



DINÂMICA DA TRANSFORMAÇÃO URBANA NAS PROXIMIDADES DO PÁTIO RORAIMA SHOPPING EM BOA VISTA-RR: DE SUA CONSTRUÇÃO (2012) AOS PRIMEIROS DOIS ANOS DE FUNCIONAMENTO (2016)

<https://periodicos.uerr.edu.br/index.php/ambiente/article/view/821>

DINÁMICA DE LA TRANSFORMACIÓN URBANO LA CERCA DEL CENTRO COMERCIAL PÁTIO RORAIMA SHOPPING EN BOA VISTA-RR: LA CONSTRUCCIÓN (2012) A LOS PRIMEROS DOS AÑOS DE OPERACIÓN (2016)

Kelson da Luz Oliveira - Universidade Estadual de Roraima/UERR (<http://lattes.cnpq.br/5163197148390506>)

RESUMO: O espaço urbano de Boa Vista apresenta características de uma cidade de médio porte da Amazônia Setentrional, com modificações tímidas frente às grandes evoluções das cidades brasileiras do sul e sudeste do país. Esse cenário se transformou consideravelmente nos anos de 2012 a 2016, com a construção e funcionamento de grandes empreendimentos comerciais de porte significativos, como os shoppings centers. Símbolo do capitalismo comercial na atualidade, os shoppings despontam como espaços artificiais de compras e entretenimento da vida moderna. A construção do primeiro shopping de Boa Vista, nos padrões da Associação Brasileira de Shopping Centers (ABRASCE), marca uma fase de profunda evolução no espaço e na vida dos moradores locais. O presente estudo tem como objetivo registrar e analisar as transformações urbanas nas proximidades do primeiro shopping de Boa Vista, de sua construção (2012) aos primeiros dois anos de funcionamento (2016) e os impactos no cotidiano da população local. A metodologia aplicada no estudo corresponde a pesquisas descritiva e explicativa, com entrevistas com moradores das proximidades da construção do shopping. Na conclusão dos estudos nota-se que as transformações ocorreram principalmente no espaço de localização do shopping e na rodovia a sua frente. No bairro do entorno as modificações foram mínimas e de responsabilidades dos próprios moradores, como reformas de algumas casas. A infraestrutura do bairro, na área analisada na pesquisa continua precária, necessitando constantemente de reparos e manutenções.

Palavras-chave: Shopping center, Transformação urbana, População local, Impactos socioeconômicos.

RESUMEN: El área urbana de Boa Vista tiene características de una ciudad de tamaño medio de la Amazonía Norte, con cambios tímidos frente a los principales acontecimientos de las ciudades brasileñas del sur y sureste. Este escenario ha cambiado drásticamente en los años de 2012 a 2016, con la construcción de grandes proyectos comerciales de tamaño significativo, tales como centros comerciales. Símbolo del capitalismo comercial hoy en día, los centros comerciales artificiales emergen como las zonas comerciales y de ocio de la vida moderna. La construcción del primer centro comercial en Boa Vista, en las pautas de la Asociación Brasileña de Centros Comerciales (ABRASCE), marca un período de profunda evolución en el espacio y en la vida de los residentes locales. El presente estudio tiene como objetivo registrar y analizar los cambios urbanos en las cercanías del primer centro comercial en Boa Vista, desde su construcción (2012) hasta los primeros dos años de operación (2016) y los impactos en la vida cotidiana de la población local. La metodología aplicada en el estudio corresponde a investigaciones descriptivas y explicativas, además de entrevistas con residentes en las cercanías de la construcción del centro comercial. La conclusión de la obra se observa que los cambios se produjeron principalmente en la construcción del espacio de compras y en el camino frente a él, como el barrio que rodea a los cambios fueron mínimos y las responsabilidades de los residentes con las reformas de un hogar. La infraestructura del barrio, en el área analizada en la investigación sigue siendo precaria, constantemente en la necesidad de la reparación, la mayoría de las calles no están pavimentadas.

Palabras clave: Centro comercial, Transformación urbana, Población local, Impactos socioeconómicos.

INTRODUÇÃO

A grande motivação para o presente estudo que gerou este artigo foi, sem dúvidas, o amor pela docência. Como professor de geografia na rede estadual de Roraima há mais de 15 anos, estou sempre atento para as transformações urbanas em nossa capital, principalmente por dois motivos: primeiro que sempre rendem boas aulas, tendo em vista que, os alunos também estarão vivenciando os acontecimentos e o outro motivo é poder registrar momentos históricos da cidade, tornando-se uma fonte de pesquisa para acadêmicos e pesquisadores da área, além de levar conhecimentos sobre a cidade para pessoas de outros estados e países.

Nossa cidade, Boa Vista capital de Roraima, encontra-se em fase de crescimento econômico e populacional, o capital financeiro gerado pelo crescimento populacional atrai investimentos de inúmeros setores da economia, com destaque para os seguimentos alimentação, beleza, vestuário e entretenimento. O processo de transformação impacta a paisagem urbana da cidade. Para Carlos (2018), paisagem urbana corresponde a um “instantâneo”, registro de um momento determinado no calendário, que tende a revelar uma dimensão da produção espacial.

Os grandes empreendimentos comerciais, que concentram vários setores de interesse da população, como por exemplo, os shoppings centers, começaram a despontar na cidade a partir do ano de 2012 com obras grandiosas impactando o ambiente e o cotidiano da população. As transformações do espaço urbano acompanham a dinâmica do mercado, construções surgem em locais que há poucos anos, eram inimagináveis para grandes empreendimentos comerciais, por se tratarem de locais periféricos e com população de baixa e média renda.

A construção do primeiro shopping center da cidade de Boa Vista, nos padrões da Associação Brasileira de Shopping Centers (ABRASCE), teve início das obras do ano de 2012 no bairro Cauamé, zona oeste da cidade, com inauguração em novembro de 2014.

Pintaudi (1992, p.26) define shopping center como um empreendimento imobiliário de iniciativa privada que reúne, em um ou mais edifícios contíguos, lojas alugadas comércio varejista ou serviços. A combinação de

diversificações planejadas pela empresa prevê a presença de várias lojas do mesmo ramo, como também por sua natureza distinta (lojas âncoras e lojas de comércio especializado e serviços – que podem ou não pertencer a redes).

O presente estudo destaca o processo de transformação sócio espacial urbano nas proximidades do empreendimento comercial Pátio Roraima Shopping em Boa Vista e os impactos gerados na população do local. Foram analisados aspectos como a modificação da paisagem urbana, infraestrutura, valorização e especulação imobiliária, investimentos públicos e privados na área e perspectivas dos moradores. A relevância social do trabalho busca apresentar o paralelo entre a qualidade de vida da comunidade local e os interesses capitalistas do mercado.

Abordar essa discursão sobre o impacto de grandes obras na estrutura de uma cidade e da população local pode ajudar num planejamento urbano futuro, aliando crescimento econômico e social com qualidade de vida para os habitantes e para a cidade. Nascimento (2005), apresenta um problema gerado na cidade Uberlândia – MG, com um mega empreendimento construído que impactou no espaço e no modo de vida da vizinhança, com transformações rápidas e violentas, desconsiderando os valores socioambientais atrelados à vida das pessoas daquela área, além da expulsão, pelo poder econômico, de muitos moradores com a compra de suas casas e terrenos próximos a obra.

O processo de descentralização do capital financeiro de um empreendimento comercial de grande porte, para sua instalação em uma área afastada do centro da cidade, fomentação atração de um grande fluxo de pessoas, capitais e serviço, contribuindo para um novo cenário estrutural do bairro, com suas edificações transformadas, seus equipamentos públicos e privados. A própria população local, acaba atraída pela especulação imobiliária, ocasionando o êxodo para outras áreas da cidade.

O objetivo principal do estudo consiste em registrar e analisar as transformações urbanas nas proximidades do primeiro shopping de Boa Vista, de sua construção (2012) aos primeiros dois anos de funcionamento (2016) e os impactos no cotidiano da população local. O problema da pesquisa é sobre os impactos que o empreendimento pode apresentar na vida da

população local.

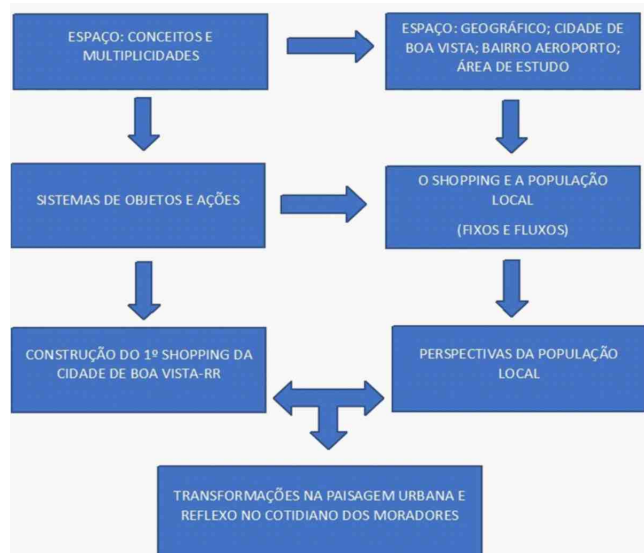
Os grandes empreendimentos na cidade de Boa Vista marcam uma nova identidade cultural, com aspectos modernos de influência no âmbito de produção do espaço urbano. Os shoppings seduzem e interferem no modo de vida da população, nas formas de organização, no consumismo capitalista ditados pelas tendências mundiais estampadas em vitrines e no ritmo acelerado dentro do espaço artificial privativo.

O estudo busca elencar, junto com as mudanças físicas no espaço, também as perspectivas dos moradores locais quando ao novo empreendimento no bairro, assim como os possíveis benefícios e também dificuldades que o progresso pode acarretar ao cotidiano dessa população.

REFERENCIAL TEÓRICO

Partindo da premissa da transformação espaço/tempo no contexto da cidade de Boa Vista, em virtude da construção do shopping, a pesquisa embasa-se teoricamente no estudo do espaço a partir da materialização dos elementos fixos e fluxos e na teoria dos sistemas de objetos e sistemas de ações abordados por Milton Santos (2014), destacando a construção do primeiro shopping da cidade como um objeto com influências na dinâmica espacial. O marco teórico seguiu uma explanação lógica identificada no fluxograma a seguir: (Figura – 01)

Figura 1: Fluxograma do Estudo.



Fonte: elaboração do autor, 2016.

SISTEMAS DE OBJETOS E AÇÕES

Para compreender os sistemas de objetos e sistemas de ações, a base teórica fundamentou-se em Milton Santos (2014). O autor propõe estudar o espaço a partir dos elementos fixos (objetos fixos ao solo) e dos fluxos (relações geradas entre objetos e pessoas), que analisados como um conjunto indissociável transforma o espaço. Esses objetos consistem em produtos do trabalho do homem para satisfazer necessidades, assim, os espaços naturais são substituídos gradualmente por objetos artificiais criados pelo homem.

Santos (2014) classifica “objeto” como sendo o produto de uma elaboração social. O autor diferencia os objetos das coisas, essa última sendo o produto da elaboração natural. Ressalta ainda que as coisas estão cada vez mais sendo substituídas por objetos, já que as coisas, quando utilizadas pelos homens, a partir de intenções sociais passam também a serem objetos. As coisas seriam um dom da natureza e os objetos um resultado do trabalho do homem, concebidos para certas finalidades, intencionalmente fabricados e localizados. Frutos da ciência e tecnologia esses objetos buscam a exatidão funcional, aspirando à perfeição.

E o que são ações que formam os sistemas de ações?

Baudrillard (2009) afirma ser a função e a racionalidade para qual o objeto foi criado, assim a função ao emancipar-se do objeto, adquiriu um valor em si.

Santos (2014) complementa serem “ações”, as intencionalidades servindo como uma espécie de corredor entre o sujeito e o objeto. A ação envolve uma sequência de atos, como: um comportamento orientado, que se dá em situação, é regulado e pode envolver um esforço ou motivação.

Então o agir gerado pela intencionalidade e finalidade dos objetos, constituem “as ações”. E a relação, conexão e informações entre objetos e ações formam os sistemas de objetos e ações que compõem o espaço geográfico, influenciando na dinâmica da sociedade e da vida. Em nosso estudo esse agir são as relações da população local da área de estudo com o objeto shopping.

Integrando os sistemas de objetos e ações encontram-se os fixos e os fluxos. Os fixos são

econômicos, sociais, culturais, religiosos, etc. Eles correspondem aos objetos, muitas vezes fixos ao solo como uma casa, um shopping ou hospital. Em nosso estudo o fixo principal é o empreendimento comercial Pátio Roraima Shopping.

Santos (2014, p.85) ressalta: “O espaço é, também, formado de fixos e fluxos. Nós temos coisas fixas, fluxos que se originam dessas coisas fixas, fluxos que chegam a essas coisas fixas. Tudo isso, junto, é o espaço”.

Como forma de trabalhar o espaço geográfico a partir da materialização dos elementos fixos e fluxos, Santos (2014) propõe estudar o conjunto de sistemas de objetos e sistemas de ações que formam esse espaço.

Baudrillard (2009, p.14) acrescenta que: “o meio ambiente cotidiano permanece, em larga medida, um sistema “abstrato”: nele os múltiplos objetos acham-se em geral isolados de suas funções, é o homem que lhes assegura, [...] sua coexistência em um contexto funcional”. O homem é o autor da construção dos objetos que compõem os sistemas.

Os sistemas de ações são caracterizados pelos conteúdos presentes nas formas. São as necessidades materiais e imateriais, econômicas, culturais, morais e afetivas que conduzem à ação humana, transformando os espaços construídos de forma intencional, através de eventos diversos, podendo gerar novos objetos. Logo, toda ação gerada em volta do objeto toma-se um sistema de ações.

O referencial teórico do estudo foi construído com base em leituras geográficas, mas contou, também, com contribuições multidisciplinares de outras áreas do conhecimento como a história, antropologia, sociologia, economia e educação.

Harvey (2005) afirma que o investimento no mundo emergente não está voltado para a produção, mas para ativos e valorização de ativos como aluguéis de terras, preços de imóveis e o setor financeiro inovando cada vez mais em empreendimentos de atração popular.

Para Harvey (2005, p. 51):

Assim, o capital passa a ser representada na forma de uma paisagem física, criada à sua

própria imagem, criada como valor de uso acentuada a acumulação progressiva do capital numa escala expansível. A paisagem geográfica, abrangida pelo capital fixo e imobilizado [...]

Nas palavras de Harvey (2005), configura-se o contexto das proximidades da área de estudo, uma vez que, a transformação progressiva da paisagem urbana vinculou-se a favor do capital financeiro e imobiliário.

O EMPREENDIMENTO COMERCIAL PÁTIO RORAIMA SHOPPING

O capital financeiro representado nesta grande obra atrai a população ao consumismo e transforma a paisagem geográfica local. A produção capitalista do espaço urbano na cidade de Boa Vista certamente afetou a vida da população, principalmente dos moradores das áreas mais próximas aos impactos diretos das mudanças.

O site oficial do Pátio Roraima Shopping divulgou, no período da construção do empreendimento, diversas informações sobre o mesmo, que é considerado o primeiro shopping center de Roraima nos padrões da ABRASCE. De acordo com o site o investimento foi de R\$ 155 milhões e gerou mais de seis mil empregos diretos e indiretos, durante sua construção e nos primeiros anos de funcionamento.

O empreendimento tem área bruta locável total de 25.732,50 mil metros quadrados, terreno de 112 mil metros quadrados (42.500 mil metros quadrados de área construída), quatro lojas âncoras, cinco megalojas, 191 lojas de menor porte com estilos variados, área de entretenimento com jogos eletrônicos e 1.086 vagas de estacionamento, segundo informação extraídas diretamente do site do shopping.

A Saphyr e a HSI (Hemisfério Sul Investimentos) são as empresas responsáveis pela construção, desenvolvimento, comercialização e administração do shopping center. Tais empresas promoveram no dia 25 de abril de 2014 a Festa da Cumeeira, evento que teve como objetivo mostrar à imprensa o estágio avançado em que se encontravam as obras do primeiro shopping de Roraima no período que antecederia sua inauguração.

O Pátio Roraima Shopping foi inaugurado

em 25 de novembro de 2014, com administração da Saphyr, HSI e Vinhal Empreendimentos. Segundo as empresas administradoras o shopping consolidou-se na capital Boa Vista como o primeiro shopping da cidade, com infraestrutura contemplando um complexo multiuso: com restaurantes e academia lojas com opções de grifes nacionais e internacionais, algumas exclusivas no Estado. Além de contar também com cinco salas de cinema stadium, com tecnologia de última geração, 3D, tela maxscreen e diversas opções de lazer e entretenimento. O Pátio Roraima está localizado na Avenida João Alencar, BR-174, na saída para a Venezuela.

METODOLOGIA

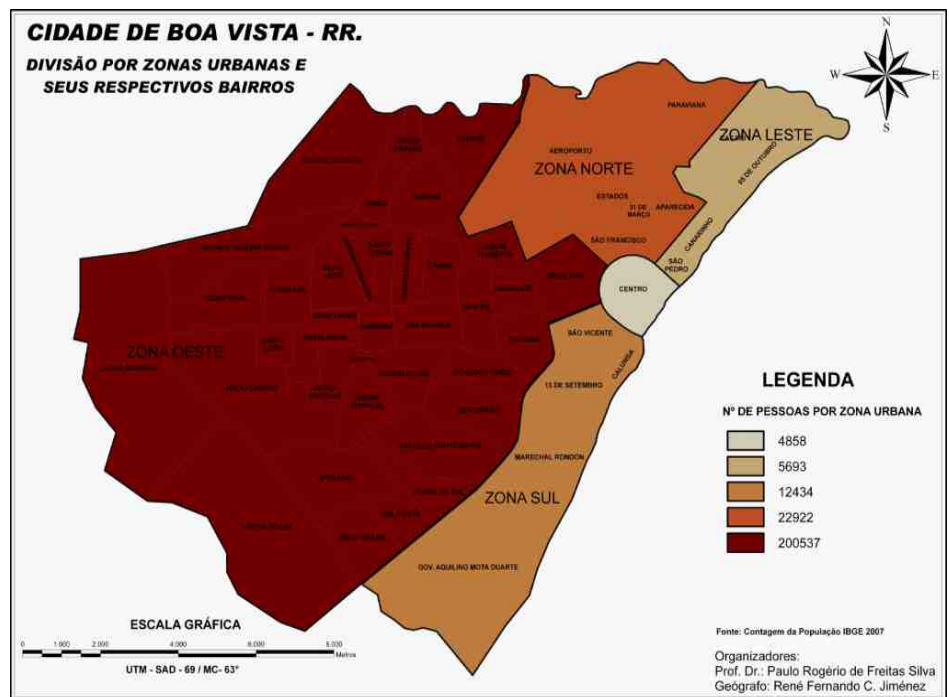
A pesquisa realizada caracteriza-se como descritiva e explicativa. Sequenciando um processo de identificação e detalhamento dos fatores que determinam o fenômeno, para as explicações completas da transformação urbana e socioeconômica na área de influência. Para Gil (2010), a pesquisa descritiva tem como objetivo a descrição das características de determinada população e a explicativa tem como propósito identificar fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência de fenômenos. Assim uma explicativa pode ser a continuação de outra descritiva.

O local de estudo, foi delimitado com um quadrilátero com altura entre as Ruas 06 e 10, com base na BR-174 e Rua Guararapes, no bairro Aeroporto, zona norte da cidade. A amostragem da pesquisa na área de influência foi por conglomerados, mais especificamente por um percentual de famílias residentes nas proximidades da construção do shopping. Segundo Gil (2010) proceder-se à seleção da amostra a partir de “conglomerados” em pesquisas cuja população seja um número grande de habitantes. Conglomerados típicos são: quarteirões, famílias, edifícios, etc.

LOCALIZAÇÃO DA ÁREA DE INFLUÊNCIA DO ESTUDO

Boa Vista ocupa uma área territorial de 5.687,037 km², composta por 53 bairros, concentrados em sua maioria, na zona oeste da cidade (figura 02). De acordo com o Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a cidade possuía uma população estimada em aproximadamente 278 mil habitantes. Na estimativa populacional de 2019 do IBGE, Boa Vista ultrapassou os trezentos mil habitantes, chegando ao quantitativo populacional de 399.213 habitantes, densidade demográfica de 49,99 hab/km².

Figura 2: mapa da cidade de Boa Vista.



Fonte: ACTA Geográfica, 2012. Organizadores Prof. Dr.: Paulo Rogério de Freitas Silva; René Fernando C. Jimenez.

Devido à grande concentração de bairros na zona oeste, ficou notório o interesse de grandes empreendimentos comerciais nessa zona da cidade, com expectativas de atingir a massa populacional e fluxo de capital financeiro concentrado.

O crescimento da zona oeste da cidade se deu por vários fatores relevantes, destacam-se a ocupação irregulares de áreas abandonadas, políticas públicas de assentamento, programas de moradia do Governo do Estado como o Bem Morar, programa do Governo Federal como o Minha Casa Minha Vida, baixa valorização dos

terremos periféricos da cidade.

De acordo com Silva; Almeida e Rocha (2012):

Na zona oeste, reside então à população assentada, bem como aquela que realizou a ocupação por invasões, mas, de qualquer forma, predominam nela principalmente pessoas de baixo poder aquisitivo, tendo como justificativa da permanência de alguns moradores, nessa zona às políticas dos governos que promovem os assentamentos exatamente nesses territórios que passou a ser definidos como dos segregados. (p.101)

Silva; Almeida e Rocha (2012), destacam a diferença no índice de analfabetos da zona oeste de Boa Vista, que alcança 17,3% enquanto na zona leste fica em 4,1%, na zona sul 11,2%, zona norte 7% e no centro 6,3%. Com relação ao poder aquisitivo da população, ou seja, a renda média local, a diferença também é muito grande entre as zonas, enquanto a zona leste o poder é de R\$: 2.418,00 reais, na zona norte fica em R\$: 1.280,00 reais e na zona oeste decai para apenas R\$: 367,00 reais.

A área de estudo está localizada no bairro Aeroporto, especificamente em frente a construção do shopping, delimita-se por um quadrilátero de área com alturas entre as Ruas 06 e Rua 10 e as bases a BR-174 e Rua Guararapes (figura 03), os limite compõem a área de influência que corresponde as seguintes coordenadas geográficas: latitude $2^{\circ}50'55.87''N$ e longitude de $60^{\circ}42'13.55''O$.

De acordo com Fonseca (2012), podemos considerar área de influência uma delimitação do espaço geográfico, para estudos de impactos diretos ou indiretos, decorrentes, da instalação e operação de empreendimentos.

A definição da área de influência é o ponto chave da metodologia de pesquisa por

amostragem. A área foi estudada quanto as suas características naturais, transformações no ambiente, fatores de impactos na população local referente ao empreendimento do shopping. É a partir dessas definições que se inicia todo o processo de levantamento dos dados, para análise e interpretação do fenômeno.

A nova urbanização no espaço próximo a construção do shopping, intitulado Pátio Roraima Shopping, seguiu um ritmo acelerado, deixando para trás hábitos e costumes de uma cidade pequena. O espaço iniciou uma mutação frenética, com duplicações de vias, construções modernas, especulação imobiliária, terrenos valorizados, moradores mudando de bairro, uma verdadeira dinamização na paisagem urbana.

FERRAMENTAS E PROCEDIMENTOS

Para alcançar os objetivos previstos no estudo, foram utilizadas diversas ferramentas, como: notebook e internet (com vários softwares: Google Earth, Google maps, Excel, Word, Paint); máquina fotográfica digital; GPS, calculadora; questionários impressos para pesquisa com moradores das proximidades do shopping; levantamento documental e bibliográfico.

A revisão bibliográfica foi empregada para definir o quadro teórico, que constitui a base para a análise dos dados coletados durante a pesquisa documental e a pesquisa de campo. Para proceder à elaboração da base teórica, foram utilizadas obras de especialistas nas temáticas relacionadas ao estudo.

Figura 3: Localização da área de influência do estudo e da área de construção do shopping Roraima Pátio.



Fonte: Google Earth, 2012.

Houve uma complementação de informações realizadas por buscas importante na internet sobre dissertações e teses envolvendo os temas: transformação urbana e socioeconômica causadas pelos “shoppings centers” no Brasil e no mundo. Todos esses trabalhos científicos contribuíram na elaboração e execução do presente de estudo.

O entendimento do Plano diretor estratégico e participativo da cidade de Boa Vista fez-se necessário, juntamente com as leis federais que abordam o uso da propriedade urbana em prol do coletivo, da segurança e do bem-estar dos cidadãos, assim como o equilíbrio ambiental, apresentadas no Estatuto das Cidades.

O trabalho de campo partiu de observações empíricas, qualitativa e quantitativa da realidade do entorno do shopping e conversas direcionadas ao empreendimento, realizadas com alguns moradores da área de influência. Essa pesquisa com os moradores se realizou com o objetivo de conhecer o perfil socioeconômico dos moradores locais, as práticas do cotidiano, a realidade e a história do local, visando identificar o espaço atual e as perspectivas para as transformações no ambiente com a inauguração do empreendimento.

A pesquisa com os moradores da área de influência foi realizada no início do mês de abril de 2014, durante dois finais de semanas, período estratégico, tendo em vista que as obras do shopping se encontravam em fase de conclusão e esse fato atribuía confiança aos moradores quanto à inauguração do shopping no mesmo ano. Foram entrevistadas 50 pessoas, um universo de aproximadamente 120 famílias, residentes na área urbana mais próxima a construção. A escolha das residências para realização das entrevistas foi aleatória, sendo que em cada quarteirão, da área delimitada para estudo, foram entrevistadas famílias. A entrevista foi realizada apenas com 1 morador da família, maior de 18 anos, de preferência com o(a) responsável pela família, que voluntariamente respondeu a 5 perguntas na entrevista. A pesquisa ocorreu em finais de semana, por questões relativas aos horários de trabalho, facilitando encontrar os responsáveis pelas famílias em casa.

Foram elaborados questionários com perguntas estruturadas de natureza “aberta” possibilitando a complementação da resposta pelo entrevistado e perguntas estruturadas de natureza

“fechada” com opções preestabelecidas para a escolha. Primeiramente perguntas referentes ao perfil do morador: faixa etária, tempo de residência no bairro, ocupação principal, faixa de renda. Em seguida perguntas sobre as perspectivas quanto ao novo empreendimento comercial construído nas proximidades: visão de negócio com o fluxo de pessoas no bairro, benefícios e dificuldades que o shopping pode acarretar.

Uma análise documental foi realizada em jornais antigos de grande circulação na cidade, possibilitando comparar valores de imóveis nos bairros Cauamé e Aeroporto, referentes aos anos de 2004, 2009, 2013 e 2014, apresentando o percentual financeiro de valorização dos imóveis, num período de 10 anos até a inauguração do shopping em 2014.

As pesquisas em jornais antigos foram desenvolvidas no Palácio da Cultura, único espaço público que tem exemplares antigos dos principais jornais de circulação diária de Boa Vista. A partir das informações no classificado dos jornais, organizou-se um quadro comparativo por ano, com valores de imóveis relativamente compatíveis nos bairros estudados. Na sequência tabulou-se em planilhas no Excel um gráfico de linhas representando o crescimento dos valores nos anos pesquisados.

Finalizada a sequência de coleta das informações documentais e concluída a pesquisa de campo, os dados oriundos dos procedimentos foram tabulados e detalhadamente interpretados, com o objetivo de elaborar uma visão global do espaço estudado e compará-lo com períodos anteriores as obras da construção de shopping.

A área de influência, ao longo do estudo foi registrada pelo autor com fotografias a partir de 2012. Os resultados da pesquisa dos moradores foram organizados em gráficos, utilizando o programa Excel, como forma de visualizar o perfil dos moradores e suas perspectivas quanto ao empreendimento comercial.

Nos dois anos seguintes a inauguração do Pátio Roraima Shopping (2015-2016), verificou-se através de visitas “in loco”, transformações urbanas ocorridas durante este período e registros fotográficos foram realizados para comparações com as fotografias do início do estudo e fundamentação das considerações finais do estudo.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Desde a implantação das obras do Pátio Roraima Shopping, a paisagem na área circunvizinha sofreu modificações, devido às intervenções viárias, mudanças no zoneamento, aumento do fluxo de veículos que prestam serviços na obra, instalação de painéis publicitários, duplicação de vias, esgoto sanitário, e outros. Para elaborar um diagnóstico referente à qualidade estética, funcional e ambiental do espaço, realizou-se uma leitura de toda a área de influência a partir dos elementos visíveis que constituem o espaço. Foram analisados os itens como: edificações, infraestrutura, ruas e avenidas, áreas públicas, acesso ao transporte público, áreas verdes e os hábitos da população do entorno.

Para analisar a transformação da paisagem urbana nas proximidades das obras do shopping e avaliar os impactos do empreendimento na população local é necessário entender o conceito de espaço e paisagem.

Para Santos (2014) o conceito básico do espaço é constituir uma realidade objetiva, um produto social em permanente processo de mudanças, impondo sua própria dinâmica onde a sociedade obrigatoriamente deve estar inserida. O espaço e a sociedade formalizam um conjunto indissociável:

O espaço deve ser considerado como um conjunto indissociável, de que participam, de um lado, certo arranjo de objetos geográficos, objetos naturais e objetos sociais, e, de outro, a vida que os preenche e anima, ou seja, a sociedade em movimento. O espaço, por conseguinte, é isto: um conjunto de formas contendo cada qual frações da sociedade em movimento (SANTOS, 2014, p.30-31).

Para Santos (2014,p.79), o conceito de paisagem é:

Tudo aquilo que nós vemos, o que nossa visão alcança, é a paisagem. Esta pode ser definida como o domínio do visível, aquilo que a vista abarca. Não é formada apenas de volumes, mas também de cores, movimentos, odores, sons, etc.

A partir desses conceitos busca-se entender a dinâmica da transformação no espaço físico e na

vida da população local em detrimento ao surgimento de um grande shopping center nas proximidades.

Sobre a transformação que o homem promove na paisagem, Santos (2014) afirma que o ser humano é dinâmico e uma das formas de revelação desse dinamismo está, exatamente, na transformação qualitativa e quantitativa do espaço habitado.

TRANSFORMAÇÕES URBANAS NAS PROXIMIDADES DAS OBRAS DO SHOPPING

A primeira grande transformação foi sem dúvida no local da obra. Antes apenas uma área com a vegetação nativa e em dois anos de intensos trabalhos da mão de obra humana se transformou em uma edificação moderna, como podemos acompanhar na figura 04 a seguir.

Figura 4: a) início da terraplanagem da área, julho de 2012. b) Shopping em funcionamento, dezembro de 2014.



Fonte: acervo do autor, 2012/2014.

Outra grande mudança no ambiente, próximo ao local da obra do shopping, foi a duplicação da BR-174, que passa em frente ao shopping (figura 05). Principal via de acesso ao shopping no sentido centro bairro, a BR-174 constitui um corredor de tráfego importante na circulação de veículos e pessoas, até mesmo pela ligação que a rodovia realiza entre os municípios de Boa Vista com: Amajari, Pacaraima, Uiramutã e o país vizinho Venezuela. O trecho duplicado ajudará no fluxo normal do trânsito.

A primeira foto da figura 05 foi registrada no dia 22 de julho de 2012 e apresenta o início das obras de duplicação da BR-174, momento do aterramento e expansão da área lateral da BR. Na segunda fotografia, que foi registrada no dia 15 de maio de 2014, já é possível contemplar a conclusão da duplicação da BR-174.

Figura 5: c) início da duplicação da BR-174, 2012 d) conclusão da duplicação da BR-174, 2014.



Fonte: acervo do autor, 2012/2014.

Essa obra de duplicação da BR-174, sentido norte, foi realizada pelo Governo Federal através do convênio de número SIAFI: 574670 com o Município de Boa Vista, para realização do contorno oeste da cidade.

No site da transparência do Governo Federal o valor total do convênio consta em R\$: 66.734.220,53 com uma contrapartida do município de Boa Vista no valor de R\$: 3.503.441,90. O órgão superior responsável foi o Ministério dos Transportes através do Departamento Nacional de Infraestrutura e Transportes. A vigência do convênio iniciou no dia 10 de janeiro de 2006 com término no dia 16 de maio de 2014.

A relevância da duplicação da BR-174 nas proximidades da construção do shopping implica em melhorias no tráfego da localidade, tendo em vista o grande fluxo de veículos circulando de outros bairros da cidade para o shopping e por essa via ser o único acesso ao empreendimento. Com o atrativo do shopping aumentou a oferta de transporte coletivo aos moradores locais.

A valorização imobiliária também gera transformações na paisagem urbana, uma vez que muitos imóveis são vendidos e acabam sofrendo reformas ou mesmo novas construções surgem em terrenos inabitados. A área de influência do estudo apresenta uma dinâmica constante na transformação do ambiente a partir de construções particulares, condomínios residenciais, pequenos comércios, dentre outras. A especulação imobiliária é uma prática comum em regiões que apresentam um desenvolvimento certo no futuro.

No atual contexto de Boa Vista constatam-se os conceitos de Harvey (2005), quando afirma que o investimento no mundo emergente está voltado para valorização de terras e imóveis, é o

que está ocorrendo no entorno da construção do shopping na zona oeste da cidade.

Filho (2001,p.48) define especulação imobiliária como: “[...] uma forma pela qual os proprietários de terra recebem uma renda transferida dos outros setores produtivos da economia, especialmente através de investimentos públicos na infraestrutura e serviços urbanos[...]”.

Logo, especulação imobiliária caracteriza-se por melhoria dos custos financeiros de uma determinada localidade em detrimentos de melhorias estruturais ou de serviços. Como exemplo: a área de estudo em relação aos benefícios que o shopping atribuirá ao bairro, conseqüentemente os imóveis sofreram uma valorização financeira rápida.

Infelizmente os proprietários, acabam seduzidos por ofertas de grandes imobiliárias e vendem suas propriedades, deixando um legado de anos aos empresários do ramo imobiliário, que por sua vez constroem condomínios ou loteamentos e revendem por valores superfaturados. Fato esse que causa uma segregação entre pessoas de renda baixa e os donos do capital, elitizando o espaço geográfico.

Para aferir o valor dos imóveis localizados nas proximidades do empreendimento, foram realizadas pesquisas em jornais de grande circulação na cidade, em meses distintos dentro do mesmo ano, como: 2004, 2009, 2013 e 2014. Comparamos os preços de imóveis com as seguintes características: 2 quartos, cozinha, banheiro social, área de serviço, com área total do terreno 15x30. Os resultados da pesquisa seguem no quadro comparativo 01.

Quadro 1: valorização imobiliária.

BAIRROS	2004	2009	2013	2014
AEROPORTO	R\$: 12.000,00 (doze mil reais)	R\$: 35.000,00 (trinta e cinco mil reais)	R\$: 125.000,00 (cento e vinte e cinco mil reais)	R\$: 160.000,00 (cento e sessenta mil reais)
CAUAMÉ	R\$: 8.000,00 (oito mil reais)	R\$: 26.000,00 (vinte e seis mil reais)	R\$: 105.000,00 (cento e cinco mil reais)	R\$: 130.000,00 (cento e trinta mil reais)

Fonte: jornal Folha de Boa Vista.

É perceptível a elevação acentuada dos preços dos imóveis, nos anos de 2009 a 2014, ou seja, no período de divulgação do empreendimento

comercial no bairro Cauamé, início das obras e ano da inauguração do shopping.

Com vista nas informações monetárias atribuídas aos imóveis dos dois bairros mais próximos do shopping, observou-se uma forte valorização imobiliária, sofrendo uma aceleração dos preços nos valores, principalmente no ano de inauguração do shopping.

Fica claro que, a construção de um grande empreendimento comercial na vizinhança, contribua para o acréscimo de valores agregado à área em questão, logo, surgem inúmeras propostas de compra e venda de imóveis nessas áreas, visando o lucro rápido e fácil proveniente das melhorias que o shopping estabeleceu na localidade, caracterizando-se como especulação imobiliária em escala local. Bade (2011) destaca que a especulação do solo urbano, atraída por grandes empreendimentos, por vezes, são responsáveis pela migração de moradores de baixo renda para outros bairros da cidade.

PERFIL DOS MORADORES LOCAIS

A pesquisa realizada com moradores da área de influência teve como objetivo principal auxiliar no entendimento do meio físico em que vivem das famílias, seus aspectos socioeconômicos, as expectativas para o funcionamento do shopping e os possíveis impactos que o novo contexto pode acarretar em suas vidas. A partir das informações foi possível traçar um perfil dos moradores, com características de âmbito social, econômico e as expectativas para o futuro.

Em relação à faixa etária dos entrevistados, percebe-se o percentual igualitário de jovens entre 18 a 29 anos e adultos entre 40 a 49 anos (gráfico 01). O índice de idosos acima de 60 anos corresponde ao menor grupo da pesquisa.

Gráfico 1: faixa etária dos pesquisados.

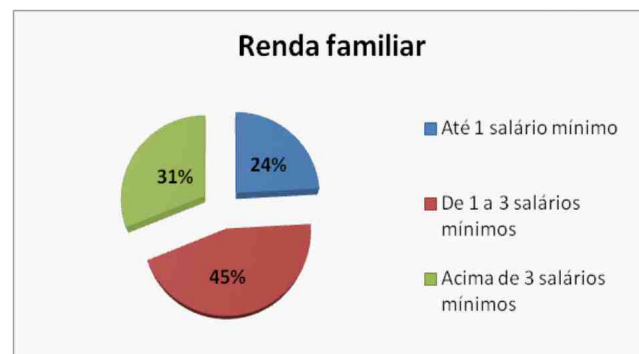


Fonte: dados coletados “in loco” pelo autor (2014).

A pesquisa com os moradores das proximidades da construção do shopping constatou que a média de residência no bairro, das famílias entrevista, corresponde a 7,2 anos o que indica um bom período de acompanhamento das transformações no ambiente.

A renda familiar foi um dos itens investigados e o reflexo da pesquisa direcionou para os seguintes resultados (gráfico 02): a maior parte dos entrevistados 45% declararam uma renda familiar entre 1 e 3 salários mínimos, o que varia entre 724,00 (setecentos e vinte e quatro reais) valor real do salário mínimo brasileiro no ano de 2014 e 2.172,00 (dois mil cento e setenta e dois reais) correspondente ao triplo deste valor. Os que declararam renda acima de 3 salários mínimos somam 31% e até 1 salário mínimo 24% das famílias.

Gráfico 2: gráfico da renda familiar.

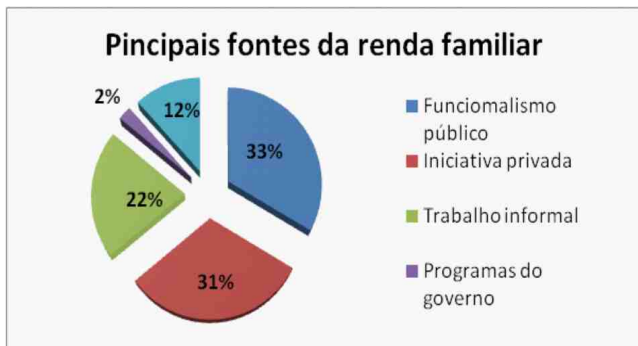


Fonte: dados coletados “in loco” pelo autor (2014).

A principal fonte de renda é proveniente do funcionalismo público com 33% das atividades declaradas como renda familiar, seguido por trabalhos na iniciativa privada com 31%, trabalhos informais com 22%, 12% desenvolvem atividades como empregadas domésticas e apenas 2% tem renda familiar baseada em programas sociais do governo como bolsa família ou crédito social (gráfico 03).

No geral pode-se traçar o perfil socioeconômico dos entrevistados como uma população jovem, que apresenta uma renda familiar média entre 1 e 3 salários mínimos, proveniente principalmente do trabalho no funcionalismo público e da iniciativa privada, possuem residências próprias e moram no bairro a mais de 7 anos.

Gráfico 3: gráfico da renda familiar dos moradores entrevistados.



Fonte: dados coletados “in loco” pelo autor (2014).

PERSPECTIVAS DOS MORADORES LOCAIS QUANTO AO SHOPPING NAS PROXIMIDADES.

Essa etapa da pesquisa buscou saber a opinião dos moradores quanto à construção do Roraima Pátio Shopping, nas proximidades de suas casas, a relação econômica que esse empreendimento pode trazer para as famílias locais e os impactos no bairro.

Em relação ao fator econômico do empreendimento na vida dos moradores locais 42% declararam que seu imóvel será mais valorizado, 32% dos entrevistados, principalmente os jovens, afirmaram ser o empreendimento uma oportunidade de emprego, 10% estão pensando em abrir um pequeno negócio e aproveitar o fluxo de pessoas no local e para 16% dos entrevistados o shopping não interferirá na economia da família (gráfico 04).

Gráfico 4: opiniões sobre a relação econômica do shopping na vida das famílias.



Fonte: dados coletados “in loco” pelo autor (2014).

As melhorias apontadas pelos entrevistados em relação ao shopping nas proximidades foram as seguintes: 74% afirmaram que o shopping oferecerá diversos serviços como bancos, lotéricas, lojas, supermercados, e outros, o que traz

comodidade. Para os 26% restantes da pesquisa as melhorias serão em segurança, uma vez que o policiamento irá aumentar no bairro e também a melhoria no transporte público, pois, as linhas de ônibus aumentarão no bairro. Lembrando que essa pesquisa foi realizada antes da inauguração do shopping.

Quando a pergunta foi direcionada as dificuldades que o shopping pode acarretar aos moradores locais, a resposta mais escolhida com 63% aponta para o aumento na violência, tanto na questão do trânsito com acidentes e mortes, como também violência contra os próprios moradores em relação a assaltos e arrombamentos. Para 31% dos entrevistados não haverá dificuldades e 6% afirmaram que a maior dificuldade será no trânsito, com o aumento do fluxo de veículos (gráfico 05).

Gráfico 5: dificuldades que o shopping pode acarretar a população local.



Fonte: dados coletados “in loco” pelo autor (2014).

A cada ano de construção do empreendimento, ficava notório o desenvolvimento de toda região em seu entorno e o progresso surge com melhorias, dando visibilidade ao espaço urbano, que por localiza-se longe do centro da cidade ficava esquecido pela população geral de Boa Vista e principalmente pelas autoridades do município. Porém, segundo os próprios moradores não é apenas o lado dos benefícios que pode aumentar no bairro, suas preocupações também atrelam o progresso a dificuldades e violências.

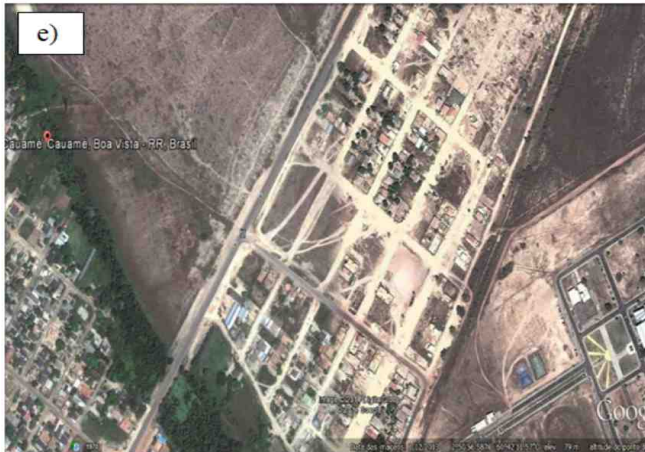
VERIFICAÇÃO IN LOCO DAS TRANSFORMAÇÕES URBANAS NOS DOIS PRIMEIROS ANOS DE FUNCIONAMENTO DO SHOPPING

Durante os dois primeiros anos de funcionamento do shopping, verificou-se através de visitas in loco as mudanças no espaço urbano das proximidades. Ao final do ano de 2016, elencou-se as principais transformações para

fundamentação das considerações finais do estudo.

A partir de uma comparação de imagens de satélite nos anos de 2012 e 2016 (figura 06), pode-se notar as transformações

Figura 6: e) área do Shopping em 2012 f) área do Shopping em 2016.



Fonte: Google maps, 2012,2016.

Realmente foram constatadas mais mudanças. Todas transformações ocorreram exclusivamente próximas ao shopping, numa distância menor que um quilômetro do prédio principal do shopping. Não foram identificadas transformações consideráveis que tenham adentrado ao espaço do bairro delimitado ao estudo. Percebe-se que as transformações estão literalmente “ligadas” ao shopping.

A seguir serão destacadas três grandes transformações próximas ao shopping. A primeira uma praça localizada a cerca de 10 metros na frente do empreendimento com monumento de um avião Xavante (figura 07). Essa praça ressalta e homenageia a Base Aérea de Boa Vista que está

Figura 7: homenagem ao avião AT-26 XAVANTE FAB4493.



Fonte: acervo do autor (2016).

localizada no Bairro Aeroporto.

Outra obra “colada” ao shopping é de um imponente hotel quatro estrelas que custou 22 milhões de investimentos, de acordo com

divulgação da empresa responsável. De bandeira da marca ZII o hotel inaugurou em novembro de 2016, com 4.100 m² de área construída, com térreo mais sete pavimentos, e 106 apartamentos, com tamanho médio de 22m² (figura 08).

Figura 8: Hotel ZII.



Fonte: acervo do autor (2016).

Mais um grande empreendimento fixou suas atividades no complexo espaço de transformações que o Pátio Roraima Shopping. Dessa vez o empreendimento constitui a Rede Nova Era “Atacarejo” localizado no estacionamento do shopping (figura 09).

Foi inaugurado no dia 31 de março de 2016. De acordo com a divulgação do empreendimento, o local conta com uma área de sete mil metros, tendo ainda 5.500m de área de vendas, 04 check-out e um portfólio com mais de 12 mil itens. Toda

estrutura levou apenas cinco meses para ser construída, gerando cerca de 500 empregos indiretos na obra e em funcionamento gera em torno de 200 empregos diretos.

Figura 9: Atacado Nova Era.



Fonte: acervo do autor (2016).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se, através do processo de evolução das cidades, que este sempre esteve diretamente ligado ao desenvolvimento e as construções no ambiente, proporcionando transformações urbanas nas cidades. O crescimento populacional e econômico da cidade de Boa Vista atraiu, no início da década de 2010, investimentos de grandes empreendimentos comerciais visando o capital financeiro gerado pela massa populacional economicamente ativa no estado.

Por consequência, surgiram grandes obras fomentando a transformação do espaço urbano nas localidades dos futuros empreendimentos. Na realidade do bairro Cauamé, zona oeste de Boa Vista, o início das obras de um shopping dinamizou o espaço urbano influenciando diretamente no cotidiano dos moradores locais.

O presente estudo analisou no período de junho 2012 a final de 2014 as principais transformações urbanas nas proximidades da construção do empreendimento comercial Pátio Roraima Shopping, as perspectivas dos moradores locais e o impacto socioeconômico no bairro. E nos anos de 2015 a 2016 foram verificadas, através de visitas in loco, as transformações próximas ao empreendimento já em funcionamento.

Detentor de grande poder de atração, os shoppings, com suas variedades de produtos, conforto e segurança, facilidades de compras e lazer, tornam-se ambientes artificiais valorizados

pela população em geral.

Não obstante as facilidades e comodidades que o shopping pode agregar as famílias próximas empreendimento, outras questões encontram-se envolvidas, entre elas a agressão ao meio ambiente urbano, seja em relação à paisagem, condições climáticas, patrimônio, o trânsito e sistema de transportes. Potenciais impactos no cotidiano dos moradores locais, são influenciados pelo novo contexto social que se configura no bairro, pois, o padrão do investimento elevou o valor do espaço urbano e conseqüentemente mudou o padrão de vida na localidade.

O empreendimento comercial Pátio Roraima Shopping está atuando como indutor da especulação imobiliária local, introdução de novos usos e de uma nova dinâmica na região, alterando o perfil da população e o padrão de produção do espaço urbano. As relações sociais e espaciais existentes na área continuam em um processo contínuo de mudança, com uma dinâmica própria, atuando a um só tempo como produto e condicionante de novas transformações.

A introdução da construção do Pátio Roraima Shopping impôs uma nova dinâmica, resultando em incremento de valorização, intenso processo de desenvolvimento e alteração do padrão de ocupação do solo urbano. A via principal, BR-174 sofreu modificações para receber um fluxo viário superior ao atual; modificaram-se os usos e a ocupação do solo da área, que começou a receber investimentos comerciais e empresariais, caracterizando um novo perfil da paisagem local.

Surge, então, uma responsabilidade para o poder público em disciplinar esse processo com base no Estudo de Impacto de Vizinhança, contido no Estatuto da Cidade. Se, por um lado, a construção desse empreendimento traz uma série de pontos positivos, na visão dos moradores das proximidades, como: valorização imobiliária, empregabilidade, visibilidade, por outro lado, devem ser solucionados os pontos negativos, tipo: aumento da população provisória, da violência, do tráfego, poluição sonora, atmosférica, visual, degradação da paisagem urbana e carência de equipamentos comunitários.

O Estudo de Impacto de Vizinhança, assim como outros instrumentos do Estatuto da Cidade, permite que o poder público possa intervir juntamente com a sociedade civil em ações que

ferem a qualidade da vida urbana.

Em relatos de alguns moradores percebe-se uma satisfação pelo progresso que o bairro adquiriu com a inauguração do shopping, mas, por outro lado há uma preocupação com as consequências negativa que pode se agravar pelo fluxo de pessoas, mercadorias e capital. Os mais jovens projetam seus futuros com possibilidade de empregos no empreendimento, já os moradores mais idosos temem a mudança domiciliar de bairro, que pode ser ocasionada, pelas propostas de compra dos imóveis e também em busca de um local mais calmo e tranquilo para morar.

Outra tendência parece ser a continuidade de processos de valorização imobiliária, que tem como consequência mais óbvia o encarecimento da moradia para todos, inclusive para as famílias de poder aquisitivo baixo. Aliás, quando pela dinâmica de crescimento urbano um bairro começa a deixar de ser periférico, uma das mudanças é a substituição de moradores de baixa renda, a partir da construção de empreendimentos imobiliários para classes mais altas, e o aumento do preço da terra como demarcador da nova posição do bairro na localização relativa dentro da cidade.

Constatou-se também, que depois de dois anos de funcionamento do empreendimento comercial Pátio Roraima Shopping, as transformações significativas no espaço urbano local continuam, porém, sempre ligadas exclusivamente a estrutura física do shopping. Destacam-se três exemplos dessa ligação direta: o Hotel Zii, ao lado do shopping, uma praça na frente do shopping e um grande supermercado atacado varejista no estacionamento do shopping. Infelizmente o progresso estrutural e físico do bairro ao entorno ainda não chegou. As ruas que na época da primeira fase da pesquisa não eram pavimentadas em sua maioria, continuaram da mesma forma, necessitando de manutenções. Por outro lado, algumas das perspectivas dos moradores na época da pesquisa foram comprovadas como a valorização dos imóveis nas proximidades e o aumento do fluxo de veículos no bairro, gerando impactos tanto positivo quanto negativo.

REFERÊNCIAS

ABRASCE. **Desempenho da indústria do shopping center**. Disponível em: <<http://www.portaldoshopping.com.br/>>. Acesso

em: 10 mar. 2013.

BADE, Cristiane. **Especulação do solo urbano em Marechal Cândido Rondon (1080-2008): uma análise sobre as relações políticas e empresariais**. Cândido Rondon-PR, Dissertação de Mestrado, no Programa de Pós- Graduação em História, 2011.

BAUDRILLARD, J. **O sistema dos objetos**. 5. ed. Tradução: Zulmira Ribeiro Tavares. São Paulo: Perspectiva, 2009.

BRASIL. **Estatuto da cidade (2001): Lei nº. 10.257, de 10 de Julho de 2001**, que estabelece diretrizes gerais da política urbana. Brasília. Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações, 2001.

FILHO, Candido Malta Campos. **Cidades brasileiras: seu controle ou o caos**. 4 ed. São Paulo: Studio Nobel, 2001.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **A cidade**. 9. ed. São Paulo: Contexto, 2018.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O Espaço Urbano: Novos Escritos sobre a Cidade**. São Paulo: Labur Edições, 2007.

FONSECA, W. **Crítérios para Delimitação de Áreas de Influência em Estudos de Impacto Ambiental**. Dissertação (Mestrado). Publicação IPT F676C, 2012. 155 p.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOVERNO FEDERAL. Portal da transparência. **Convenio do Contorno oeste de Boa Vista (km 496,1- Km 524,1) e duplicação e restauração da BR-174/RR (do Km486,8-496,1)**. Disponível em: <<http://www.portaltransparencia.gov.br>> Acesso em 25 mar. 2013.

HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**. 2. ed. São Paulo: Annablume, 2005.

NASCIMENTO, I.S. **Shopping center e paisagem urbana em Uberlândia: uma metodologia de impactos de vizinhança**. São Paulo: anais do X encontro de geógrafos da América Latina, 2005.

PINTAUDI, Silvana Maria; FRÚGOLI JÚNIOR, Heitor (orgs). **Shopping Centers: Espaço**,

Cultura e Modernidade nas cidades brasileiras.

São Paulo: Editora Estadual Paulista, 1992.

SANTOS, M. A natureza do espaço: Técnica e

Tempo, Razão e Emoção. 4. ed. São Paulo:

Editora da Universidade de São Paulo, 2014.

_____. **Da totalidade ao espaço.** São Paulo:

Editora da Universidade de São Paulo,

Editora da Universidade de São Paulo, 2014.

_____. **Metamorfoses do espaço habitado,**

fundamentos Teórico e metodológico da

geografia. 6. ed. São Paulo: Editora da

Universidade de SP, 2014.

_____. **Técnica, espaço, tempo:**

globalização e meio técnico-científico-

informacional. 5. ed. São Paulo: Editora da

Universidade de São Paulo, 2013.

SILVA, P. R. F; ALMEIDA, M. M; ROCHA, R. A.

As novas formas do tecido urbano de Boa Vista –

RR. **ACTA Geográfica.** Boa Vista, v.6, n12,

mai./ago. 2012. p.97-107. Disponível em:

<<http://revista.ufrb.br/index.php/actageo>> Acesso

em: 20 out. 2013.