



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE FEIRA DE SANTANA

Autorizada pelo Decreto Federal nº 77.496 de 27/04/76
Recredenciamento pelo Decreto nº 17.228 de 25/11/2016



PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
COORDENAÇÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

XXIV SEMINÁRIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UEFS SEMANA NACIONAL DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA - 2020

Transformações urbanas e novas centralidades na cidade de Feira de Santana: o caso do Boulevard Shopping

Lilian da Mota Silva Cerqueira¹; Janio Laurentino de Jesus Santos ²

1. Bolsista PIBIC/FAPESB, Graduando em Geografia, Universidade Estadual de Feira de Santana, e-mail: lilianmotacerqueira@gmail.com

2. Orientador, Departamento de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Estadual de Feira de Santana, e-mail: janiosantos@yahoo.com.br

PALAVRAS-CHAVE: centralidade; shopping center; Feira de Santana.

INTRODUÇÃO

O surgimento de novos equipamentos comerciais no espaço urbano é responsável por formar novas expressões de centralidades na cidade, como é o caso dos shopping centers, pois, na medida que são instalados desencadeiam um processo contraditório. Ao mesmo tempo em que são responsáveis pela relativa descentralização de atividades, antes exclusivas dos centros, promovem a recentralização em um único espaço e atuam na geração de novos fluxos tanto de pessoas quanto de automóveis.

No final da década de 1990, a cidade de Feira de Santana recebeu o seu primeiro *shopping center*, com o nome de Shopping Iguatemi, sendo considerado o maior e mais moderno shopping do interior da Bahia, além de ser um marco para as atividades terciárias da cidade. No ano de 2008, o shopping deixou de se chamar Shopping Iguatemi e passou a ser Boulevard Shopping, a mudança ocorrida não ficaram restritas apenas no nome, haja vista que o shopping nos anos seguintes passou por uma série de melhorias. O Boulevard Shopping conta com mais de 170 lojas, uma praça de alimentação, além de um complexo empresarial que está integrado ao shopping, o Multiplace Center inaugurado no ano de 2011 que conta com 21 pavimentos e garagem própria. O shopping Center de Feira de Santana é considerado um importante centro comercial, gastronômico de serviços, lazer e entretenimento para a cidade¹.

O presente texto busca analisar as mudanças ocorridas na centralidade urbana de Feira de Santana em função da instalação do Boulevard Shopping e refletir sobre as alterações desencadeadas por esse processo em suas dinâmicas urbana e econômica.

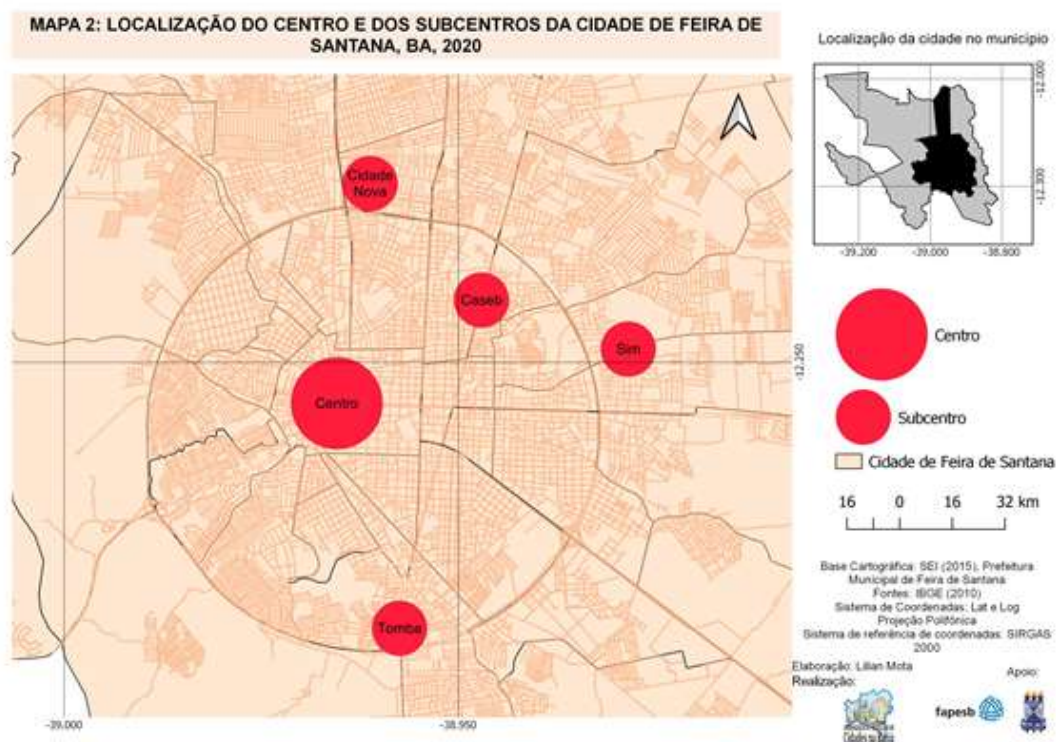
MATERIAL E MÉTODOS OU METODOLOGIA (ou equivalente)

Inicialmente, foi realizado um levantamento bibliográfico que forneceu subsídios teóricos sobre centro e centralidades e Shopping Center. Foi realizado o trabalho de campo que teve como objetivo a caracterização da área de estudo com observações, com vistas a identificar quais as atividades comerciais e de serviços oferecidos. Outro elemento importantíssimo foi a aplicação dos questionários, por meio da plataforma *Google Forms*, e divulgados por meio das mídias sociais (Whatsapp, Twitter, Instagram e Facebook), cujo objetivo foi de conhecer o público alvo e o papel do Boulevard Shopping. Posteriormente, os dados obtidos no trabalho de campo foram responsáveis para elaboração de gráficos e mapas.

¹ O SHOPPING... (2019).

BOULEVARD SHOPPING: “MODERNIDADE” NA PRINCESA DO SERTÃO

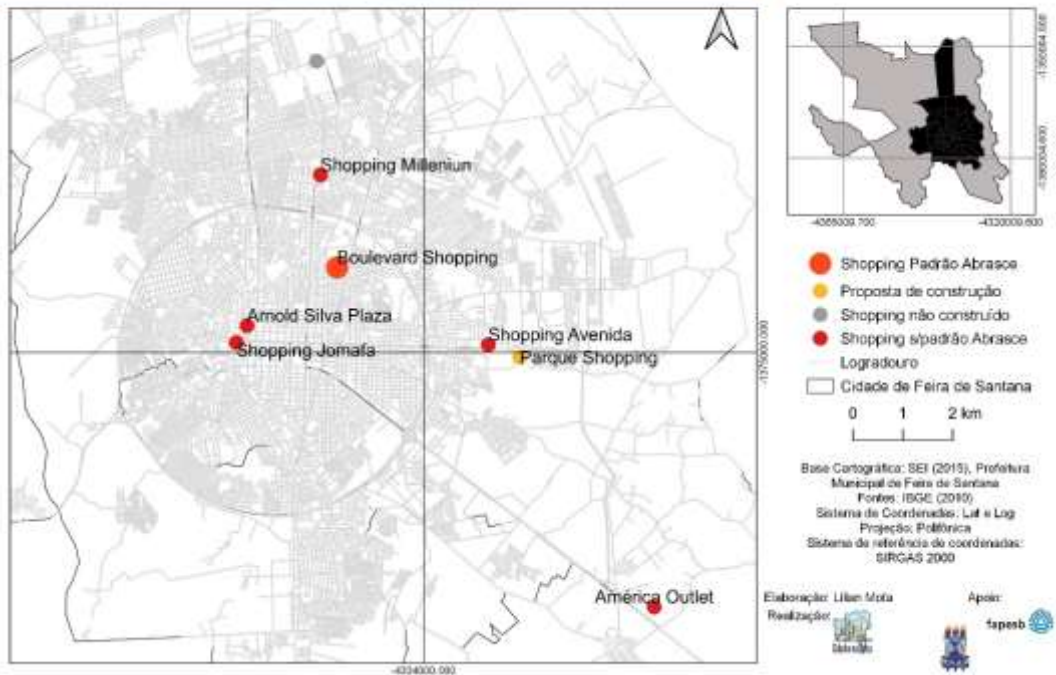
As transformações urbanas decorrentes, principalmente, do forte setor terciário da cidade, refletiram na formação de novas expressões de centralidades em Feira de Santana, ligadas à implantação de shoppings centers. As intensas transformações ocorridas no espaço urbano desencadearam um relativo processo de descentralização atividades que originalmente estavam no Centro Tradicional e passaram a se re-centralizar em outros pontos da cidade. Com a expansão urbana e o crescimento populacional, um centro único monopolizador das atividades de comércio e serviços passou a não ser suficiente para atender essa demanda, o que impulsionou o surgimento de subcentros. Nesse aspecto, alguns bairros destacam-se por ofertarem estabelecimentos comerciais e de serviços voltados, sobretudo, para os moradores. Com base na observação in loco e leitura de outras pesquisas sobre Feira de Santana, foi possível delimitar os seguintes subcentros: o bairro Tomba, Cidade Nova, Caseb e Sim, por serem mais expressivos na atual dinâmica urbana da cidade. (Mapa 1)



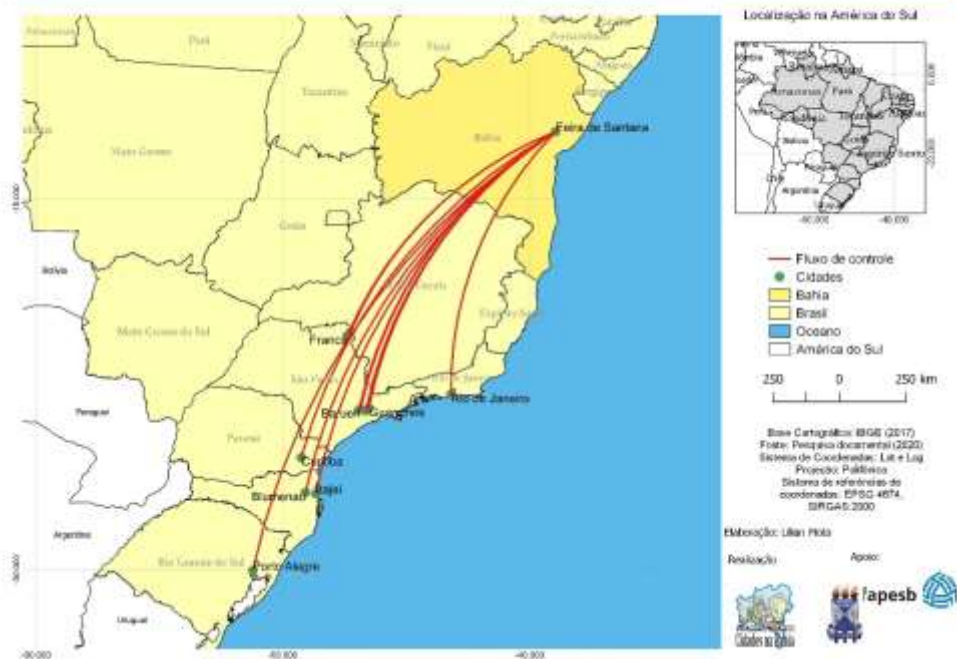
Além do Boulevard, outros centros comerciais levam o termo shopping center, no entanto, não apresentam os critérios estabelecidos pela ABRASCE. Apesar de menores e não possuírem os mesmos atributos de um shopping convencional, são conhecidos pela população como tais e exercem importância no que tange ao comércio feirense. São exemplos: Shopping Jomafa, Shopping Arnold Silva Plaza, Shopping Millennium, Shopping Outlet e o Shopping Avenida. Além disso, também foi evidenciado a proposta de shopping center no bairro papagaio, que não foi concluída, e a atual proposta com o Parque Shopping na avenida Nóide Cerqueira. (Mapa 2)

O Boulevard Shopping Feira de Santana é o maior empreendimento desse segmento e atua como uma das principais formas espaciais geradora de fluxos da cidade. Ficou evidente que o shopping feirense possui um amplo alcance, para além da escala intraurbana, consolida-se também como centro de compras, serviços e de lazer para pessoas de outras cidades do estado da Bahia. Além disso, conta com um mix de lojas composto por capital nacional e internacional, que proporciona relações com os centros de comandos das franquias localizados, em sua maioria, na Região Sudeste (Mapa 3).

MAPA 3: LOCALIZAÇÃO DOS SHOPPINGS NA CIDADE DE FEIRA DE FEIRA DE SANTANA, BAHIA, 2020



MAPA 4: RELAÇÃO ENTRE O BOULEVARD SHOPPING E FRANQUIAS NACIONAIS, FEIRA DE SANTANA, BAHIA, 2020



A emergência de uma nova centralidade impacta diretamente no papel do Centro Tradicional, que antes figurava-se como o único núcleo polarizador da cidade e ante as novas mudanças na centralidades tende a perder, relativamente esse papel (SANTOS, 2008). No caso de Feira de Santana, com a inauguração do Boulevard Shopping nota-se que mesmo que o Centro ainda exerça um papel muito importante para a população de Feira de Santana, decorrente principalmente do forte setor terciário que acompanha a cidade desde sua formação, a centralidade do Boulevard Shopping possui força suficiente para competir com aquela exercida pelo Centro, pois concentra em seu espaço atividades de cunho comercial, serviços do lazer e conta com o fluxo mensal de 1.000.000 de consumidores mensais.

Tendo como principal objetivo a indução de consumo, o Boulevard Shopping possui um mix composto com uma diversidade de lojas, destaque para as de capitais estrangeiros. O consumo nessas lojas de grife demanda um poder aquisitivo compatível com o valor dos produtos vendidos, sendo, no geral, preços não acessíveis para maior parte da população. Além disso, como afirma Padilha (2003), a segregação (na verdade, fragmentação) produzida pelo shopping center não é apenas porque a população mais vulnerável não detém renda para consumir nesses espaços, outro ponto refere-se questão da segurança desses empreendimentos, isso porque um dos grandes diferenciais do shopping center para o espaço público é a segurança privada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi possível concluir que há certa preferência pelo Centro Tradicional para realização de compras. Essa escolha pode ser explicada pelo fato dos shopping centers, de um modo geral serem espaços fragmentados e essa característica implica em ambiente que não é acessível para todos. No caso de Feira de Santana não é diferente, percebeu-se que os entrevistados utilizaram de argumentos como preços mais acessíveis para justificarem a escolha pelo centro da cidade. Desse modo, conclui-se que Boulevard Shopping atua na cidade como um subcentro, todavia destinado as camadas com maior renda mensal.

É de extrema importância estudos referentes a formação de novas centralidades através da implantação de shoppings centers em cidades médias, principalmente porque tais empreendimentos são uma representação crescente no mundo globalizado. Espera-se que esta pesquisa possa contribuir nas discussões e para os futuros estudos sobre o tema na cidade de Feira de Santana, levando em consideração a relevância do Boulevard Shopping para o setor terciário da cidade e a carência de trabalhos sobre este tema.

REFERÊNCIAS

ABRASCE. **Definindo shopping**. Disponível em: <www.abrasce.com.br>, acesso 26 mar. 2018

GRUPO DE PESQUISA URBANIZAÇÃO E PRODUÇÃO DE CIDADES NA BAHIA. Malhas Urbanas adaptadas do Google Maps. Feira de Santana: UEFS, 2019

PADILHA, V. **Shopping center: a catedral das mercadorias e do lazer reificado**. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2003.

SANTOS, J. **A cidade poli(multi)nucleada: a estruturação do espaço urbano em Salvador**, 2008, 457f. Tese (Doutorado em Geografia) Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Presidente Prudente, 2008.