassa o núcleo Cidade Nova que acaba por polarizar os que residem no núcleo.

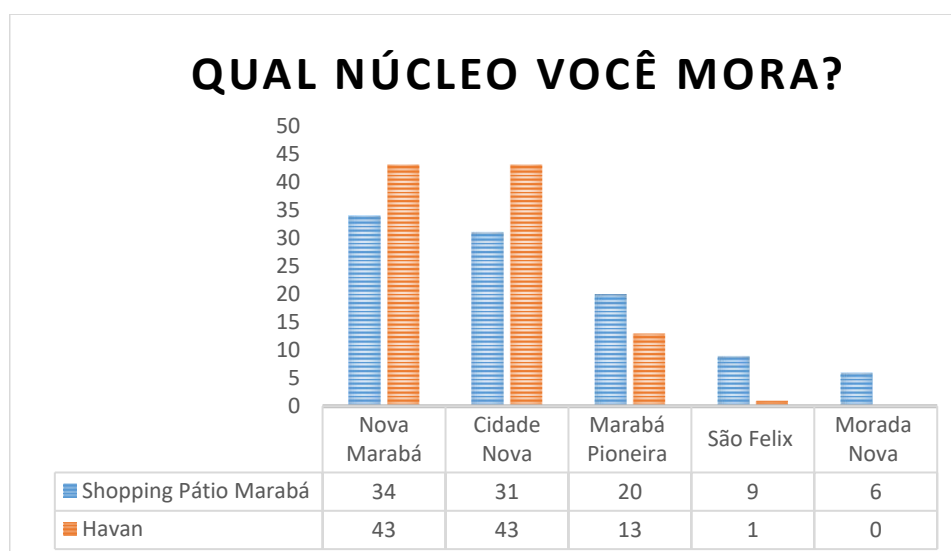
A polaridade dos supermercados Mateus e Hipermercado Líder é marcada em nível intraurbano, e apresenta o maior número de frequentadores do respectivo núcleo que estão inseridos: Nova Marabá. O supermercado Mateus apresenta 57% frequentadores no núcleo Nova Marabá e o Hipermercado Líder 55%, a presença de frequentadores dos centros secundários, São Felix e Morada Nova apresenta um número baixo, o que reforça uma polarização para os centros principais.

Trataremos dos dois últimos empreendimentos comerciais: Shopping Pátio Marabá e Havan.

---

<sup>16</sup> Ricardo Pugliesi, Secretário de Economia e comércio Municipal de Marabá. Entrevista realizada em 10 de jul. de 2018.

**Gráfico 09** - Frequentação por núcleo aos estabelecimentos supermercadistas. (2018)



**Fonte:** Pesquisa de Campo, Jul./Ago. 2018

No gráfico 09, podemos observar a polaridade do empreendimento Shopping Pátio Marabá e Havan. Sabe-se que o fator localização de um shopping Center e lojas de departamento tem impactos diretos sobre a valorização das áreas em que se localizam e por si só geram alterações nos fluxos dos cidadãos.

No caso da cidade de Marabá, podemos observar nos dados expostos aquilo que Spósito (1991) aborda sobre os Shoppings centers e lojas de departamento em cidades médias, uma multiplicidade funcional, ou seja, os frequentadores vão ao shopping não apenas para compras, mas a procura de lazer e serviços diversos.

O Shopping pátio Marabá apresenta frequentadores de todos os cinco núcleos de Marabá, com níveis de frequência de 4 a 6 vezes ao mês como expõe o gráfico 06. Já na loja de departamento Havan, o nível de polaridade abrange apenas os três centros principais, pois esta loja tem uma dinâmica muito direcionada a compras, não ligada propriamente ao lazer, e nem a outros serviços, ainda sim apresenta um número significativo de frequência e polaridade nos três centros principais de Marabá. Apesar de defendermos a ideia da difusão do automóvel como um elemento indutor que redefine a centralidade no perímetro urbano da Transamazônica, a loja de departamento Havan é um dos empreendimentos que o fator localização acaba por não favorecer todos os centros, e como o Shopping Pátio Marabá exerce um papel de multiplicidade funcional, alguns preferem se deslocar para o Shopping, pela facilidade ao acesso, e ainda oferece os mesmos serviços ou até mais opções que a loja de departamento Havan.

No entanto, como podemos observar, o número de vezes que as pessoas frequentam o shopping Pátio Marabá é superior ao número de vezes que frequentam os estabelecimentos supermercadistas. No gráfico 10, podemos analisar o elevado número de deslocamento ao Shopping Pátio Marabá.

**Gráfico 10** – Atividades e serviços utilizados no Shopping Pátio Marabá. (2018)



**Fonte:** Pesquisa de Campo, Jul./Ago. 2018

No gráfico acima nota-se que os deslocamentos dos cidadãos ao Shopping Pátio Marabá variam em atividades e serviços, como aqueles que concernem desde trâmites administrativos de todas as ordens, ao consumo de bens e serviços e lazer. Essas práticas acabam por reforçar essa multiplicidade de necessidades que anteriormente se estabeleciam nos centros principais, exemplo são os serviços bancários, que no Shopping Pátio Marabá estão representados pelo Banco do Brasil, Bradesco, Caixa Econômica Federal, com serviços de caixas rápido, que desempenham funções rápidas como saques e transferências, os tramites estão presentes órgãos do estado tais como: Departamento de Transito, Estação Cidadania e casa lotérica, esse processo “reforça a ideia de que a desconcentração no interior da cidade se traduz em novos pontos de concentração, [...] novas centralidades” (SPÓSITO, 2010, p. 219).

A partir do exposto temos em vista que o entendimento da cidade juntamente com as questões referentes à centralidade urbana não pode ser deixado por despercebido quando tratamos dos papéis dos agentes sociais, os cidadãos, pois temos em vista que as novas áreas de centralidade, são caracterizadas por assim dizer, pela redefinição dos

fluxos que incorrem no espaço urbano, essas articulações entre a estrutura urbana que se estabelece ao longo do perímetro urbano da rodovia transamazônica e as partes da cidade podem ser caracterizadas pelas

“[...] interações espaciais que se estabelecem entre [as partes da cidade] é que orientam o conjunto de relações que dão conformação ao processo de estruturação e reestruturação da cidade” (SPÓSITO, 2004, p. 311).

Nesse sentido, podemos ao longo dos dados aqui alocados que essas novas áreas de centralidade que se manifesta ao longo do eixo da rodovia Transamazônica que perpassa os núcleos Nova Marabá e Cidade Nova, manifesta uma centralidade para além do espaço urbano da cidade, sendo a dinâmica manifesta no espaço urbano de Marabá através das práticas espaciais dos cidadãos marabaense, relevante, a redefinição da centralidade confirma o papel de cidade média de Marabá, quando afirma uma centralidade regional.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final desse trabalho, algumas considerações devem ser feitas e explana-las são necessárias. Ao longo do processo de execução desse trabalho, desde a escolha do tema, a escrita do pré-projeto para a delimitação do problema, dos objetivos, passou por várias fases que a cada leitura nos aprimorava e abria mais a nossa visão acerca da centralidade intraurbana de Marabá. É um fato que houve algumas limitações ao longo desse trabalho, no entanto, temos a sensação de ter alcançado nossos objetivos.

Ao propor um estudo sobre a redefinição da centralidade de Marabá, esta que passa por um profundo processo de transformação a partir da chegada de empreendimentos comerciais modernos, nos fez repensar a nossa área de pesquisa, que inicialmente tinha o intuito de analisar todo o perímetro urbano da rodovia transamazônica, que vendo uma grande dificuldade de levantamento, deteve-se aos principais estabelecimentos comerciais de grande porte, os super e hipermercados, o shopping center e uma loja de departamento. Tínhamos uma noção sobre a influência desses estabelecimentos na cidade, no entanto, ao longo do processo de investigação, foi aparecendo elementos novos, pois as novas áreas de centralidade da cidade de Marabá se estabelecem em um eixo da rodovia que perpassa os núcleos urbanos da cidade. E que a inserção dos novos empreendimentos comerciais fora dos núcleos urbanos acaba por redefinir a centralidade urbana de Marabá para além da escala intraurbana, afirmando a centralidade interurbana quando esse perímetro urbano da Transamazônica não recebe apenas fluxos internos, mas fluxos de outras cidades, o que afirma o papel de Marabá como uma cidade média.

As novas áreas de centralidade que são caracterizadas como espaços que expressam centralidade fora dos centros, a rodovia transamazônica assume esse papel de expressar centralidade a partir das lógicas de localização e uso das atividades urbanas comerciais e de serviços, logo espaço da vivência diária de pessoas que consomem essa/nessas novas áreas de centralidade.

Expomos que os centros urbanos de Marabá, particularmente considerados bem definidos, não perde a centralidade, no entanto, se torna palco de um comércio e serviços locais expressivos, que consegue desencadear fluxos, possuindo elementos que configuram funções independentes, é o caso das agências bancárias, que se apresentam nos cinco centros urbanos de Marabá.

Outro elemento que deve ser destacado é a função da Transamazônica, e o

perímetro urbano ser considerado como novas áreas de centralidade faz com que ela ganhe importância para além de um elemento integrador da década de 70, ganhando nova função, um eixo de convergência/divergência, característica singular dos centros urbanos, sendo as atividades comerciais o ponto chave que o caracteriza assim. No entanto, é a partir de 2011 que podemos constatar alteração no âmbito da estrutura urbana com a modernização do perímetro, caso da duplicação das vias, para a fixação dos empreendimentos comerciais, essa dinâmica acaba por definir o processo de estruturação desses espaços na cidade.

As práticas espaciais dos cidadãos a partir da presença dos estabelecimentos comerciais reforça o processo de reestruturação urbana na cidade de Marabá, deixando claro que é um processo ainda em expansão, pois levando em consideração que Marabá assume o papel de cidade média, essas atividades desencadeiam um desenvolvimento econômico em Marabá, pois há interesses capitalistas regionais, nacionais e internacionais, que interferem na definição dos conteúdos econômicos e sociais desse espaço urbano. Tendo em vista que nos últimos anos podemos constatar essas alterações no âmbito da estrutura urbana, que nos permite qualificar uma reestruturação, quando os agentes econômicos passam a atuar nos últimos cinco, juntamente com as novas lógicas, produzindo o espaço urbano de Marabá com novos pontos de concentração das atividades comerciais e serviços, que alteram as práticas espaciais dos cidadãos quando antes eram dependentes dos centros urbanos da cidade e passam a ser alteradas para o perímetro urbano da Transamazônica a partir da abertura do Shopping center e do Supermercado Mateus, que são o ponto de inflexão para entender a reestruturação. Pois tendo em vista que esses empreendimentos, mudam a forma da cidade e a morfologia urbana, alterando o processo de estruturação do espaço urbano, as práticas espaciais dos cidadãos e provocam, em certas circunstâncias, um processo de reestruturação do espaço urbano.

As práticas espaciais dos cidadãos, talvez tenha sobressaído as práticas dos agentes econômicos comerciais, que era o foco da pesquisa, no entanto, as dificuldades em articular entrevistas com os agentes econômicos foram os principais empasses ao longo de toda a pesquisa.

Por fim, afirmo que este trabalho pode e deve ter sua continuidade pois ele aborda elementos novos, a centralidade que já vem sendo estudada e debatida por diversos autores, se redefine de um modo diferente no espaço urbano de Marabá, ao longo de um eixo, pra além dos centros, é um processo que há um prosseguimento.

## REFERÊNCIAS

BADALADO, net. **Gerando 650 empregos, Líder inaugura 1º hipermercado de Marabá.** Disponível em: <<https://badalado.net/maraba-pa/noticia/gerando-650-empregos-lider-inaugura-1o-hipermercado-de-maraba/>>. Acesso em: 14 de Jan. de 2018.

BECKER, Bertha K. **Amazônia: geopolítica na virada no III milênio.** Rio de Janeiro; Garamond, 2009.

BORGEA, Hiroshi. **Grupo Mateus chega a Marabá anunciando agressividade em preços e investimentos.** Disponível em: <<http://www.hiroshibogea.com.br/grupo-mateus-chega-a-maraba-anunciando-agressividade-em-precos-e-investimentos/>>. Acesso em: 15 de jul. 2018.

BRAGA, Magno Michell Marçal. **BR 230, nordestinos na rota Transamazônica: a trajetória dos migrantes no Estado do Pará (1970-1974)** – Recife, 2012. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, CFCH. Programa de Pós-Graduação em História, 2012.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Processos espaciais e a cidade.** Revista brasileira de geografia. Rio de Janeiro, 41(3): 100-110. 1979.

DIAS, Catharina Vergolino. **Marabá: centro comercial da castanha.** Revista Brasileira de Geografia. Rio de Janeiro. Ano 20, n.4, p. 385-425, 1958.

EMMI, M. F. **A oligarquia do Tocantins e o domínio dos castanhais.** Belém: UFPA/NAEA, 1999.

MAIA, Doralice Sátyro Maia. **A constituição do centro das cidades das Bocas do Sertão: do processo de centralização e de constituição de Área Central.** In: MAIA, Doralice Sátyro; SILVA, William Ribeiro da; WITACKER, Arthur Magon. Centro e Centralidade em cidades médias. Cultura Acadêmica, 2017.

NOTICIA, ORM. **Shopping Pátio Marabá é inaugurado nesta terça-feira empreendimento tem investimentos de mais de R\$ 300 milhões.** Disponível em:<<http://noticias.orm.com.br/noticia.asp?id=645164&%7Cshopping+patio+maraba+e+inaugurado+nesta+terca-feira#.W32tTehKiUk>>. Acesso em: 14 de Jan. 2018.

PEREIRA, Claudio Smalley Soares. **Centro, centralidade e cidade média: o papel do comércio e serviços na reestruturação da cidade de Juazeiro do norte/CE.** Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Estadual Paulista, 2014.

\_\_\_\_\_. **Comércio e serviços: a centralidade urbana na cidade média de Juazeiro do Norte.** 2013. IV Colóquio Internacional sobre Comércio e Cidade: uma relação de origem. *Anais...* Uberlândia, 26 a 28 de março de 2013, p. 1-20.

PINTAUDI, Silvana Maria. **A cidade e as formas do comércio.** In: Carlos, Ana Fani Alessandri (org). Novos caminhos da geografia. Contexto, 1999.

RIBEIRO, Rovaine. **As cidades médias e a reestruturação da rede urbana amazônica: a experiência de Marabá no Sudeste Paraense.** Dissertação (Mestrado em

Geografia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

RODRIGUES, Jovenildo Cardoso. **Centro e centralidade urbana em uma cidade média paraense: reflexões a partir de Marabá, Pará..** In: Christian Nunes da Silva; João Márcio Palheta da Silva; Clay Anderson Nunes Chagas. (Org.). Geografia na Amazônia Paraense: territórios e paisagens. 1ªed.Belém: GAPTA, 2015, v. , p. 353-378.

RM REDAÇÃO, Supermercado Moderno. **Atacadão inaugura primeira loja em Marabá.** Disponível em: <<https://www.sm.com.br/detalhe/ultimas-noticias/atacaodo-inaugura-primeira-loja-em-maraba>>. Acesso em: 30 de Jul. 2018.

SALGUEIRO, Teresa Barata. **Do comércio à distribuição: roteiro de uma mudança.** Oeiras: Celta Editora, 1996.

SANTOS, Milton. **Metamorfoses do espaço habitado: Fundamentos teóricos e metodológicos da geografia.** – 6. Ed. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

SECOM, Secretaria de Estado e Comunicação do Pará. **Carajás centro de convenções é inaugurado com grande programação em Marabá.** Disponível em: <<http://agenciapara.com.br/Noticia/159734/carajas-centro-de-convencoes-e-inaugurado-com-grande-programacao-em-maraba>>. Acesso em: 30 de jun. 2018.

SILVA, William Ribeiro da. **Centralidade, shopping centers e reestruturação das cidades médias.** In: MAIA, Doralice Sátyro; SILVA, William Ribeiro da; WITACKER, Arthur Magon. Centro e Centralidade em cidades médias. Cultura Acadêmica, 2017.

\_\_\_\_\_. **Cidades médias, agentes econômicos e novos espaços de consumo.** In: Carmen Bellet... [et al.], eds. Urbanização, produção e consumo em cidades medias intermediárias. Presidente Prudente, Universidade Estadual Paulista, 2015.

SOUZA, Marcus Vinicius Mariano. **Cidades médias e novas centralidades: análise dos subcentros e eixos comerciais.** 2009. 236f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2009.

\_\_\_\_\_. **O Projeto ALPA e a produção do espaço urbano em Marabá (PA): a cidade mercadoria e as desigualdades socioespaciais.** 2015. 297f. Tese (Tese de Doutorado) – Universidade Federal de Uberlândia, programa de Pós – Graduação em Geografia, Uberlândia, 2015.

SPOSITO, Maria de Encarnação Beltrão. **A gestão do território e as diferentes escalas da centralidade urbana.** Território, Rio de Janeiro, Ano III, n. 4, jan/jun,1997.

\_\_\_\_\_. **Multi(poli)centralidade urbana.** In: SPOSITO, Eliseu Savério; NETO, João Lima Sant'Anna (org.). Uma geografia em movimento. São Paulo: Expressão Popular, 2010. p. 199-227

\_\_\_\_\_. **O centro e as formas da centralidade urbana.** *Revista de Geografia.* São Paulo: v.10, p.1-18, 1991.

\_\_\_\_\_. **O Chão em pedaços: urbanização, economia e cidades no Estado de São Paulo.** 2004. 508 p. Tese (Livre Docência em Geografia) – Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente.

\_\_\_\_\_. e GÓES, Eda Maria. **Grandes grupos econômicos, consumo e redefinição de centralidade urbana em cidades médias.** In: Carmen Bellet... [et al.], eds. *Urbanização, produção e consumo em cidades medias intermediárias.* Presidente Prudente, Universidade Estadual Paulista, 2015.

TOURINHO, Andréa de Oliveira Tourinho. **Centro e Centralidade: uma questão recente.** In: CARLOS, Ana Fani Alessandri; OLIVEIRA, Ariovaldo Umbelino. *Geografia das metrópoles.* São Paulo: Contexto, 2006, p. 277-300.

TOURINHO, Helena Lúcia Zagury. **ESTRUTURA URBANA DE CIDADES MÉDIAS AMAZÔNICAS:** análise considerando a articulação das escalas interurbanas e intraurbanas. Tese (Doutorado em arquitetura e urbanismo) – Universidade Federal do Pernambuco, 2011.

TRINDADE JR, Saint-Clair Cordeiro; AMARAL, et al. **Uma cidade média na Amazônia Oriental: A centralidade urbano-regional de Marabá no Sudeste Paraense.** In: SPÓSITO, Maria Encarnação

VAREJISTA. **Atacadão inaugura sua primeira unidade de autosserviço na cidade de Marabá.** Disponível em: <<http://www.varejista.com.br/noticias/4339/atacado-inaugura-sua-primeira-unidade-de-autosservico-na-cidade-de-maraba>>. Acesso em 14 de fev. de 2018.

WHITACKER, Arthur Magon. **Reestruturação urbana e centralidade em São José do Rio Preto.** Tese (Doutorado em Geografia) – Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, 2003.

\_\_\_\_\_. **Centro da cidade: consolidação e expansão.** In: MAIA, Doralice Sátyro; SILVA, William Ribeiro da; WITACKER, Arthur Magon. *Centro e Centralidade em cidades médias.* Cultura Acadêmica, 2017.

## APÊNDICE

### MODELO DO ROTEIRO DE FORMULÁRIO APLICADO AOS FREQUENTADORES DO SHOPPING PÁTIO MARABÁ E HAVAN

Nome: \_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_

Estado Civil: Solteiro ( ) Casado ( ) Outros \_\_\_\_\_

Em que trabalha: \_\_\_\_\_

1- Qual bairro você mora?

- A) NOVA MARABÁ
- B) CIDADE NOVA
- C) MARABÁ PIONEIRA
- D) SÃO FELIX
- E) MORADA NOVA

Morou em outro bairro? Se sim, Qual? \_\_\_\_\_

2- Com que frequência vem ao Shopping Pátio Marabá?

- a) de 1 a 3 b) de 4 a 6 c) de 6 a 10 d) de 10 a 15 e) de 15 a 20 f) de 20 a 30 g) mais de 30

3- Em que tipo de transporte você se desloca para vim ao shopping pátio Marabá?

- a) andando b) bicicleta c) moto d) transporte coletivo e) carro f) carro ou moto

4- Poderia dizer quais produtos e serviços compra e utiliza cotidianamente?

5- Quais lugares você faz suas compras (feira do mês, mercado)? Frequenta outro ocasionalmente? Se sim, Qual?

- a) Mateus Nova Marabá
- b) Mix Mateus
- c) Lider
- d) Atacadão
- e) Outro. Qual? \_\_\_\_\_

6- Qual lugar você faz compras de bens como TV, eletrodomésticos, etc?

- a) Shopping Patio Marabá
- b) Mateus Nova Marabá
- c) Lider Magazan

- d) Havan
- e) Outro. Qual? \_\_\_\_\_

7- Você costuma ir com que frequência ao centro da cidade (Marabá Pioneira)?  
Para qual finalidade?

---

8- Prefere comprar em empresas de grandes grupos ou em estabelecimentos menores em que conhece os proprietários?

---

9- Você usa os serviços bancários do shopping Pátio Marabá? Se sim, Com que frequência?

- a) de 1 a 3
- b) de 4 a 6
- c) de 6 a 10
- d) de 10 a 15
- e) de 15 a 20
- f) de 20 a 30
- g) mais de 30

**MODELO DO ROTEIRO DE ENQUETE APLICADO AOS FREQUENTADORES  
DOS SUPERMERCADOS**

Nome: \_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_

Estado Civil: Solteiro ( ) Casado ( ) Outros \_\_\_\_\_

Em que trabalha: \_\_\_\_\_

1 – Quantas vezes por mês você vem aqui?

- b) de 1 a 3 b) de 4 a 6 c) de 6 a 10 d) de 10 a 15 e) de 15 a 20 f) de 20 a 30
- g) mais de 30

2 - Em que tipo de transporte você se desloca?

- b) andando b) bicicleta c) moto d) ônibus e) carro f) Carro ou moto

3- Qual núcleo você reside?

- a) NOVA MARABÁ
- b) CIDADE NOVA
- c) MARABÁ PIONEIRA
- d) SÃO FELIX
- e) MORADA NOVA

4- Quais supermercados abaixo você tem preferência em fazer suas compras? Frequenta outro além desses citados? Se sim, Qual?

- a) Mateus Nova Marabá
- b) Mix Mateus
- c) Líder
- d) Atacadão
- e) Outro. Qual? \_\_\_\_\_