



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE RORAIMA
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**

RAFAELA KÉROLEEN SILVA MAIA

**ECONOMIA DE AGLOMERAÇÃO: UM ESTUDO SOBRE OS SETORES
COMERCIAIS E SUBCENTROS EM BOA VISTA (RR)**

BOA VISTA - RR

2021

RAFAELA KÉROLEEN SILVA MAIA

**ECONOMIA DE AGLOMERAÇÃO: UM ESTUDO SOBRE OS SETORES
COMERCIAIS E SUBCENTROS EM BOA VISTA (RR)**

Dissertação apresentada como pré-requisito para
Conclusão do Curso de Mestrado do Programa de
Pós-Graduação em Geografia, da Universidade
Federal de Roraima UFRR. Linha de pesquisa:
Produção do Território Amazônico.

Orientadora: Dra. Elisângela Gonçalves Lacerda

Co-orientador: Dr. Elói Martins Senhoras

Dados Internacionais de Catalogação na publicação (CIP)
Biblioteca Central da Universidade Federal de Roraima

M217e Maia, Rafaela Kéroleen Silva.

Economia de aglomeração: um estudo sobre os setores comerciais e subcentros em Boa Vista (RR) / Rafaela Kéroleen Silva Maia. – Boa Vista, 2021.

217 f. : il.

Orientadora: Dra. Elisângela Gonçalves Lacerda.

Co-orientador: Dr. Elói Martins Senhoras.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Roraima, Programa de Pós-Graduação em Geografia.

1 – Economia. 2 – Espaço Urbano. 3 – Comércio e serviços. 4 – Boa Vista (RR). I – Título. II – Lacerda, Elisângela Gonçalves (orientadora). III – Senhoras, Elói Martins (coorientador).

CDU – 332.1: 911.2(811.4)

RAFAELA KÉROLEEN SILVA MAIA

**ECONOMIA DE AGLOMERAÇÃO: UM ESTUDO SOBRE OS SETORES
COMERCIAIS E SUBCENTROS EM BOA VISTA (RR)**

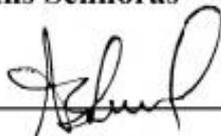
Dissertação apresentada como pré-requisito para
Conclusão do Curso de Mestrado do Programa de
Pós-Graduação em Geografia, da Universidade
Federal de Roraima UFRR. Linha de pesquisa:
Produção do Território Amazônico. Defendida em 23
de Março de 2021 e avaliado pela seguinte banca:



Profa. Dra. Elisângela Gonçalves Lacerda – Orientadora (UFRR)



Prof. Dr. Elói Martins Senhoras – Co-orientador (UFRR)



Profa. Dra. Altiva Barbosa da Silva (UFRR)



Prof. Dr. Elton Carlos Oliveira Borges (UFRR)



Prof. Dr. Alexandre Magno Alves Diniz (PUC/MG)

BOA VISTA/RR

2021

Dedico esta Dissertação primeiramente á Deus, que é essencial em minha vida. E ao meu filho Bernardo M. França. Luz da minha vida!

AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeiro lugar a Deus, pelo dom da vida e por me conceder saúde e sabedoria durante esta caminhada. A minha família, pelo amor, incentivo e apoio ao me transmitirem força e encorajamento para concretizar essa etapa da minha vida acadêmica. Em especial ao meu esposo Nardelly França quem me acompanhou durante a pesquisa de campo. Amo vocês!

Minha gratidão á orientadora, Prof. Dra. Elisângela Gonçalves Lacerda, grande profissional a qual tenho total respeito e admiração, pela oportunidade de realizar esse trabalho, por todo o seu saber, sua ajuda, seus conselhos, direcionamentos e o modo como sempre me incentivou a buscar o aprendizado.

Sou grata também ao meu co-orientador Prof. Dr. Elói Martins Senhoras por toda a ajuda, incentivo, apoio e parceria durante a realização desse e de outros estudos, sua contribuição foi essencial na minha profissionalização.

Agradeço a todos os professores dessa trajetória pelos ensinamentos, em especial aos professores Artur Rosa Filho, Altiva Barbosa, Antônio Veras e Elton Carlos de Oliveira Borges que foram essenciais na minha formação. Obrigado pelas sugestões durante o curso! Agradeço também ao departamento do Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFRR.

Aos meus amigos de curso, por compartilhar a vida acadêmica. Em especial as minhas queridas parceiras Pâmola L. Walter e Alexsandra A. Castro, que embarcaram comigo no sonho da Pós-Graduação e a tornaram mais interessante. Ter vocês ao meu lado, foi essencial!

A todas as instituições que contribuem com a divulgação de materiais para uso científico em especial a Prefeitura Municipal de Boa Vista, por ter me facultado a listagem das empresas associadas. E a toda a população consumidora e empresária boa-vistense que direta ou indiretamente contribuíram para meu estudo, muito obrigada!

Não poderia deixar de agradecer à Universidade Federal de Roraima (UFRR) pela oportunidade de realização do curso de Mestrado e a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo apoio financeiro que subsidiou a pesquisa e me permitiu me dedicar exclusivamente ao curso.

Qualquer ponto pode torna-se o foco, a convergência, o lugar privilegiado. De sorte que todo espaço urbano carrega em si esse possível-impossível, sua própria negação. De sorte que todo espaço urbano foi, é, e será concentrado e poli(multi)cêntrico. A forma do espaço urbano evoca e provoca essa concentração e dispersão. (LEFBREVE, 1999, p.46).

RESUMO

As formas de organização espacial da cidade estão ligadas ao seu modo de produção e reprodução da sociedade, nesse contexto, têm-se à aglomeração de comércios e serviços, diretamente relacionados com os benefícios econômicos que estruturam a cidade, associando a concentração de atividades econômicas ao valor do solo e ao fluxo de pessoas. Nessa dinâmica contínua de estruturação urbana, ocorrem às centralizações e descentralizações, processo responsável pela formação das áreas destacadas como centro, subcentro, eixos comerciais e áreas especializadas, conduzindo a estruturação do espaço urbano. Este estudo tem como objetivo geral analisar a espacialização das atividades comerciais e suas implicações na organização do espaço urbano de Boa Vista, Roraima, a partir da identificação, caracterização e representação cartográfica dos principais aglomerados em subcentros e eixos comerciais da cidade de Boa Vista, Roraima. Para tanto, a metodologia pautou-se em uma análise descritiva e exploratória, apoiada em pesquisa bibliográfica, pesquisa documental com organização de banco de dados e geocodificação de endereços em pontos georreferenciados, análise de dados quantitativos, classificação de atividades em segmentos e o tratamento de dados espaciais com mapas temáticos, além de pesquisa de campo com o levantamento geoespacial, análise de dados e observação da realidade local. Para isso, foi realizado um resgate teórico das relações entre Geografia Econômica Urbana que envolve a estruturação da cidade, desde a localização e comportamento dos empreendimentos. Em Boa Vista, uma cidade média amazônica, existe a necessidade de analisar a especificidade do processo de redefinição de centralidade, ou seja, seus desdobramentos, dimensões, características e a localização, pois, o setor terciário de mercadorias e serviços conseqüentemente, têm um papel fundamental na função social e econômica da cidade. Como resultados a pesquisa trouxe um resgate teórico nas temáticas de Geografia, espaço urbano e concentração de atividades econômicas; contextualização histórica da evolução do espaço urbano de Boa Vista e seu panorama econômico; análise do estado da arte das pesquisas científicas com as temáticas de subcentros comerciais; criação de um banco de dados dos segmentos econômicos e sua distribuição espacial em Boa Vista; contextualização da área central; identificação de quatorze expressivas polarizações como subcentros e eixos comerciais organizados por zonas administrativas; levantamento em campo e geoespacial e a comparação dos níveis hierárquicos entre as áreas comerciais. Concluindo-se que as novas centralidades surgem e se desenvolvem de acordo com as possibilidades apresentadas pela cidade, de acordo com o crescimento do tecido urbano, populacional, investimentos de agentes, como o do empresário e das políticas públicas que moldam o espaço e se materializam.

Palavras-chaves: Boa Vista; Economia; Espaço Urbano; Comércio e serviços.

ABSTRACT

The forms of spatial organization of the city are linked to its mode of production and reproduction of society, in this context, there is the agglomeration of businesses and services, directly related to the economic benefits that structure the city, associating the concentration of economic activities to the soil value and the flow of people. In this continuous dynamic of urban structuring, centralizations and decentralizations occur, a process responsible for the formation of areas highlighted as center, sub-center, commercial axes and specialized areas, leading to the structuring of the urban space. This study aims to analyze the spatialization of commercial activities and their implications in the organization of the urban space of Boa Vista, Roraima, from the identification, characterization and cartographic representation of the main clusters in sub-centers and commercial axes of the city of Boa Vista, Roraima . To this end, the methodology was based on a descriptive and exploratory analysis, supported by bibliographic research, documentary research with the organization of a database and geocoding of addresses at georeferenced points, analysis of quantitative data, classification of activities in segments and the treatment of spatial data with thematic maps, in addition to field research with geospatial survey, data analysis and observation of the local reality. For this, a theoretical rescue of the relations between Urban Economic Geography was carried out, which involves the structuring of the city, from the location and behavior of the undertakings. In Boa Vista, an average Amazonian city, there is a need to analyze the specificity of the process of redefining centrality, that is, its unfolding, dimensions, characteristics and location, as the tertiary sector of goods and services consequently has a role fundamental in the social and economic function of the city. As a result, the research brought a theoretical breakthrough in the themes of Geography, urban space and concentration of economic activities; historical contextualization of the evolution of the urban space of Boa Vista and its economic panorama; analysis of the state of the art of scientific research with the themes of commercial sub-centers; creation of a database of economic segments and their spatial distribution in Boa Vista; contextualization of the central area; identification of fourteen significant polarizations such as sub-centers and commercial axes organized by administrative zones; field and geospatial surveys and comparing hierarchical levels between commercial areas. In conclusion, the new centralities appear and develop according to the possibilities presented by the city, according to the growth of the urban and population fabric, investments by agents, such as the entrepreneur and public policies that shape the space and materialize.

Keywords: Boa Vista; Economy; Urban Space; Trade and services.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Evolução da produção científica sobre subcentros comerciais (1970-2020).....	68
Gráfico 2 – Fases do ciclo da vida da produção científica sobre subcentros comerciais.....	69
Gráfico 3 – Caracterização do perfil dos pesquisadores – (A) Nível do curso (B) Cursos (C) Instituições (D) Gênero	71
Gráfico 4 - Participação por atividades econômicas no valor adicionado ao PIB.....	86
Gráfico 5 – Representatividade de empresas por centro comercial.....	192
Gráfico 6 – Quantidade de bairros que cada subcentro atende ou está inserido...	193
Gráfico 7 - Tipologia de periodização e estágio evolutivo	193

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Fluxograma introdutório da pesquisa	22
Figura 2 – Tese da pesquisa	26
Figura 3 – Representação gráfica das etapas da pesquisa	28
Figura 4 - Banco de dados cedido antes da organização	31
Figura 5 - Banco de dados cedido após organização e geocodificação de endereços	33
Figura 6– Fluxograma marcos teóricos e históricos	42
Figura 7 - Estrutura comercial das cidades segundo Brian Berry (1968).....	57
Figura 8 – Processo de descentralização e surgimento de subcentros	59
Figura 9 - Foto aérea da Vila Boa Vista em 1924	79
Figura 10 – Planejamento urbano de Boa Vista (Dec. de 40).....	80
Figura 11 - Evolução urbana de Boa Vista nos anos de 1990 á 2020.....	82
Figura 12 - Vista aérea da Zona Oeste de Boa Vista	85
Figura 13 - Vista aérea da Zona Leste de Boa Vista	85
Figura 14 - Concentração dos poderes no Centro Cívico de Boa Vista	125
Figura 15 - Localização da área central na cidade de Boa Vista	127
Figura 16- Especialização produtiva na área central.....	129
Figura 17 – Av. Jaime Brasil (A) Entrada (B) Saída	130
Figura 18 - Galerias de compras da PMBV (A) Caxambú e (B) Wakiri.....	131
Figura 19 - Características do subcentro (A) Infraestrutura (B) Feira Livre realizada aos domingos.....	138
Figura 20 - Lojas modernas x lojas antigas	142
Figura 21 - Concentração especializada observada no subcentro especializado ...	147
Figura 22 - Disposição do subcentro Pintolândia	150
Figura 23 - Mosaico equipamentos públicos no subcentro Pintolândia	152
Figura 24 - Empreendimentos com públicos alvos distintos	156
Figura 25 - (A) Concentração comercial (B) Instituto Federal de Roraima – IFRR (C) Hospital do Amor (D) Residências.....	159
Figura 26 – Concentração de serviços públicos ocorre nesse prédio Intitulado Casa do Cidadão do Governo do Estado de Roraima	163
Figura 27 - Disposição dos empreendimentos na Av. Princesa Isabel.....	166
Figura 28 – Disposição do eixo comercial Av. Centenário	169

Figura 29 – Disposição do eixo comercial Caranã	172
Figura 30 – Mercado Municipal São Francisco (Antes e depois da reforma).....	174
Figura 31 – Especialização Tecnologia e Informática na Rua Presidente Costa e Silva	176
Figura 32 - Alguns dos muitos equipamentos públicos no subcentro	177
Figura 33 – Especialização do segmento de estética.....	180
Figura 34 – Aspectos do eixo comercial Av. das Guianas.....	183
Figura 35 – Características do Eixo comercial Ville Roy	188
Figura 36 – Comércio noturno na Ville Roy	188

LISTA DE MAPAS

Mapa 1– Distribuição de atividades econômicas por pontos	35
Mapa 2 – Distribuição de pesquisadores sobre e subcentros comerciais no Brasil ..	73
Mapa 3 – Localização de Boa Vista, Roraima	77
Mapa 4 – Zoneamento urbano de Boa Vista	83
Mapa 5 – Distribuição da população residente por bairro em Boa Vista (2010).....	84
Mapa 6 - Distribuição total de atividades comerciais por densidade de kernel ao longo dos bairros de Boa Vista (2019)	90
Mapa 7 – Distribuição das empresas por bairros em 2019.....	92
Mapa 8 – Distribuição de empresas (supermercados, mercados e produtos alimentícios e bebidas diversos)	95
Mapa 9 – Distribuição de empresas de alimentos e bebidas para consumo imediato	96
Mapa 10 - Distribuição de comércio varejista de artigos de vestuário, calçados e acessórios.....	99
Mapa 11 – Distribuição do comércio e serviço varejista de armarinhos, artigos religiosos, embalagens, brinquedos, tecidos, magazines, móveis e importados. ...	100
Mapa 12 – Distribuição do comércio e serviço varejista joalherias, relojoarias e bijuterias	101
Mapa 13 - Distribuição de atividades econômicas que envolvem construção	102
Mapa 14 – Distribuição do comércio de veículo e serviço relacionados ao transporte	104
Mapa 15 – Distribuição de oficinas mecânicas e lojas de autopeças	105
Mapa 16 – Distribuição do comércio e serviço de equipamentos de informática, tecnológicos e eletrônicos	106
Mapa 17 – Distribuição de atividades econômicas relacionadas a estética e beleza	108
Mapa 18 – Distribuição de papelarias, livrarias, jornais e bancas de revista	109
Mapa 19 – Distribuição de artigos e serviços para atividades turísticas	110
Mapa 20 – Distribuição do segmento de entretenimento.....	111
Mapa 21 – Distribuição de empreendimentos de atividades esportivas	112
Mapa 22 – Distribuição de clínicas, consultórios médicos, hospitais e laboratórios de saúde	113

Mapa 23 – Distribuição de farmácias e drogeries.....	114
Mapa 24 – Distribuição de óticas no espaço urbano de Boa Vista	115
Mapa 25 – Distribuição de funerárias ao longo de Boa Vista (2019)	116
Mapa 26 – Distribuição de imobiliárias e serviços de manutenção doméstica.....	117
Mapa 27 – Distribuição de atividades relacionadas à Educação	118
Mapa 28 – Distribuição de clínicas, lojas veterinárias, petshops e insumos agropecuários	119
Mapa 29 – Distribuição de hotéis, motéis e pousadas.....	120
Mapa 30 – Distribuição de empreendimentos de finanças em Boa Vista	121
Mapa 31 - Distribuição de atividades de vendas varejistas diversas	122
Mapa 32 – Disposição das atividades comerciais na área central de Boa Vista.....	128
Mapa 33 – Localização do Subcentro da Avenida Ataíde Teive e seus setores	137
Mapa 34 – Disposição do subcentro Raiar do Sol na Av. Estrela Dalva	141
Mapa 35 - Localização e disposição das atividades do segmento de locomoção ao longo do subcentro da Av. Venezuela.....	145
Mapa 36 – Disposição das atividades econômicas no subcentro Pintolândia	151
Mapa 37 – Localização e disposição das atividades no subcentro varejista Av. Av. Mário Homem de Melo com Av. dos Bandeirantes	154
Mapa 38 – Localização e disposição das atividades econômicas na Via das Flores	158
Mapa 39 – Disposição comercial do subcentro Senador H. C. e Dr. Silvio Botelho	162
Mapa 40 – Localização do Eixo Comercial da Av. Princesa Isabel e seu entorno ..	165
Mapa 41– Distribuição comercial por segmento do eixo comercial Av. Centenário.	168
Mapa 42 – Disposição das atividades comerciais no eixo comercial Caranã	171
Mapa 43 – Disposição do subcentro São Francisco e São Pedro	175
Mapa 44 – Identificação do eixo comercial da Av. Cap. Júlio Bezerra	179
Mapa 45 – Identificação espacial do eixo comercial Av. das Guianas	184
Mapa 46 – Localização e disposição comercial da Avenida Ville Roy	186
Mapa 47 – Principais centralidades comerciais em Boa Vista (RR)	195

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Descrição das fases da pesquisa de campo.....	37
Quadro 2 – Obras mais citadas com o termo “subcentros comerciais”.....	74
Quadro 3 - Número de atividades econômicas por segmentos em Boa Vista (2019)	93
Quadro 4 – Principais vias por bairros que apresentam o comércio de vestuário, calçados e acessórios.....	98
Quadro 5 - Classificação das áreas comerciais estudadas	134
Quadro 6 – Tipos de vendas e serviços realizados	144
Quadro 7 – Total de empresas por área comercial em Boa Vista	190

LISTA DE SIGLAS

ADA	Agência de Desenvolvimento da Amazônia
ALC	Área de Livre Comércio
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CSV	Valores Separados por vírgulas
FECOMÉRCIO	Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
JUCERR	Junta Comercial de Roraima
PIB	Produto Interno Bruto
PMBV	Prefeitura Municipal de Boa Vista
PPG-GEO	Programa de Pós-Graduação em Geografia
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SEPLAN	Secretária de Planejamento
SIG	Sistema de Coordenadas Geográficas
UFRR	Universidade Federal de Roraima

SUMÁRIO

1 – INTRODUÇÃO	20
1.1 JUSTIFICATIVA.....	23
1.2 PROBLEMA.....	24
1.3 HIPÓTESES E TESE.....	25
1.4 OBJETIVOS.....	26
1.5 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO.....	27
2 – PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	28
2.1 PROCEDIMENTOS DE LEVANTAMENTO DE DADOS.....	30
2.1.1 Pesquisa bibliográfica	30
2.1.2 Pesquisa documental	31
2.2 – PROCEDIMENTOS DE ANÁLISES DE DADOS.....	34
2.2.1 Análise espacial e confecção de mapas	34
2.2.2 Pesquisa de campo	37
2.2.2.1 Caracterização de subcentros e eixos comerciais.....	38
2.2.3 Análise gráfica e análise dos resultados	39
2.2.4 Levantamento do estado da arte da temática estudada	40
3 – REFERENCIAL TEÓRICO: A DINÂMICA DO ESPAÇO URBANO E A LOCALIZAÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS	42
3.1 A (RE) PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO.....	43
3.2 A GEOGRAFIA ECONÔMICA E AS ÁREAS COMERCIAIS.....	47
3.3 ECONOMIAS DE AGLOMERAÇÃO E TEORIAS DE LOCALIZAÇÃO.....	49
3.4 AS ATUAIS RELAÇÕES ENTRE COMÉRCIO E GEOGRAFIA: CENTRO, DESCENTRALIZAÇÃO/FRAGMENTAÇÃO E NOVAS CENTRALIDADES.....	55
3.5 DINÂMICAS DE AGRUPAMENTO COMERCIAL: SUBCENTROS E EIXOS COMERCIAIS.....	62
3.6 EVOLUÇÃO DO CAMPO DE ESTUDO SOBRE SUBCENTROS COMERCIAIS.....	67
3.6.1 Evolução fenomenológica das publicações científicas sobre subcentros e áreas comerciais	67
3.6.2 Caracterização do perfil dos pesquisadores	70
4 - CARACTERIZAÇÃO SOCIAL, ESPACIAL E ECONÔMICA DE BOA VISTA	77
4.1 CONFIGURAÇÃO HISTÓRIA E ESPACIAL DE BOA VISTA.....	78
4.2 CARACTERÍSTICAS ECONÔMICAS DE BOA VISTA.....	86

5 - A DISTRIBUIÇÃO COMERCIAL POR SETORES ECONÔMICOS EM BOA VISTA	89
5.1 A DISTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADES ECONÔMICAS RELACIONADAS A ALIMENTAÇÃO	93
5.2. COMÉRCIO E SERVIÇO VAREJISTA DE ARTIGOS DIVERSOS	97
5.3. A DISTRIBUIÇÃO COMERCIAL DO SEGMENTO DA CONSTRUÇÃO	102
5.4 A DISTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADES AUTOMOTIVAS E DE LOCOMOÇÃO ...	103
5.5 A DISTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADES RELACIONADAS A SERVIÇOS E PRODUTOS ELETRÔNICOS	105
5.6 A DISTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADES ECONÔMICAS DO SEGMENTO DE ESTÉTICA	107
5.7 A DISTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADES DO SEGMENTO DE CULTURA, ENTRETENIMENTO, RECREAÇÃO E ESPORTES	108
5.8 A DISTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADES ECONÔMICAS RELACIONADAS A SAÚDE	112
5.9 A DISTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADES ECONÔMICAS NO SEGMENTO DE HABITAÇÃO	116
5.9 A DISTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADES ECONÔMICAS DO SEGMENTO DE EDUCAÇÃO.....	117
5.10 A DISTRIBUIÇÃO DE ARTIGOS E SERVIÇOS PARA ANIMAIS E AGROPECUÁRIOS	118
5.11 A DISTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADES ECONÔMICAS DE ALOJAMENTO.....	119
5.12 A DISTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADES ECONÔMICAS NAS FINANÇAS	120
5.13 A DISTRIBUIÇÃO DO SERVIÇOS DE VENDAS SEM CLASSIFICAÇÃO.....	121
6 – CENTRO, SUBCENTROS E EIXOS COMERCIAIS EM BOA VISTA	124
6.1 ÁREA CENTRAL.....	124
6.2 SUBCENTROS E EIXOS COMERCIAIS.....	133
6.3 ZONA OESTE	135
6.3.1 Av. Gen. Ataíde Teive	135
6.3.2 Raiar do Sol – Av. Estrela D’alva	140
6.3.3 Av. Venezuela – Subcentro especializado em locomoção	144
6.3.4 Pintolândia	148
6.3.5 Buritis/Liberdade (Av. dos Bandeirantes / Av. Av. Mário Homem de Melo)	153

6.3.6 Pricumã – Via das flores	157
6.3.7 Senador Helio Campos e Dr. Silvio Botelho	160
6.3.8 Av. Princesa Isabel e proximidades	164
6.3.9 Eixo comercial - Av. Centenário	167
6.3.10 Eixo comercial – Av. João Liberato - Caranã	170
6.4 ZONA NORTE	172
6.4.1 São Franscisco/ São Pedro	173
6.4.2 Eixo comercial - Av. Capitão Júlio Bezerra	178
6.5 ZONA SUL	181
6.5.1 Av. Das Guianas	181
6.6 ZONA LESTE	185
6.6.1 Eixo comercial - Av. Ville Roy	185
6.7 CONSIDERAÇÕES SOBRE A ORGANIZAÇÃO COMERCIAL DE BOA VISTA	190
7 - CONSIDERAÇÕES FINAIS	197
REFERÊNCIAS	204
APÊNDICE A – ATIVIDADES ECONÔMICAS CLASSIFICADAS POR CNAE	213
APENDICE B – FICHA DE OBSERVAÇÃO POR LOCAL	218

1 – INTRODUÇÃO

Uma cidade pode ser identificada pelo uso diferenciado do seu espaço, pois é nele onde se concretizam as relações sociais e econômicas para a reprodução da sociedade e ocorrem as manifestações e as relações de poder, como as áreas comerciais, com diferentes funções que definem as direções do processo de reprodução da cidade (CÔRREA, 2011).

Nessa situação percebe-se a importância da utilização do espaço urbano, onde a estrutura comercial é um dos fatores que tende a potencializar novas características e novas visões para o desenvolvimento e modos de vida da população.

Pensar a cidade a partir do comércio nela existente é pensar nas práticas comerciais para a compreensão de transformação do espaço urbano, pois as atividades econômicas que apresentam maior diversidade de serviços e mercadorias realizadas em formatos de aglomeração representam um grande polarizador dos deslocamentos das pessoas e atendem com frequência as necessidades da população (ALVES; FILHO RIBEIRO, 2008).

Dada pela vinculação entre a forma com qual a sociedade capitalista orienta sua produção e a forma como o aparato comercial se estrutura, as novas formas de comércio surgem em função dessas orientações para atender as necessidades da população de forma dinâmica e com adaptações contínuas. É nesse contexto que se consolidam o centro, subcentros e eixos comerciais, adaptados à comercialização á aglomerações.

As cidades são fundamentalmente centros terciários, de modo que elas empregam o maior número de pessoas no setor de Comércio e de serviços, ou seja, a cidade é a materialização da ação dos vários agentes sociais. Assim, a cidade é o resultado da própria história espacializada da sociedade (SALGUEIRO, 1996).

Sob essa ótica, refletimos as condições para a centralização, descentralização e novas centralidades espaciais. As áreas comerciais podem ser classificadas em centros, subcentros ou eixos comerciais. Configuram-se como localizações que concentram atividades do setor terciário, como vendas de produtos e a prestação serviços. Tais áreas produzem a economia local, estabelecendo relações necessárias para o funcionamento da cidade a partir da localização geográfica (CÔRREA, 2011).

Subcentros são aglomerações de atividades do setor terciário que exercem múltiplas funções urbanas, como o comércio múltiplo e/ou especializado, serviços financeiros como bancos, serviços profissionais superiores como consultórios médicos e escritórios, serviço cultural e recreativo, profissionais liberais, lazer, além de serviços de transporte e comunicação (DUARTE, 1974).

Nesse mesmo caminho, temos os eixos comerciais que são concentrações de comércios e serviços diversificado ou segmentado, no entanto, em menor escala que um centro e um subcentro, pois ocorre geralmente em apenas uma rua ou avenida sendo um dos principais eixos que se interligam a área central por passagem de transportes coletivos, por exemplo.

É possível então, perceber três espaços diferenciados do setor terciário com vendas de produtos e prestação de serviços que acabam sendo interligados de forma hierárquica como no público que o procura e no número de atividades.

Nesta perspectiva, em Boa Vista, a partir de diversos fatores de expansão surgem e desenvolvem-se novos espaços de atividades terciárias, possuindo um comércio diversificado em locais estratégicos, distribuídos em diversos bairros e refletindo uma centralização que condiciona ao desenvolvimento, gerando valorização imobiliária, empregos, equipamentos urbanos, densidade residencial, infraestrutura, trânsito entre outras repercussões.

Essas aglomerações ocorrem em localizações específicas e podem constituir-se de forma espontânea ou induzida. Com o passar do tempo e o desenvolvimento, o aglomerado comercial assume características que o diferencia de outras localidades, principalmente em relação à capacidade de atração de pessoas.

Uma explicação da Economia de aglomeração fundamentadas na localização para o surgimento de descentralização e multiplicação da centralidade econômica está relacionada à redução dos custos de transação entre as empresas, como a proximidade geográfica, que facilita as negociações com fornecedores, reduzindo os custos.

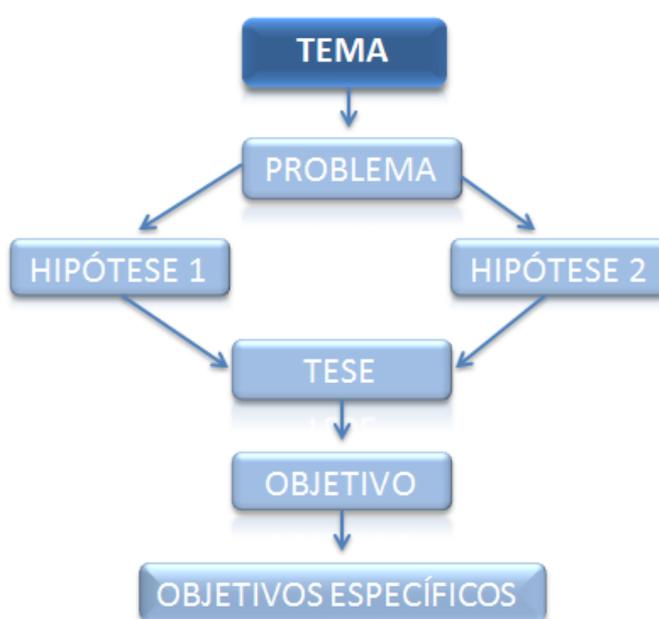
Como fonte de contribuição para o desenvolvimento de novas formas de produção e consumo do espaço esta busca reflete na dinâmica espacial da cidade, na qual os lugares tendem a concentrar e se especializar em um tipo de oferta de produto. Têm-se como objetivo geral analisar a espacialização das atividades comerciais e suas implicações na organização do espaço urbano de Boa Vista, Roraima.

Para tanto, a metodologia pautou-se no método hipotético-dedutivo a partir de uma abordagem de análise descritiva e exploratória, apoiada em pesquisa bibliográfica com o suporte teórico de artigos, livros, teses e dissertações relacionados à temática; Pesquisa documental onde foram utilizados dados disponibilizados pela Prefeitura Municipal de Boa Vista, bem como, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. Seguido por análise de dados quantitativos e tratamento de dados espaciais; E pesquisa de campo onde foram realizadas observações e registros fotográficos que serviram de suporte para a compreensão das concentrações comerciais.

Com uma abordagem sobre economia urbana, envolvendo os diferentes sistemas de objetos e ações que envolvem o espaço local. O tema da presente pesquisa é: **Economia de aglomeração: um estudo sobre os setores comerciais e subcentros em Boa Vista (RR).**

Com base na discussão, a pesquisa está fundamentada em sua estruturação em um encadeamento lógico e sequencial de cinco etapas de funcionalidades identificadas pela figura 1, que se inicia com a introdução do tema, seguido pela justificativa, abrindo assim espaço para identificação do problema, duas hipóteses e uma tese de pesquisa de dissertação, possíveis de desenvolvimento em função dos objetivos, os quais se materializam nos próximos capítulos.

Figura 1 – Fluxograma introdutório da pesquisa



1.1 JUSTIFICATIVA

A justificativa para o desenvolvimento da presente pesquisa, a fim de demonstrar sua importância pauta-se em três aspectos principais: justificativa científica, social fenomenológica e pessoal.

Como justificativa científica destaca-se a importância do projeto vinculado à necessidade de um conhecimento sistematizado a respeito das relações econômicas, por meio de análises quantitativas e a criação de banco de dados que possa contribuir com o avanço da produção para futuras pesquisas, proporcionando um ganho de material relevante para a sociedade em geral, podendo subsidiar ações do poder público e de instituições públicas na elaboração de intervenções que venham favorecer o desenvolvimento da economia local.

Além disso, existe uma expressiva lacuna científica sobre a economia de aglomeração na espacialização produtiva de comércios e serviços no Estado de Roraima, razão pela qual se faz importante uma pesquisa de Mestrado, a fim, de se analisar em primeira mão todos os segmentos comerciais e sua espacialização na cidade de Boa Vista.

Como justificativa social é importante destacar que as áreas comerciais concentradas condicionam um poder de atração de pessoas e possibilitam novas formas de ocupação, tendo em vista que o espaço urbano está sempre se modificando, se adaptando e criando formas para atender a sociedade, um exemplo disso é a fragmentação das áreas comerciais.

Além disso, o presente estudo se reveste na importância, ao considerarmos que o setor comercial em Boa Vista, representa cerca de 36% do Produto Interno Bruto – PIB do Município, e é responsável ainda por grande parte da geração de emprego e renda da cidade de acordo com os dados da SEPLAN - RR em 2018.

De tal forma, as áreas comerciais agem como um transformador em potencial da cidade, que envolvem diversos fatores de produção e reprodução do espaço urbano, o que é uma forma de estruturar a cidade e seu entorno. Em virtude disto, é importante pensar na atuação e na qualidade do espaço utilizado, preocupando-se em identificar quais os principais subcentros e de que forma estão distribuídos no espaço urbano de Boa Vista, e vislumbrar também de que forma influenciam na produção do espaço urbano.

Como justificativa pessoal, fundamenta-se a partir da minha vivência científica durante a Graduação em Geografia quando os estudos de Geografia Econômica despertaram esse interesse e em alguns momentos entrei em contato com a temática. Além disso, a inserção no curso de Pós-Graduação em Geografia trouxe uma perspectiva de análise espacial pela Professora Elisângela Lacerda, quando refletimos sobre as espacialidades que adquirem os mercados em diferentes economias e o interesse pelo modo de como uma nova dinâmica geoespacial é observada na cidade de Boa Vista.

No plano profissional, destaca-se que sou integrante de dois grupos de pesquisa da Universidade Federal de Roraima do Professor Elói Senhoras que possuem a temática relacionada com meu objeto de estudo, são eles: “Ciência, Tecnologia e Inovação” que tem como foco as empresas de Boa Vista. O segundo trata-se do grupo “Interdisciplinaridade, Comunicação e Políticas Públicas” que tem como objetivo difundir esse conhecimento em diferentes áreas.

Isso me possibilitou inclusive um crescimento profissional, no qual atuo como Agente Local de Inovação do CNPQ e Sebrae, que opera especialmente na difusão de conhecimento para o desenvolvimento das empresas de pequeno porte em Roraima, essas que são tão importantes a medida que agregam emprego e renda a população.

1.2 PROBLEMA

Observa-se, de tal forma as áreas comerciais como um transformador em potencial da cidade, que envolvem diversos fatores de produção e reprodução do espaço urbano, o que é uma forma de estruturar a cidade e seu entorno. Em virtude disto, é importante pensarmos na atuação e na qualidade do espaço utilizado.

A presente investigação considera como problema de pesquisa a concentração espacial de atividades econômicas, em particular as do setor terciário com oferta de bens e serviços e preocupa-se em identificar a localização de subcentros e eixos comerciais no uso do espaço urbano da cidade de Boa Vista, capital do Estado de Roraima.

Nesse contexto, a presente investigação toma como problema de referência os seguintes questionamentos: Como se caracteriza a espacialização produtiva do

setor de comércios e serviços em Boa Vista? Quais os principais subcentros e eixos comerciais de Boa Vista?

Para responder essas questões, foi importante perceber que o espaço urbano ligado ao consumo ganha um novo significado, onde a mercadoria e as relações de troca e consumo se estabelecem como dominantes, resultando na emergência de novas centralidades, pois agem como forma de condicionar e ofertar bens e serviços que onde o espaço torna-se produto onde emerge uma rede hierarquizada de localidades.

1.3 HIPÓTESES E TESE

As hipóteses que alicerçam a construção analítica da presente pesquisa estão fundamentadas em duas variáveis, sendo elas respectivamente identificadas por duas hipóteses: a hipótese 1 considerada uma variável independente baseada em marcos teóricos e a hipótese 2 uma variável dependente pois é fundamentada em dados empíricos que dependem do arcabouço teórico. Dessa forma, são complementares para a tese a ser defendida.

A hipótese 1 é identificada pelos marcos teóricos/históricos e parte da premissa da economia de aglomeração que exprime que os empreendimentos se organizam próximos uns aos outros para garantir benefícios econômicos decorrentes da concentração geográfica em um determinado espaço. Portanto, trata-se de uma hipótese já confirmada para fundamenta a empírica.

A hipótese 2, se fundamenta em argumentos da realidade empírica a partir dos quais entende-se que a principal lógica espacial da organização do comércio e serviços em Boa Vista se pauta no desenvolvimento da cidade e no aumento do número dos bairros. Conforme aponta o IBGE (2010) dois terços da população de Boa Vista vivem nos bairros da região oeste, portanto, infere-se que há um volume concentrado de subcentros nessa zona. Além disso, a partir do ano 2000, passou haver maior numero de áreas comerciais externas ao centro principal, que embora algumas tenham surgido na década de 90 à descentralização de serviços essenciais e aglomeração só explodiram a partir dos anos 2000 e até então.

Figura 2 – Tese da pesquisa



Fonte: Rafaela Maia (2021)

A conjunção das duas hipóteses teórica e empírica baseia a seguinte tese de que a lógica do desenvolvimento sócio espacial no comércio e serviço em Boa Vista obedece a uma noção de economia de aglomeração fundamentada na difusão de determinados subcentros e eixos comerciais. Sendo que essa lógica vai adquirindo maior dinamismo de um modo mais acelerado a partir da década de 2000, quando começam a ampliar o número de bairros e com isso também começam a surgir uma série de subcentros e eixos comerciais.

1.4 OBJETIVOS

Com a finalidade de entender esses apontamentos, a presente pesquisa tem um objetivo geral e cinco objetivos específicos. O objetivo geral da pesquisa é: analisar a espacialização das atividades comerciais e suas implicações na organização do espaço urbano de Boa Vista, Roraima.

Como objetivos específicos têm-se:

- Realizar um levantamento sobre as economias de aglomeração e os modelos de localização comercial em Geografia.
- Fazer um levantamento do estado da arte sobre subcentros comerciais a luz de uma perspectiva geográfica.
- Investigar a distribuição econômica de comércios e serviços e organiza-la por seus segmentos econômicos conforme a CNAE/IBGE.
- Mapear todos os subcentros e eixos comerciais em destaque, por zonas, bairros e diferentes recortes tipológicos a partir de recorte corográfico, identificando e caracterizando-os em análises cartográficas e em pesquisa de campo.

- Identificar as características dos processos de centralização, descentralização, fragmentação na formação de novas centralidades comerciais em Boa Vista.

1.5 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Para orientar essa análise, a “Dissertação” é compartimentada em sete partes: Além desse capítulo introdutório onde estão dispostos os objetivos, problema de pesquisa e a justificativa. No segundo capítulo, encontra-se a discussão metodológica, descrevendo os procedimentos e técnicas de análise aplicadas no decorrer da pesquisa.

No terceiro capítulo, encontra-se o referencial teórico, com a finalidade de destacar as discussões e obras de autores relacionados aos conceitos de Espaço Urbano e Geografia e Teorias Locacionais que trazem as relações entre comércio e cidade.

No quarto capítulo, uma contextualização social e econômica da cidade de Boa Vista, destacando sua configuração histórica e a relação com a produção do espaço urbano, visando os elementos das atividades econômicas do setor de comércio e serviços.

No quinto capítulo, realiza-se uma análise espacial da disposição das atividades econômicas em Boa Vista, organizadas e pontuadas conforme a Classificação Nacional de Atividades Econômicas do IBGE (2020), com o objetivo de identificar a presença ou não de determinados núcleos no uso do espaço urbano de Boa Vista.

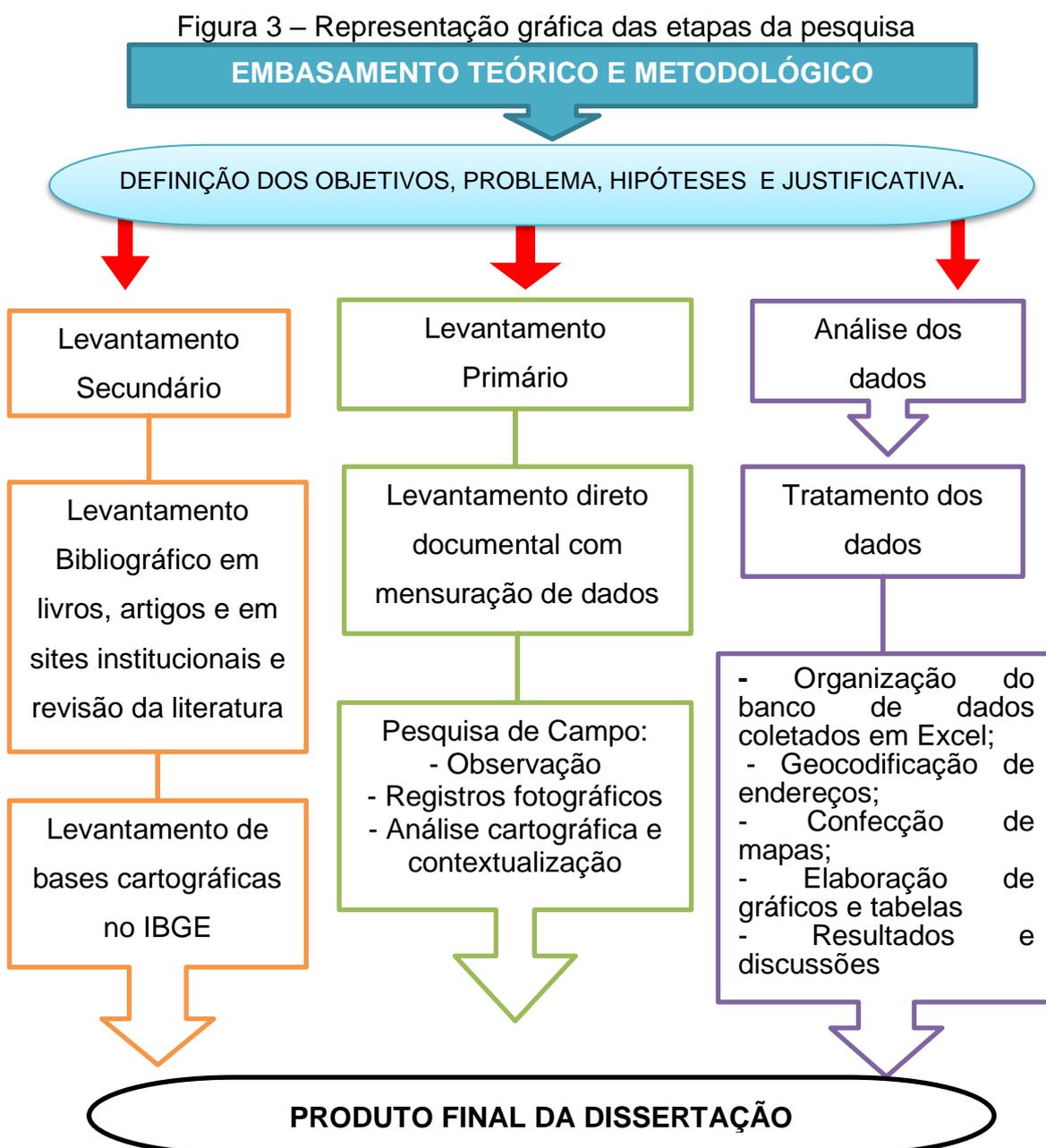
No sexto capítulo, finalmente, seleciona-se em Boa Vista as vias e as áreas com maior concentração múltipla ou especializada de empreendimentos, onde se realizou pesquisas de campo para evidenciar esse diagnóstico fazendo uma análise espacial e uma contextualização a partir da observação das centralidades comerciais, caracterizando o centro, os subcentros e os eixos comerciais, abordando ainda uma análise hierárquica a partir do uso do solo.

E por fim as considerações finais, onde destacamos a compreensão á cerca das discussões realizadas. Seguido pelas referências bibliográficas, apêndices e anexos.

2 – PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O caminho a ser seguido na execução do trabalho é determinante na elucidação da sua proposta e objetivos, dessa forma nessa seção apresentam-se os procedimentos metodológicos de levantamento e análise de dados, as técnicas e os instrumentos utilizados.

Na figura 3, elencou-se as etapas da pesquisa através de uma representação em fluxograma:



Fonte: Rafaela Maia (2021)

2.1 CARACTERIZAÇÃO METODOLÓGICA

Sendo assim buscou-se desenvolver esta pesquisa sob a ótica metodológica descritiva e exploratória. O processo descritivo visa à identificação, registro e análise das características, fatores ou variáveis que se relacionam com o fenômeno ou processo (BARROS; LEHFELD, 2007).

Na pesquisa descritiva realiza-se o estudo, a análise, a observação, o registro e a interpretação dos fatos do mundo físico sem a interferência do pesquisador. Por outro lado, a pesquisa exploratória busca esclarecer informações de dados poucos investigados, por meio de levantamento de dados secundários e primários para preencher as lacunas (CARTANI, 2011).

Apoiada em uma abordagem qualitativa e quantitativa. A pesquisa qualitativa tem como fundamento a interpretação social e trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes e possui como contribuição a percepção dos pesquisadores sobre o objeto de estudo. (MENDONÇA, 2014). Já a quantitativa, orienta-se mais para a generalização relacionada com o aspecto da objetividade passível de ser mensurável, transmitindo uma ideia de quantificação, desse modo as duas abordagens se complementam.

Quanto ao método científico, utilizou-se o método hipotético-dedutivo, de forma a atingir a maior veracidade possível para o conhecimento da problemática a ser estudada. Esse método fundamenta-se na dedução e raciocínio a partir de um processo de análise da informação que utiliza o raciocínio lógico e a dedução para obter uma conclusão de um assunto e inicia-se com a formulação de um problema (GIL, 2008).

O método hipotético-dedutivo consiste na adoção da seguinte linha de raciocínio:

[...] quando os conhecimentos disponíveis sobre determinado assunto são insuficientes para a explicação de um fenômeno, surge o problema. Para tentar explicar as dificuldades expressas no problema, são formuladas conjecturas ou hipóteses. Das hipóteses formuladas, deduzem-se consequências que deverão ser testadas ou falseadas. Falsear significa tornar falsas as consequências deduzidas das hipóteses. Enquanto no método dedutivo se procura a todo custo confirmar a hipótese, no método hipotético-dedutivo, ao contrário, procuram-se evidências empíricas para derrubá-la. (GIL, 2008, p.12).

As hipóteses tornam-se as “supostas verdades” ou “meias verdades”, sobre os fenômenos que foram problematizados enquanto objeto de estudo científico, dadas à verificação por meio de experimentações e testes. Compreende-se que

esse método pressupõe as bases teóricas dedutíveis a fenômenos particulares que refutarão ou corroborarão com a teoria em teste (GIL, 2008).

Nesse caso, “a observação é precedida de um problema, de uma hipótese, enfim, de algo teórico”, conforme Lakatos e Marconi (2001) Esse método vem contribuir a criação de novos pressupostos teóricos para pesquisa científica.

A pesquisa científica, com abordagem hipotético-dedutiva, inicia-se com a formulação de um problema, a fase seguinte é a elaboração da hipótese, essa hipótese é utilizada para fazer prognóstico, os quais serão comprovados ou não por meio de testes, experimentos e observações. Essas fases da pesquisa são as utilizadas no presente trabalho, pois se adequam ao perfil da análise e suas necessidades.

Na intenção de atingir os objetivos propostos, os passos pré-estabelecidos utilizados nessa pesquisa estão descritos nos tópicos a seguir.

2.1 PROCEDIMENTOS DE LEVANTAMENTO DE DADOS

2.1.1 Pesquisa bibliográfica

A primeira etapa consistiu em uma ampla pesquisa bibliográfica sobre os temas abordados na Dissertação, como a relação da cidade com o comércio, tratando do espaço urbano e econômico, as teorias a respeito da localização e organização comercial; os processos de centralização, descentralização e novas centralidades, bem como subcentros e eixos comerciais. Além desses temas, foi desenvolvida uma pesquisa bibliográfica sobre a formação do espaço urbano e a atual organização do setor terciário de comércios e serviços na cidade de Boa Vista.

Para as discussões dos temas supracitados, são importantes as contribuições dos textos dos autores: Milton Santos, Walter Christaller, Paul Krugman, Roberto Lobato Corrêa, Henry Lefebvre, August Losch, Flávio Villaça, David Harvey, Maria Encarnação Sposito, Ana Fani Carlos, Haidine Duarte, Antônio Veras entre outros.

Fonseca (2002) destaca que a pesquisa bibliográfica é realizada a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos entre outros, com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta.

Contudo, etapa foi estendida por grande parte do processo de estudo, para aprofundar o conhecimento acerca das espacialidades geográficas relacionadas ao tema, utilizaram-se livros, textos científicos, informativos, e notícias relacionadas. Nesse caso, ressaltamos a importância das Teses de Doutorado e Dissertações de Mestrado que contribuíram com a pesquisa científica.

2.1.2 Pesquisa documental

Posteriormente realizou-se o levantamento de dados estatísticos, uma das bases fundamentais na estrutura da pesquisa, pois possibilitou um importante recurso utilizado na compreensão da localização, orientação e informação do espaço geográfico, contribuindo para o conhecimento das empresas em Boa Vista, quanto à distribuição no espaço urbano.

Nesta etapa da pesquisa realizou-se uma pesquisa documental para a análise de dados. Segundo Gil (2008), a análise documental constitui uma técnica importante na pesquisa qualitativa, complementando informações obtidas e desvelando aspectos novos do tema ou problema.

A pesquisa documental partiu inicialmente da entrega de ofícios com um termo de compromisso aos principais órgãos responsáveis pela gestão e planejamento do setor econômico e comercial em Boa Vista, como a Junta Comercial do Estado de Roraima - JUCERR¹ e a Prefeitura Municipal de Boa Vista, com o objetivo de adquirirem-se informações acerca da quantidade de empresas, localização e segmentação, a fim de identificar a distribuição do setor em Boa Vista.

Nessa etapa, foi cedido um banco de dados no formato Excel®, pela Superintendência de Finanças da Prefeitura Municipal de Boa Vista, contendo todas as empresas cadastradas em Boa Vista no ano de 2019, com informações do nome da empresa, endereço, setor e a atividade realizada, incluindo indústrias, comércios, serviços e profissionais liberais. Neste arquivo constava um total de 49.119 mil cadastros. Porém, para efeito de análise, foram consideradas apenas 32.160 mil empresas (figura 4).

Figura 4 - Banco de dados cedido antes da organização

¹ A solicitação encaminhada em Dezembro de (01/12/2019) a Presidente da JUCERR para a obtenção dos endereços das empresas na área urbana de Boa Vista não foi atendida. Sendo assim utilizou-se o banco de dados cedido pela Secretaria de Finanças da PMBV.

	A	B	C	D
	RAZÃO SOCIAL	ENDEREÇO	TIPO DE ATIVIDADE	ATIVIDADE
1				
2	A	, - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	NÃO INFORMADA
3	A. A. BATISTA	, - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	NÃO INFORMADA
4	A. A. L. DO NASCIMENTO	, - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	NÃO INFORMADA
5	A. C. B. GONCALVES	, - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	NÃO INFORMADA
6	A. C. SILVA	, - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	NÃO INFORMADA
7	A. D. R. ENG.	, - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	NÃO INFORMADA
8	A. J. MUNIZ	, - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	NÃO INFORMADA
9	A. L. L. FERNANDES DE SOUZA	, - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	NÃO INFORMADA
10	A. M. C. C. ENGENHARIA E COMERCIO LTDA	, - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	NÃO INFORMADA
11	A. M. FRANCO E CIA LTDA	, - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	NÃO INFORMADA
12	A. P. DE OLIVEIRA E CIA LTDA	, - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	NÃO INFORMADA
13	A. P. MARQUES	, - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	NÃO INFORMADA
14	ACE ENGENHARIA SERV. COM.	, - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	NÃO INFORMADA
15	PROVIDENCIA AGROPECUARIA S/A	, 0000000 KM 66 DA RR 203 - BOA VISTA - RR	SERVIÇO	SERVICOS AUXILIARES DE PECUARIA (EXCETO VETERINARIA)
16	INDUMENTAL IND. E COM. IMP. EXP. E TRANSP. DE METAIS LTDA	, 0000000 L-06,Q-35,Z-02 - BOA VISTA - RR	INDÚSTRIA	FABRICACAO DE ARTEFATOS DE TREFILADOS DE FERRO, ACO E
17	ASSOCIACAO DAS COSTUREIRAS DO BAIRRO DA PINTOLANDIA	, 0000000 PINTOLANDIA I - BOA VISTA - RR	SERVIÇO	SERVICOS COMUNITARIOS SOCIAIS NAO ESPECIFICADOS OU I
18	G. Q. DE S. CRUZ	A RURAL, SN AREA RURAL DE BOA VISTA - BOA VI	COMÉRCIO	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominâ
19	SOARES E TEIXEIRA LTDA	A RURAL, SN Q:39 L: 1066 PEDRA PINTADA AREA R	COMÉRCIO	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominâ
20	AGRICOLA UPB LTDA	AC ROD BR 174, S/N MUCAJAI/ESQUERDA KM 35	ZSERVIÇO	Cultivo de soja
21	JF - COMERCIO, REPRESENTACAO E SERVICOS LTDA	AL ANTARES, 345 CIDADE SATELITE - BOA VISTA -	COMÉRCIO	Comércio varejista de combustíveis para veículos automotor
22	TV IMPERIAL SOCIEDADE LIMITADA	AL CANARINHO, 150 CANARINHO - BOA VISTA - F	SERVIÇO	Atividades de televisão aberta
23	EDITORIA ON LINE LTDA - ME	AL CANARINHO, 150 SALA 1 E 2 CANARINHO - BO	COMÉRCIO E SERVIÇO	Edição de jornais diário
24	UYRAPURU COMUNICACOES E PUBLICIDADE LIMITADA	AL CANARINHO, 150 W CANARINHO CANARINHO	SERVIÇO	SERVICOS DE TELEVISAO, INCLUSIVE RETRANSMISSORAS
25	LAURO HENRIQUE DA COSTA MACIEL 31363733249	AL CANARINHO, 204 CANARINHO - BOA VISTA - F	SERVIÇO	Serviços de lanternagem ou funilaria e pintura de veículos a

Fonte: Rafaela Maia (2021). Base de dados: PMBV (2019)

No banco de dados cedido pela Prefeitura Municipal de Boa Vista foi realizada uma seleção dos empreendimentos econômicos a partir de três parâmetros: o primeiro, a se enquadrar, exclusivamente, dentro das atividades do setor terciário, como comércios e serviços, excluindo as indústrias; o segundo, apenas as atividades das quais for possível verificar a localização (excluindo as atividades sem endereço); o terceiro, as empresas de produtos e serviços que sejam realizados no próprio endereço na cidade de Boa Vista (excluindo atividades de outros municípios). Criando um novo banco de dados seguindo essas especificações.

A organização foi realizada de forma manual, o que demandou muito tempo, devido à necessidade de padronização de endereçamento, organizando-os no formato padrão de identificação possível, seguindo o nome da rua, o número, bairro, cidade e o estado. Exemplo: Rua A, 100 Centro – Boa Vista – RR.

Além disso, foi necessário transformar os endereços repassados em objetos espaciais com representação pontual, ou seja, informação geográfica, permitindo então uma análise de distribuição e localização dos elementos no contexto espacial. O método utilizado é o chamado por Geocodificação de endereços, que consiste em transformar os endereços em coordenadas geográficas, bastante utilizado em processos que envolvam análises urbanas.

A transformação ocorreu no Google Planilhas®, que se trata de um sistema gratuito fornecido pelo Google Drive®. O processo iniciou-se com o acesso ao

Gmail®, e posteriormente ao Google Drive®, no qual é inserida a planilha em formato Excel® e exportada no formato de Google Planilha®, onde foi configurada de acordo com o processo desejado. O próximo passo foi selecionar os endereços e criar dois novos campos na tabela, com latitude e longitude, após isso foi iniciada a transformação dos endereços em coordenadas.

Porém, a ferramenta do Google limita à 1000 o número de transformações diárias processados por cada IP de computador. Em virtude disso, e da quantidade de informações, o processo completo foi extenso. Com todas as coordenadas tabuladas, posteriormente, gerou-se um novo banco de dados georreferenciado em Excel®, no formato CSV (*Comma Separated Value*), conforme demonstra a figura 5.

Figura 5 - Banco de dados cedido após organização e geocodificação de endereços

NÚMERO	ENDEREÇO	TIPO DE ATIVIDADE	SEGMENTO DA ATIVIDADE	LATITUDE	LONGITUDE
1	AL ANTARES, 345 CIDADE SATELITE - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	Comércio varejista de combustíveis para veículos automoto	2,8555206	-60,7376483
2	AL DAS HORTENCIAS, 192 PRICUMA - BOA VISTA - R	COMÉRCIO	Comércio atacadista de cimento	2,8116845	-60,6970547
3	AL DAS HORTENCIAS, 530 PRICUMA - BOA VISTA - R	COMÉRCIO	LANCHONETE,PASTELARIA,SORVETERIA,CASA DE CHA,DE DO	2,814139	-60,69846
4	AL DAS ONZE HORAS, 135 PRICUMA - BOA VISTA - R	COMÉRCIO	COMERCIO VAREJISTA PECAS E ACESSORIOS PARA VEICULOS	2,8057493	-60,6924928
5	AL DAS ONZE HORAS, 209 PRICUMA - BOA VISTA - R	COMÉRCIO	Comércio atacadista de bebidas com atividade de fracionam	2,8043661	-60,6943586
6	AL DAS ONZE HORAS, 386 PRICUMA - BOA VISTA - R	COMÉRCIO	Comércio atacadista especializado de materiais de construç	2,8074508	-60,6940228
7	AL DAS ONZE HORAS, 386 PRICUMA - BOA VISTA - R	COMÉRCIO	Comércio varejista de hortifrutigranjeiros	2,8074508	-60,6940228
8	AL DAS ONZE HORAS, 386 PRICUMA - BOA VISTA - R	COMÉRCIO	Comércio varejista de materiais de construção em geral	2,8074508	-60,6940228
9	AL DAS ONZE HORAS, 386 PRICUMA - BOA VISTA - R	COMÉRCIO	Comércio varejista de materiais de construção em geral	2,8074508	-60,6940228
10	AL DAS ONZE HORAS, 389 PRICUMA - BOA VISTA - R	COMÉRCIO	Comércio varejista de equipamentos para escritório	2,8073124	-60,6942722
11	AL DAS ONZE HORAS, 53 PRICUMA - BOA VISTA - RF	COMÉRCIO	COMERCIO VAREJISTA PECAS E ACESSORIOS PARA VEICULOS	2,8053038	-60,6921746
12	AL DAS ONZE HORAS, 71 PRICUMA - BOA VISTA - RF	COMÉRCIO	COMERCIO VAREJISTA PECAS E ACESSORIOS PARA VEICULOS	2,805428	-60,692163
13	AL DAS ONZE HORAS, 797 PRICUMA - BOA VISTA - R	COMÉRCIO	COMERCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DE VESTUARIO	2,809883	-60,696952
14	AL DAS ONZE HORAS, 89 PRICUMA - BOA VISTA - RF	COMÉRCIO	Comércio varejo de peças e acessórios novos para veículos a	2,805535	-60,692279
15	AL DAS ONZE HORAS, 89 PRICUMA - BOA VISTA - RF	COMÉRCIO	Comércio varejo de peças e acessórios novos para veículos a	2,805535	-60,692279
16	AL DAS ORQUIDEAS, 43 PRICUMA - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	COMERCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DE VESTUARIO	2,8103639	-60,7006383
17	AL DAS ORQUIDEAS, 74 PRICUMA - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	Comércio varejista de mercadorias em geral, com predomin	2,8106347	-60,7004113
18	AL DOS BAMBUS, 1006 PRICUMA - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	COMERCIO VAREJISTA DE ARTIGO DE ARMARINHO	2,8089752	-60,7003007
19	AL DOS BAMBUS, 1034 PRICUMA - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	COMERCIO VAREJISTA DE MATERIAL ELETRO-ELETRONICO	2,8090989	-60,700407
20	AL DOS BAMBUS, 112 PRICUMA - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	BARES, BOTEQUINS E CAFES	2,8030445	-60,6948519
21	AL DOS BAMBUS, 1170 PRICUMA - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	PAPELARIA, COMERCIO DE PAPEL, PAPELAO, CARTOLINA E SI	2,810197	-60,701214
22	AL DOS BAMBUS, 1170 PRICUMA - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	PAPELARIA, COMERCIO DE PAPEL, PAPELAO, CARTOLINA E SI	2,810197	-60,701214
23	AL DOS BAMBUS, 127 PRICUMA - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	PAPELARIA, COMERCIO DE PAPEL, PAPELAO, CARTOLINA E SI	2,8030478	-60,6955824
24	AL DOS BAMBUS, 128 PRICUMA - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	COMERCIO DE MERCADORIAS EM GERAL, REDE DE VAREJO (S	2,8030812	-60,6949018
25	AL DOS BAMBUS, 128 PRICUMA - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	COMERCIO VAREJ. INDEP. DE MERCADORIAS EM GERAL(MER	2,8030812	-60,6949018
26	AL DOS BAMBUS, 128 PRICUMA - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	COMERCIO VAREJ. INDEP. DE MERCADORIAS EM GERAL(MER	2,8030812	-60,6949018
27	AL DOS BAMBUS, 1413 PRICUMA - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	COMERCIO VAREJ. INDEP. DE MERCADORIAS EM GERAL(MER	2,8120135	-60,7025089
28	AL DOS BAMBUS, 1419 PRICUMA - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	COMERCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DE VESTUARIO	2,8119008	-60,702533
29	AL DOS BAMBUS, 1433 PRICUMA - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	COMERCIO VAREJISTA DE ARTESENATO E DE SOUVENIRS	2,812075	-60,7025166
30	AL DOS BAMBUS, 1433 PRICUMA - BOA VISTA - RR	COMÉRCIO	LANCHONETE.PASTELARIA.SORVETERIA,CASA DE CHA.DE DO	2,812075	-60,7025166

Fonte: Base de dados: PMBV (2019). Rafaela Maia (2021)

Contudo, salienta-se ainda, que, o banco de dados pode não revelar seguramente o número de empreendimentos existentes em função da desatualização dos dados no encerramento ou na ativação de empresas, pois requer pagamento de taxas que muitas das vezes algumas empresas deixam de formalizar o encerramento das atividades para não pagar. Em virtude disso, realizou-se uma pesquisa de campo para conhecer de perto os principais focos observados nos mapas.

2.2 – PROCEDIMENTOS DE ANÁLISES DE DADOS

2.2.1 Análise espacial e confecção de mapas

No âmbito acadêmico geográfico que estuda o planejamento urbano e estratégias espaciais, a utilização de informações espaciais através de softwares específicos dá um norte aos estudos locacionais e atuam como uma ferramenta de apoio à análise, modelagem e visualização de dados.

Partindo disso, confeccionou-se mapas temáticos para a visualização das áreas com maior aglomeração e número de empresas por setor terciário, utilizando um ambiente de Sistema de Informações Geográfica (SIG) no software ArcGis® e QGIS®, feitos após análises de auto correlação espacial a partir de dados sócio econômicos secundários como o território e população, PIB e IDH.

O processo de confecção de mapas partiu do levantamento da base cartográfica da cidade de Boa Vista, com dados como a identificação de limites entres bairros, as quadras e os arruamentos no site do IBGE. Em seguida, fez-se a importação do banco de dados de empresas para o formato Excel CSV para um ambiente SIG utilizando-se o QGIS®, onde foi gerado o arquivo vetorial de pontos em formato *Shape ESRI*, com Sistema de Referência de Coordenadas definido em WGS 84/ UTM.

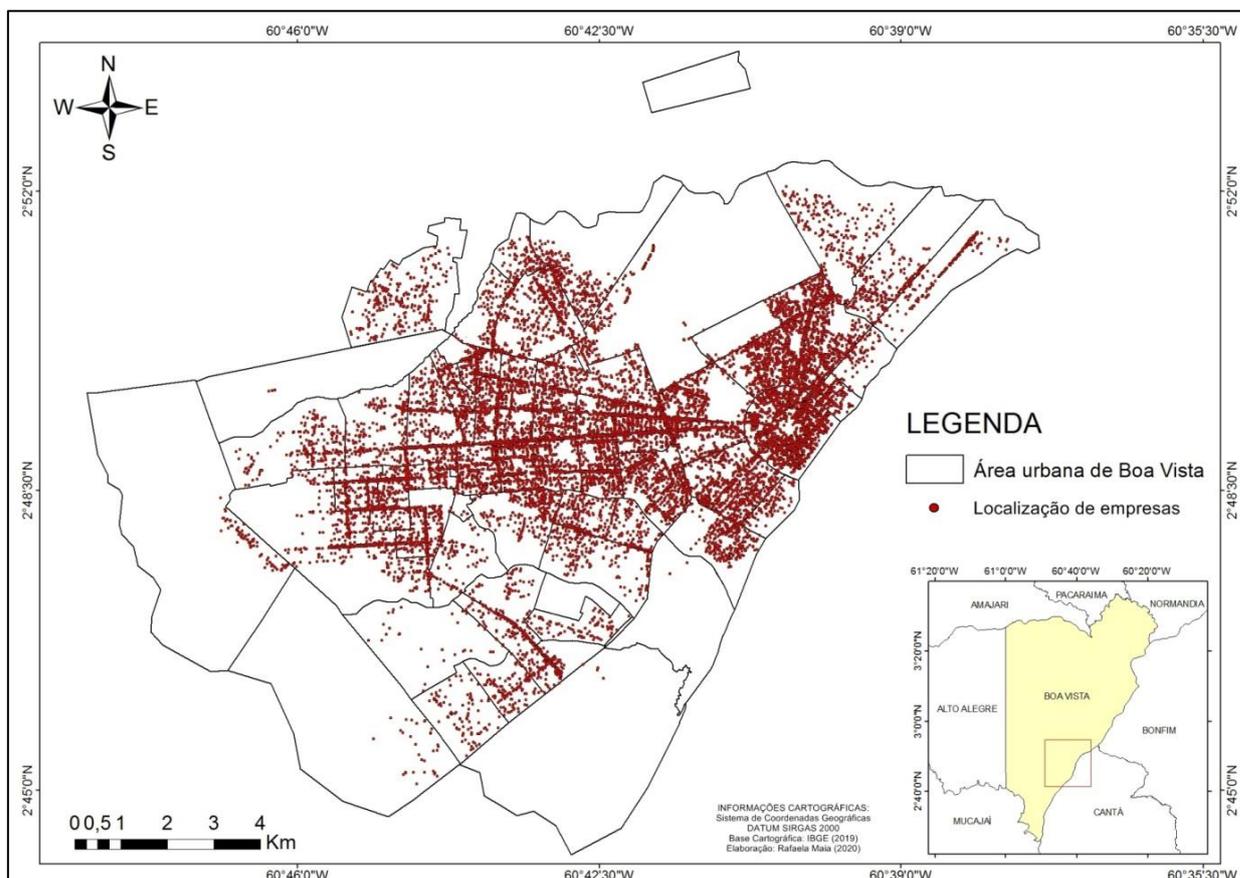
Assim foi gerada uma nuvem de pontos contendo informações de localização das empresas em geral e de acordo com a classificação por segmento. Para finalmente, elaborar mapas temáticos das empresas existentes no município para definir as áreas com maior aglomeração de empresas.

Na confecção de mapas temáticos distinguiram-se os dados econômicos, pelos endereços e ainda pela classificação utilizada pela própria Superintendência de Finanças da Prefeitura de Boa Vista. Porém, levando-se em consideração a Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAES – do IBGE (2020), que enquadra e padroniza as atividades e serviços de acordo com a especificação, dessa forma foram classificados em quatorze grandes setores, conforme o **apêndice A**, método utilizado por Borges (2008) para identificar e agrupar as áreas comerciais.

Devido a difícil representação para ilustrar as áreas de foco na escala de Boa Vista, pela enorme quantidade de dados pontuais e a aproximação dos mesmos no espaço urbano da cidade, no mapa de pontos (Ver Mapa 1), ficou impossível

diferenciar ou quantifica-los através desse modelo. Além disso, em alguns casos, um único ponto ficava sobreposto por diversos outros, devido à proximidade de escala ou como no caso das galerias, prédios comerciais e shoppings que apresentam diversas empresas em um mesmo endereço, além dos diferentes segmentos.

Mapa 1– Distribuição de atividades econômicas por pontos



Fonte: Rafaela Maia (2020)

Dessa forma, utilizou-se a análise geométrica geográfica, como solução adequada encontrada para representar cartograficamente o conjunto de empresas e proceder a análise espacial dos dados. Para tanto, utilizou-se a ferramenta de Kernel, disponibilizada no ArcGis®. Ela está associada à estimação de curvas de densidades, sendo cada uma das informações ponderada pela distância em relação a um valor central. A partir dessa função obtêm-se um arquivo matricial com resultado da soma de empilhamento circular para cada ponto, seguindo a fórmula abaixo:

$$\hat{f}(x) = \frac{1}{nh} \sum_{i=1}^n K\left(\frac{x - X_i}{h}\right),$$

Na qual **K** = Kernel; **H** = Raio de busca; **X** = posição do centro de cada célula do raster de saída; **X_i** = posição do ponto / proveniente do centroide de cada polígono; **N** = Número total de focos de calor. A função matemática desenha uma vizinhança circular ao redor de cada ponto da amostra, sendo a soma dos valores Kernel sobrepostos e divididos pela área de pesquisa e o número de pontos.

Portanto, o Mapa de Kernel é uma alternativa para análise geográfica do comportamento de padrões, é plotado por interpolação, mostrando a intensidade pontual de determinado fenômeno em toda a região de estudo. O método de definição dos intervalos dos mapas foi à quebra natural, procedimento responsável por ajustar os limites das classes de acordo com a distribuição dos dados.

Assim, foi possível ter uma visão geral da intensidade das empresas do setor terciário em toda a cidade de Boa Vista. Sendo estas resultantes de possíveis centralidades, identificadas pelas cores quentes que denotam a integração local em relação à configuração da malha urbana.

Como complemento da interpolação, utilizou-se ainda uma representação espacial das empresas por bairro. Para isso utilizou-se a quantificação dos dados pontuais por bairro no QGIS, onde foi possível quantificar a totalidade de empreendimentos presentes em cada bairro, e então representar cartograficamente por meio de mapa.

Além disso, para evidenciar os padrões de distribuição das empresas, foram aplicadas técnicas de estatística espacial. Utilizamos o método chamado “vizinho mais próximo de interpolação”, que calcula a distância média entre todos os pontos, confirmando ou não se há aglomeração naquela área estudada. Segundo a fórmula:

$$NNI = \frac{\bar{d}_{NNIobs}}{\bar{d}_{NNIesp}}$$

A estatística é calculada a partir da distância entre os pontos, para observar se há uma aleatoriedade espacial, onde \bar{d}_{NNIobs} é a distância mínima do vizinho mais próximo, e o \bar{d}_{NNIesp} calcula a distância média entre todos os pontos. Assim

podemos saber se a distância representa uma aglomeração ou não. A interpretação dessa razão é gerada no QGIS.

A interpretação dessa razão considera que o valor 1 significa não haver aglomeração e que os pontos (empresas) chamados de vizinhos não são próximos. Para implicar em aglomeração maior do que aleatoriedade no espaço o valor deve estar entre 0 e menor que 1. E valores acima de 2 implica em irregularidades no espaço. Essa razão é importante para análises exploratória de dados iniciais, como no estudo.

Entretanto, ressalta-se que na análise espacial por localização específica com área delimitada por centro, subcentro e eixos comerciais, em alguns casos, foi possível realizar o mapa de localização com os pontos para distinguir com o objetivo de se visualizar a discussão abordada. Desse modo, os recursos alcançados possibilitaram, assim, a análise da composição pretendida.

2.2.2 Pesquisa de campo

A pesquisa de campo teve o objetivo de conhecer e descrever os principais aglomerados de comércio e serviços considerando sua expressão econômica e características de subcentros e eixos comerciais, a fim de, conhecer as empresas existentes, abertas ou fechadas, a existência da segmentação, a circulação da população, a infraestrutura, os serviços públicos e o transporte, ou seja, os aspectos dos lugares em geral.

De acordo com Gil (2008) a pesquisa de campo exploratória é caracterizada por investigações de coleta de dados, que somadas à pesquisa bibliográfica e documental, possibilitam uma interpretação difundida do objeto de estudo. Nesse caso, foram utilizadas as técnicas de observação direta e registros fotográficos. As etapas realizadas conforme o quadro 1.

Quadro 1 – Descrição das fases da pesquisa de campo

FASES DA PESQUISA		DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES
1)	PRÉ-CAMPO	<ul style="list-style-type: none"> • Levantamento das informações sobre o local de coleta • Elaboração do cronograma das atividades a serem realizadas • Elaboração da ficha de observação
2)	CAMPO	<ul style="list-style-type: none"> • Observação • Registros fotográficos
3)	PÓS-CAMPO	<ul style="list-style-type: none"> • Análise dos dados coletados

- Resultados e discussão
Fonte: Rafaela Maia (2020)

A observação é considerada uma coleta de dados para conseguir informações sobre determinados aspectos da realidade, que além de ver e ouvir examina fatos ou fenômenos estudados, possibilitando ao pesquisador um contato com o objeto de estudo (LAKATOS; MARCONI, 2001).

Nesse contexto, foi realizada a partir de anotações previstas na ficha de observação nos meses de Outubro á Dezembro de 2020, quando o comércio retomou suas atividades sem restrições diante a pandemia por Covid-19, suscitando anotações para relatório de campo e informações dos atores importantes, que nos ajudou na compreensão da complexidade do estudo, sendo o momento de verificar a concentração observada no mapeamento dos dados coletados (APÊNDICE B).

Permitiu ainda a coleta de registros fotográficos que são fundamentais para registrar as especificidades da realidade local e é essencial para registrar os diversos aspectos da paisagem, assim o entendimento e a percepção podem ser facilitados por meio dessas imagens.

Durante essa etapa foram confeccionados mapas temáticos para ilustrar a localização, delimitação e segmentação das áreas estudadas.

2.2.2.1 Caracterização de subcentros e eixos comerciais

A identificação formal das aglomerações do setor terciário que consistem em subcentros e eixos comerciais foi tida a partir de quatro tipos de procedimentos metodológicos distintos: características científicas; análise exploratória de dados espaciais (identificar aglomeração de empresas); análise da diversidade ou especificidade de segmentos aglomerados na área de corte e pesquisas de campo com a observação da realidade local, cada qual com seus méritos e deméritos próprios.

Com o intuito de possibilitar uma análise mais acurada das estruturas dos subcentros, foi criada uma metodologia com base no critério de empresas aglomeradas verificadas na análise espacial de dados e *in loco*, bem como o volume de circulação de pessoas e veículos.

Tomando referência de Max Weber (1999) é possível utilizar critérios tipológicos para a análise de aglomerações comerciais em Boa Vista, onde a identificação de tipologias parte do conceito de tipo ideal, o qual é compreendido por áreas que se alocam atividades econômicas aglomeradas, com diversidade comercial e de serviços, exercendo uma localização central.

Em primeiro lugar há uma tipologia espacial, que adotam o critério de localização espacial, sendo possível identificar dois tipos ideais: subcentro e/ou eixo comercial

Em segundo lugar, há uma tipologia de especialização produtiva que diz respeito aos tipos de empreendimentos localizados na área, partindo dos critérios de segmentação, podem ser classificados por setores (A) homogêneos/especializados ou (B) heterogêneos/ecléticos.

Em terceiro lugar, há uma tipologia de periodização dos subcentros se são (A) novos ou (B) tradicionais. Por exemplo, a área central é considerada uma área comercial tradicional da cidade pelo seu histórico de ocupação. Já os novos são vistos pela sua infraestrutura e o uso de solo.

Em quarto lugar, traçou-se uma tipologia de estágio evolutivo dos subcentros urbanos, ligado ao ciclo de vida dos mesmos, os quais pode-se classificar em:

- (A) Em desenvolvimento: áreas comerciais recentes com potencial de crescimento;
- (B) Consolidado: áreas comerciais tidas como referência comercial com uma expressão econômica local;
- (C) Estagnado: áreas comerciais que não possuem mais disponibilidade de crescimento, devido ao elevado uso do solo.

O uso conjunto dessas atribuições vislumbra confluir aspectos característicos e suplantam pontos relacionados a cada uma das localizações. Dessa forma, será possível a obtenção de resultados que permitam qualificar melhor os subcentros por meio da imposição dos critérios de análise.

2.2.3 Análise gráfica e análise dos resultados

Com a finalidade de ilustrar os resultados obtidos, a análise gráfica permite a interpretação dos resultados por meio de fotografias, quadros, tabelas e gráficos. A

mesma foi realizada após a obtenção dos dados relacionados com as teorias estudadas, pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e pesquisas de campo.

A representação gráfica de dados estatísticos traduz o que foi visto, anotado e caracterizado durante o estudo, dessa forma, torna a apresentação final integrada com a descrição mais interessante e comunicativa com o leitor final, simplificando os aspectos da discussão (PADOVANI, 2012). Nesse contexto, foram elaborados e inseridos oito gráficos, sete gráficos e quarenta e sete mapas temáticos.

2.2.4 Levantamento do estado da arte da temática estudada

Objetivando abordar a construção do campo científico e a identificação da estruturação quanto ao perfil dos pesquisadores, dos grupos de pesquisa e dos programas científicos existentes, bem como apresentar o estado da arte dos debates existentes utilizou-se a metodologia proposta por Senhoras (2017).

Nesse método o pesquisador busca em plataformas acadêmicas palavras chaves que representem a temática abordada na pesquisa. Em primeiro lugar, foi realizado uma pesquisa exploratória a partir da busca e consulta em fontes secundárias de dados com um período mensurável por ano de 1970 á 2020. Como parâmetro de pesquisa utilizou-se a temática “subcentros comerciais”.

Utilizou-se o Google Acadêmico, para levantar o número de textos científicos publicados, o ano, o número de citações de cada texto (para mensurar se esse conteúdo está sendo difundido), o título e o link da publicação, a quantidade de publicações por ano, criando então um banco de dados para análise.

Usou-se também a Plataforma Currículos Lattes do CNPQ, na ferramenta de busca por publicações para mensurar o gênero do pesquisador(a), o curso, o nível do curso e o estado de origem com a quantidade.

Com esses dados organizados no Microsoft Excel, foi criado uma planilha que serviu para a realização de um mapeamento e caracterização o campo científico, utilizados como instrumento de análise de dados para sua interpretação e de análise gráfica e geoespacial aplicada aos dados.

2.2.5 Análise dos resultados

Após coletado o material, foi preciso selecioná-lo, analisá-lo e dividi-lo em tópicos. Feito isso, e após muita reflexão, foi possível organizar o plano definitivo do trabalho (MANUAL DE NORMAS PARA APRESENTAÇÃO DE TRABALHOS CIÊNTÍFICOS DA UFRR, 2017).

Por conseguinte, foi realizada a construção do texto, que se iniciou a partir das primeiras atividades da pesquisa, bem como, analisados os resultado e discussões e finalmente uma revisão de todo o estudo. Após o cumprimento das etapas, a pesquisa está apta a ser apresentada para a banca examinadora de defesa de Mestrado.

3 – REFERENCIAL TEÓRICO: A DINÂMICA DO ESPAÇO URBANO E A LOCALIZAÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS

Neste capítulo foi realizada uma revisão das literaturas afins e das principais discussões teóricas relacionadas ao estudo, tendo como objetivo apresentar a importância da produção do espaço urbano para a construção das formas de comercialização.

Aborda-se a distribuição das atividades econômicas como uma forma de organização observada por meio da Geografia Econômica e da Geografia Urbana destacando a localização, concentração e práticas comerciais que envolvem os diversos fatores para a construção do espaço. Para compreendermos os fatores locais recorremos à contribuição de alguns estudos que abordam as teorias e modelos de localização, numa perspectiva voltada às concentrações do comércio (figura 6).

Figura 6 – Fluxograma marcos teóricos e históricos



Fonte: Rafaela Maia (2021)

Percebendo que as atividades comerciais têm passado por alterações importantes, em relação ao processo de produção e na forma de atuação nas cidades, refletimos as condições para a centralização, descentralização e novas centralidades espaciais do comércio para surgimento e conceituação dos subcentros e eixos comerciais apontando suas principais características.

3.1 A (RE) PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO

O espaço constitui um conceito chave na Geografia e é definido como uma área que sofre alterações contínuas da atuação humana. O geógrafo, Lefebvre (1999) descreve que o espaço geográfico é um espaço social onde o homem estabelece suas relações, e essas relações criam um determinado espaço.

Conforme sua corrente de pesquisa, o espaço geográfico corresponde à organização da sociedade e seus elementos sobre o meio. Sob essa mesma ótica, Harvey (2002) considera o espaço como uma estrutura utilizada para classificar ou distinguir fenômenos.

Para ele, o conceito do espaço ocorre a partir do sistema capitalista e sua função nas relações sociais contemporâneas, buscando expressar e denunciar a forma com que as contradições sociais manifestam-se no espaço geográfico (HARVEY, 2002).

O autor analisa, ainda, que para se compreender o sentido do que é o espaço e como as diferentes espacialidades funcionam é importante construir um pensamento geográfico. Visto que, o espaço é complicado e possui múltiplas determinações, de modo que nenhum de seus significados pode ser propriamente compreendido de forma isolada, porém é precisamente visto quando associado ao tempo (HARVEY, 2002).

É preciso considerar o espaço como uma totalidade com junção das relações antigas e atuais de dinâmica social, de produção e de consumo que resulta nos processos da dinâmica social dos lugares. Deste modo, observa-se que o espaço apresenta diferentes temporalidades (HARVEY, 2002).

Milton Santos (2006) também pensa o espaço em sua totalidade, ou seja, envolve ter uma visão ampla e conjunta de suas interações. Portanto, o espaço deve ser considerado como um conjunto indissociável de elementos dos quais fazem parte, de um lado, certos objetos geográficos, como objetos naturais e objetos

espaciais, e, de outro, a vida que os preenche e os anima, ou seja, a sociedade em movimento.

O espaço reproduz a totalidade através das transformações determinadas pela sociedade, modos de produção, distribuição da população, entre outras necessidades, desempenham funções evolutivas na formação econômica e social, influencia na sua construção e também é influenciada nas demais estruturas, de modo que torna um componente fundamental da totalidade social e seus movimentos (SANTOS, 1979, p. 10).

Neste contexto, Santos (1979, p.122) expõe que “o espaço é um verdadeiro campo de forças cuja formação é desigual”, ou seja, o espaço não se desenvolve de forma igualitária em todos os lugares, mas sim por suas características distintas e diferentes possibilidades do que cada lugar tem a oferecer. Com isto, as empresas tendem a se interessar pelas qualidades oferecidas, selecionando assim a sua localização e encontrando o lugar mais vantajoso para se instalar no espaço.

Desde sempre, a Geografia se preocupa com a produção do espaço e como ele acontece. Por isso o espaço é onde a gente encontra a produção e a reprodução dada pelo homem sendo importante refletirmos sobre ele. Seguindo essa mesma linha de pensamento o espaço urbano para Côrrea (2011), é o *locus* das relações sociais, econômicas, étnicas, culturais e de produção, ao retratar que “uma sociedade só se torna concreta através do seu espaço, o espaço que ela produz e o espaço só é interligado através da sociedade” (2011, p. 26). Neste caminho, percebe-se que ocorrem manifestações que constantemente influenciam no processo de reprodução por conectar objetos e ações.

Assim, confere às produções espaciais uma dinâmica a partir da qual as sociedades atribuem novas funções às formas geográficas e um novo sentido à organização espacial na qual o espaço é caracterizado como um conjunto de objetos na superfície, tendo o homem como agente modificador, uma vez que o espaço não se apresenta de forma igualitária em todos os locais, mas sendo fruto da movimentação da sociedade que tem como resultado a produção (SANTOS, 2008).

Côrrea (2011) define o espaço urbano como um fator social e de reflexão e no âmbito locacional e social, transformador e desigual. Ele é simultaneamente fragmentado e articulado nas relações espaciais que se manifestam através das relações espaciais de circulação de decisões e investimentos, de capital, mais-valia, salários, juros, renda, e ainda, prática do poder e da ideologia, além das praticas cotidianas de fluxos de veículos e de pessoas, deslocamentos entre áreas residenciais e locais de trabalho e deslocamentos para realização de compras.

Essa fragmentação é algo constante, devido ao movimento e acumulação de capital, das necessidades mutáveis da reprodução e dos conflitos de classes, deixando padrões antigos e criando novos. Considera-se então que o espaço urbano é reflexo da sociedade e de desigualdades. Portanto, a produção do espaço urbano ocorre para suprir as necessidades surgidas pela reprodução da sociedade, sofrendo alterações em sua dinâmica com o capitalismo (CÔRREA, 2011).

É importante destacar que essa organização espacial não acontece de forma aleatória, mas sim se define a partir do processo histórico e da evolução das tendências que se desenvolvem no espaço geográfico, caracterizando sua produção e reprodução. Estes processos criam funções e formas espaciais, que criam atividades e suas materializações, cuja distribuição espacial constitui a organização espacial urbana (CÔRREA, 1995).

A estrutura da cidade, então, é observada pelos padrões de uso do solo urbano, sendo entendida como um produto da interação competitiva entre pessoas, as facilidades do mercado, as agências de transporte e de comunicação, os tipos de funções exercidas e a sua localização (PEREIRA, 2017).

Sendo assim, todas essas relações de natureza social no espaço são a própria sociedade e seus processos remetem ao fato de que o espaço urbano é dividido em áreas comerciais e residenciais segregadas que representam um determinado papel na reprodução das relações de produção, esse uso faz com que o espaço seja organizado para a produção e para o comércio (CÔRREA, 2011).

Nessa análise, o espaço urbano é o local de reflexo da sociedade e das suas relações de poder, onde se concentram os lugares e suas funções. Inserem-se então o comércio e sua distribuição, destacada aqui como elemento para observar a dinâmica econômica como importante influência na organização do espaço urbano (CÔRREA, 1995).

Desse modo a lógica capitalista que se reproduz na cidade, acompanhada pela lógica do mercado acaba influenciando diretamente no processo de formação sócio espacial desigual da cidade, priorizando investimentos em determinadas áreas de maior potencial para o desenvolvimento de atividades capitalistas em detrimento de outras (VILLAÇA, 2001).

Subordinado pelo sistema capitalista o espaço urbano se organiza através dos padrões políticos, sociais, culturais e econômicos, nesse contexto, Santos

(2009), entende que o capitalismo empenha-se em viabilizar o lucro, acumular capital e expandir negócios.

Para Santos (2009) o espaço urbano pode ser compreendido pelos seus objetos e ações, de modo que “os objetos condicionam as ações, assim como as ações vão condicionar os objetos” (SANTOS, 2006, p. 36). Os objetos são denominados por fixos e as ações por fluxos conforme o autor.

Exemplificando os fixos são os serviços públicos, econômicos, sociais e culturais, como espaços recreativos de esportes, praças, escolas, hospitais, comércio em geral etc. Tudo isso geram os fluxos que são originados a partir desses objetos os dando vitalidade, como a circulação de pessoas por meio de transporte público ou próprio (SANTOS, 2006).

Nessa perspectiva, o espaço urbano é fruto das relações de trabalho e de produção que têm forma e valor, ou seja, há lugares que se tornam mais valorizados que os outros, devido às características, como ruas, infraestrutura e localização, ou seja, o espaço é visto como um produto social.

Carlos (2008) reforça essa ideia considerando que são os modos de apropriação do espaço que definem os seus valores, no qual o espaço é âmbito de mudanças constantes, que asseguram a reprodução das relações capitalistas. A produção do espaço consiste nas relações a partir da economia que se destina a cumprir funções de acordo com as relações de produção e do trabalho, estas ações provocam um constante processo de reorganização espacial.

Atualmente, a sociedade encontra-se envolvida num processo dinâmico em que os lugares vão adquirindo novas características e valores e, ao mesmo tempo, vão perdendo outros. Conforme a autora:

A produção espacial realiza-se no plano do cotidiano e aparece nas formas de apropriação, de utilização e de ocupação de um determinado lugar, num momento específico que, através de seu uso, revela-se como produto da divisão social e técnica do trabalho e que produz uma morfologia espacial fragmentada e hierarquizada (CARLOS, 1996, p. 26).

Esse espaço urbano visto por muitos autores como palco de acontecimentos fica entendido como ativo e dinâmico, sendo que a busca por atividades econômicas transforma o espaço e apresenta um novo modelo de dinâmica social e vivências, com mudanças de hábitos e atitudes que influenciam na configuração da cidade.

Considerando que o espaço geográfico é produto e condição para a reprodução das relações sociais que se estabelecem, podemos destacar as relações

entre cidade e as localizações de subcentros comerciais. Assim, o estudo das atividades comerciais possibilita ver a dinâmica da sociedade e o processo de produção da cidade, pois a localização demanda situações estratégicas, expressam funções, redes, centralidade, descentralização e movimentação da população.

Em suma, para entendermos as funções exercidas pelos subcentros e eixos comerciais e ainda a relação entre estes e a cidade, é importante analisar de que forma estão localizados e distribuídos na cidade.

Desse modo, entender a produção espacial urbana a partir da dinâmica do fenômeno da distribuição no espaço permite análises consistentes sobre as lógicas das espacializações e distribuições das atividades humanas e dos processos de reestruturação urbana que passa a cidade. É neste sentido das atividades locais e dinâmicas dentro do espaço urbano que visualizamos a Geografia Econômica Urbana, refletindo as relações sociais do objeto de estudo da presente pesquisa.

A organização, localização e concentrações de empresas influenciam, configura e transforma uma cidade. Portanto, investigar a localização dos principais centros comerciais com vendas de produtos e serviços possibilita analisar a dinâmica espacial, visto que para a Geografia essas localizações são estratégicas.

3.2 A GEOGRAFIA ECONÔMICA E AS ÁREAS COMERCIAIS

Toda cidade possui suas áreas comerciais que podem ser facilmente observadas no espaço urbano. Sabemos que desde o surgimento da civilização, as atividades humanas têm se distribuído de forma desigual no espaço, onde as atividades econômicas se concentram em locais específicos, criando grandes e pequenas aglomerações, com disposições muito diferentes no espaço.

Partindo disso, a Geografia econômica busca explicar por que as atividades econômicas optam por se estabelecer em determinados lugares, com o resultado de que em alguns lugares algumas têm mais sucesso que outras, remetida a uma associação entre o conhecimento locacional e o conhecimento comportamental do consumidor para orientar questões espaciais econômicas (SAPPER, 1970).

Para Silva (1970) a Geografia Econômica está voltada para o estudo das localizações das atividades econômicas conjugada à produção e ao consumo de bens e serviços. Com o objetivo da interpretação de diferentes padrões de

distribuição, da escala local à global, a conseqüente análise dos processos de implantação desses padrões e seus fatores determinantes e da instalação da estrutura técnica e financeira dos empreendimentos, assim como suas relações com o meio ambiente.

A abordagem do autor ressalta ainda os movimentos de mão de obra, estrutura financeira das empresas, tendência de concentração geográfica e outros aspectos que influenciam na regionalização. Claval (2005) reflete sobre o papel do espaço e sua influência econômica, discutindo as perspectivas da ciência, visto que, a reflexão econômica esclarece a racionalidade dos agentes econômicos; a lógica das empresas; e a existência de zonas e seus custos.

Para Claval (2005) o papel da Geografia, além de descrever determinado fenômeno se aplica ao utilizarem-se modelos explicativos, considerando a divisão dos espaços urbanos, para funções produtivas e funções residenciais. No geral, percebemos que a Geografia Econômica têm por foco os aspectos espaciais das atividades econômicas em várias escalas.

Em síntese, os estudos costumam ser segmentados em três partes principais: a distribuição das atividades econômicas e produtivas sobre o espaço, a história das estruturas econômicas e a análise das composições da economia em nível regional e suas relações com a dinâmica global.

Visto isso, para pensarmos no espaço urbano enquanto palco de atividades constantes, principalmente as atividades econômicas, deve-se considerar a localização, uma vez que esta pode definir as direções do processo de produção e reprodução da cidade. Nesse contexto, a localização das atividades e da população assume uma importância crucial, tanto para os capitalistas, quanto para o Estado. Dessa importância, emerge o interesse em compreender a natureza e o significado da rede urbana (BESSA, 2013).

Ao longo das últimas décadas a Geografia tem destacado o papel do espaço na distribuição econômica, fazendo reflexões relacionadas à localização e concentração de riqueza a partir de observações na paisagem. As transformações no modo de viver e suas alterações significativas vindas da economia, como na produção, troca e consumo. Neste contexto, discussões, linhas de pensamentos e novos debates foram incitados e teorias foram (e continuam sendo) formuladas (CLAVAL, 2005).

Consequentemente, as atividades comerciais em centros urbanos vão além de sua função clássica de abastecimento de materiais e de serviços necessários à população, representa um importante cenário de construção da vida social ao fornecer efetivas oportunidades para a integração entre o indivíduo e sua comunidade local (PROCOPIUCK, M.; ABDULAH, B, D, 2008).

Apresentando interferência na ordenação da cidade, contribuindo para a formação das principais áreas funcionais urbanas, como ao criar aglomerações urbanas de vários tamanhos que possuem funções centrais que consistem na produção e na distribuição de bens e serviços para consumo.

Isso reflete na dinâmica comercial dos centros urbanos e na configuração da própria cidade e na qualidade de vida dos cidadãos (PROCOPIUCK, M.; ABDULAH, B, D, 2008). Nesse contexto, a localização das atividades e da população assume uma importância crucial, tanto para os capitalistas, quanto para o Estado.

A distribuição das atividades econômicas e comerciais apresentam certas regularidades relacionadas ao papel econômico que determinadas localidades desempenham. Nesse sentido, os estudos com enfoque locacional procuram desvendar quais os motivos que levam as empresas a se organizarem e se distribuírem espacialmente de tal maneira e não de outra (BESSA, 2013).

Para tanto, consideramos importante à retomada das teorias clássicas sobre localização das atividades econômicas, de modo a entender sobre os fatores locacionais que assumem um papel fundamental na determinação do local, abrangendo fatores aglomerativos, desaglomerativos e a organização do espaço em geral.

3.3 ECONOMIAS DE AGLOMERAÇÃO E TEORIAS DE LOCALIZAÇÃO

Incorporado à Nova Geografia Econômica a economia de aglomeração é um agrupamento de atividades econômicas, criada e sustentadas por alguma lógica espacial e podem ser verificadas em diferentes níveis, distribuídas espacialmente de maneira irregular (FUJITA; KRUGMAN, VERNABLES, 2002).

Dessa forma, quando várias empresas e serviços públicos se concentram em uma localização geram impactos importantes e consequências para a produção do

espaço urbano, como atratividade da população, custo reduzido de deslocamentos e o aumento da produtividade (KRUGMAN, 1997).

Nesse contexto, pode haver crescimento relativo nessa área ou até ao contrário, dessa forma, apresenta-se algumas teorias locacionais que apontam as discussões entre geógrafos e economistas, como as forças que atuam nessa concentração e as que agem no sentido de dispersá-las.

Coloca-se então como fundamental para entendimento do processo pelo qual os investimentos são direcionados no espaço geográfico e quais os fatores condicionantes dessa decisão.

A venda de mercadorias e serviços no setor terciário desempenha um papel importante na relação de distribuidor entre o produtor e a população, neste sentido, a seleção da localização deve ser consistente, levando em conta a acessibilidade, os segmentos próximos, isto de acordo com o público alvo (PARENTE, 2000).

O economista alemão August Lòsch (1954) retrata a localização como uma questão de sobrevivência:

Nossa existência no tempo nos é determinada, mas temos ampla liberdade de escolha de nossa localização. Esta é influenciada, embora não de todo, pelo nosso lugar de origem. Encontrar a localização correta é essencial para uma vida de sucesso, também para um empreendimento de sucesso e para um assentamento duradouro – em suma, para a sobrevivência do grupo. Adicionalmente, uma localização adequada tem que ser a localização dos acontecimentos certos[...] (LÒSCH, 1954, p. 3).

Lòsch (1954) desenvolveu o conceito de região econômica, que está relacionado à produção, troca e consumo de produtos, considerando o espaço a partir de aspectos de distribuição econômica. Ele construiu a curva de produção e demanda que descreve e calcula o melhor lugar para as empresas se inserirem e terem sucesso a partir desses aspectos.

Para ele, o movimento do capital modifica o espaço econômico, seja ampliando-o pela concentração geográfica, aumentando o custo de acessibilidade e iniciando um processo de desconcentração geográfica ou recriando vantagens de aglomeração em pontos do espaço geográfico (LÒSCH, 1954).

A busca pela acumulação cada vez maior de capital promoveu transformações significativas como, por exemplo, mudanças no papel e estruturação do espaço interno das cidades e a ampliação da divisão social e territorial do trabalho. A lógica capitalista de acumulação, caracterizada pela minimização de custos e maximização de lucros, suscitou aumento da escala de produção.

O mercado com a finalidade de produzir e beneficiar-se sempre buscou um lugar estratégico nas cidades, constituindo-se um elemento gestor de centralidades. Com isso, a localização das atividades comerciais e da população passou a ter importância fundamental para os interesses da classe dominante, porque diante dos volumosos investimentos de capital acumulado no comércio em atividades de produção, circulação e distribuição, o aumento dos lucros poderia ser resultado de ganhos diferenciais relacionados às vantagens locacionais (CORRÊA, 1986).

Christaller (1966), publicou um estudo marcante para o desenvolvimento das pesquisas na linha da Geografia Econômica Teórica-Quantitativa ao longo das décadas de 1950 e 1960, a chamada Teoria dos Lugares Centrais, na qual é retratada a importância funcional da localização nos espaços, onde a organização das atividades comerciais tem consequências explícitas, a atividade comercial é componente essencial na formação e hierarquização de centralidades urbanas e regionais.

A formação e desenvolvimento dos centros urbanos, características que determinam a relação dos centros urbanos com as demais localidades, como as áreas de mercado e sua importância. O autor desenvolveu o conceito de lugares centrais, que são locais onde os agentes econômicos concentram a oferta de bens e serviços no espaço (CHRISTALLER, 1966)

Os lugares centrais que apresentam maior oferta de bens e serviços são os mais elevados hierarquicamente, ou seja, uma hierarquia deve se basear no domínio de um produto em um lugar em uma área atendida pela sua oferta.

A distribuição das localidades centrais, proposta por Christaller (1966), se estrutura em uma hierarquia urbana bem mais equilibrada quanto ao tamanho demográfico e funcional das aglomerações urbanas. Trazendo um equilíbrio entre eficiência e equidade espaciais no processo de distribuição de bens e serviços, com base nos conceitos de limiar, alcance e acessibilidade nos principais mercados.

Isso resulta em um sistema urbano bem estruturado, mesmo com diferenciações, quanto ao número, tamanho, função e distribuição espacial das cidades, com importantes repercussões na eficiência espacial. Visto isso, ela se preocupa com a organização do espaço, pois segundo o autor a centralidade é definida pela capacidade de oferecer bens e serviços (de melhor qualidade) para outras localidades (CHRISTALLER, 1966).

Villaça (2001) explica que as concentrações dos serviços oferecidos ocorrem devido ao crescimento urbano, que gera uma necessidade de criar espaços como produto das relações capitais de reprodução. Essa afirmação é comprovada quando se observa a implantação de shopping centers, de lojas de departamento, de hipermercados e de aglomerados que reestruturam o urbano.

Conforme Fujita, Krugman e Vernables (2002) esse agrupamento de atividades econômicas, são criadas e sustentadas por alguma lógica circular e pode ser verificado em diferentes níveis que formam concentrações comerciais dentro da cidade. Portanto, as atividades comerciais estão baseadas na economia de agrupamento e na variedade de produtos, o que estimula um poder organizador e centralizador no local onde são instalados.

Além disso, podem desencadear diferentes fatores, como a concentração da população em uma zona da cidade, a abertura de novos bairros e vias, a localização pioneira de um estabelecimento que atrai outros e a implantação de grandes equipamentos, podendo gerar valorização imobiliária, empregos, melhorias na infraestrutura, trânsito entre outras repercussões (FUJITA *et al*, 2002).

Os autores ressaltam ainda a distinção de dois tipos de aglomeração: as de localização, que envolvem redução de custos para as empresas devido à concentração setorial e as de urbanização e as que envolvem reduções de custos para diversos agentes através da concentração e expansão das atividades econômicas em um dado local (FUJITA *et al*, 2002).

Reflexos do capitalismo que gradativamente prevê o espaço de atuação comercial entre a dimensão da produção, consumo, e da circulação, cujo caráter, é voltado para a obtenção do lucro, desempenhando papel fundamental na sociedade e na organização espacial (VILLAÇA, 2001).

No modelo de Alfred Weber, criado em 1909 existem dois grupos de fatores que influenciam na decisão de localização é fundamental para o sucesso da indústria ou do comércio, para que se tenham visibilidade na região geográfica em que atuam (FERREIRA, 1989).

De acordo com o modelo, existem diferentes forças que atuam na concentração espacial das atividades econômicas ou que agem no sentido de dispersá-las. O autor explica a localização de empresas no espaço através dos custos de transporte, mão de obra, força de aglomeração e desaglomeração, além da fonte da matéria prima. Incluindo o transporte como fator dominante, como a

principal análise a ser observada, tendo em vista os custos da aquisição até o produto final e sua distribuição, nisto, a empresa decidirá sua localização (FERREIRA, 1989).

Pensando na localização geográfica exercida por empresas, Alfred Marshall (1982) observou que empresas da mesma especialidade tendiam a concentrar-se em uma mesma área geográfica. Em sua teoria, o autor traçou agentes determinantes para analisar essas concentrações chamadas por ele de clusters: (1) concentração de mão-de-obra especializada, (2) oferta privilegiada local, (3) um fluxo de informação entre os participantes (4) menor custo e (5) capacidade de inovação.

Assim, percebemos que nas cidades é comum encontrarmos, em torno de uma região comercial, ruas com uma concentração especializada em um ramo varejista, sejam lojas de roupas, de automóveis, informática, móveis, salões, lanchonetes entre outras, locais esses conhecidos pelo nome do produto que comercializam e trazem vitalidade e progresso para o local que se situam (SIQUEIRA; TELLES, 2006).

A escolha de um local para instalar uma loja é uma decisão considerada crítica para o sucesso de um negócio. Hotelling em 1929, abordou a decisão locacional como forma de ganhar vantagens, para ele, a proximidade entre as empresas, atenuam-se os custos de fornecedores e possibilitam a expansão daquele segmento de mercado, a partir de avanços sobre o mercado, concentrando as atividades similares em um local onde os consumidores conseguem ver o produto a partir da sua localização no espaço (CARLTON; PERLOFF, 2000).

Em relação à localização das empresas próximas no espaço econômico o modelo de Hotelling, sugere a princípio que um dado número de lojas operando dentro de um mesmo setor de mercado terá um desempenho superior se estiverem localizadas juntas, em clusters (CARLTON; PERLOFF, 2000).

Isto significa que exercem maior atratividade juntas que separadas. Portanto, o que se espera é que, quanto mais perto os produtos estiverem entre si, maior a acessibilidade física e a substituição entre estes e a diversidade (CARLTON; PERLOFF, 2000).

Contudo, vale ressaltar que o modelo de Hotelling, ao explicar a concentração de atividades comerciais, consegue também explicar os ganhos de bem-estar associados à aglomeração, uma vez que os consumidores mais próximos ao cluster

encaram custos mais baixos associados a seu consumo (CARLTON; PERLOFF, 2000).

Diante disso, a distribuição espacial de empresas tem como base os recursos, como por exemplo, na oferta e procura que basicamente dependem dos consumidores e de sua localização. Neste caminho, a “lei gravitacional do varejo” desenvolvida inicialmente por Reilly em 1931, por meio de uma analogia com a lei da gravidade de Newton relaciona a interação geral do consumo com a população (DAVIES, 1976).

A teoria discute a localização através de movimentos que integram as variáveis como às migrações populacionais, fluxo de tráfego, dimensão de área de mercado e potencialidade de mercados. Para isso, existem dois eixos fundamentais na determinação da atratividade de um centro em relação a outro, a população e a distância (DAVIES, 1976).

De acordo com essa teoria, as implantações do setor de vendas ocorrem em função de um estudo de mercado preliminar, fazendo com que a localização tenha estreita relação com o perfil do consumidor e conseqüentemente, com o valor pago pelo produto cujas dimensões variam segundo os produtos e os serviços ofertados (a medida da sua centralidade) (DAVIES, 1976).

Evidencia-se, assim, a preocupação com a concorrência, com o consumidor e, principalmente, com o espaço da loja que passou a representar um importante elemento de atração. Desse modo, a localização das empresas, assume importância para a população, podendo em circunstâncias adequadas ser uma forma eficiente de alcançar objetivos econômicos e fortalecer as chances de crescimento e de sobrevivência de um empreendimento.

Fazendo referência a essa seletividade espacial de atividades econômicas, Milton Santos (1993) salienta que:

A especulação se alimenta dessa dinâmica que inclui expectativas, criam-se sítios sociais, uma vez que a sociedade urbana seletivamente os lugares, afeiçoando-os as exigências funcionais. É assim que certos pontos se tornam mais acessíveis, certas artérias mais atrativas e, também, umas e outras mais valorizadas (SANTOS, 1993, p. 93).

Com base nos dias atuais, podemos observar os aspectos desses estudos na organização da cidade, levando em consideração que o comércio em geral age como magnetos de atrações para as áreas centrais. No entanto, necessita ser reexaminada na nossa realidade (ARAÚJO, 2005).

Compreendendo as atividades comerciais como atividade que influencia a dinâmica urbana, a distribuição é importante, uma vez que reflete diversas condições da sociedade, como demanda da população, poder aquisitivo, hábitos e condições de acesso.

No geral, é uma forma de organização econômica do espaço urbano que pode ser percebida na localização de empresas que contribuem para alterações sócio espaciais da cidade. Nesta conjuntura é importante compreender o fenômeno de agrupamento em subcentros como forma estratégica para maior eficiência econômica e de deslocamento da população.

Por outro lado, percebe-se então, que os fatores de localização gerais são classificados quanto à região geográfica que atuam, esses fatores explicam a escolha da localização de aglomeração, concentração e dispersão. Expressam ainda as consequências da decisão de posicionamento das lojas sobre a configuração da estrutura da cidade, gerando implicações no mercado, por produto ou serviço ofertado (MASCENA, *et al*, 2013).

Enfim, muitos são os desdobramentos a partir da localização de empresas. Sendo que, a revisão bibliográfica realizada permitiu chegar à sistematização das principais ideias e teorias sobre o problema. Os modelos clássicos explicitam uma série de fatores importantes para a localização dos eixos comerciais, explorando as situações variáveis que têm como referência principal a população e as formas e funções do sistema urbano.

A partir da perspectiva da Geografia, as teorias locacionais buscam compreender os fatores que favorecem uma melhor localização, de modo que seja possível racionalizar o processo de distribuição. Nesse contexto, é interessante repensar as teorias locacionais quanto ao desenvolvimento de concentrações comerciais no espaço urbano. Pois representa um agente transformador do espaço e de seu entorno, especialmente no impacto tido em âmbito local.

3.4 AS ATUAIS RELAÇÕES ENTRE COMÉRCIO E GEOGRAFIA: CENTRO, DESCENTRALIZAÇÃO/FRAGMENTAÇÃO E NOVAS CENTRALIDADES

Desde o início da civilização, comércio e cidade estabelecem uma relação de dependência, sendo que a relação entre as duas enfraquece se estiverem separadas. Sendo assim, o comércio é importante para o desenvolvimento da

cidade, constituindo uma via importante para a produção urbana, estabelecendo as distintas localizações comerciais (VARGAS, 1992).

Em vista disso, a produção do espaço geográfico na cidade esta associada com a localização e funcionalização das áreas comerciais, pois auxiliam a compreensão do movimento geral de reprodução do espaço geográfico, uma vez que a coesão espacial facilita a acessibilidade dos usuários aos serviços demandados, o que desencadeia um poder polarizador nos locais onde estão inseridos (ALVES; FILHO, 2008).

Assim, para a compreensão da atual organização das atividades comerciais no espaço, faz-se necessário uma breve abordagem histórica. Sposito (1991) retrata que até meados de 1970, as maiorias das cidades brasileiras apresentavam um único centro, monopolizador e concentrando comércio e serviços, manifestando a concentração de múltiplos papéis, necessariamente concentrados e hierarquizados organizadamente na área de melhor acessibilidade das cidades.

Todavia, há um momento que as atividades precisaram se dispersar no espaço da cidade de acordo com a distribuição da população. Desse modo, na busca por novas áreas para a sua instalação, a atividade comercial reorganizou os espaços urbanos, centralizou, descentralizou e criou novas centralidades as quais promoveram a reestruturação interna das cidades (SPOSITO, 1991).

De acordo com as literaturas geográficas, Proudfoot em 1937, apud Villar (2000), foi o primeiro geógrafo a classificar a estrutura comercial de uma cidade e suas formas de organização, propondo que algumas categorias do comércio na cidade:

1. O centro principal;
2. Centros secundários de bairros;
3. Grandes arteriais ou ruas principais;
4. E grupos isolados de lojas.

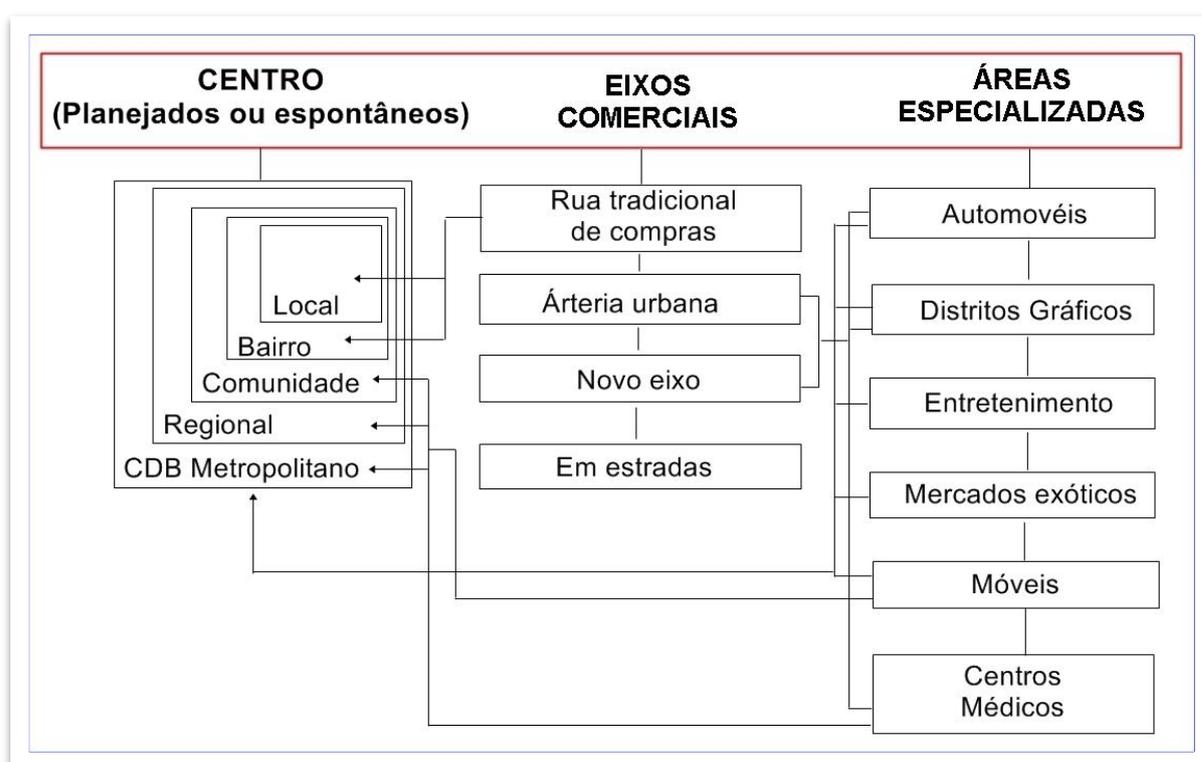
No final dos anos 60 o autor já mudou sua visão, os classificando em quatro níveis:

1. Centro regional,
2. Centro da cidade,
3. Subcentros e
4. Eixos comerciais,

Todos funcionados de maneira hierárquica. Embora funcionando de forma complexa atuando com a mesma natureza das teorias de lugares centrais, abordada anteriormente (VILAR, 2000).

Posteriormente, o geógrafo americano Barry na década de 60 criou um modelo de estrutura comercial da área urbana, no qual previa a cidade organizada em três estruturas: centro, eixos comerciais e áreas especializadas, com variações de acordo com a estrutura e o formato da cidade (BARRY, 1968).

Figura 7 - Estrutura comercial das cidades segundo Brian Berry (1968)



Fonte: Brian Berry (1968). Rafaela Maia (2020).

É possível observarmos na figura 7 que o modelo de centros comerciais do autor, considera três espaços diferenciados do setor terciário com vendas de produtos e prestação de serviços que acabam sendo interligados. Nesta proposta é possível vermos que ocorre uma hierarquia em relação ao centro original, passando pelo centro expandido, pelos subcentros e eixos comerciais e áreas especializadas até atingir o último nível que seria o metropolitano.

Para Randolph (2004) essa dispersão das áreas centrais faz uma alusão de benefícios para a sociedade, principalmente pela mobilidade de pessoas na organização do espaço urbano, na medida em que reduzem os deslocamentos

corriqueiros. No entanto, esses novos arranjos funcionais da cidade refletem um padrão distinto de crescimento e ao mesmo tempo segregação espacial.

De acordo com o Côrrea (1995) o centro comercial tradicional de uma cidade brasileira apresenta atividades econômicas terciárias concentradas e possui acessibilidade apropriada de transporte, além de atividades em vários níveis, podendo apresentar micro, pequenas, médias e grandes empresas. Nele convivem formas modernas e informais do comércio, com banco, lojas e vendedores ambulantes. No entanto, com o passar dos anos ocorre à saturação desse centro principal.

Desse modo, para Côrrea (2007), na área central se concentram as principais atividades econômicas comerciais, de serviços e de gestão pública ou privada, e transporte. Dessa forma, se destaca na paisagem por sua aglomeração horizontal e/ou vertical.

Conforme o autor, o centro apresenta um uso intensivo de solo, com maior concentração de atividades do setor terciário, fluxo de pessoas no período diurno, elevado preço da terra, área de decisões, porém apresenta um limitado crescimento territorial (CÔRREA, 2007).

Para Lefbvre (2004) a centralidade pode ser medida pela atração que exerce sobre os espaços que são adjacentes, revelando no nível urbano as relações da cidade com o lugar, por meio dos fluxos que se efetivam no espaço, ou seja, a centralidade é tida como um processo que exprime a essência do fenômeno urbano.

O autor evidencia a importância do papel urbano nesse sentido, como elemento agregador da sociedade:

A cidade atrai para si tudo o que nasce da natureza e do trabalho, noutros lugares: frutos e objetos, produtos e produtores, obras e criações, atividades e situações. O que ela cria? Nada. Ela centraliza as criações. E, no entanto, ela cria tudo. Nada existe sem troca, sem aproximação, sem proximidade, isto é, sem relações (LEFEBVRE, 1999, p. 111).

Portanto, imprescindível é a própria existência da cidade. O espaço urbano reúne nessas localizações centrais diferentes funções ao longo do tempo e da lógica da dominação em cada fase da sociedade. O espaço do consumo segue os fluxos do estado (LEFEBVRE, 1999).

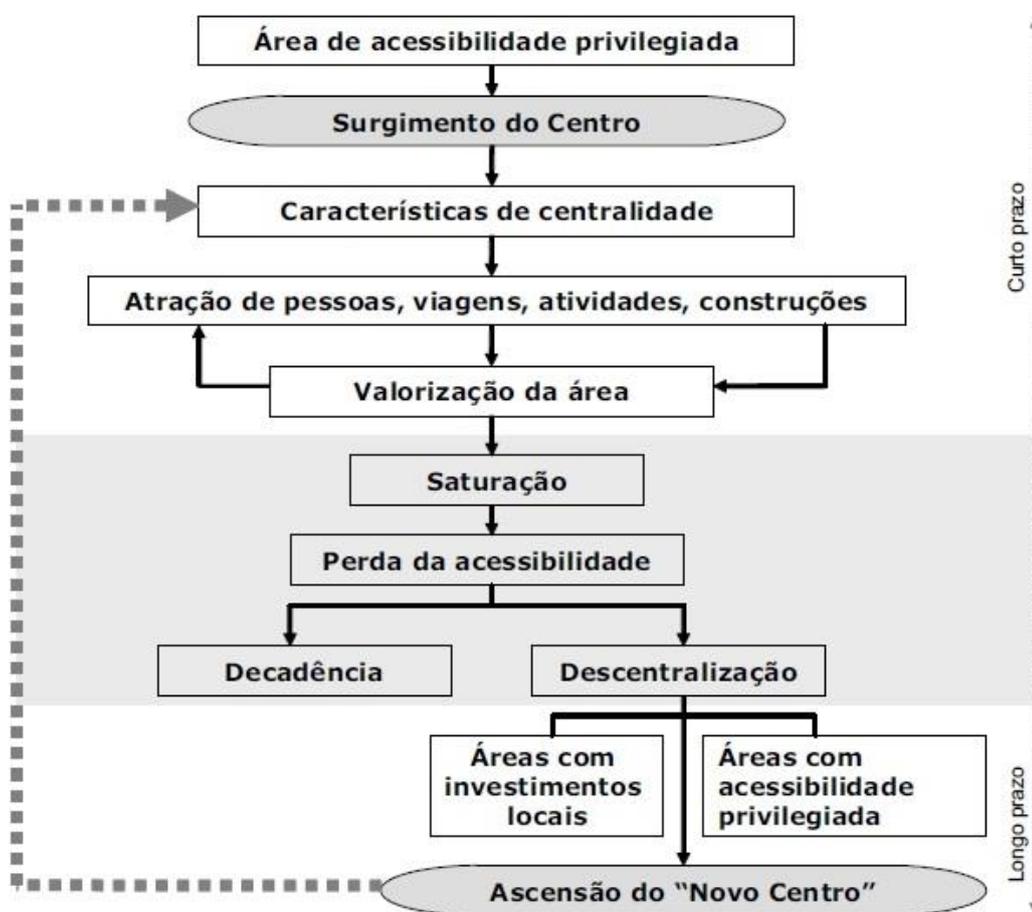
Nessa dinâmica contínua de estruturação urbana ocorrem as centralizações e a descentralização. Processos responsáveis pela formação das áreas de

centralidade, que se instauram como destaque, conduzindo a estruturação do espaço.

Nesse sentido a descentralização é viabilizada, pois no decorrer dos anos o crescimento da cidade é um fator determinante para a organização das áreas comerciais nesse formato, modificando a concentração de atividades terciárias, redefinindo novos formatos atribuindo novas funções a novos espaços implicando na reorganização da localização comercial (GARCIA, 2012).

De acordo com Kneib (2008) a descentralização ocorre a partir de uma série de fatores, estes enumerados na figura 8. Dessa forma, observa-se que o espaço urbano está em constante reorganização a partir de duas forças simultâneas: concentração e descentralização.

Figura 8 – Processo de descentralização e surgimento de subcentros



Fonte: Kneib; Silva (2006). Rafaela Maia (2020)

O capitalismo em expansão demanda novos espaços e novos mercados, ou seja, a descentralização espacial que amplia a complexidade do setor terciário aqui

nos interessado, orientando sua forma, estrutura e função a partir dos reflexos da sociedade (CARLOS, 2008).

Por isso que esse processo é dinâmico e tem como resultado o ritmo de crescimento demográfico das cidades e do papel e do interesse público que desenvolvem o planejamento urbano, sobretudo na instalação de novas infraestruturas urbanas, como a implantação e a ampliação de novas formas de transportes coletivos ou na “lei de uso e ocupação do solo”, enfim, nas formas de produção e apropriação do espaço urbano (CARLOS, 2008).

De acordo com Sposito (2002) essa multiplicação ou fragmentação de áreas de concentração de atividades comerciais e de serviços revela-se através de nova espacialização urbana onde os papéis funcionais pode se dar através da observação da localização das atividades comerciais e de serviços.

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 de centro, de periferia e da relação centro-periferia (SPOSITO, 1998, p. 28).

Com isto, a tradicional realidade da área central foi se transformando, e novos centros comerciais surgem criados e espalhados pela aglomeração, onde se constata o processo de descentralização e a formação de novas centralidades, aos quais estão as novas áreas comerciais, que se tornam importante para saber a estrutura e reestrutura da cidade através do setor terciário (CARLOS, 2008).

O processo de descentralização significa a expansão do centro original de uma cidade e/ou o surgimento de novos espaços centrais, de forma seletiva e ainda na divisão territorial do trabalho e do território, tendo como consequência a criação de núcleos secundários como novos centros, subcentros e eixos comerciais (CORRÊA, 1995).

Uma das formas dessa descentralização se expressa na especialização de atividades terciárias ao longo de vias de maior circulação de veículos, refletindo-se na configuração concentrada de eixos comerciais e de serviços em algumas frações espaciais (SPÓSITO, 2002).

Esse processo de descentralização/fragmentação também decorre da ampliação das linhas de transporte coletivo que possibilitam a ocupação de locais mais distantes. Ao longo dessas linhas, as atividades comerciais se instalam, criam

eixos comerciais e produzem dinâmicas que dispersam e atraem novas atividades e, até mesmo, promovem a especialização nesses locais (CÔRREA, 1995).

Ocasionalmente, para que ocorra o processo, é necessário que condições favoráveis à localização de tais atividades, fora da área central, sejam criadas. Como, por exemplo, a implantação de infraestrutura, acessibilidade, menor preço da terra, possibilidade de expansão dos estabelecimentos, dentre outros (SILVA; CLEPS, 2005).

Contudo, o crescimento do espaço urbano resulta num processo de descentralização de atividades comerciais e de serviços, seguida pela realocação dessas atividades, o que faz surgir no espaço urbano às chamadas novas centralidades, ou seja, a criação de novas áreas centrais na cidade (SILVA; CLEPS, 2005).

Um exemplo emblemático das novas formas comerciais adaptadas à comercialização e consumo são os shoppings centers, configurados como espaços econômico, cultural e de ócio. Porém, essa centralidade ocorre de forma altamente planejada, no que se refere à sua localização e dimensão territorial que alcança (VILAR, 2000).

A descentralização age na forma seletiva e tem como consequência a criação dos chamados núcleos secundários que são os subcentros ou novas centralidades, que agem também de forma seletiva quanto a localização e aos tipos de atividades (SPOSITO, 2000).

Sposito (2000) considera as centralidades da seguinte forma:

A questão da centralidade e de novos centros pode ser vista sob duas perspectivas: - a desterritorialização e territorialização das atividades terciárias; - a de desconcentração das atividades de comércio e serviços, mas não de sua descentralização e sim sobretudo, do reforço da centralidade, sob a forma instalação, concorrência e/ou articulação dos diferentes centros (SPOSITO, 2000, p. 122).

De tal forma a centralidade urbana não é um processo novo, mas ganha novas dimensões, considerando-se o impacto das transformações atuais e a sua ocorrência em cidades de porte médio. Ao discutir as novas centralidades urbanas, Carlos (2004, p.178), afirma que:

[...] a cidade explodiu e concretizaram-se a partir de novas formas, estruturas e funções onde áreas imensas ganham novo valor de uso e, conseqüentemente, valor de troca, pois o espaço mercantilizado insere-se no mundo da mercadoria. Nos locais onde se instalam, as novas formas e estruturas comerciais ampliam o mercado de consumo. Criam novas

especialidades urbanas. A própria urbanização é intensificada (CARLOS, 2004 p.178).

Esses formatos de relações comerciais são produzidos pelas relações que determinam as localizações centrais de uma cidade. Para Castells (2004):

A centralidade urbana proveio, em primeiro lugar, a expressão a nível de espaço que os estudiosos chamam a algum tempo de divisão social do espaço. Quer dizer, à medida que há distintas atividades, esta divisão se especializa e, ao especializar-se, tem, a um só tempo, elementos de diferenciação, tanto a nível social com espacial (CASTELLS, 2004, p.65).

Entende-se então que o centro não é algo fixo, uma vez que, conforme Villaça (2001 p. 238) “nenhuma área é centro; como fruto de um processo – movimento (dialético) torna-se centro”. Portanto, exprime a própria constituição histórica da cidade, em outra escala com um ponto de convergência material com atividades econômicas, políticas e culturais.

Nessa perspectiva, existe uma mudança onde o comércio se impõe como organizador do espaço nas localizações comerciais. Ao analisar as afirmações, compreendemos que esses processos geram as novas centralidades que se estruturam em formato de subcentros, eixos comerciais ou áreas especializadas em um segmento, que se organizam de forma hierarquizada no espaço urbano. Portanto, é nessa realidade que atuam as novas centralidades, que segundo Garcia (2012) cria novos espaços para a reprodução do capital e da sociedade.

As novas formas de consumo e as novas centralidades ampliam a complexidade da lógica de organização terciária da cidade, onde o comércio e serviços se espalham por grande parte do tecido urbano, onde velhas e novas formas de comércio convivem no mesmo espaço geográfico.

3.5 DINÂMICAS DE AGRUPAMENTO COMERCIAL: SUBCENTROS E EIXOS COMERCIAIS

Por meio da expansão territorial urbana e a dispersão das atividades econômicas ocupando diversas áreas da cidade, observa-se a organização das atividades em aglomerações comerciais exercendo uma grande importância social e econômica na produção do espaço urbano.

Podemos observar o setor terciário a partir dessa seletividade em cada localização que depende do conteúdo técnico-científico-informacional, pois a

sociedade fabrica um tempo novo e os tempos sociais formam uma periodização do meio geográfico, existente nos diferentes espaços comerciais (SANTOS, 2002).

A partir da expansão do tecido urbano, se originam subcentros em função das mudanças de urbanização as aglomerações de atividades econômicas e comerciais ao longo do espaço urbano que possuem múltiplas funções comerciais e de serviços são chamados de subcentros.

Villaça (2001, p. 293) os conceitua como “aglomerações diversificadas e equilibradas de comércio e serviços, externas ao centro principal”. Essa centralidade externa ao centro principal tem características parecidas, porém em menor escala.

Na literatura geográfica os subcentros são 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 e estão localizados em importantes passagens de linhas de transporte. Conforme Spósito (1991), tais atividades, são voltadas para um público mais restrito, funcional ou economicamente (como, por exemplo, material de escritório, oficinas mecânicas, lojas de confecção e calçados, salões de beleza, clínicas de saúde etc).

Ao estudar os subcentros, Duarte (1974) expõe que estão classificados com base na sua multiplicidade de funções urbanas e na coexistência de atividades do setor terciário, como o comércio múltiplo e/ou especializado, serviços financeiros como bancos, serviços profissionais superiores como consultórios médicos e escritórios, serviço cultural e recreativo, profissionais liberais, lazer, além de serviços de transporte e comunicação.

Os subcentros ou centros funcionais igualmente chamados pelo autor apresentam como características um conjunto de funções integradas que permitam a realização de diversos tipos de negócios sem grandes deslocamentos da população próxima, porém, não igualmente ao centro principal. Seus elementos principais estão na organização do comércio e uma atividade financeira (banco), estimulando a implantação de serviços (DUARTE, 1974).

Desse modo, considera-se como subcentro todo núcleo que, dispondo de uma atividade comercial importante e de um setor de serviços desenvolvido, seja capaz de atender às necessidades locais bem como servir à população residente na área circunvizinha (DUARTE, 1974).

Nesse mesmo caminho, Villaça (2001) confirma que se assemelha ao centro principal em partes, porém sem a ele se igualar, pois a diferença está na

organização e localização que é voltada para atender apenas uma parte da cidade, enquanto o centro principal atende a todos.

Ao estudar os subcentros, Kneib (2008) descreve que possuem características semelhantes à área central, porém, a acessibilidade é mais significativa, pois está mais próxima a população. Desse modo, a centralidade comercial existe e continuará existindo.

Ao falar sobre os estabelecimentos encontrados em um subcentro, Villaça (2001) acredita que essas áreas devem apresentar lojas de departamentos, filiais de lojas centrais, restaurantes e diversidade de comércio varejista. Desse modo, se constitui pela presença de atividades terciárias com vendas e serviços que exercem o poder de atração da população.

No entanto, é importante destacar que o autor diz que “o conceito de subcentro é empírico”, essa afirmação é importante, pois a concentração influencia na organização interna da cidade e se reproduz nas mais diversas escalas (VILLAÇA, 2001, p. 294).

Segundo Sposito (1991) o surgimento está relacionado à expansão do centro, que não comportava mais o papel de única área comercial de uma cidade, devido a expansão urbana territorial que cria novos bairros que se distanciam do centro principal. Assim os subcentros, vão surgir em locais de alta densidade habitacional de acordo com a renda da população local.

Inseridos nesse desenvolvimento econômico capitalista, da mesma forma, eixos comerciais são áreas que apresentam uma concentração de atividades comerciais em menor escala que os subcentros, ou seja, um trecho de uma rua etc. Para Garcia (2012) os eixos comerciais, se formam a partir do deslocamento de atividades da área central para vias de grande circulação de veículos, como pontos comerciais.

Segundo Berry (1964), os eixos comerciais são lugares de convergência de comunicação e circulação de pessoas. O autor os define em três tipos: 1) Ruas principais que exercem um comércio aglomerado. 2) Ruas comerciais que se interligam ao centro; 4) Estradas ou rodovias que dentro do setor urbano apresentam atividades econômicas variadas ou específicas.

Surgindo a partir de políticas públicas organizadas ou de forma espontânea em determinada área, atuam como uma estratégia de trazer desenvolvimento à determinada região, pois o local passa a ser visto como um eixo orientador de promoção econômica e social, em concordância com as diretrizes estratégicas do

governo, que visam geração de emprego e renda e quem sabe exercer uma posição de centro futuramente (MARQUES; SOUZA, 2004).

Para Duarte (1974, p. 86) um eixo comercial:

Tratam-se de trechos de ruas ou avenidas que, por constituírem importantes vias de acesso aos principais bairros, a circulação nelas concentrada provoca intenso movimento diário de pessoas que se desloca de um ponto a outro da cidade, atraindo para si lojas comerciais (DUARTE, 1974 p. 86).

De modo que se destacam por ofertar um tipo de consumo rápido, onde é muito comum encontrarmos em torno de uma região comercial, uma concentração especializada ou diversificada, resultantes de economias de aglomeração num dado espaço territorial (DUARTE, 1974). Portanto, nas ruas que constituem os eixos comerciais, as atividades estão presentes em grande extensão, propiciando assim melhor comodidade para os que moram em seu entorno.

No geral, observa-se com isso que as atividades comerciais estimulam um poder organizador e centralizador no local onde são instalados. Onde as áreas condicionam o desenvolvimento do seu entorno, podendo gerar valorização imobiliária, empregos e equipamentos urbanos, densidade residencial, melhorias na infraestrutura, trânsito entre outras repercussões (MARASCHIN, 2009).

Compreende-se os subcentros e eixos comerciais como locais que influenciam a dinâmica urbana, sua distribuição é importante, uma vez que reflete diversas condições da sociedade, como demanda da população, poder aquisitivo, hábitos e condições de acesso.

Para Duarte (1974) os eixos comerciais se constituem por importantes vias de uma cidade que apresentam um comércio e serviços que se interliga ao centro, com intenso movimento diário de pessoas e transportes (rota de ônibus), no entanto, em menor escala que um subcentro, todavia, agindo como uma referência na zona que esta inserida.

A utilização desses espaços na cidade mostra a importância do comércio como fonte de desenvolvimento econômico urbano. O encontro e fluxo de pessoas, mercadorias e ideias formam o contexto atual de Boa Vista e conseqüentemente a organização dos espaços comerciais.

Conforme Silveira (2011, p.10):

Cada atividade constitui, no conjunto, um processo para as demais, um importante no sistema produtivo criado em determinado lugar ou área, constituindo a base socioespacial sobre a qual assenta uma determinada

equação de emprego, uma determinada massa salarial, um determinado ritmo de atividades, um determinado movimento de agentes, dos produtos, das mercadorias, do dinheiro e da informação, uma determinada estrutura de ordem e de sistema do poder fundado na política e economia. Trata-se de um verdadeiro sistema coerente, cuja base é espacial (SILVEIRA, 2011, p. 10).

Assim se estabeleceu a localização das atividades econômicas de comércio e serviços, com agentes transformadores do espaço urbano. A necessidade da população ao longo dos anos foi se modificando e abrindo espaço para novas atividades e ocupações. Desta forma, emergiu as novas centralidades que definem novas perspectivas de comércio e ocupação.

No tocante do setor terciário, que congrega importantes características de centralidades comerciais, pode-se ser percebida através da estrutura de serviços e empresas múltiplas ou diversificadas, numa ponta, ligada aos estratos das rendas, a rigor mais sofisticado, noutra, extremamente primitiva, ligada ao consumo (OLIVEIRA, 2003. p.133)".

Portanto, os espaços comerciais de circulação e de disposição de determinados segmentos são controlados e servem para assegurar a separação de público, conforme Caldeira (2000), as centralidades comerciais acabam segregando a população menos favorecida.

Com base nas características do estudo, torna-se interessante uma análise da presença de concentrações de comércios com vendas de bens e serviços na cidade de Boa Vista e seus segmentos, visto que com a expansão do espaço urbano da cidade as novas centralidades alteram a vida dos habitantes em algumas questões como, por exemplo, transtornos gerados por longos deslocamentos, locomoção, uso de transportes coletivos, economia de combustíveis de transporte particular e a economia de tempo.

Centro, subcentro comum ou especializado e eixo comercial mostram como o comércio tem uma relação indissociável com a cidade, criando novos espaços para a reprodução do capital. Dessa forma, agem de modo a condicionar e ofertar bens e serviços que alteram o espaço urbano. Essa análise permitirá reavaliar a dinâmica espacial econômica de Boa Vista, onde o espaço torna-se produto desse setor comercial que é um setor dinâmico, por apresentar transformações rápidas.

3.6 EVOLUÇÃO DO CAMPO DE ESTUDO SOBRE SUBCENTROS COMERCIAIS

Nesta seção realizou-se um mapeamento do campo científico ligado às temáticas de subcentro urbanos e centros comerciais. De modo que num primeiro momento é feito um mapeamento específico para a produção e a publicação na temática e, em segundo lugar, é feita uma caracterização de quem são os pesquisadores deste campo no contexto brasileiro.

3.6.1 Evolução fenomenológica das publicações científicas sobre subcentros e áreas comerciais

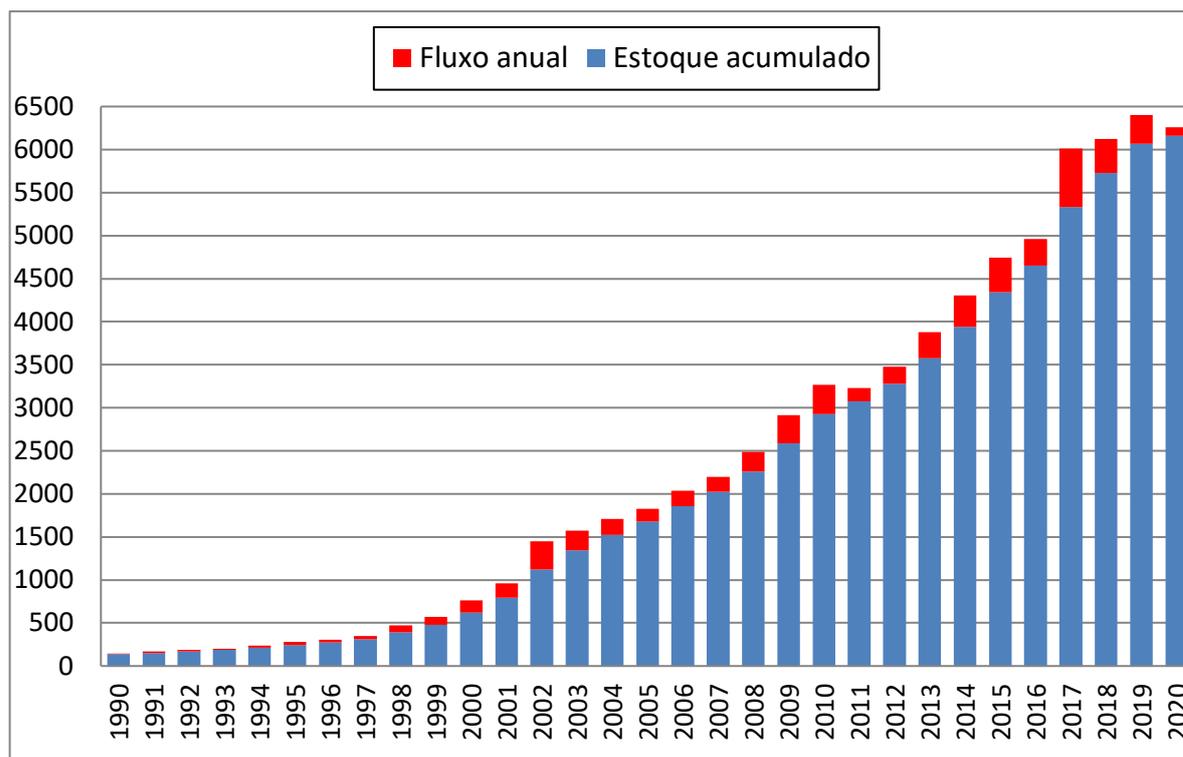
Um campo científico, pode ser compreendido como uma complexa construção dinamizada pelos pesquisadores da comunidade científica. Tomando como referência a construção do campo científico e a identificação de seu perfil quanto a sua estruturação, o foco é apresentar o estado da arte nos debates existentes quanto a mapear e caracterizá-los (PAZ; SENHORAS, 2018).

Por meio de uma revisão sistemática no Google Acadêmico identificou-se o número de publicações no recorte tipológico nas últimas 5 décadas, especificamente de 1970 a 2020, que totalizam 6.161 obras.

Conforme o gráfico 1, o número de publicações com a temática estabelecida “subcentros comerciais”, passou por uma evolução da publicação científica passou por três momentos, de 1970 a 1994 o número de publicações ficou entre 2 a 20 publicações, ou seja, ficou marcado por número baixo de publicações. Começando a crescer a partir de 1995 a 2000, possivelmente quando o centro principal passou a ser recriado em outras áreas, despertando o interesse dos pesquisadores passando a ter de 25 a 140 publicações no ano 2000. O estudo sobre centros comerciais e subcentros adquiriu relevância importante a partir de 2002, uma vez que nessa data o fluxo de publicações passou a aumentar.

O gráfico 1 demonstra a evolução da produção científica em dois momentos, onde visualizamos o padrão de crescimento, justificado pelo contínuo surgimento de novas publicações, expressas no nível vermelho, o qual se aplica as novas publicações a cada ano anterior (fluxo anual), o que repercutiu no adensamento do acervo total do campo de publicações (Estoque acumulado)

Gráfico 1 – Evolução da produção científica sobre subcentros comerciais (1970-2020)



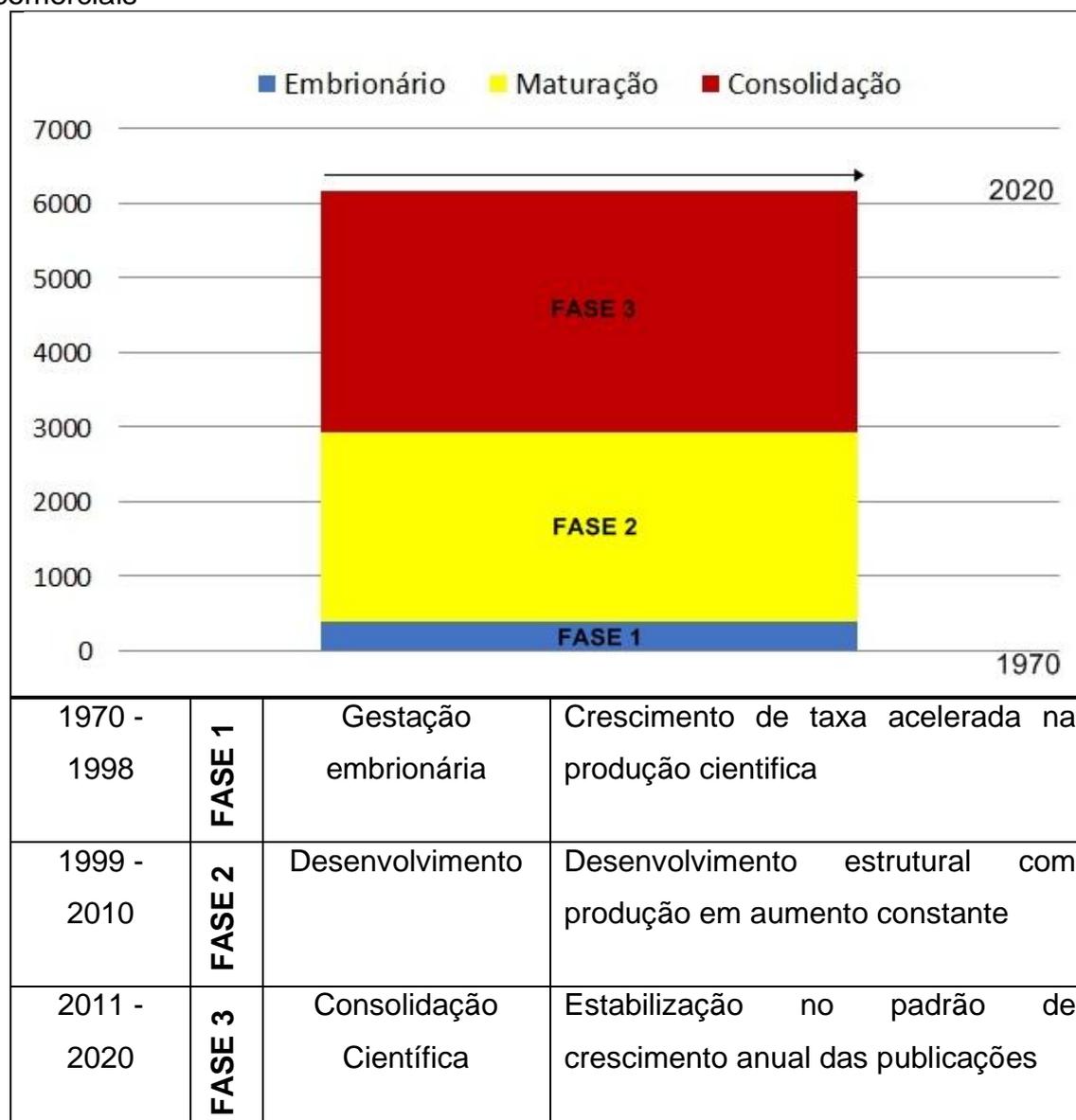
Fonte: Rafaela Maia (2021). Base de dados: Google Acadêmico (2021)

Neste padrão de crescimento absoluto, a produção científica evoluiu em níveis quantitativos ao longo de uma periodização de cinco décadas, na qual 2016 marca a produção mais elevada em relação ao fluxo anual, assim como, 2010, 2011 e 2015. Já em 2020 obteve-se uma inflexão no número de novas publicações. No entanto, o estoque se encontra consolidado.

Até chegar o momento atual de 2000 a 2020, onde as publicações cresceram gradativamente, passando por algumas acelerações maiores em anos específicos, como em 2001 que se destaca com 170 publicações, e um salto em 2009 com 330 textos produzidos, passando por algumas baixas e retomando a faixa em 2014 com 400. O ano de 2017 foi o ano que mais se destacou com 681 textos publicados com essas temáticas abordadas, após isso, as publicações desaceleraram gradativamente e em 2020 se consolidou com 96 publicações.

Em razão da análise gráfica desenvolvida para caracterizar de maneira sistemática o campo científico, compreende-se que está estruturada em quatro estágios: estruturação, crescimento e maturação em razão das taxas de crescimento.

Gráfico 2 – Fases do ciclo da vida da produção científica sobre subcentros comerciais



Fonte: Rafaela Maia (2021). Base de dados: Google Acadêmico (2021)

A evolução da produção científica sobre subcentros comerciais passou por três momentos de aceleração crescente, os quais podem ser identificados no gráfico 1, na fase 1, de 1970 a 1998 ficou marcada por um baixo número de publicações produzidas por ano (média de 13 estudos por ano).

Passando por uma aceleração e taxa crescente no número de publicações a partir de 1999 à 2010, média de 230 publicações por ano, ou seja, uma fase de desenvolvimento. Até chegar ao momento atual que é a fase 3, de 2011 á 2020, classificada como a fase de maturação, que significa que a pesquisa científica nessa temática já possui uma grande variedade de material consolidando seus conceitos.

Todavia, há uma taxa decrescente de aceleração, com uma média de 360 publicações anuais.

3.6.2 Caracterização do perfil dos pesquisadores

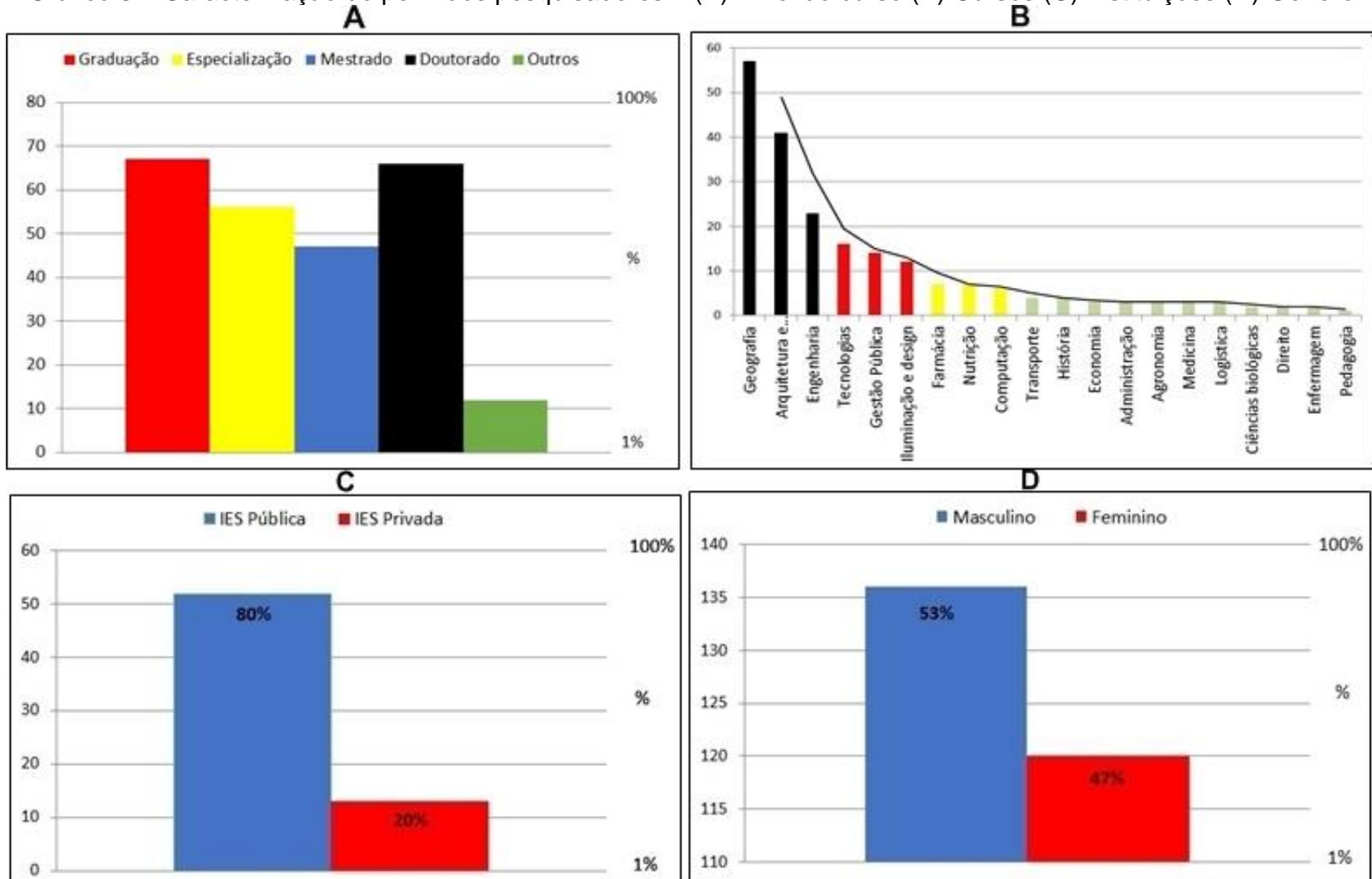
A partir da extração de dados realizada na Plataforma Lattes do CNPQ, plataforma que integra informações curriculares de pesquisadores, de grupos de pesquisa e de instituições de pesquisa. Organizou-se um levantamento de dados em gênero, curso, nível do curso (graduação-especialização-mestrado-doutorado) e IES e Estado.

No gráfico 3A, observa-se o campo científico dos pesquisadores e estudantes é em maior parte no nível de Graduação e Doutorado, ambos com 27% de representatividade, ou seja, são identificados como o campo de atuação que mais influenciam no desenvolvimento do campo científico, seguido por 22% no nível de Especialização, 19% no Mestrado e 5% outros.

Com base nos dados obtidos no CNPQ, verificou-se que o curso de Geografia é o que mais possui estudantes com pesquisas na temática estudada, com 27% do total dos dados mensurados. Seguido por Arquitetura e Urbanismo com 19% de representatividade, enquanto de Engenharia representa 11% do número total de publicações. Em amarelo está os com crescimento acentuado e em verde as menores taxas, conforme o gráfico 3B.

Dessa forma, fica nítido a concepção multidisciplinar da temática, desenvolvidas nas áreas de ciências humanas e ciências exatas. Conforme o levantamento de dados ilustrados no gráfico 3C, é possível identificar que os pesquisadores das presentes temáticas são oriundos concentradamente de instituições públicas

Gráfico 3 – Caracterização do perfil dos pesquisadores – (A) Nível do curso (B) Cursos (C) Instituições (D) Gênero



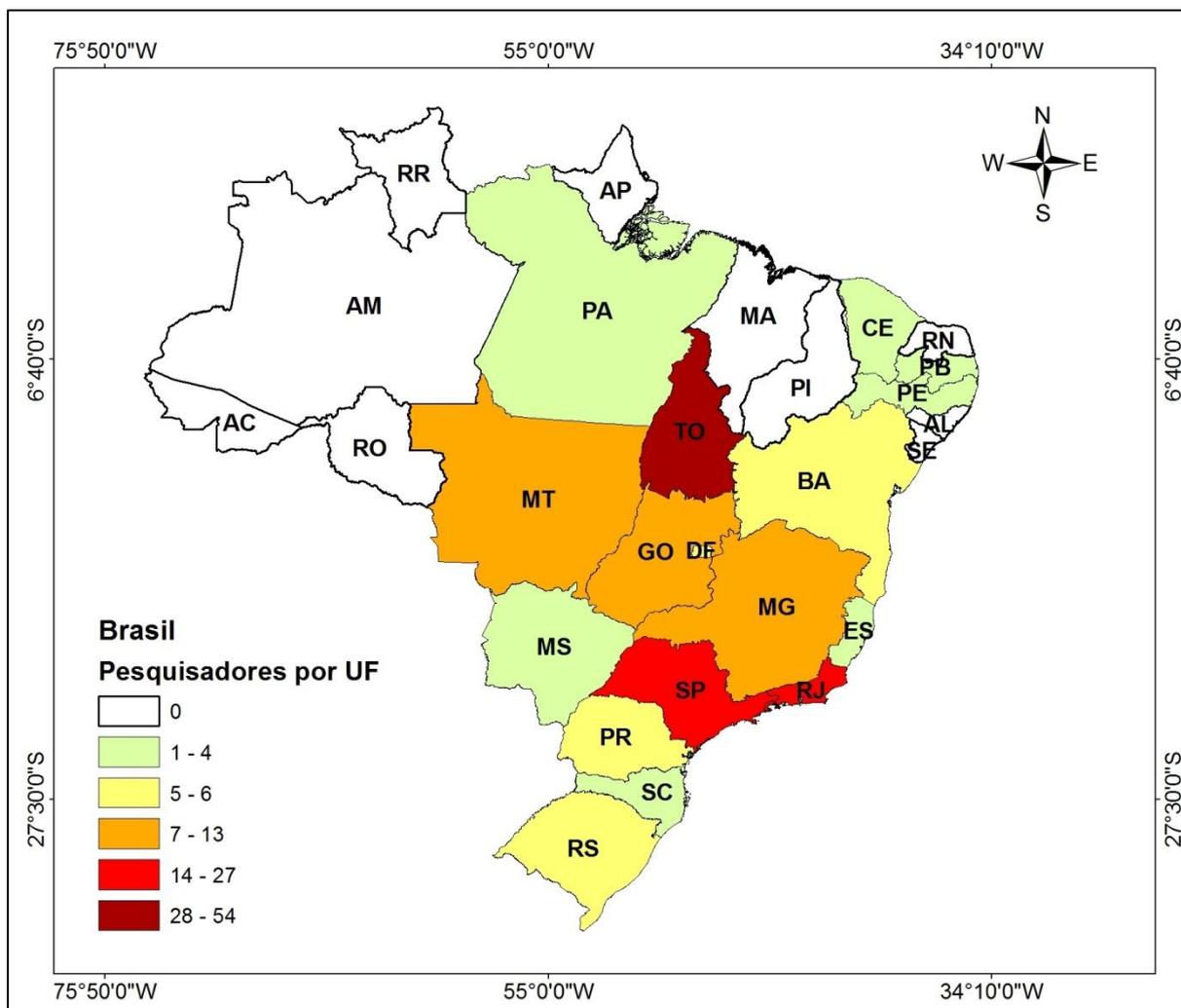
Fonte: Rafaela Maia (2021). Base de dados: Plataforma Lattes CNPQ (2021)

No gráfico 3C, levantou-se a origem da pesquisa e sua instituição de ensino superior se é pública ou privada. De acordo com o levantamento 80% dos pesquisadores são de origem de instituições públicas, especialmente Universidades Federais, em contraste com 20% a instituições privadas.

De acordo com as publicações que compõe a comunidade científica na temática de centros comerciais e subcentros. Foram identificados 47% pesquisadores do sexo feminino e 53% do sexo masculino, ou seja, a quantidade é maior no gênero masculino, como podemos visualizar no gráfico 3D.

Segundo os autores levantados na pesquisa no CNPQ, verificou-se a distribuição espacial dos pesquisadores e estudantes no Brasil, desse modo, verificou-se uma participação limitada de autores, sendo, em 17 estados o número de autores foi nenhum ou muito baixo, enquanto que em outros estados já se sobressaem com forte concentração da produção científica nas regiões centro oeste e sudeste do Brasil, com destaque aos estados de Tocantins, São Paulo, seguido por Minas Gerais, Rio de Janeiro, Goiás e Mato Grosso.

Mapa 2 – Distribuição de pesquisadores sobre e subcentros comerciais no Brasil



Fonte: Rafaela Maia (2021). Base cartográfica: IBGE (2019). Base de dados: Google Acadêmico (2021)

Do universo de 6.161 publicações de textos científicos levantados no Google acadêmico, foi realizada uma seleção dos 15 mais citados, os quais foram separados respectivamente em centros comerciais e subcentros, onde foram organizados em um quadro com o número de citações por ordem decrescente, com o número de citações, o ano, os autores, o tipo e o título da obra apontados no quadro 2.

Quadro 2 – Obras mais citadas com o termo “subcentros e centros comerciais”

CITAÇÕES	ANO	AUTOR	TIPO	OBRA
3168	1998	Villaça, Flávio	Livro	Espaço intra-urbano no Brasil
1760	1992	Harvey, David	Livro	Passagem da Pós Modernidade
1585	1986	Huberman, Leo	Livro	Historia e riqueza do homem
1287	2003	Buker, Peter	Livro	Uma história social do conhecimento
844	1998	Klein, Naomi	Livro	Sem Logo
571	2006	Frugoli Junior, Heitor	Livro	Centralidade em São Paulo: trajetórias, conflitos e negociações na metrópole.
513	2000	Wanderley, N, B, Maria	Artigo	A emergência de uma nova ruralidade nas sociedades modernas avançadas – o “rural” como espaço singular e ator coletivo
366	2008	Rodrigues, A. R. Paulo	Livro	Introdução aos sistemas de transporte no Brasil e à logística internacional
354	1997	Caldeira, P. de Teresa	Artigo	Enclaves fortificados: a nova segregação urbana 1
283	2006	Castilho, A. Luisa H; Vargas C. Heliana	Livro	Intervenções em centros urbanos: objetivos, estratégias e resultados.
234	2003	Varanda W; Adorno R.	Artigo	Descartáveis urbanos: discutindo a complexidade da população de rua e o desafio para políticas públicas
201	1975	Manfral, Olívio	Livro	Emigração e identificação cultural a colonização italiana no Rio Grande do Sul
197	2003	Almeida d. Ronaldo	Artigo	Religião na metrópole paulista
162	1991	Sposito, Maria. E. B.	Artigo	O centro e as formas de expressão da centralidade urbana
77	2004	R. K. Alexandra <i>et al</i>	Artigo	Plano Diretor Participativo: guia para elaboração pelos municípios e cidadãos
60	2008	Kneib, C, Érica	Tese	Subcentros urbanos : contribuição conceitual e metodológica à sua definição e identificação para planejamento de transportes
52	2015	Trufello Ricardo; Hidalgo, Rodrigo	Artigo	Policentrismo no Chile: reestruturação comercial, mobilidade e identificação de subcentros
27	2010	Kneib, C, Érica <i>et al</i>	Artigo	Impactos decorrentes da implantação de polos geradores de viagens na estrutura espacial das cidades

24	2004	Randolph, Rainer	Artigo	Utopia burguesa ou revolução urbana? Transformações da organização territorial e novas formas urbanas em áreas peri-metropolitanas no Rio de Janeiro
23	1996	Ortigoza, A. G, Silvia	Dissertação	As franquias e as novas estratégias do comércio urbano no Brasil
22	1974	Duarte, S. B. Heidine,	Artigo	A Cidade do Rio de Janeiro: descentralização de atividades terciárias
21	1974	Souza, Marcos, V.	Dissertação	Cidades médias e novas centralidades urbanas: subcentros e eixos comerciais em Uberlândia (MG)
10	2017	Coelho, M. Juliana	Artigo	Na riqueza e na pobreza : o papel da configuração para o estudo de centralidades e desigualdades socioespaciais em Brasília
10	2016	Kneib. C. Érica	Artigo	Centralidades urbanas e sistemas de transporte público em Goiânia, Goiás.
8	2009	Gomes, Joana	Dissertação	A mobilidade e a teoria da cidade compacta Caso estudo: a cidade de Lisboa
7	2013	Procopiuck, Mario; Abdulah, B, D.	Artigo	Comércio como fator de coesão dos centros urbanos: caso da revitalização comercial do centro de Curitiba
6	2015	Marchi, Marcio	Artigo	A produção contemporânea do espaço urbano e o direito à cidade: um estudo sobre a inserção do Programa Minha Casa Minha Vida na área conurbada de Florianópolis
5	2010	Silva. Cleps <i>et al</i>	Artigo	Geografia do comércio e os processos de descentralização e criação de novas centralidades em Uberlândia (MG) a partir da instalação e operação de shoppings centers.
5	2012	Silva, Flávia. C. da	Dissertação	O circuito inferior da economia urbana em Campinas/SP: análise sobre a mobilidade espacial e o acesso ao crédito
5	2011	Melos, Silas, N <i>et al</i>	Artigo	Estudo de subcentros comerciais em Piracicaba - SP

Fonte: Rafaela Maia (2021). Base de dados: Google Acadêmico (2021)

Com base no levantamento, percebe-se que entre as produções científicas com maior referências nas últimas cinco décadas, a lógica textual de publicações

são em formato de livros (10) artigos (16), além de estudos mais aprofundados como Dissertações (4) e Tese (1).

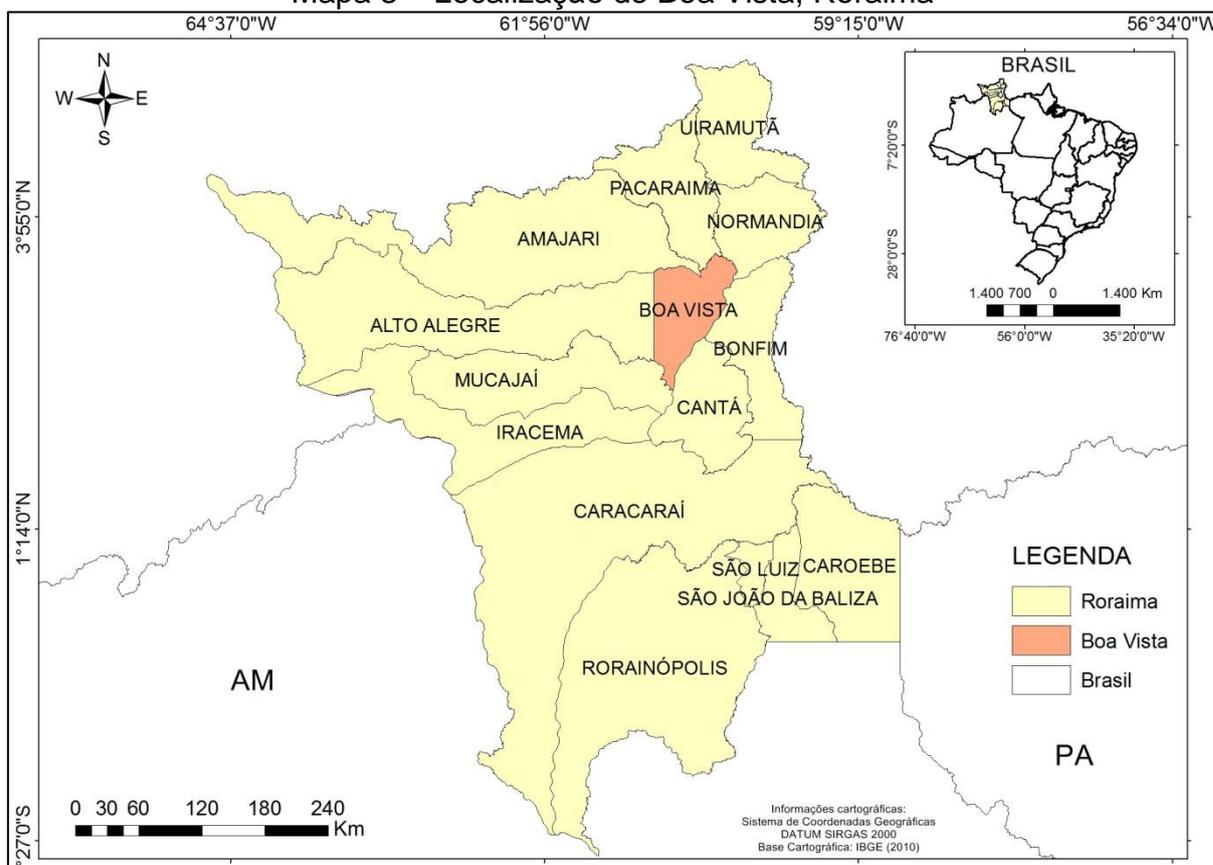
Ao se analisar o quadro, observa-se textos com alta produtividade e com recorrente referenciamento na temática em outros textos ao longo de décadas distintas, bem como a conformação de referenciais para a constituição de uma comunidade científica á medida que existe um relativo trabalho. Ressalta-se alguns dos textos foram abordados durante as discussões teóricas.

4 - CARACTERIZAÇÃO SOCIAL, ESPACIAL E ECONÔMICA DE BOA VISTA

Nessa seção, foi realizado um levantamento geoeconômico e histórico sobre Boa Vista, considerando a concentração espacial de atividades econômicas, tendo em vista que as cidades se caracterizam pela fragmentação territorial, refletindo a divisão da sociedade em classes, com centralidades distintas de atividades comerciais e de serviços por segmentos, além da oferta de serviços de gestão pública.

Boa Vista é a capital do estado de Roraima e está localizada na margem direita do Rio Branco e ocupa uma área de 5.687 km², possui uma população estimada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística em 419.652 mil habitantes, comportando 97,7% dos habitantes na área urbana e apenas 2,3% na área rural (IBGE, 2020).

Mapa 3 – Localização de Boa Vista, Roraima



Fonte: Rafaela Maia (2020). Base de dados: IBGE (2010)

O município apresenta uma densidade demográfica de 49,99 hab./km², comportando 63,32% da população total do Estado vive em seu território. Nos últimos dez anos de acordo com IBGE (2020) a população da cidade se multiplicou consideravelmente que em 2010 era de 277.799 mil habitantes. Atualmente é uma cidade em constante expansão urbana e conseqüentemente econômica.

4.1 CONFIGURAÇÃO HISTÓRIA E ESPACIAL DE BOA VISTA

Para entender o processo de formação de Boa Vista e da sua economia é necessário retornarmos ao passado, pois conforme Sposito (2016), para compreender uma cidade é necessário verificar sua dinâmica, sua História e sua Geografia, unindo-as com as observações do presente para que se possa compreender seu formato e suas contradições.

A cidade é fruto de um processo econômico, político, ideológico e jurídico que articulados resultam em um modo de formação econômica e social, constituindo um modo de vida, de consumir, de pensar. Portanto, se define enquanto um lócus da produção, consumo e circulação (CARLOS, 2008).

Segundo Veras (2009), o processo de produção do espaço urbano de Boa Vista é decorrente de um conjunto de formas e funções que se articularam nas relações sociais, econômicas e de políticas locais ao longo dos anos. O autor explica que a formação da cidade de Boa Vista iniciou-se a partir do processo histórico para seu desenvolvimento, constituído por meio de políticas de ocupação do Vale do Rio Branco.

Nesse processo, o governo português ocupou a Amazônia como estratégia para povoar a terra e não perder território para os espanhóis, ingleses, franceses e holandeses, nações que estavam em conflito por conquista de solos. Esse processo de ocupação da região amazônica deu-se por vias fluviais e fixando fazendas nas margens do rio Branco, em especial nas confluências, como o caso do forte São Joaquim (VERAS, 2009).

Sua história está relacionada com a instalação da Fazenda Boa Vista, onde atualmente está localizado o Centro histórico, precisamente na Orla da cidade. Enquanto município, Boa Vista foi criada a partir do desmembramento do estado do Amazonas, em 9 de julho de 1890, através do decreto estadual assinado por

Augusto Ximenes Villeroy, então governador do Estado do Amazonas, com a dominação de Boa Vista do Rio Branco (SOUSA FILHO, 2017).

A partir então, a cidade foi se formando através das relações políticas, por meio de interesses e projetos propostos por grupos específicos do governo Federal que proporcionou uma expansão urbana, ao longo dos anos, de forma desordenada (SOUSA FILHO, 2017).

De acordo com Rice em 1924, existiam apenas seis ruas na cidade (figura 9), todas na área central que abrigavam inclusive os primeiros estabelecimentos comerciais, porém, ao longo dos anos foi se modificando e se concentrando ou dispersando no território (RICE, 1984).

Figura 9 - Foto aérea da Vila Boa Vista em 1924



Fonte: G1-RR (2019)

Posteriormente, com a criação do município de Boa Vista juntamente com a atratividade da mineração (garimpos de ouro e diamante), houve um intenso crescimento populacional e conseqüentemente a centralização funcional da cidade, ao longo das décadas de 1940 e 1950 se acentuando nas seguintes (BARROS, 1995).

Outro importante acontecimento foi o projeto urbanístico inicial, que estabeleceu o desenvolvimento urbano da cidade. A partir da formação pré-existente da cidade foi elaborado o plano urbanístico nos anos de 1944 a 1950, executado

pelo engenheiro Darcy Aleixo Derenusson, implantado na gestão do então governador Êne Garcez dos Reis (VERAS, 2009). O projeto resultou em um traçado de ruas e avenidas para serem ocupadas a partir da praça do centro cívico que centraliza os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário além de instituições (figura 5).

Figura 10 – Planejamento urbano de Boa Vista (Dec. de 40)



Fonte: Veras (2009)

Dessa forma, planejou-se uma cidade que pudesse exercer o papel do poder central da região de Roraima, onde Boa Vista caminhou para exercer funções administrativas que lhe proporcionaram investimentos públicos na sua infraestrutura para atrair outros núcleos populacionais (SILVA, 2016). A partir então, o espaço urbano foi se desenhando de forma gradativa e se modificando com o passar dos anos.

Em relação às atividades econômicas comerciais, surgiram inicialmente nas principais ruas próximas ao Rio Branco, formando um aglomerado inicial (primeiro centro urbano), se instalando gradativamente nas áreas próximas, onde a atividade nesse sentido foi auxiliando o processo de desenvolvimento da cidade e atraindo mais pessoas para a área urbana (BATISTA, 2013).

Para Silva (2003) as atividades comerciais em Boa Vista caminharam junto com a sua formação. “O comércio faz parte da razão de ser da cidade, viabiliza sua existência, explica sua organização e justifica inúmeros movimentos que se desenvolvem em seu interior” (SILVA, 2003, p.19).

A utilização do espaço mostra a importância do comércio como fonte de crescimento urbano, pois é onde ocorre o encontro de fluxo de pessoas, mercadorias e ideias que formam o contexto atual de Boa Vista e conseqüentemente a organização dos subcentros e eixos comerciais.

Conforme, Silveira (2011, p. 10):

Cada atividade constitui, no conjunto, um processo para as demais, um elo importante no sistema produtivo criado em determinado lugar ou área, constituindo a base socioespacial sobre a qual assenta uma determinada equação de emprego, uma determinada massa salarial, um determinado ritmo de atividades, um determinado movimento dos agentes, dos produtos, das mercadorias, do dinheiro e da informação, uma determinada estrutura de ordens e um determinado sistema de poder fundado na economia e na política (SILVEIRA, 2011, p. 10).

Assim se constitui a economia local, com agentes transformadores do espaço urbano onde a necessidade da população ao longo dos anos foi se modificando e abrindo espaços para novas atividades, novas relações e novas ocupações. Desta forma, emergiu uma cidade que passou por várias mudanças ligadas a ocupação espacial do comércio (SILVA, 2003).

Contudo, a dinâmica comercial de Boa Vista sofreu mudanças, a cidade cresceu principalmente para zona oeste e a ocupação e produção desse espaço foi sendo alterada com o passar dos anos. Do ano 1990 a 2020 (figura 6) outros modos de ocupação foram sendo estabelecidos na capital de Roraima.

Atualmente a distribuição de ruas e quadras em Boa Vista acompanha o grau de urbanização, fazendo com que a cidade apresente uma maior diversidade e intensidade de fixos e fluxos para diversos bairros que podem estar relacionados com o uso intensivo do solo. Isto aumenta com o número de atividades do setor terciário que aumentam o preço e a intensidade do uso do espaço.

Como observa-se na figura 6, o crescimento urbano não se deu de maneira homogênea no espaço, mas mostra-se seletivo e ordenado para determinadas áreas da cidade, a fim de promover a valorização imobiliária, não só de empresas, mas também do setor público, que realiza obras de infraestrutura urbana, como iluminação, asfaltamento e projetos paisagísticos, para atender aos empreendimentos

Figura 11 - Evolução urbana de Boa Vista nos anos de 1990 á 2020



Fonte: Google Earth (2020). Rafaela Maia (2020)

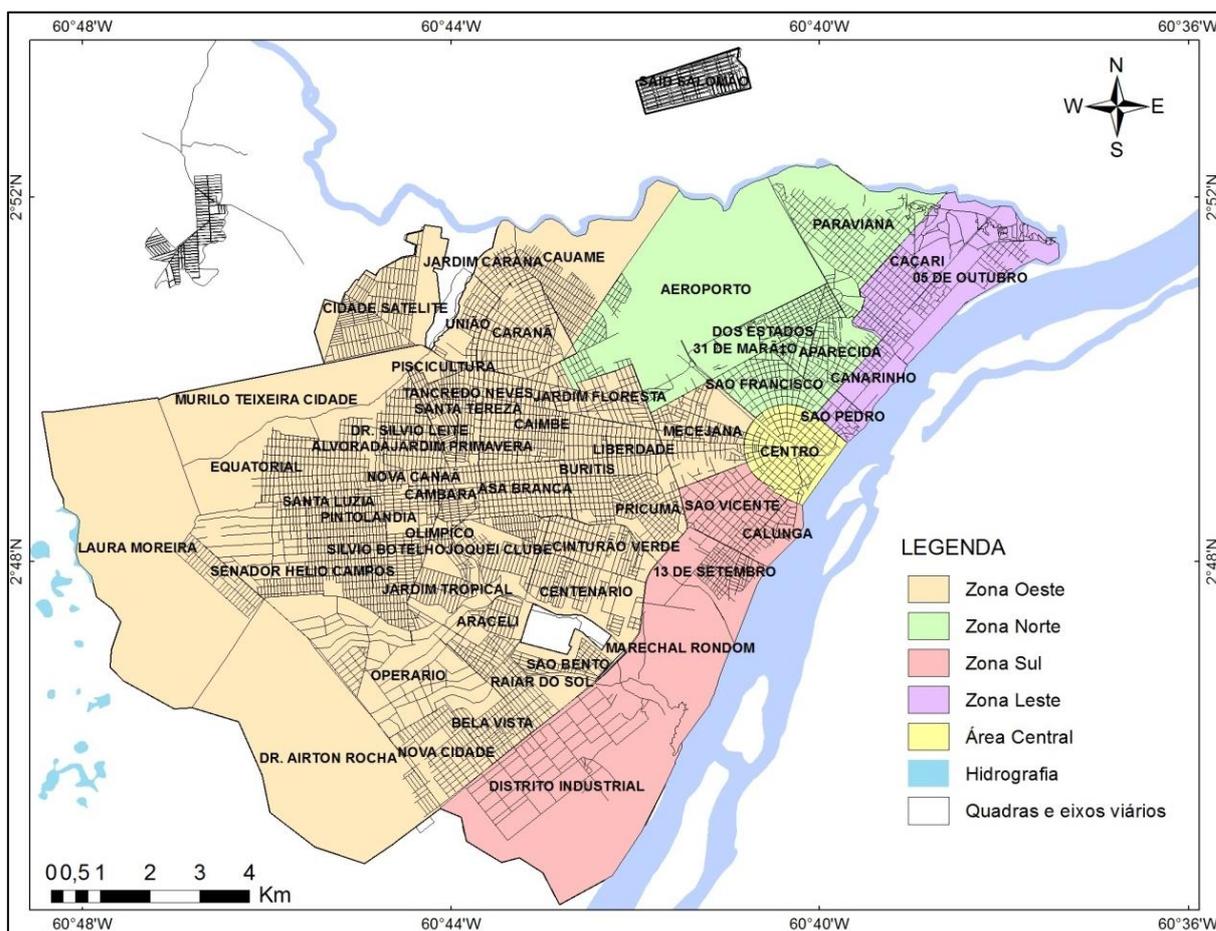
Portanto, uma cidade fragmentada com espaços segregados e carentes e de outro lado uma área elitizada e bem estrutura pelo poder público. Tudo isso se reflete no desenvolvimento econômico, já que a distribuição da população se dá segundo sua classe social e poder aquisitivo, conforme descreve Santos (2004).

Todavia, é uma cidade em expansão urbana:

Boa Vista é uma cidade em constante expansão urbana e econômica, perceptível principalmente pelo aumento significativo de negócios do setor imobiliário e investimentos na infraestrutura urbana, distribuídos de maneira desigual e seletiva pelo espaço da cidade; é o reflexo da lógica capitalista estabelecendo-se de maneira desigual, priorizando áreas nobres como a leste (PIEVE, 2018, p.58).

Boa Vista atualmente é uma cidade em constante expansão urbana, que segundo o último levantamento do IBGE (2019), possui 56 bairros, os quais são divididos em quatro zonas, além do Centro, Zona Norte, Zona Sul, Zona Leste, e Zona Oeste, conforme expressos no mapa 4.

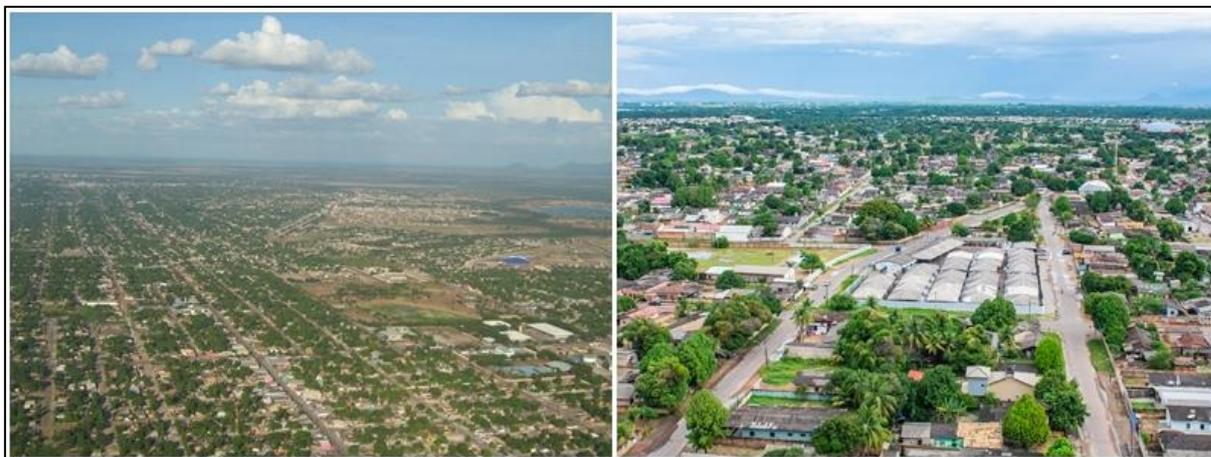
Mapa 4 – Zoneamento urbano de Boa Vista



Fonte: Rafaela Maia (2020). Base Cartográfica: IBGE (2019) Base de dados: PMBV (2019)

Atendidos pelos empreendimentos do Programa Minha Casa Minha Vida, localizados especialmente na região. Atualmente, dez anos depois, acredita-se que a zona tenha crescido muito mais em número de habitantes, perceptível aos olhos da população local.

Figura 12 - Vista aérea da Zona Oeste de Boa Vista



Fonte: Scryscrapercuty (2019).

Em contraste com a Zona Leste, a menos populosa da cidade e que abriga apenas 4.949 pessoas distribuídas em quatro bairros. Observa-se na figura 8, que a paisagem da zona leste é diferenciada, com disposição de terrenos, residências e vegetação maiores.

Figura 13 - Vista aérea da Zona Leste de Boa Vista



Fonte: Scryscrapercuty (2019).

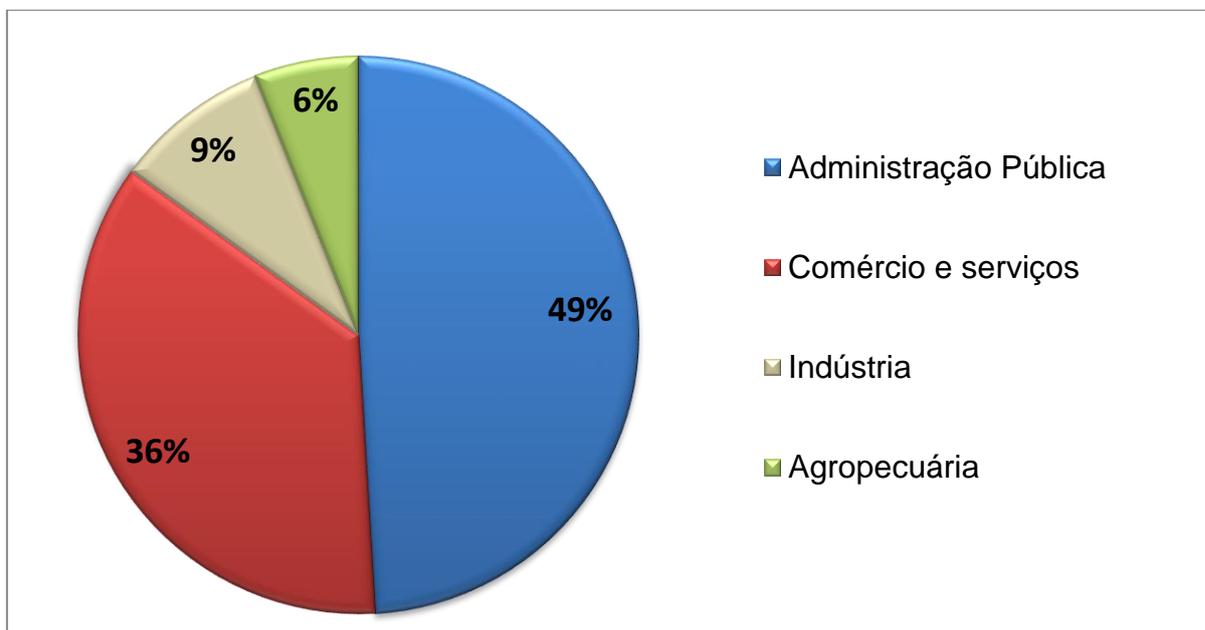
Essa diferença espacial sugere uma série de determinantes ao longo da formação do espaço urbano de Boa Vista e está relacionada às condições

econômicas e de vulnerabilidade social da maior parte da população que traz em sua composição além do roraimense e indígena nativo, imigrantes internacionais, haitianos, cubanos, venezuelanos (cerca de 50 mil) e migrantes brasileiros de todas as regiões (OLIVEIRA; COSTA 2018).

4.2 CARACTERÍSTICAS ECONÔMICAS DE BOA VISTA

Boa Vista, representa 73,5% da economia roraimense, ou seja, a economia do estado é altamente concentrada na capital, tendo como uma das suas principais bases econômicas a administração pública representando 49% do PIB total de Boa Vista, posteriormente se destaca o setor de empresas de comércio e serviços com 36% de arrecadação. A participação das atividades econômicas no PIB do município está discriminada no gráfico 4.

Gráfico 4 - Participação por atividades econômicas no valor adicionado ao PIB



Fonte: Rafaela Maia (2020). Base de dados: SEPLAN/RR (2018)

Conforme o gráfico, a chamada “economia do contracheque” corresponde a quase metade do PIB e se refere aos serviços desempenhados por servidores públicos, ou seja, os salários desses servidores são responsáveis pela maior parte da movimentação da economia local.

Isso explica a concentração de diversas sedes de Instituições Públicas que prestam serviços essenciais utilizados por toda a população como o Instituto Nacional de Seguro Social (INSS), a Receita Federal e ainda Hospitais de referência como o Hospital da Criança Santo Antônio e Hospital Geral de Roraima.

O setor de comércio e serviços é de fundamental importância para o funcionamento das cidades, viabilizando o ciclo produção, troca e consumo. Ele engloba as atividades de serviços e comércio de produtos realizados na capital.

Em seguida, vem o setor terciário de empresas com comércio e a prestação de serviço que se destaca na região funcionando da forma tradicional (compra-venda), atuando como uma alternativa de geração de emprego, renda e desenvolvimento local.

Já a indústria que transforma matéria prima em produtos é considerada pequena, com apenas 9% de representação. Em Boa Vista existe o Distrito Industrial, situado à margem da BR-174 sentido Amazonas, área que conta com cerca de 60 empresas industriais instaladas, produzindo cereais, alimentos, carvão, madeira, couro, produtos de limpeza, entre outros (FREITAS, 2017).

Os outros 6% são da Agropecuária que é a única atividade que não está concentrada em Boa Vista, pois sua maior parte encontra-se nas regiões norte e sul de Roraima, basicamente voltada à plantação de soja, arroz, milho e na pecuária extensiva, devido ao tipo de solo propenso que é chamado de lavrado (FREITAS, 2017).

No Plano Plurianual [2016-2019] de Roraima, é ressaltado o interesse em promover um modelo de desenvolvimento fundamentado no comércio de varejo e serviços, percebendo nestes, uma alternativa para a geração de um empresariado mais efetivo. Visto que, existe a necessidade de 8.000 novos empregos para atender a demanda populacional, que cresce a cada dia, somando-se os migrantes e desempregados, o que contribui para a ampliação do setor terciário (RORAIMA, 2015).

Como incentivo a Lei 11.732 de 30 de julho de 2008, dispõe que toda área urbana de Boa Vista, exceto as porções indígenas, passaram a fazer parte de uma Área de Livre Comércio - ALC, regime aduaneiro diferenciado que concede benefícios fiscais na comercialização de bens (ANJOS, 2014).

De acordo com o SEBRAE (2020), o setor comercial de Boa Vista é disposto principalmente por microempreendedores individuais (até 81 mil anual), micro

empresas (até 360 mil anual) e empresas de pequeno porte (até 3,6 milhões anual), segundo a Lei 123 de 14 de dezembro de 2006.

Dentre os setores econômicos das empresas mais dispostos se sobressai em primeiro lugar o comércio de produtos em geral, seguido pelos serviços que juntos são responsáveis por 61% dos empregos formais na capital, conforme levantamento realizado pela Federação de Comércio de Roraima – FECOMÉRCIO em 2020.

Uma vez que possui uma dinâmica econômica e demográfica própria, a qual atende às necessidades da população que reside nela, nas mediações e nas cidades do estado, recebendo pessoas oriundas das pequenas cidades que utiliza e necessita dos serviços e comércios da cidade, as quais apresentam uma dinâmica menor do setor terciário o que leva a população, por dispor de equipamentos urbanos na prestação de serviços públicos (ANDRADE, 2001).

Contudo, fica clara a finalidade de centralidade da economia do estado na capital, funcionando como uma cidade média amazônica de grande importância para o estado e a região, com padrões medianos que exerce forte papel nas suas funções especializadas (AMORIM FILHO; DINIZ 2004).

Com o crescimento populacional e urbano se multiplicando pelas áreas periféricas, naturalmente ampliou a demanda por serviços públicos diversos, o que afetou diretamente a economia local, como o desemprego e a procura por negócios e aumento dos trabalhos informais, especialmente no último ano em virtude da pandemia por Covid-19 (MAIA et al, 2020).

Em sua totalidade, Boa Vista ainda está em processo de crescimento econômico e expansão comercial, surgindo novos estilos de centralidades. Com isso, se definem novas perspectivas para o comércio e a sua ocupação, transformando os modos de uso do espaço e as relações entre os cidadãos e destes com a cidade.

5 - A DISTRIBUIÇÃO COMERCIAL POR SETORES ECONÔMICOS EM BOA VISTA

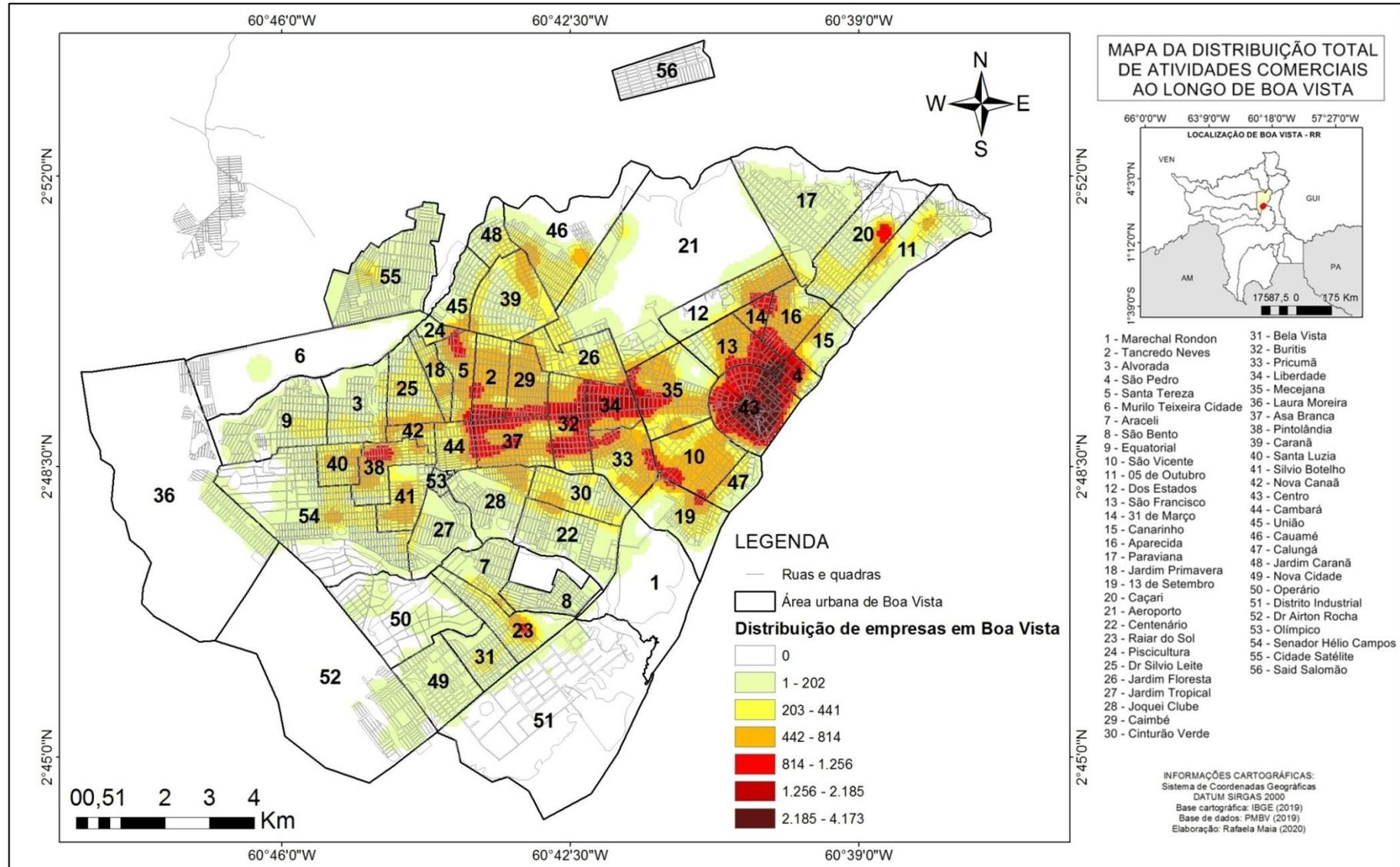
Compreender a distribuição espacial de dados oriundos de fenômenos ocorridos no espaço constitui um grande desafio para a elucidação de questões centrais em diversas áreas do conhecimento. Por meio do Sistema de Informação Geográfica (SIG) é possível visualizar espacialmente diversas variáveis, tais como a localização de empresas em uma região.

De acordo com o levantamento de dados secundários, na cidade de Boa Vista foram identificadas 32.160 empresas que atuam no ramo de comércio e serviços, sendo que 15.884 mil apresentam como atividade principal o comércio de vendas de produtos; 4.728 mil exercem o comércio e também o serviço e 11.548 mil atividades voltadas à prestação de serviços a população local.

Essa distribuição das empresas ocorre de acordo com o processo de urbanização e crescimento econômico. O **mapa 6** representa a distribuição total das atividades econômicas na área urbana da cidade de Boa Vista, classificadas e pontuadas pela concentração e localização.

Para melhor compreensão, a escala de cores do mapa apresenta uma variação de acordo com a intensidade, desse modo as áreas com maior número de empresas e menor intensidade são demonstradas por cores. Ao observarmos podemos identificar que a região central ainda é a que possui maior número de empresas comerciais ou de serviços na cidade, o que não é uma surpresa, pois trata-se do Centro da cidade, o qual mantém algumas atividades fundamentais que fazem com que o centro não perca sua característica de principal área comercial.

Mapa 6 - Distribuição total de atividades comerciais por densidade de kernel ao longo dos bairros de Boa Vista (2019)



Fonte: Rafaela Maia (2021)

Ao observarmos o mapa 6, é nítido que ao longo do espaço urbano de Boa Vista é possível encontrarmos diversas áreas de aglomeração comercial com intensidades próximas, ocasionando um degradê de cores ao longo do espaço urbano. Todavia, a maior intensidade está no bairro Centro, que exerce múltiplas funções, concentrando diversas atividades econômicas.

Isso nos remete à 'Teoria dos lugares centrais', segundo a qual a localização dessas empresas do setor terciário tem estreita relação com o tipo de consumidor e, conseqüentemente, o valor pago pelo produto cujas dimensões variariam segundo os produtos e os serviços ofertados (a medida de sua centralidade), isto permite entender a localização ou a posição geográfica como fator central da Geografia Econômica.

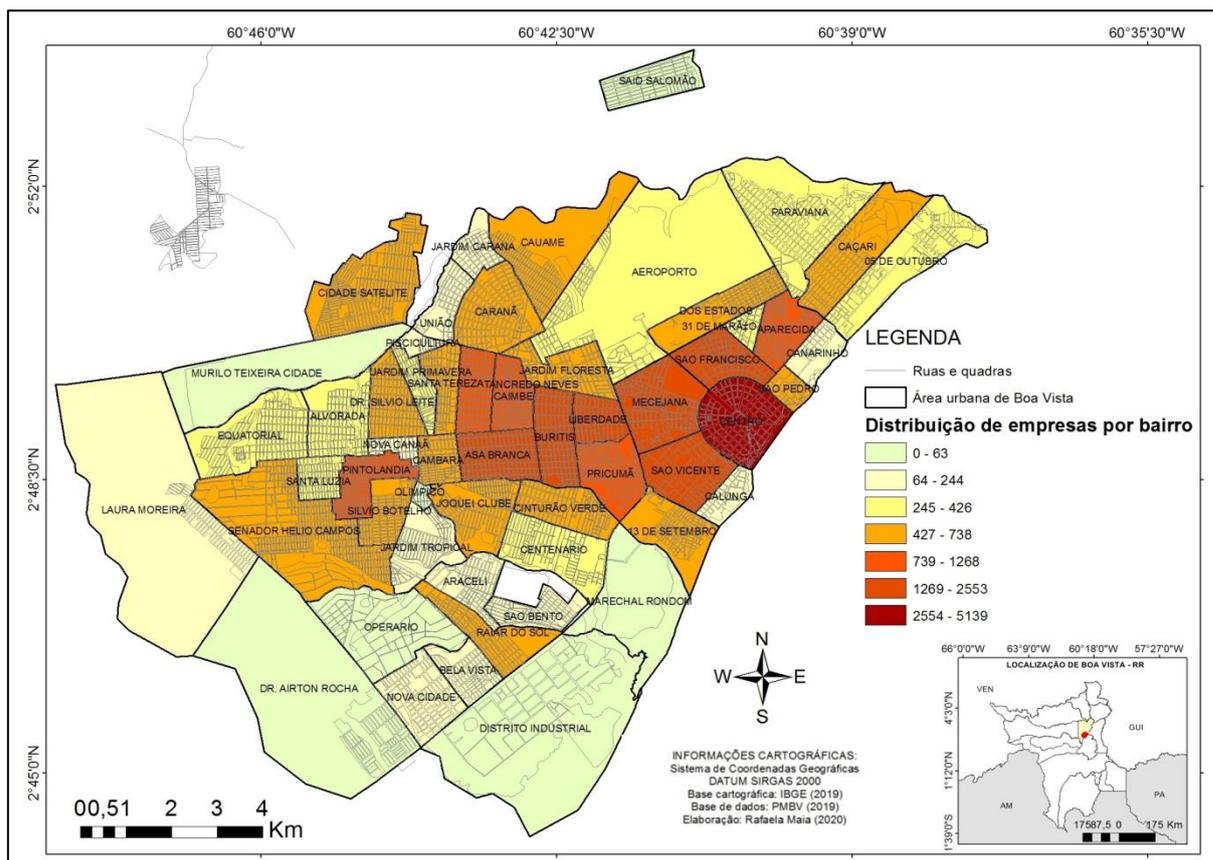
Com essa visualização é possível percebermos que ocorre uma aglomeração em alguns pontos com maior intensidade, no entanto, em grande parte do espaço urbano há manifestação de áreas com concentração de empreendimentos.

Para confirmar a aglomeração entre todas as localizações, foi utilizado o método do vizinho mais próximo que calcula o grau de proximidade entre as empresas, nele podemos afirmar a partir da estatística estabelecida entre os pontos que a aglomeração maior ocorre no Centro, e ao longo de alguns bairros próximos.

A análise gerada a partir das coordenadas geográficas de todas as empresas, somando um total de 32.160 mil dados, que apontam para uma alta aglomeração no espaço urbano de Boa Vista, confirmando então que há evidências de agregação de empresas. Pois a distância observada é menor do que a esperada, onde a distância média aponta que cada empresa está a uma distância de **0.00273196**. Bem como a estatística significativa, pois mostram valores menores que 1

Em relação aos bairros, observa-se que o Centro, Mecejana, São Vicente, São Francisco, Liberdade, Pricumã, Buritis e Asa Branca são os quais apresentam uma maior quantidade de atividades econômicas próximas, ou seja, apresentam a maior disposição de empreendimento.

Mapa 7 – Distribuição das empresas por bairros em 2019



Fonte: Rafaela Maia (2020). Base de dados: PMBV (2019)

Em seguida estão os bairros Tancredo Neves e Aparecida. Com destaque ainda para outros vinte e nove bairros, que possuem uma disposição média de empresas. Em contrapartida, quinze apresentam uma quantidade baixa de atividades econômicas em seu espaço urbano (**mapa 7**).

Tais empreendimentos totalizam 32.160 mil empresas distribuídas em 106 diferentes atividades, divididas em 14 grandes segmentos, através da CNAE², por serem atividades de forte apelo locacional e econômico, agrupadas de acordo com a especificação proposta por Oliveira-Borges em 2008, quando definiu em seu estudo uma metodologia de análise geoespacial de acordo com a classificação por CNAE.

São elas: Alimentação. Construção. Locomoção e atividades automotivas. Comércio e serviço varejista em geral. Estética. Cultura, entretenimento, recreação e esportes. Saúde. Habitação. Educação. Animais e artigos agropecuários. Finanças e Alojamento. Todas representadas conforme sua quantidade no quadro 3.

² Classificação Nacional de Atividades Econômicas

Quadro 3 - Número de atividades econômicas por segmentos em Boa Vista (2019)

SEGMENTOS	NÚMERO DE ATIVIDADES	PORCENTAGEM DE ATIVIDADES
Alimentação	9.945	28%
Comércio varejista de artigos em geral	4.096	13%
Construção	3.972	11%
Locomoção e atividades automotivas	3.620	10%
Tecnologia	2409	7%
Cultura, recreação e esporte e entretenimento	1.921	4%
Estética	1.547	4%
Saúde	1.285	4%
Outros	1.005	3%
Habitação	998	3%
Educação (ensino e cursos profissionalizantes)	504	2%
Animais e artigos agropecuários	389	1%
Finanças	321	1%
Alojamento	148	0,1%
Total	32.160	100%

Fonte: Rafaela Maia (2020). Base de dados: Secretaria de Finanças da Prefeitura Municipal de Boa Vista (2019).

Conhecida a distribuição total das atividades, foi a mesma mapeada nos quatorze grandes segmentos e seus sub segmentos, a fim de identificar a disposição da variedade de empresas por localização, a partir da sua função urbana na disposição do espaço urbano e econômico de Boa Vista.

5.1 A DISTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADES ECONÔMICAS RELACIONADAS A ALIMENTAÇÃO

Os segmentos de atividades no setor de alimentação são de diversidade e distribuição bastante ampliada, pois podem ser localizados tanto de forma isolada, dispersa em ruas e praças ou em um eixo de aglomeração comercial e ainda há os serviços que podem ser prestados no próprio empreendimento ou por *delivery*.

É uma atividade que se enquadra no princípio da conveniência, pois segundo Christaller (1966), são compras realizadas frequentemente pela população que no dia a dia opta pelo local com maior proximidade, eventualmente há também a

procura pela maior diversidade, como por exemplo, as praças de alimentação de um shopping.

Nesse estudo o setor de alimentação foi organizado em dois sub segmentos, ao considerarmos suas particularidade, de acordo com a maior compatibilidade entre si, pelo produto final e mesmo por apresentarem atratividade e procura exercida por cada um semelhante, considerou-se as mercadorias e serviços oferecidos, apoiada pela Classificação Nacional de Atividades Econômicas do IBGE com embasamento na base de dados da Secretaria de Finanças da PMBV.

O primeiro trata-se de atividades com vendas de mercadorias ou produtos com predominância em alimentos e bebidas como: Mercarias, Supermercados, Hipermercados, Laticínios, Conveniências, Distribuidoras de alimentos e bebidas, Açougues, Peixarias, Frutarias e Frigoríficos.

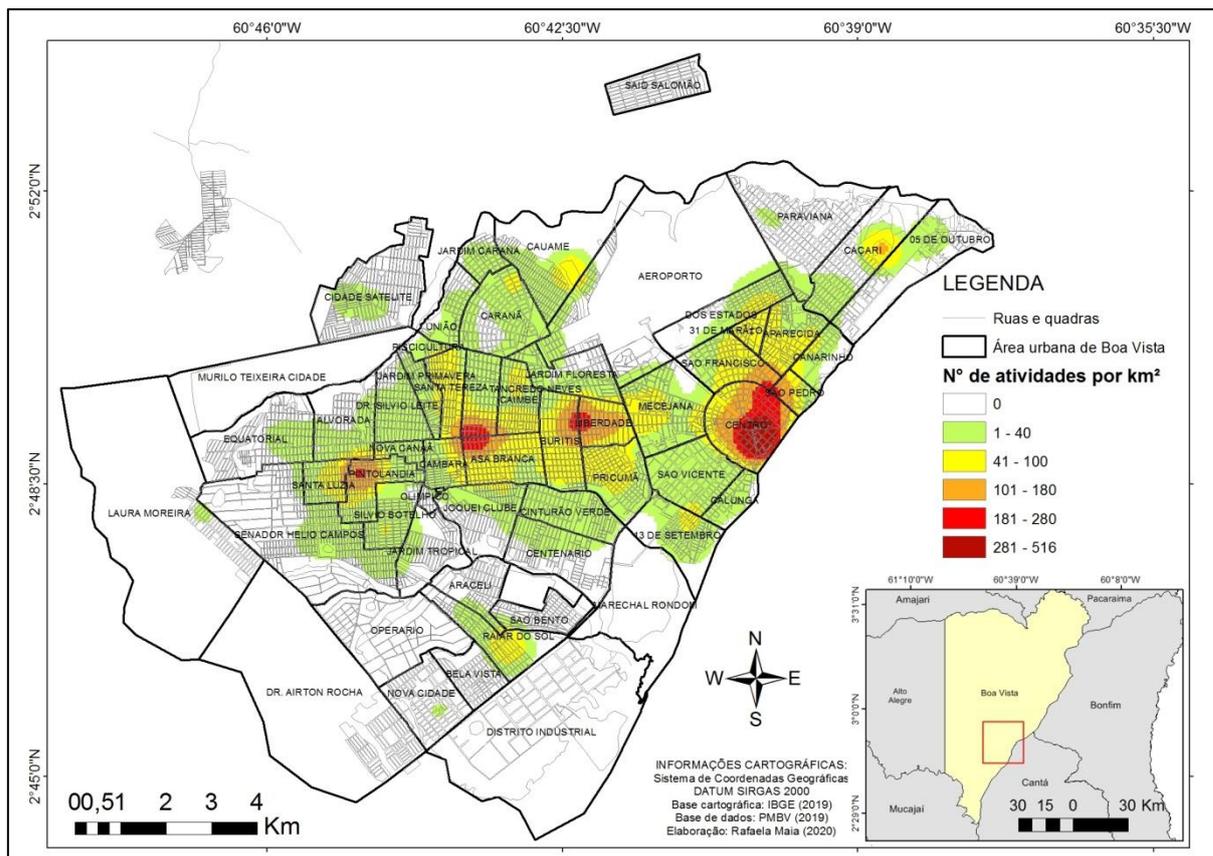
O segundo são os estabelecimentos que oferecem alimentação e bebidas para consumo imediato no próprio local ou no de formato delivery como: restaurantes, lanchonetes, bares, sorveterias, pastelarias, padarias e confeitarias, chá, suco e açaí e serviços de alimentação em geral.

Em Boa Vista o segmento engloba 9.945 atividades, 28% do total de atividades que encontram-se identificadas nos mapas a seguir, obtendo-se assim uma melhor visualização do setor e seus subsetores, onde pode-se observar algumas áreas com maior disponibilidade de empresas similares.

A distribuição da localização das atividades comerciais com predominância em produtos e bebidas alimentícias vendidas de forma comercial, foram agrupadas em nove atividades econômicas específicas que são expressas no mapa 8.

Nele percebe-se que a disposição das empresas ocorre seguindo uma maior intensidade nos bairros Centro, Buritis, Asa Branca e Tancredo Neves, seguido por bairros próximos aos mesmos, que no geral, pode ser encontrado em diversas áreas da cidade.

Mapa 8 – Distribuição de empresas (supermercados, mercados e produtos alimentícios e bebidas diversos)



Fonte: Rafaela Maia (2021)

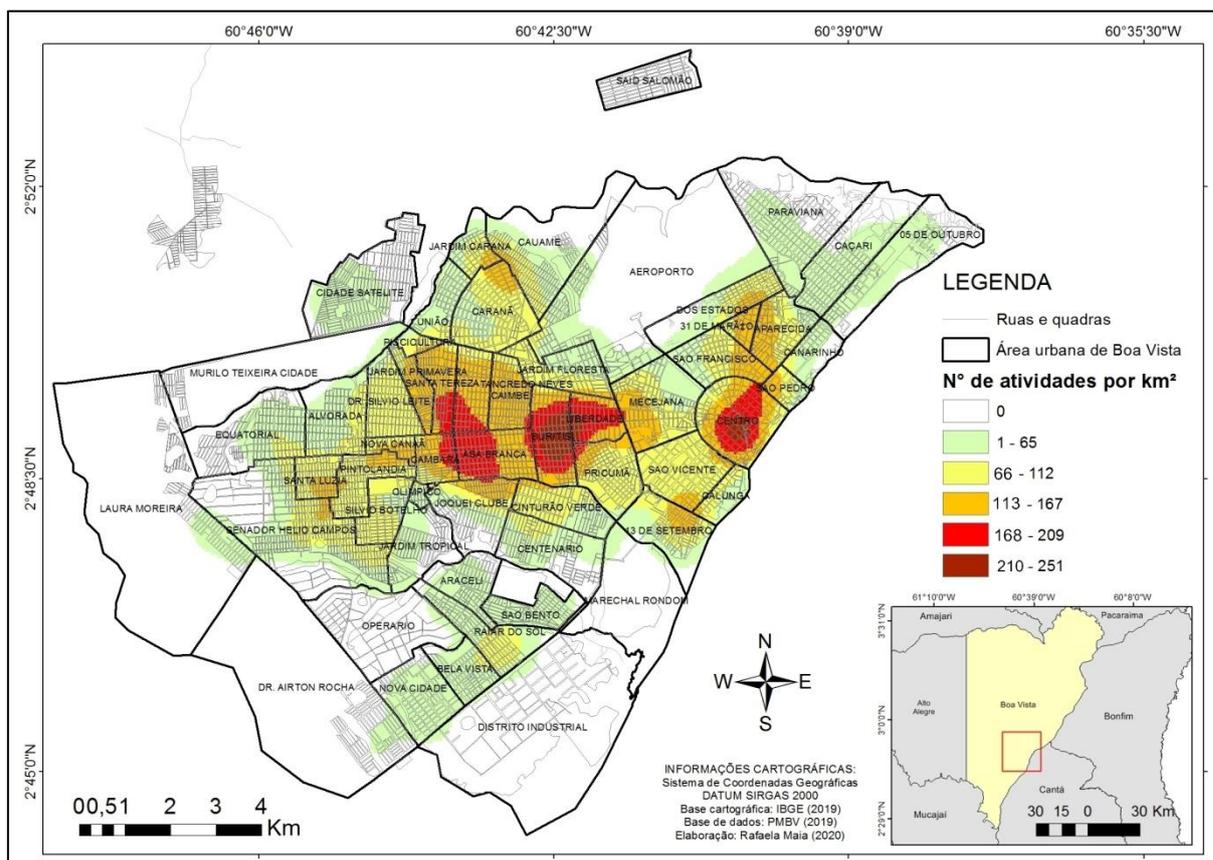
No entanto, a concentração inicia no Centro e vai diminuindo ao longo do espaço urbano, ou seja, o centro exerce seu papel centralizador. Uma vez que percebe-se que as empresas preferem se instalar em áreas próximas umas das outras, partindo de um núcleo que se amplia para outras localizações, como nos bairros São Pedro, São Francisco e 31 de Março.

Além disso, outra área que se mostra centralizadora é a Av. Ataíde Teive, que apresenta os quatro maiores graus de intensidade no mapa, em alguns trechos com maiores picos se revelando até o bairro Pintolândia. Nota-se ainda algumas concentrações dispersas que já abrigam considerável número de empresas, como um ponto intenso no bairro Raiar do Sol, na Av. Estrela D'alva, da mesma forma há um pontos isolados que se destacam no 13 de Setembro, Pricumã, Silvio Botelho, Santa Tereza, Silvio Leite e ainda um ponto bem tímido entre o Cinturão Verde e Centenário.

Por outro lado, bares, lanchonetes, pastelarias, padarias, sorveterias, serviços de alimentação e restaurantes oferecem produtos prontos para o consumo e

apresentam uma grande compatibilidade entre si, como fluxo de clientes em horários comuns. Por isso, muitas das vezes, valendo-se todos da atratividade de um, decidem se concentrar em uma área específica, obtendo assim melhores resultados se implantados em localizações estratégicas. É possível visualizar a diferença entre os sub setores no **mapa 9**, que apesar de parecidas, mostra algumas mudanças na disposição da sua localização.

Mapa 9 – Distribuição de empresas de alimentos e bebidas para consumo imediato



Fonte: Rafaela Maia (2021)

Nessa análise observa-se que um *cluster* no Centro que vai se ampliando em menor grau nas suas proximidades, essas distribuições das atividades apresentam certas regularidades, pois estão relacionadas ao papel econômico determinado pela localidade que desempenham, como o Centro.

Uma explicação pode estar voltada ao maior número de empresas de vários setores e por oferecer um maior número de empresas e instituições públicas. Com isso, outras empresas tendem a procurar instalar o seu negócio nessa região, que agrega um elevado fluxo de pessoas e de funcionários trabalhando durante o dia a dia que necessitam e utilizam dos produtos e serviços prestados, somando-se essas

características temos um panorama dos Princípios de Krugman, o qual retrata que os as áreas comerciais são sustentadas por alguma lógica circular com em diferentes níveis de concentrações.

Por exemplo, o bairro São Francisco, que conta com o Mercado Municipal São Francisco, que possui em suas atividades a predominância por venda de alimentos para consumo imediato, como alimentos artesanais em restaurantes e lanchonetes.

Da mesma forma, chamam a atenção pontos quentes e de transição ao longo de trechos das importantes Avenidas Ataíde Teive e Av. Mário Homem de Melo nos bairros Liberdade, Mecejana e Caimbé, certamente por apresentarem feiras livres como o Romeu Caldas e a Feira do Passarão, por disponibilizarem alimentação.

Observamos também uma alta concentração no Caçari, especialmente na localização do shopping Roraima Garden que conta com muitas empresas do ramo em sua praça de alimentação. A concentração se amplia em menor número ao longo da Av. Ville Roy, que apresenta um tradicional comércio noturno com lanchonetes, restaurantes e o tradicional churrasquinho.

5.2. COMÉRCIO E SERVIÇO VAREJISTA DE ARTIGOS DIVERSOS

A distribuição de atividades desenvolvidas no comércio varejista de artigos pessoais se refere à venda de produtos em menor quantidade diretamente para o consumidor final. Em Boa Vista, esse é um importante setor econômico que representa 13% do total dos negócios, dentre suas principais categorias encontradas no levantamento de dados secundários estão:

- | | |
|------------------------|---|
| 1) Armários | 8) Lojas de brinquedos |
| 2) Lojas de vestuário | 9) Lojas de departamento |
| 3) Lojas de acessórios | 10) Lojas de móveis e decoração |
| 4) Lojas de calçados | 11) Magazines |
| 5) Lojas de tecidos | 12) Artigos religiosos |
| 6) Lojas de embalagens | 13) Joalherias, bijuterias e relojarias |
| 7) Lojas de importados | |

Logo, é um segmento cuja frequência de compra não é tão contínua e no qual são feitas comparações por preços e qualidades, de forma que seus empreendimentos posicionados próximos uns aos outros podem trazer benefícios para sociedade e ao empresário, conforme aborda o modelo locacional de Hotelling, criando-se assim um eixo comercial específico.

Para a análise da sua distribuição, foram selecionados os treze setores, agrupados em três mapas. O primeiro reuniu três CNAES; vestiário, calçados e acessórios, que totalizam 2.776 empresas. O segundo, foram oito: armarinhos, lojas departamento, de tecido, embalagens, brinquedos e importados, artigos religiosos, e magazines. O terceiro apenas o setor de joalherias, bijuterias e relojoarias. (Mapas 10,11, 12 respectivamente).

A respeito da localização dos empreendimentos, os de vestuário, acessórios e calçados, verificou-se que as principais Avenidas que apresentam o negócio estão localizadas na região Central, como nas Avenidas Jaime Brasil, Sebastião Diniz, Silvio Botelho, Getulho Vargas e na Rua Inácio Magalhães, além do Centro de compras Caxambú. Ocupando 45% do total do segmento. No entanto, além da enorme disposição no centro, identificou-se as principais vias do setor ao longo dos bairros de Boa Vista conforme o quadro 4.

Quadro 4 – Principais vias por bairros que apresentam o comércio de vestuário, calçados e acessórios

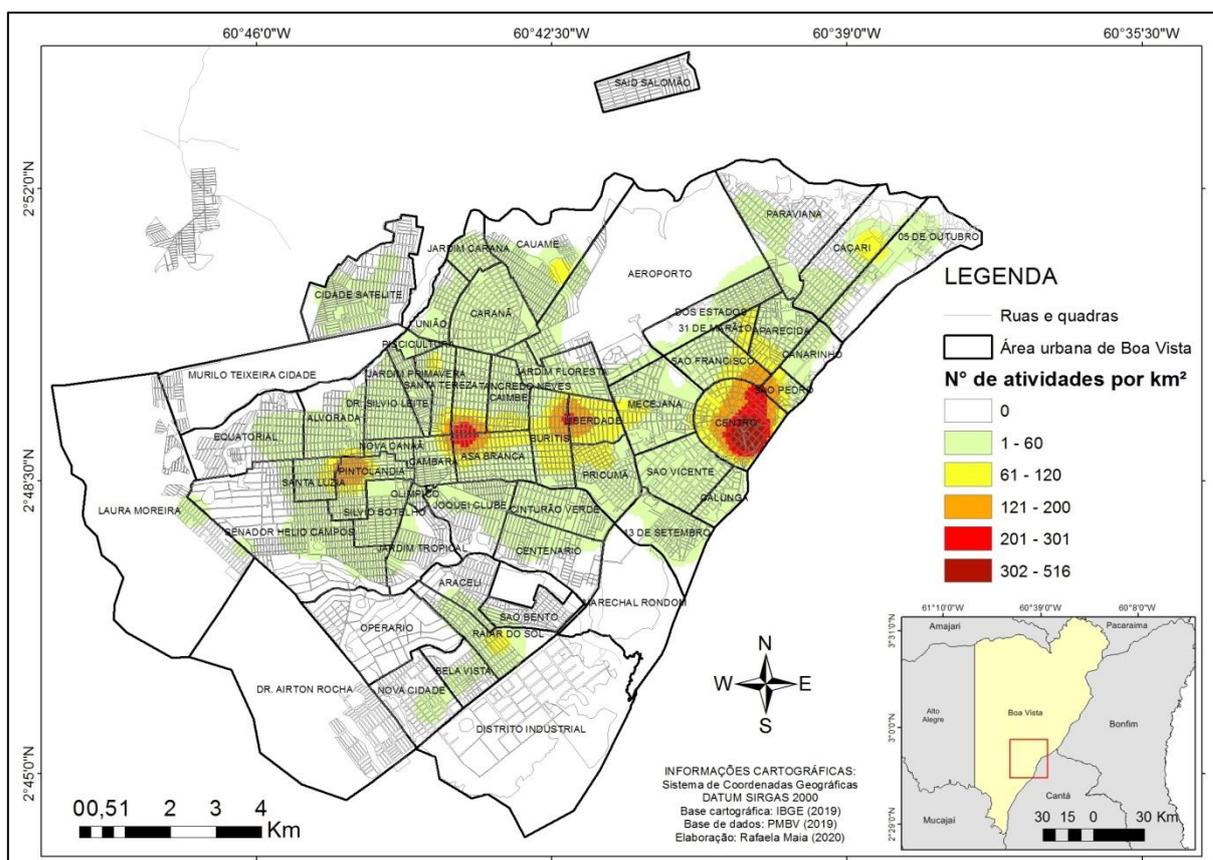
BAIRROS	PRINCIPAIS VIAS	NÚMERO DE ATIVIDADES
Centro	Av. Sebastião Diniz	337
Diversos	Av. Ataíde Teive	261
Caçari	Av. Ville Roy	142
Pintolândia	Av. Sólon Rodrigues Pessoa	123
	Av. Laura Pinheiro Maia	91
Pricumã	Via das Flores	56
Buritis	Av. dos Bandeirantes	51
Raiar do Sol	Av. Estrela D'alva	50
São Francisco	Av. Cap. Júlio Bezerra	40
Asa Branca	Av. Manoel Felipe	35

Fonte: Rafaela Maia (2020). Base de dados: PMBV (2019).

Isso se confirma ao observamos o mapa 10, onde se sobressai em maior parte o Centro e seu entorno, bem como, duas manchas ao longo da Av. Gen.

Ataíde Teiveno bairro Tancredo Neves e Asa Branca, que apresenta um elevado número de lojas do setor, com uma variedade semelhante à do Centro. Há também um trecho em expansão nos bairros Liberdade e Buritis (Feira do Buritis), conhecida pela diversidade em produtos do ramo, localizada entre a Av. Gen. Ataíde Teivee a Av. Av. Mário Homem de Melo, assim como a Via das Flores no pricumã.

Mapa 10 - Distribuição de comércio varejista de artigos de vestuário, calçados e acessórios



Fonte: Rafaela Maia (2021)

Com pontos de calor, na zona Oeste o bairro Pintolândia, ao Sul o Raiar do Sol, ao Norte o Pátio Roraima Shopping no Cauamé e ao Leste o São Francisco e a Av. Ville Roy com ênfase ao Roraima Garden Shopping.

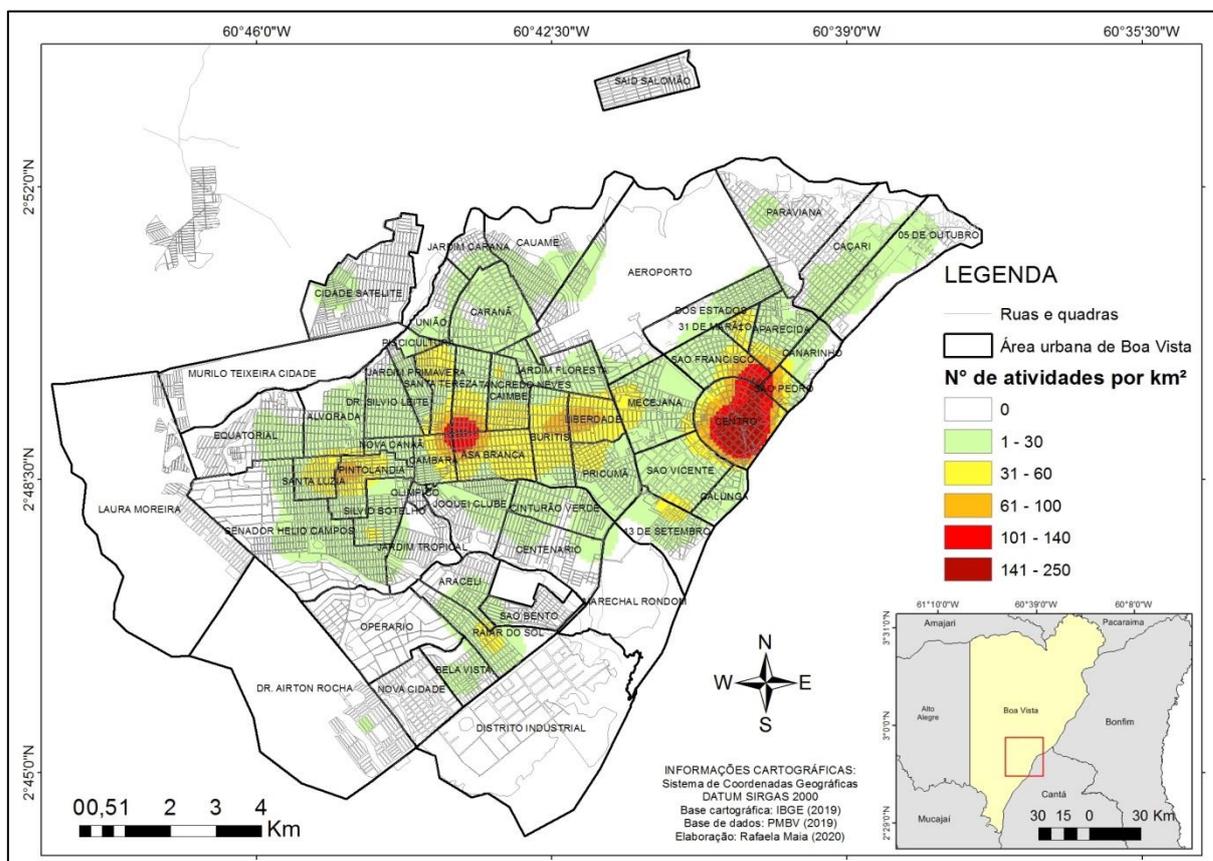
Em relação à distribuição do comércio de produtos e serviços varejistas agrupadas em armarinhos, lojas departamento, de tecido, embalagens, brinquedos e importados, artigos religiosos, magazines, lojas de móveis, lavanderias percebe-se que a distribuição (mapa 11), ou seja, produtos que não são consumidos

diariamente, no entanto, fazem parte de artigos e serviços os quais a população mais utiliza.

Quanto á localização, predomina o Centro e suas proximidades, é importante destacarmos que essa região apresenta a menor densidade populacional da cidade. No entanto, são os bairros considerados áreas nobres, como 31 de Março. Novamente, destaca-se parte da Av. Gen. Ataíde Teive entre os bairros que a mesma percorre, se ressaltando entre Asa Branca e Tancredo Neves.

Além disso, percebe-se parte da Av. Mário Homem de Melo, importante Avenida que percorre a cidade sentido Centro-zonaleste, Pintolândia, Raiar do Sol, 13 de Setembro, Silvio Botelho e Senador Hélio Campos e Caranã. No geral, assim como os demais acentua-se em menor grau em grande parte da área urbana de Boa Vista.

Mapa 11 – Distribuição do comércio e serviço varejista de armarinhos, artigos religiosos, embalagens, brinquedos, tecidos, magazines, móveis e importados.



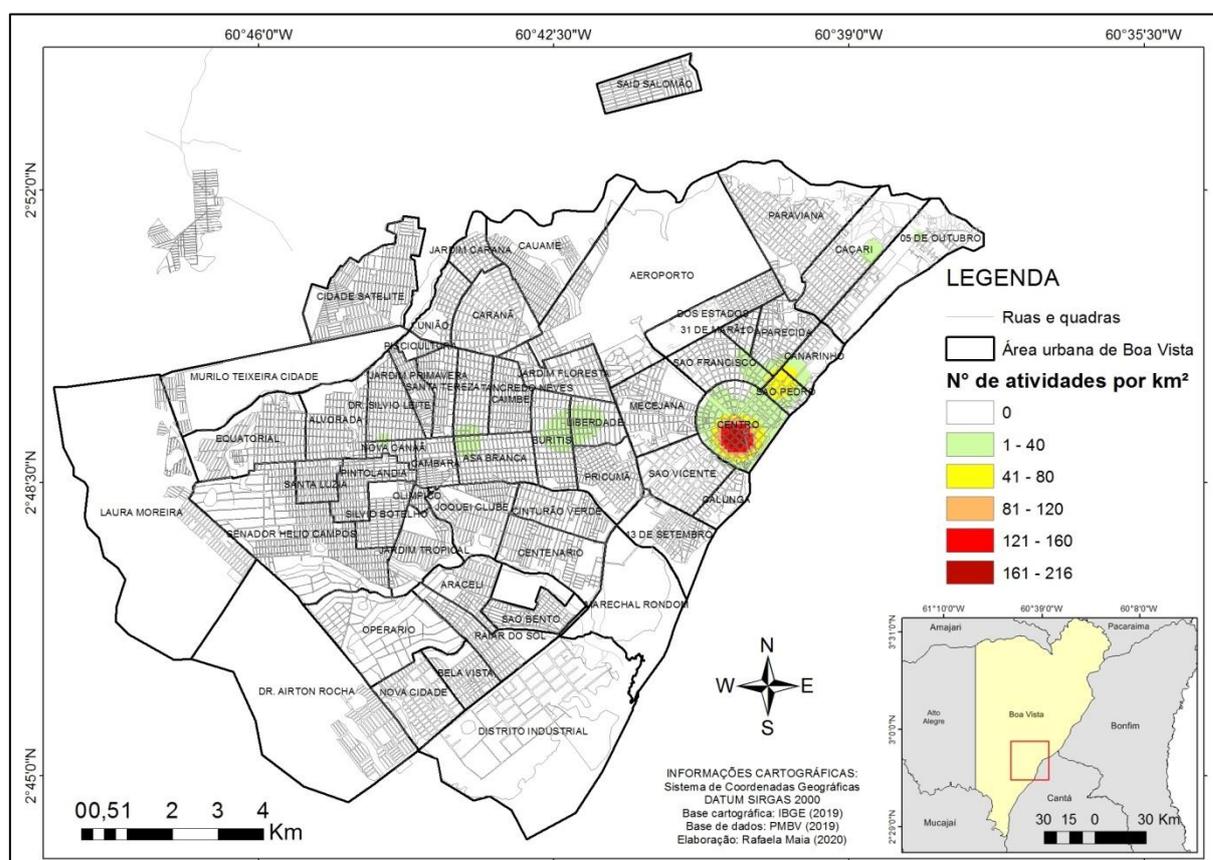
Fonte: Rafaela Maia (2021)

Já o **mapa 12**, mostra a distribuição de joalherias, relojoarias e bijuterias. Observa-se que o Centro apresenta 64% do total das atividades do setor, com 187 empresas concentradas, especialmente na Rua Dr. Araújo Filho; Rua Cecília Brasil e Av. Benjamin Constant, e em menor grau no bairro São Pedro, vizinho do Centro.

Esse agrupamento geograficamente concentrado, expressa o conceito de *Cluster* abordado por Marshall em 1984, que já notava que empresas da mesma especialidade tendiam a se localizarem próximas, concentrando a oferta de bens e serviços. Isso pode ser observado atualmente pela procura que é comum na área.

Exercendo um comércio e serviço tradicional condicionado, com 3 ruas específicas especializadas nesse segmento, possuímos um exemplo emblemático de um eixo comercial especializado, conforme analisa Berry em 1968.

Mapa 12 – Distribuição do comércio e serviço varejista joalherias, relojoarias e bijuterias



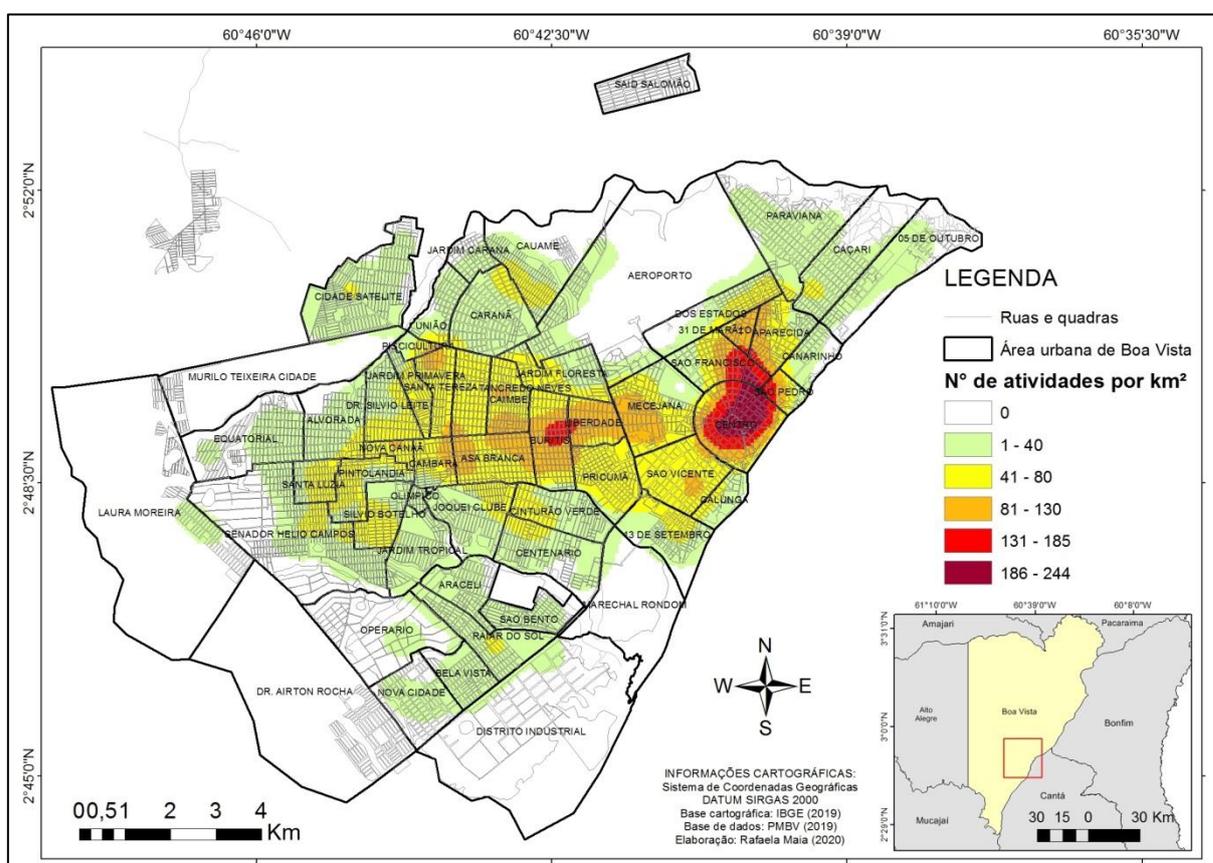
Fonte: Rafaela Maia (2021)

5.3. A DISTRIBUIÇÃO COMERCIAL DO SEGMENTO DA CONSTRUÇÃO

Em se tratando do comércio e/ou serviço que envolvem atividades de construção, incluímos lojas de materiais de construção, material elétrico, de pintura, de pisos e revestimentos, vidraçarias, madeireiras, serviço de construção em geral, escritório de engenharia, arquitetura e comércio de ferramentas para construir.

Expressas a localização no mapa 13, esse setor se localiza mais na área central. No entanto, diferente dos demais, é possível perceber que o mesmo se amplia por todos os bairros, de forma gradual, sendo atualmente possível encontrar um empreendimento ou um serviço em quase todos os bairros de Boa Vista.

Mapa 13 - Distribuição de atividades econômicas que envolvem construção



Fonte: Rafaela Maia (2021)

Entretanto, sua concentração ocorre em maior grau no Centro, acentuando-se nos bairros próximos, inclusive alcançando diversos pontos de aglomeração no Buritis, São Vicente, Asa Branca e Tancredo Neves, que se amplia a partir da

região central da cidade caminhando para os bairros mais periféricos do centro, como Pintolândia, Senador Hélio Campos, Cauamé e Raiar do Sol.

Ao mesmo tempo, o segmento inicia-se em bairros de urbanização considerada mais recente, que apresentam vários terrenos vazios, com construções constantes sendo realizadas e um elevada força imobiliária, exemplificando, temos o Cidade Satélite.

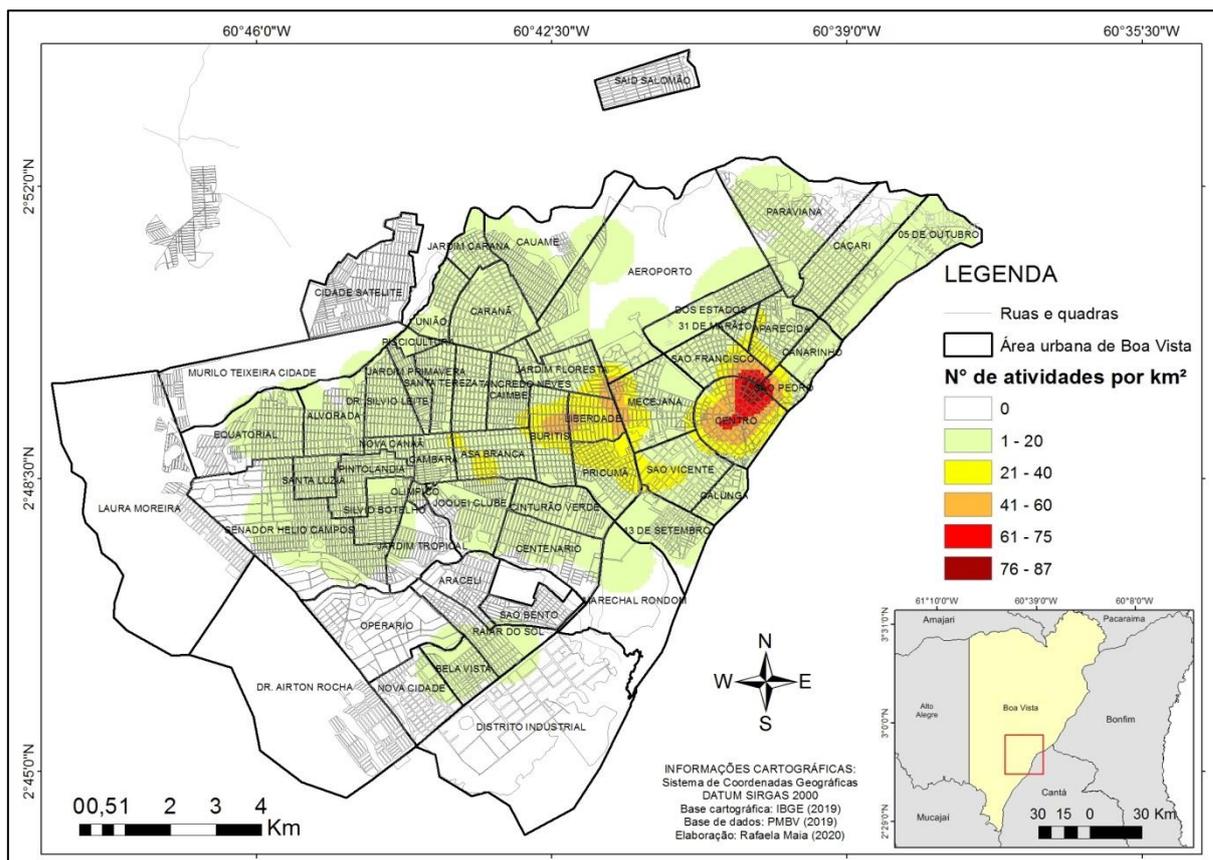
5.4 A DISTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADES AUTOMOTIVAS E DE LOCOMOÇÃO

O segmento de locomoção engloba as empresas com serviços de aquisição de veículos, utilização, manutenção de transportes como os oferecidos por concessionárias, locadoras, estacionamentos, despachantes, autoescolas, lavadoras, postos de gasolina, oficinas mecânicas, lojas de autopeças e serviços de transporte de passageiros (mapa 14).

É um segmento que se caracteriza por diversos tipos de localização preferível a população, como os postos de combustíveis por conveniência, a preferível pesquisas de preços e marcas ao adquirir um meio de transporte de forma planejada, contudo, de outra forma ocorre nas oficinas mecânicas que são importantes a população que utiliza meio de transporte próprio.

Das atividades desenvolvidas na área urbana de Boa Vista, o segmento apresenta 3.120 empresas, ou seja, 10% dos negócios praticados. Para a análise da sua distribuição foram selecionadas e agrupadas em dois mapas.

Mapa 14 – Distribuição do comércio de veículo e serviço relacionados ao transporte

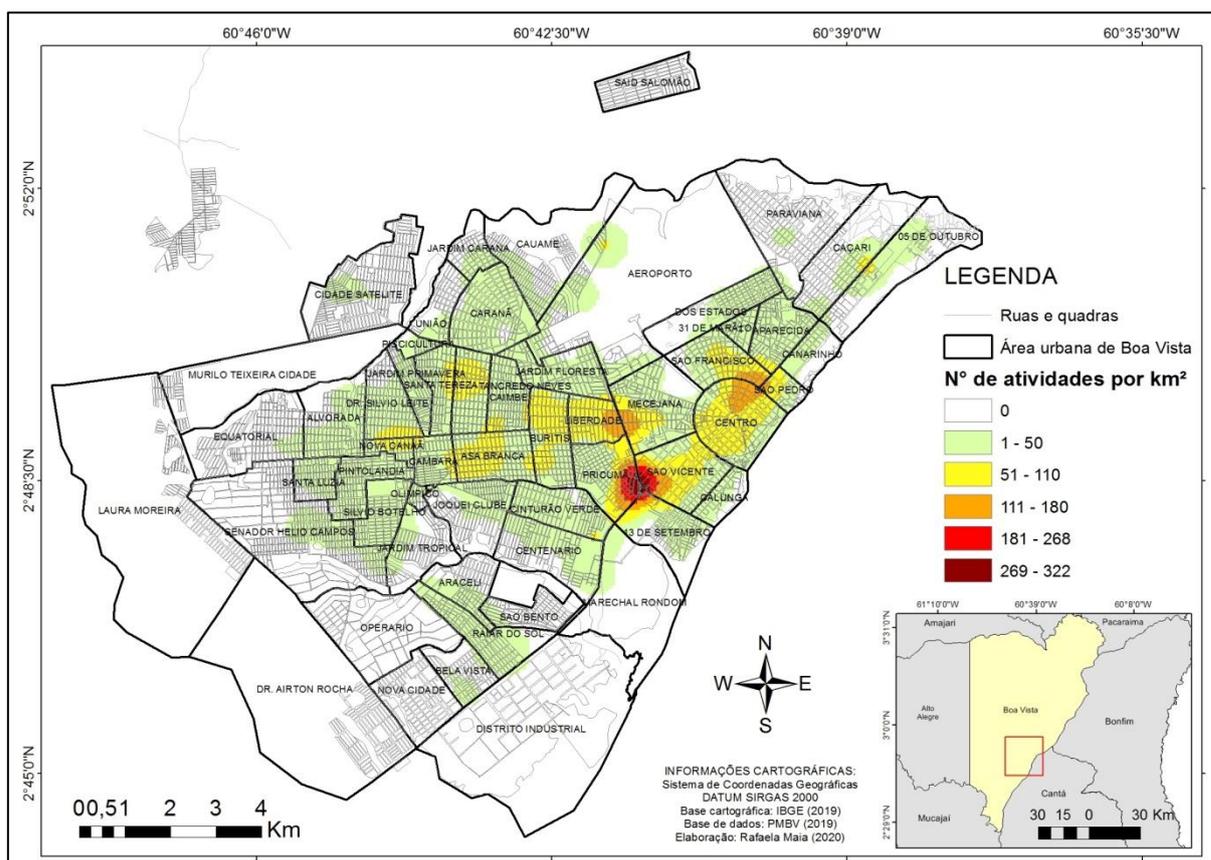


Fonte: Rafaela Maia (2021)

O primeiro concessionárias; locadoras de veículos, auto escolas, despachantes, pontos de serviço de passageiros e postos de combustível; O segundo oficinas mecânicas, reparação e lojas de autopeças. O primeiro agrupamento esta expresso no **mapa 14**, onde percebe-se que a localização desses empreendimentos ocorre em maior número entre os bairros Centro, São Pedro e São Francisco.

Embora, há outras aglomerações em diferentes áreas de potenciais com de crescimento em parte do Mecejana, especialmente pela localização próxima com o Detran-RR. Seguindo por Pricumã, Liberdade e Buritis e um ponto mais isolado no Asa Branca. Com excessão aos bairros São Bento, Aracelis, Operário, Cidade Satélite e Said Salomão que até então não apresentam registros de empresas do segmento em suas áreas é posspivel encontrarmos um empreendimento do setor em todos os demais.

Mapa 15 – Distribuição de oficinas mecânicas e lojas de autopeças



Fonte: Rafaela Maia (2021)

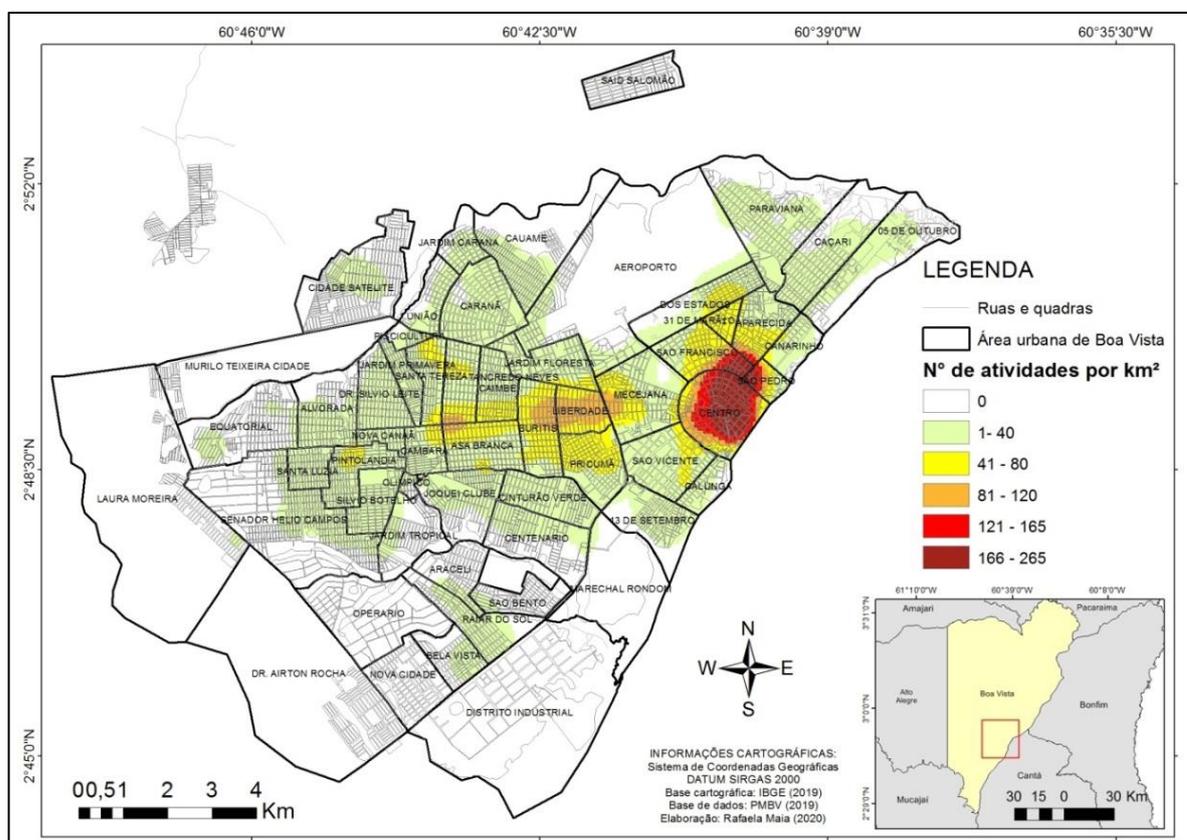
Em se tratando de oficinas mecânicas e lojas de autopeças, observa-se no **mapa 15** que sua concentração está entre São Vicente e Pricumã, ou seja, na principal via a Av. Venezuela, especialmente por ser considerada o perímetro urbano da BR-174 e saída de Boa Vista, que se amplia entre 13 de Setembro, Liberdade e Mecejana. Além disso, se sobressai algumas concentrações no Centro e São Francisco, com dois pontos tímidos mas importantes no Asa Branca e Tancredo Neves.

5.5 A DISTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADES RELACIONADAS A SERVIÇOS E PRODUTOS ELETRÔNICOS

O setor de lojas e serviços eletrônicos que envolvem empresas que tem como foco a venda de computadores, celulares, notebooks, impressoras, câmeras fotográficas, câmeras de segurança, acessórios e equipamentos tecnológicos

diversos ou ainda a prestação dos serviços de manutenção, monitoramento, conserto e instalação de equipamentos tecnológicos, foram organizadas a distribuição no **mapa 16**.

Mapa 16 – Distribuição do comércio e serviço de equipamentos de informática, tecnológicos e eletrônicos



Fonte: Rafaela Maia (2021)

Observa-se que o Centro mantém o maior número de empreendimentos, inclusive há um núcleo de empresas no decorrer do espaço vai se ampliando de forma natural ao longo de quase todo o território do centro. Isso nos remete a teoria dos Lugares Centrais de Christaller (1969) que aborda a centralidade como um magnetismo de atratividade para outros empreendimentos e da população.

Paralelamente se estende a outros bairros, como o São Vicente em menor quantidade; São Francisco e Aparecida, que apresentam diversas lojas do segmento de informática e eletroeletrônicos próximas umas as outras na Rua Rocha Leal.

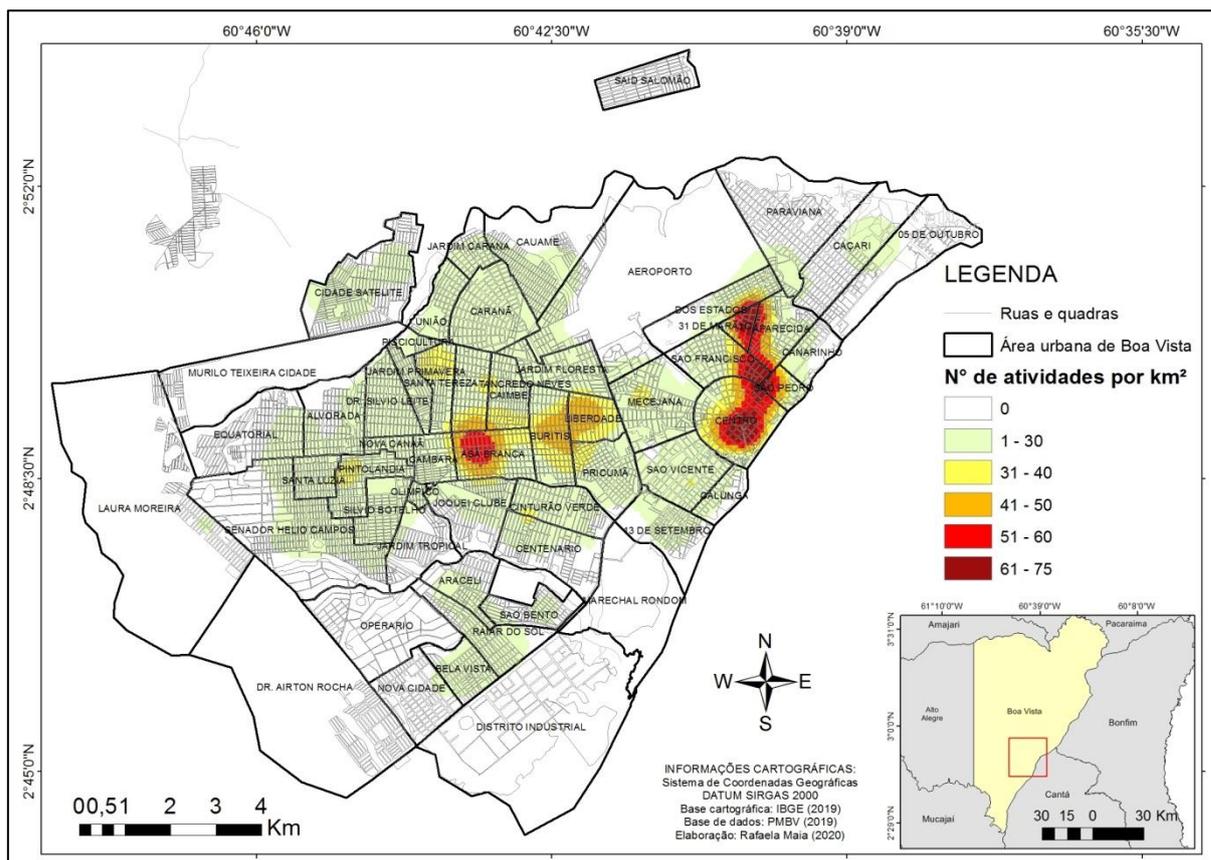
É possível verificar ainda uma intensidade número entre o Mecejana e Liberdade e Buritis, o padrão se repete em menor escala no Tancredo Neves, desaparecendo gradativamente até entre outros pontos isolados no Pricumã, Asa Branca, Jardim Primavera e Pintolândia, que atendem a população dos seus referentes bairros.

5.6 A DISTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADES ECONÔMICAS DO SEGMENTO DE ESTÉTICA

A distribuição do segmento de estética e beleza incluem salões de beleza, barbearias, depilações, serviços de estéticas em geral, lojas de cosméticos e perfumarias constituindo 4% do total das atividades econômicas de Boa Vista, portanto, uma forma de geração de emprego e renda para a população local.

De acordo com o mapa 17, sua localização ocorre em maior intensidade em três nítidos centros que convergem entre si pela proximidade entre Centro, São Pedro e São Francisco, 31 de Março e Aparecida que são os bairros que mais aglomeram o segmento, com destaque para as vias principais com a Av. Ville Roy e a Av. Capitão Júlio Bezerra, concentrando 30% do total dos empreendimentos, ou seja, é um setor que se localiza em maior quantidade nas zona leste de Boa Vista.

Mapa 17 – Distribuição de atividades econômicas relacionadas a estética e beleza



Fonte: Rafaela Maia (2021)

É visto também uma disposição de alta concentração no Asa Branca e uma média entre Liberdade e Burity. Além disso, consta-se também pequenos focos de concentração no Pricumã e Cinturão Verde, Mecejana, Caimbé e Pintolândia e um quase despercebido foco no São Vicente.

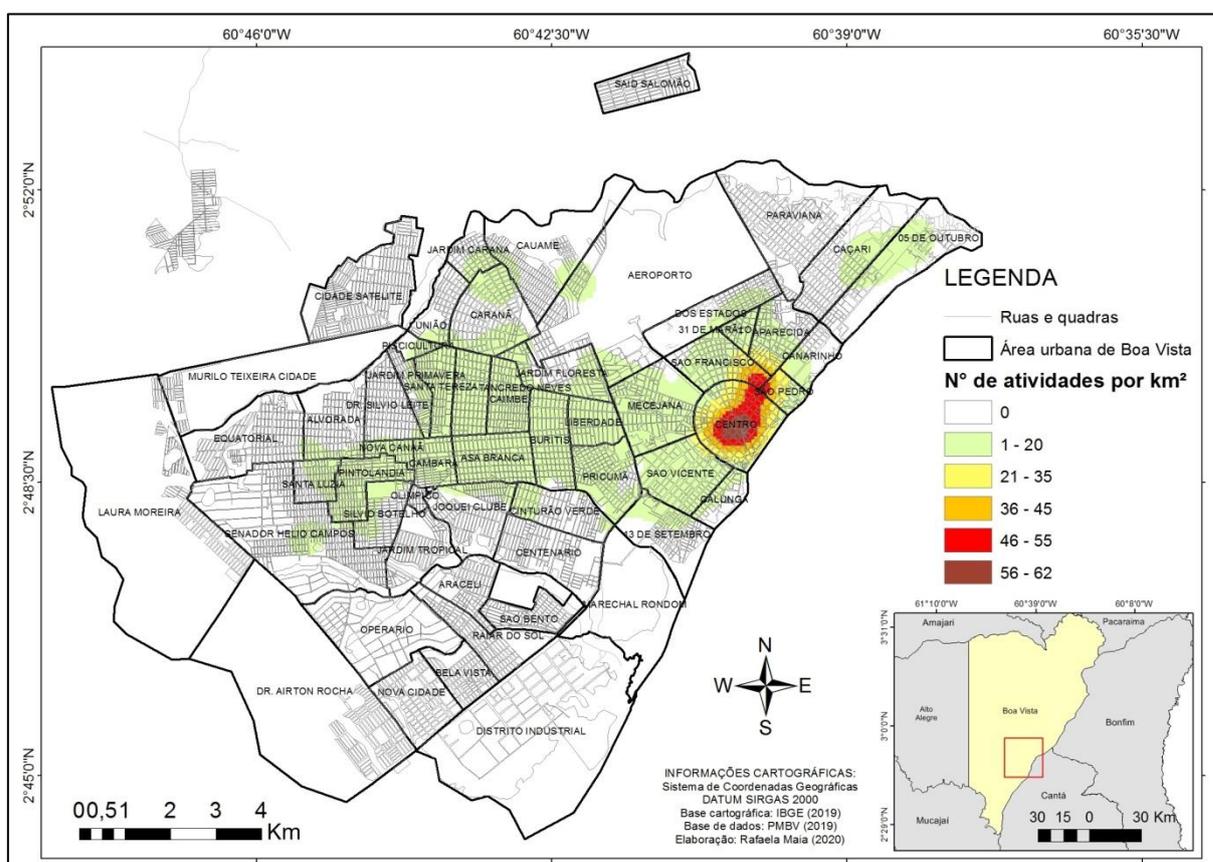
5.7 A DISTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADES DO SEGMENTO DE CULTURA, ENTRETENIMENTO, RECREAÇÃO E ESPORTES

Em se tratando do comércio ou serviço de artigos culturais, recreação, entretenimento e esportes de acordo com o CNAE do IBGE (2020) engloba diversas atividades econômicas, que se integram em menores segmentos conforme sua especialidade, partindo desse segmento maior a outros quatro sub grupos.

Nesta ocasião, agrupou-se em quatro mapas para melhor visualização da distribuição dos diferentes tipos. Em relação aos artigos culturais destacou-se as

atividades desenvolvidas por papelarias, livrarias e bancas de jornal e revista (**mapa 18**), se sobressai quase todo o território do Centro, onde é possível encontrar o segmento na maior e na menor escala, demonstrando nitidamente uma centralidade do segmento, acentuando-se em menor grau na direção dos seus vizinhos São Pedro, São Francisco e Aparecida.

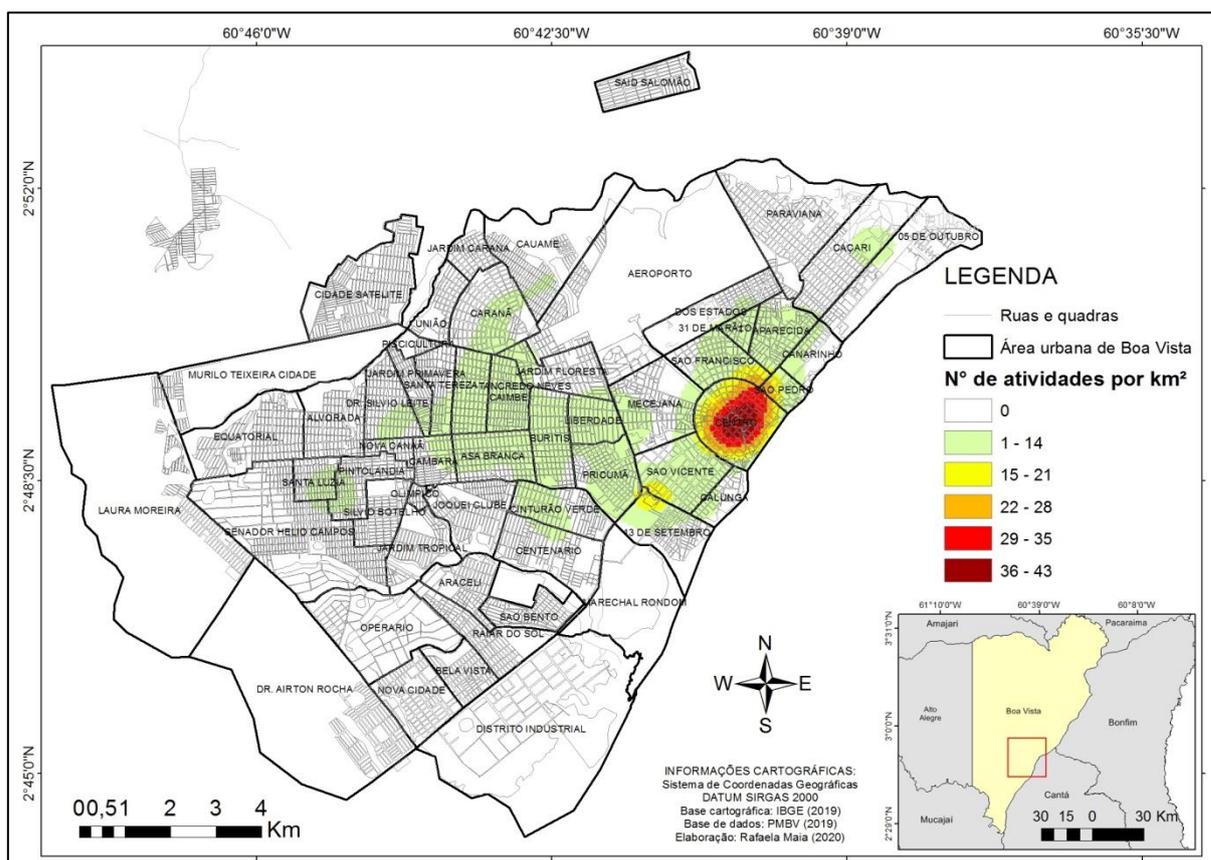
Mapa 18 – Distribuição de papelarias, livrarias, jornais e bancas de revista



Fonte: Rafaela Maia (2021)

O segundo, trata-se de artigos e serviços que envolvem o turismo quanto lojas de artigos de viagem como agências de viagens, produtos de pesca, caça e camping ilustradas no **mapa 19**. Onde verifica-se que o Centro apresenta o maior número dessas atividades que se expande gradativamente por todo seu território, porém, com um núcleo próximo a praça do Centro Cívico.

Mapa 19 – Distribuição de artigos e serviços para atividades turísticas

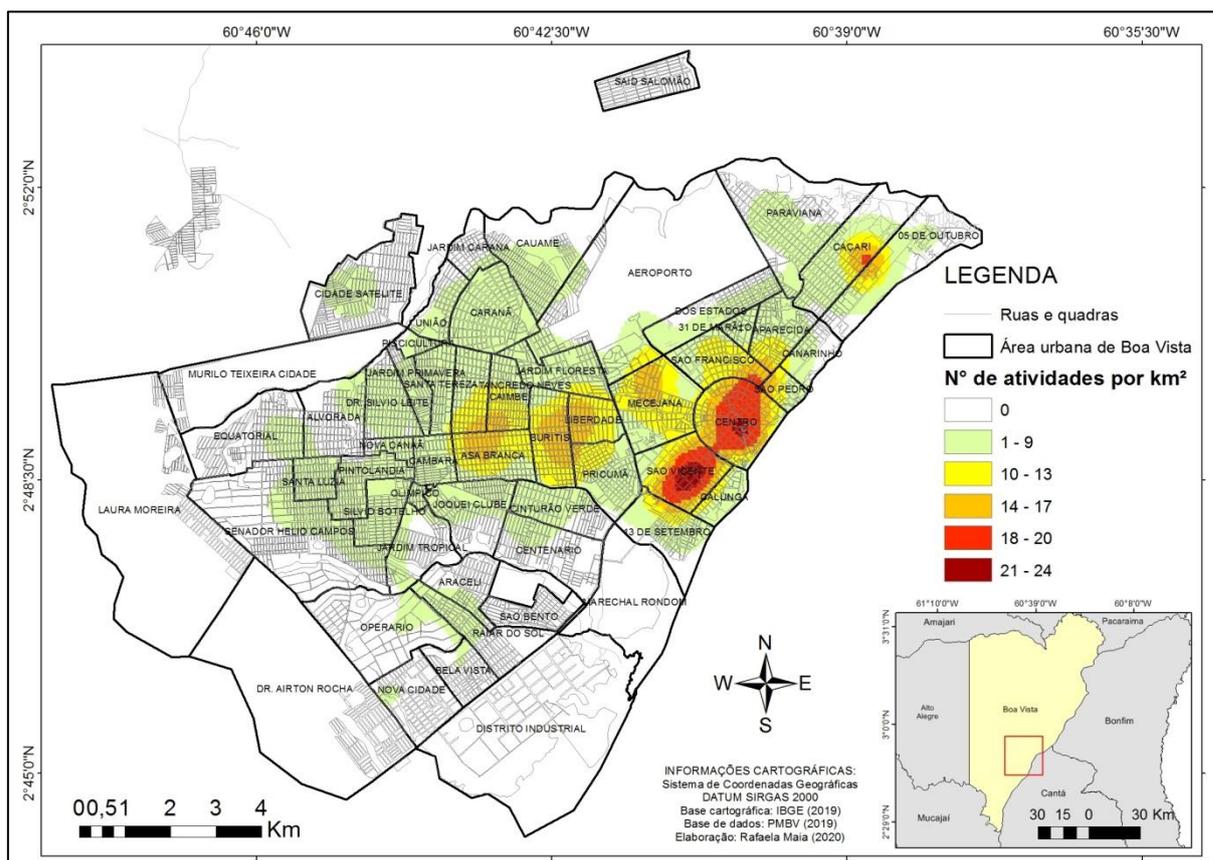


Fonte: Rafaela Maia (2020)

Se manifesta também o segmento caminhando para a zona leste de Boa Vista, através de ampliação do setor gradualmente em parte do São Pedro e São Francisco. Semelhante, embora, de forma isolada do centro principal, destaca-se outra concentração nas mediações do São Vicente, Pricumã e 13 de Setembro, talvez por localizarem uma região de saída de veículos da capital para os municípios ao Norte, como Cantá, Normandia e Bonfim que faz fronteira com Guiana Inglesa, ou seja, locais com potenciais turísticos.

Já o entretenimento engloba boates, cinemas, clubes, casas de show, parques, teatros, serviços de decoração, animação e organização de festas. Disposto no mapa 20, o segmento se distribui de forma diferenciada com a maior disposição no São Vicente e um menor escala no Centro, criando uma espécie de área total que se encontra aos bairros até uma parte oeste da cidade. Mais afastado temos a zona leste de Boa Vista, entre o bairro Caçari nas mediações da Av. Ville Roy cujo apresenta uma variedade de oferta e procura do segmento de entretenimento.

Mapa 20 – Distribuição do segmento de entretenimento



Fonte: Rafaela Maia (2020)

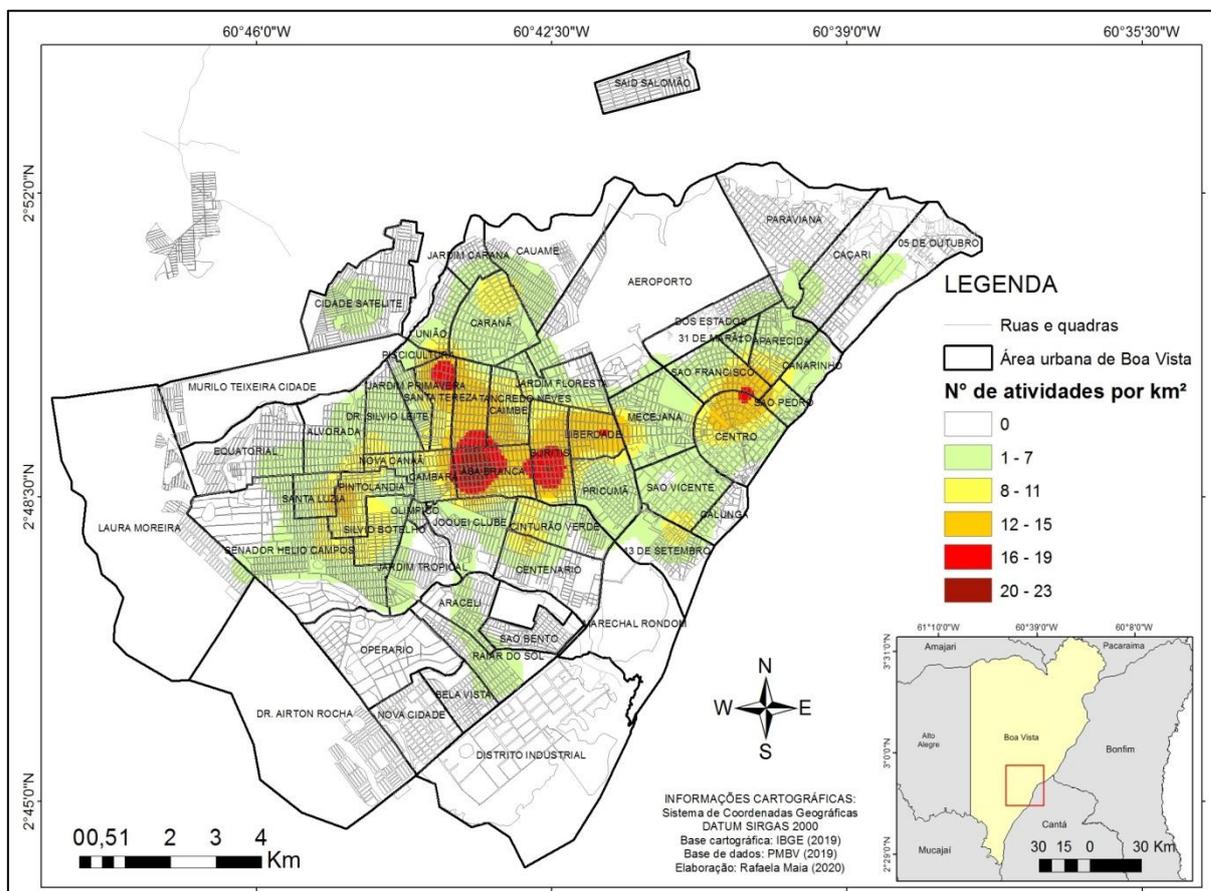
E o quarto sub grupo ilustrado no mapa 21, diz respeito a distribuição das atividades de artigos esportivos e atividades de condicionamento físico, como lojas de itens esportivos como bicicletas, bolas, academias, escolas de dança e atividades esportivas e de recreação em geral.

De acordo com a localização dos empreendimentos percebe-se que são atividades que buscam o princípio de conveniência e procuram se instalar em locais onde há a maior quantidade de população e a facilidade de procura. Sua maior localização é no bairro Asa Branca que cria um único enorme aglomerado que se converge ao Liberdade, Buritis, Tancredo Neves, Caimbé, Cambará e Santa Tereza. Portanto, um dos poucos segmentos que o Centro não é o bairro que abriga a maior concentração.

Da mesma forma, se destaca parte da zona Oeste de Boa Vista, nos bairros Pintolândia, Nova Canaã e Senador Hélio Campos. Da mesma forma, encontra-se um foco no Centro. E de maneira mais isolada há algumas concentrações no

Caranã, 13 de Setembro e Cinturão Verde, além disso são atividades econômicas que apresentam pelo menos uma em todo o espaço urbano da capital.

Mapa 21 – Distribuição de empreendimentos de atividades esportivas



Fonte: Rafaela Maia (2020)

5.8 A DISTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADES ECONÔMICAS RELACIONADAS A SAÚDE

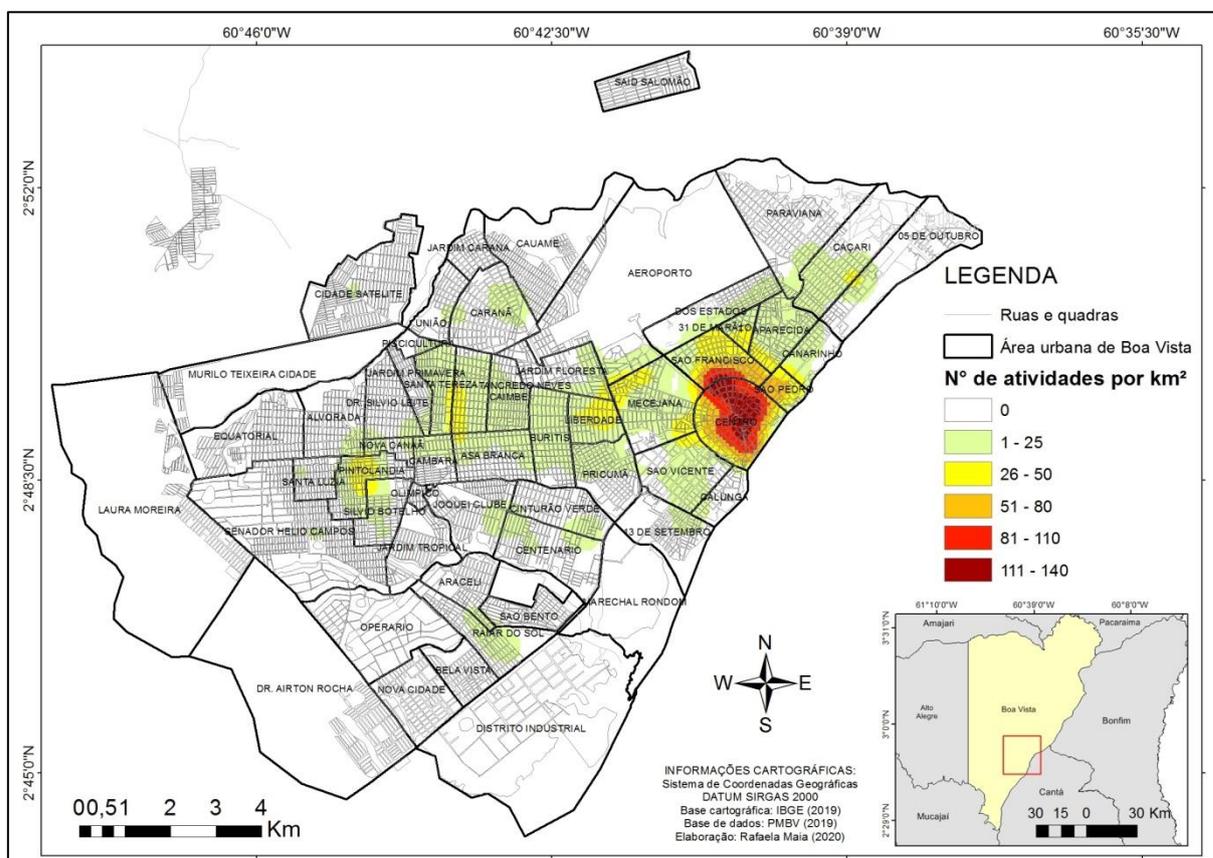
Em Boa Vista, o segmento de serviços e mercadorias em favor da saúde engloba 1.185 mil atividades econômicas, representando 4% do total das atividades. Para a distribuição de seus equipamentos, foram selecionadas sete CNAES e agrupadas em quatro mapas, seguindo uma demanda semelhante.

O primeiro se caracteriza por serviços médicos prestados por clínicas de saúde, consultórios médicos, odontológicas, laboratórios e hospitais; O segundo drogarias e farmácias; o terceiro as óticas; e o quarto as funerárias.

O **mapa 22** expressa a distribuição das atividades de atendimento a saúde, onde observa-se que o Centro engloba quase todo o segmento, formando uma única

concentração que se amplia por todo seu espaço se convergindo em menor escala em parte dos bairros vizinhos, exercendo então uma tradicional centralização.

Mapa 22 – Distribuição de clínicas, consultórios médicos, hospitais e laboratórios de saúde



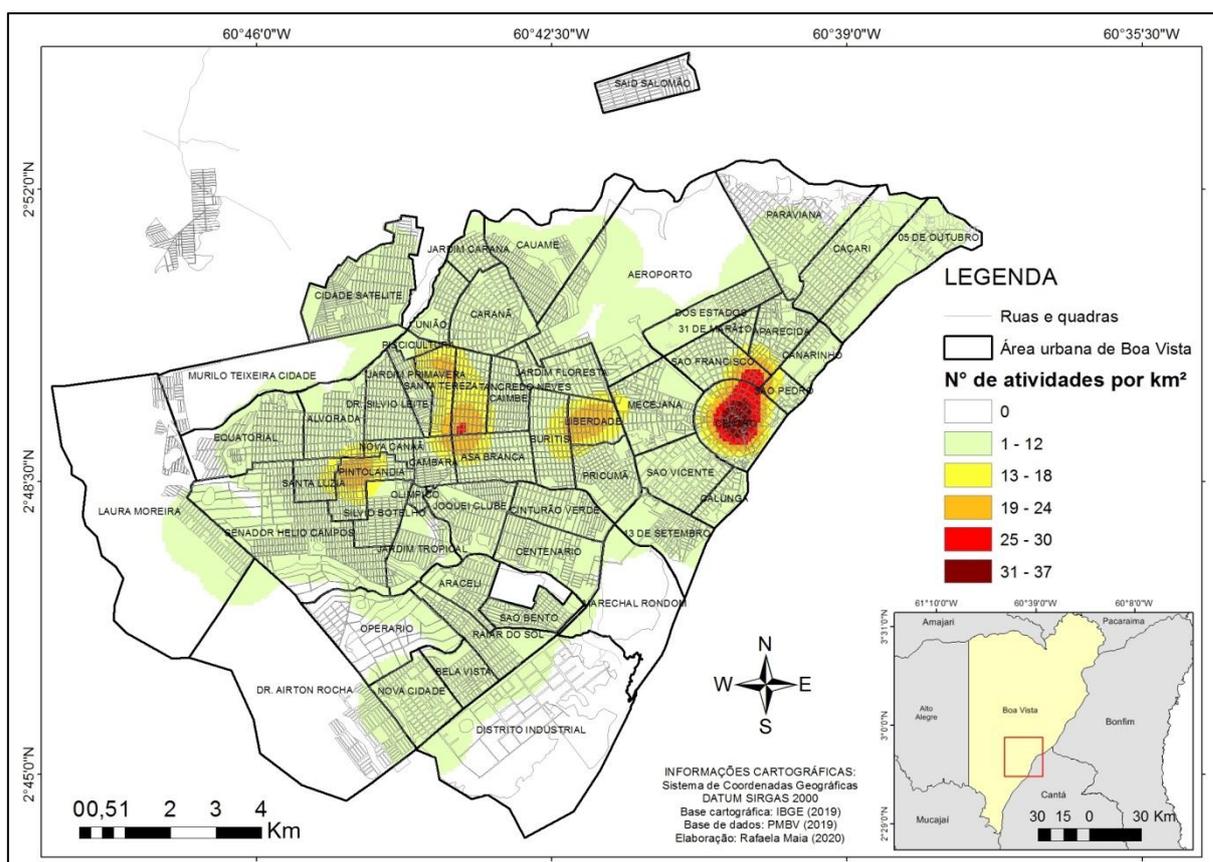
Fonte: Rafaela Maia (2020)

Há ainda outras áreas intensas, com uma disposição média e de importância para facilitar pois facilitam o acesso aos moradores mais distantes do centro da cidade, como entre Mecejana e Liberdade, outro dois pequenos pontos no Tancredo Neves, especialmente na Av. São Sebastião, da mesma forma ocorre no Pintelândia.

Conforme o **mapa 23**, a distribuição de farmácias e drogarias ocorre em maior quantidade no Centro com parte do São Pedro e São Francisco, uma outra intensidade ocorre no Liberdade, e mais acima no Tancredo Neves e Santa Tereza, com dois picos, e mais ao oeste o Pintelândia abriga uma média/alta grau de empresas próximas.

Uma relação com o mapa anterior nessa disposição é que ocorrem geralmente em áreas com hospitais próximos, como o Hospital Lotty Iris e o Hospital Coronel Mota, no Centro, o Hospital da Mulher, no São Pedro, o Hospital Geral de Roraima e Hospital Renal, no Mecejana e Liberdade, respectivamente. Já no Pintolândia, o Hospital das Clínicas. Isso ocorre pelos princípios de localização abordado por Krugmam (1997), pois as empresas próximas aos Hospitais e ou clínicas de saúde facilitam a redução de custos ao fornecedor e empresários, além de facilitar a acessibilidade da população.

Mapa 23 – Distribuição de farmácias e drogarias

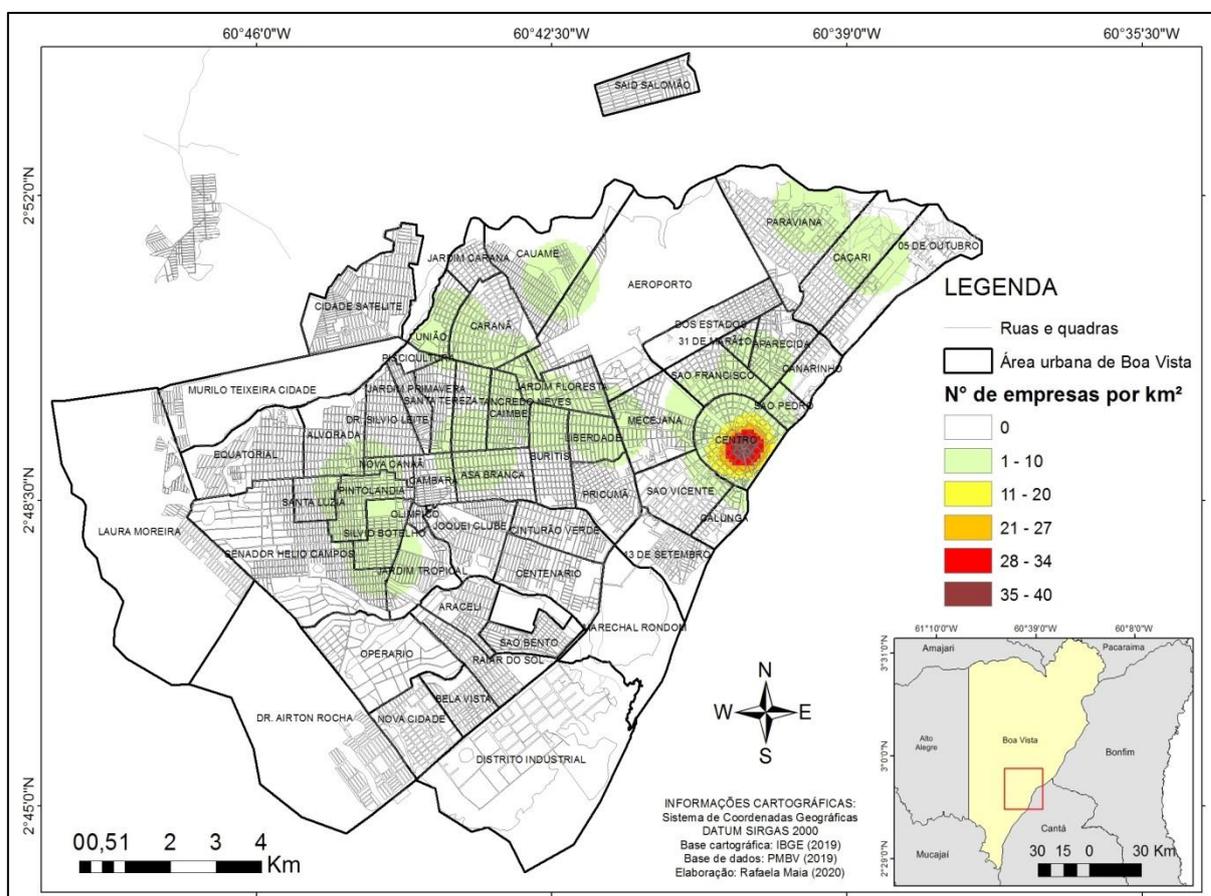


Fonte: Rafaela Maia (2020)

Já as óticas constituem empreendimentos distribuídos em maior intensidade no Centro, principalmente nas vias Coronel Pinto, Sebastião Diniz e Nossa Senhora da Consolata, que disponibilizam diversas empresas do ramo próximas, possivelmente por terem maior procura do consumidor final, especialmente quando se localizam próximas umas das outras para pesquisas de preços e a decisão de

compra, expressando uma localização central. No entanto, é possível encontrar a atividade em baixa intensidade em outras áreas da cidade (mapa 24).

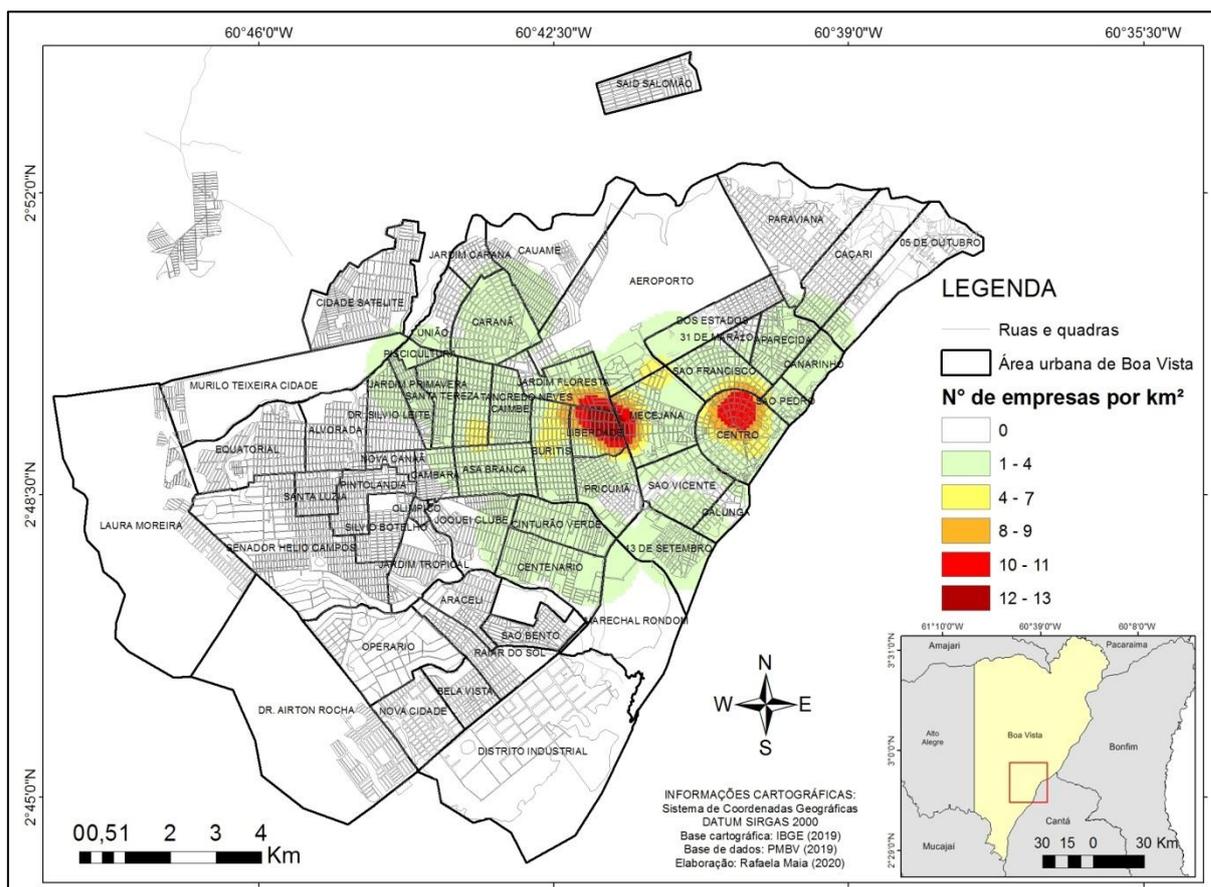
Mapa 24 – Distribuição de óticas no espaço urbano de Boa Vista



Fonte: Rafaela Maia (2020)

Por fim, as funerárias, que são atividades de inconveniência e transtorno familiar, que se sobressaem localizadas nos bairros Liberdade e Jardim Floresta e em uma parte do Centro (mapa 25).

Mapa 25 – Distribuição de funerárias ao longo de Boa Vista (2019)



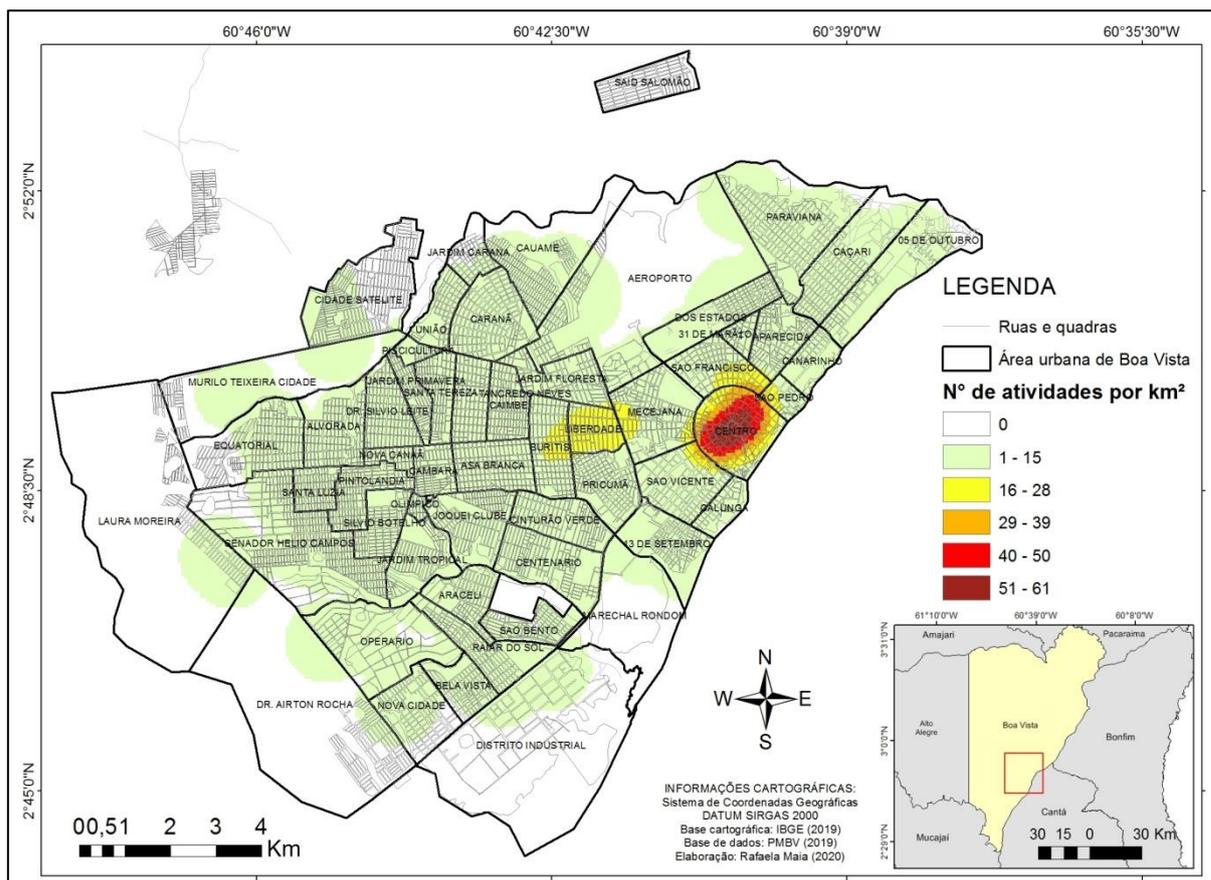
Fonte: Rafaela Maia (2020)

5.9 A DISTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADES ECONÔMICAS NO SEGMENTO DE HABITAÇÃO

O segmento de habitação aborda as atividades imobiliárias e demais serviços domésticos de manutenção e funcionamento de uma moradia, dos negócios praticados em Boa Vista, o segmento engloba 998 empresas.

Conforme o **mapa 26**, a distribuição ocorre de forma concentrada ao longo do Centro de Boa Vista e em menor quantidade ao longo do Liberdade e suas mediações, além disso observa-se o segmento se mantém em quase toda a área urbana, com exceção ao bairro Said Salomão.

Mapa 26 – Distribuição de imobiliárias e serviços de manutenção doméstica

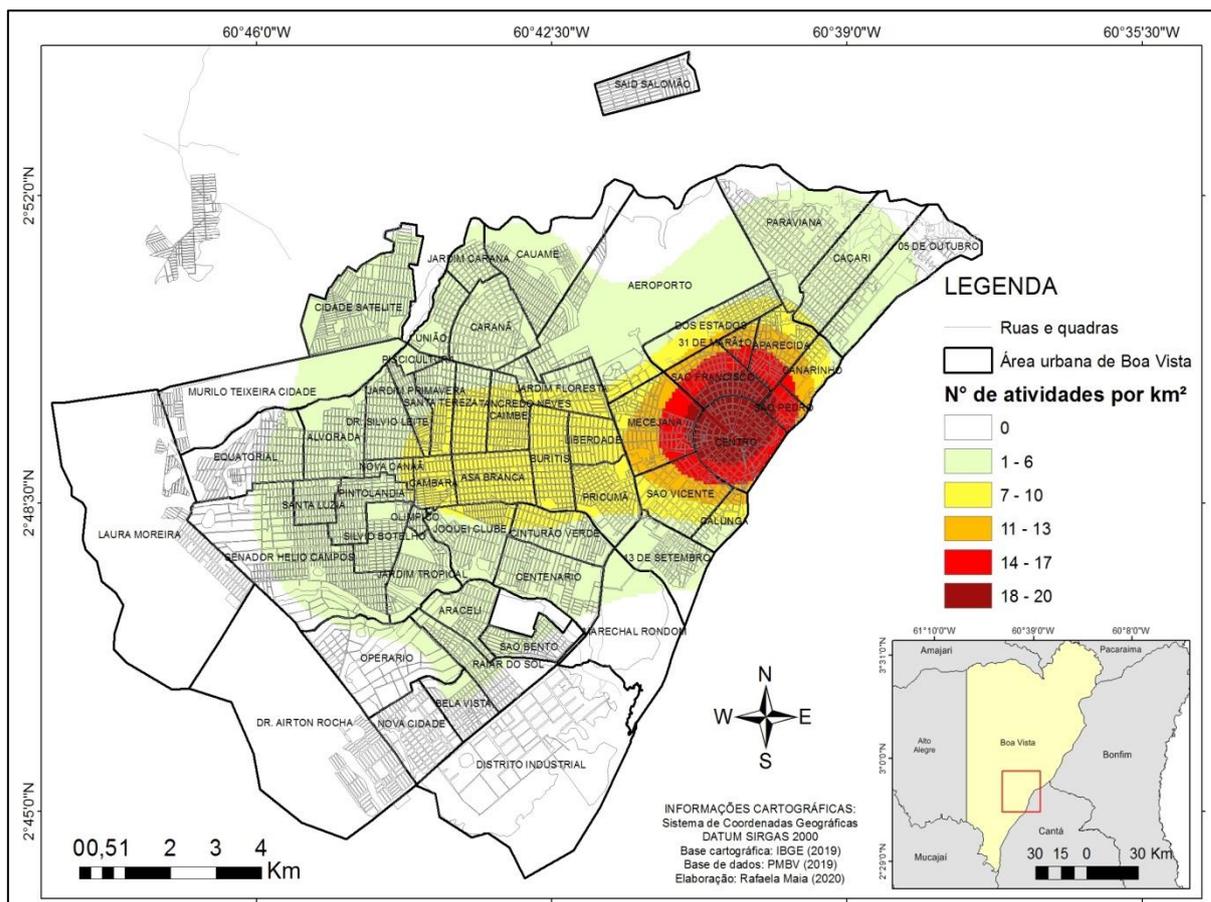


Fonte: Rafaela Maia (2020)

5.9 A DISTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADES ECONÔMICAS DO SEGMENTO DE EDUCAÇÃO

A distribuição das atividades relacionadas a Educação são de grande importância para a população com uma alta frequência de procura, e estão agrupadas escolas, instituições de ensino, cursos profissionalizantes, cursos preparatórios e de capacitação e em geral que geralmente são implantadas conforme demanda de urbanização pois exigem alguma infraestrutura que ocorre normalmente em vias principais de alta circulação (mapa 27).

Mapa 27 – Distribuição de atividades relacionadas à Educação



Fonte: Rafaela Maia (2020)

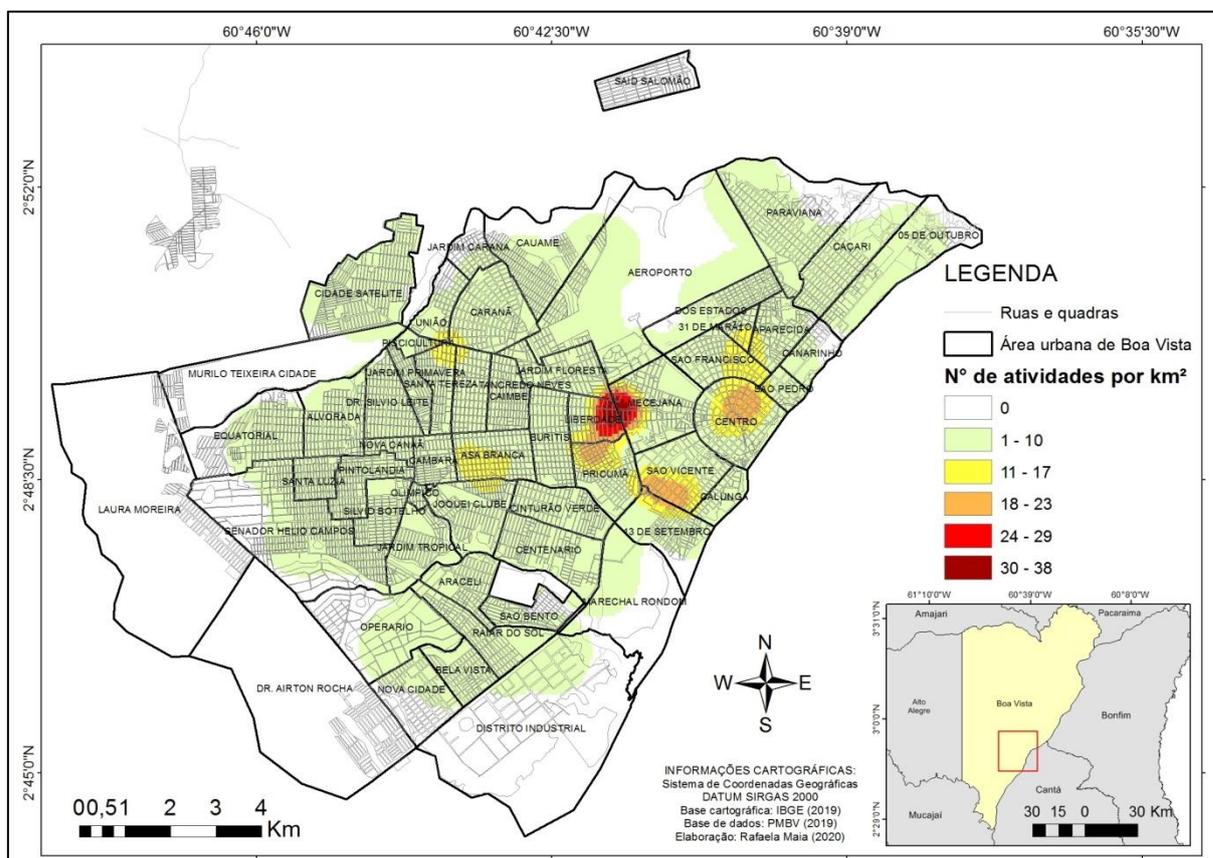
A serviço da educação encontram-se 498 empresas, apenas 2% do total das atividades, na sua análise conforme o mapa 33 sua localização ocorre de forma gradual por todo o espaço urbano de Boa Vista, seguindo uma localização de lugar central que vai se ampliando de forma gradual, apresentando as maiores disposições no Centro e seus bairros vizinhos, portanto, apesar de liderada pelo Centro pode ser ainda considerada uma distribuição mais equilibrada.

5.10 A DISTRIBUIÇÃO DE ARTIGOS E SERVIÇOS PARA ANIMAIS E AGROPECUÁRIOS

As atividades econômicas que envolvem animais e produtos agropecuários estão classificadas em serviços e artigos veterinários e comércio de produtos

agropecuários, a partir de três CNAES: consultórios veterinários, lojas de animais de estimação (*pet shop*) e insumos agropecuários estão expressas no mapa 28.

Mapa 28 – Distribuição de clínicas, lojas veterinárias, petshops e insumos agropecuários



Fonte: Rafaela Maia (2020)

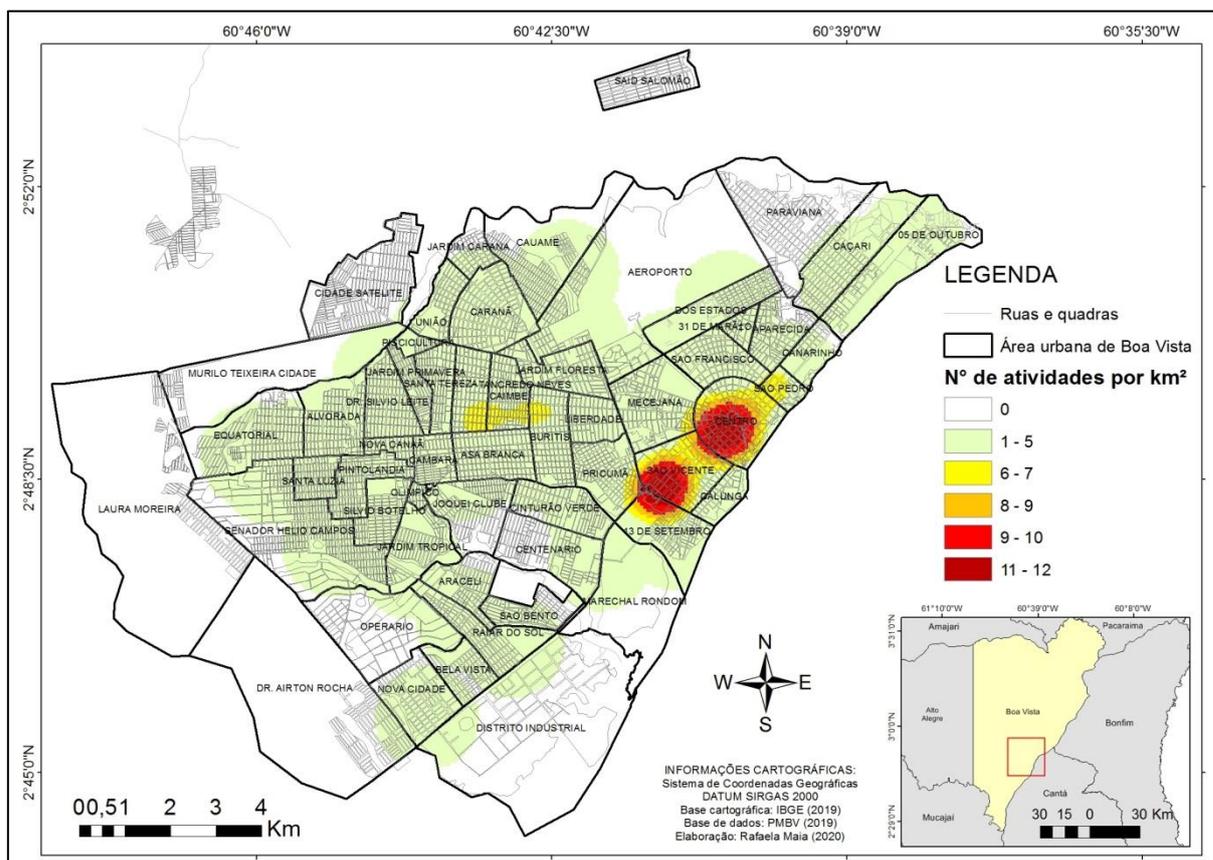
Na localização do segmento observa-se que a maior concentração está entre os bairros Mecejana e Liberdade (Av. Venezuela) se expandindo para o Pricumã (Av. Via das Flores), ou seja, é uma região que apresenta a maior oferta de produtos e serviços voltados para animais. Além disso, há também outras manchas de menores escalas no Centro, São Vicente, Asa Branca e uma pequena parte do Tancredo Neves e Psicultura.

5.11 A DISTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADES ECONÔMICAS DE ALOJAMENTO

A distribuição dos hotéis, motéis e pousadas estão agrupadas no segmento de alojamento que refere-se ao aluguel por curto prazo.

Conforme o mapa 29, a localização do setor ocorre em maior disponibilidade no Centro, ocasionalmente pela disponibilidade de transporte, cultura, história, infraestrutura entre outras características importantes se ampliando ao São Vicente e parte do 13 de Setembro, pois se localiza próximo a Rodoviária Internacional de Boa Vista. Em menor número observa-se uma mancha mais ao oeste entre Buritis, Caimbé e Santa Tereza.

Mapa 29 – Distribuição de hotéis, motéis e pousadas



Fonte: Rafaela Maia (2020)

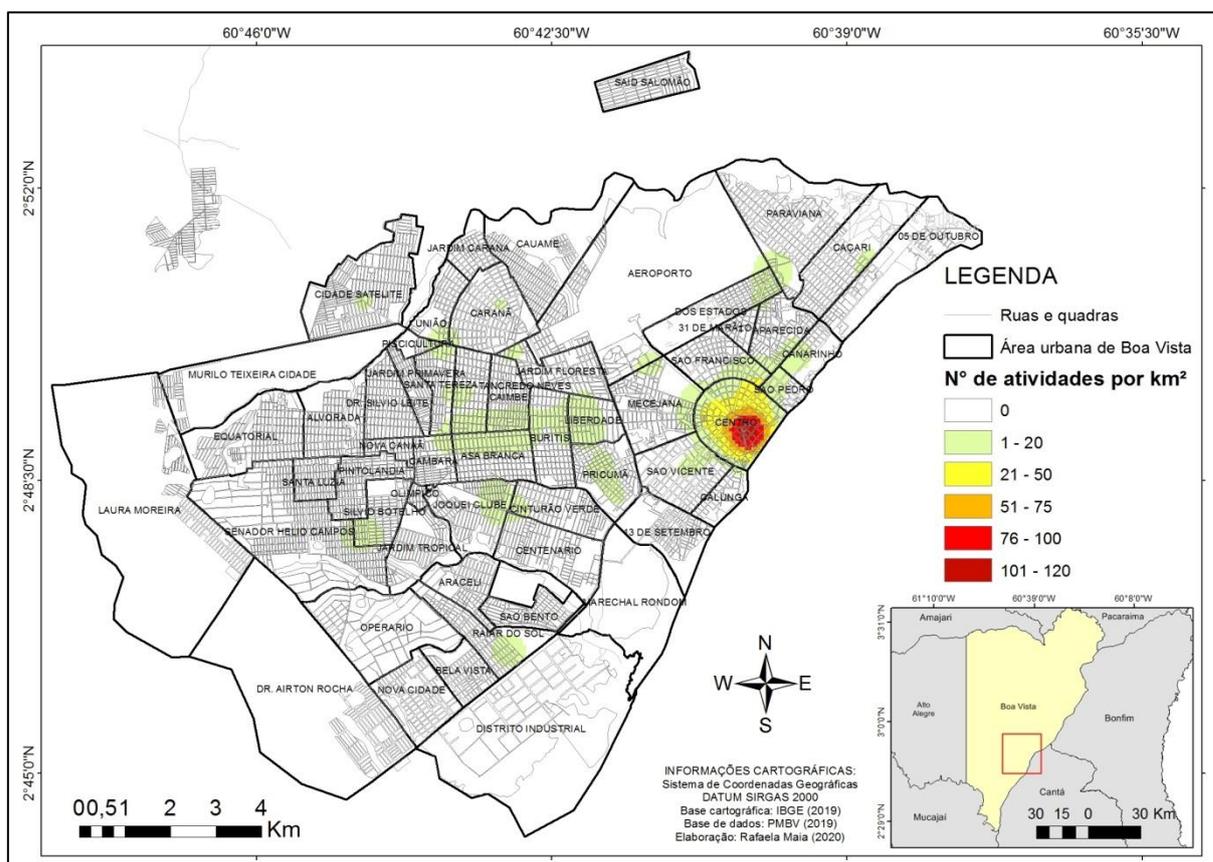
5.12 A DISTRIBUIÇÃO DE ATIVIDADES ECONÔMICAS NAS FINANÇAS

Empreendimentos a serviço do setor financeiro apresentam-se frequentemente implantando em principais vias de acesso e de grande circulação, por muitas vezes, próximos uns aos outros, ocasionando uma aglomeração e centralidade, embora, é importante que também estejam próximas ao consumidor, já que na atualidade contemporânea se tornou uma atividade essencial.

Este segmento em Boa Vista apresenta 321 empresas, sendo elas bancos comerciais, cooperativas de crédito, casas lotéricas, escritórios de contabilidade e serviços auxiliares de crédito e informações cadastrais.

De acordo com a distribuição expressa no mapa 30, observa-se o Centro possui o maior número de empreendimentos do ramo, com uma intensidade que vai se propagando em menor escala ao longo de Boa Vista. Entretanto, a disposição do segmento ocorre também em baixa disponibilidade ao longo de todas as regiões da capital, o que acaba por muitas vezes ocasionando uma super lotação em alguns ambientes, como em casa lotéricas.

Mapa 30 – Distribuição de empreendimentos de finanças em Boa Vista



Fonte: Rafaela Maia (2020)

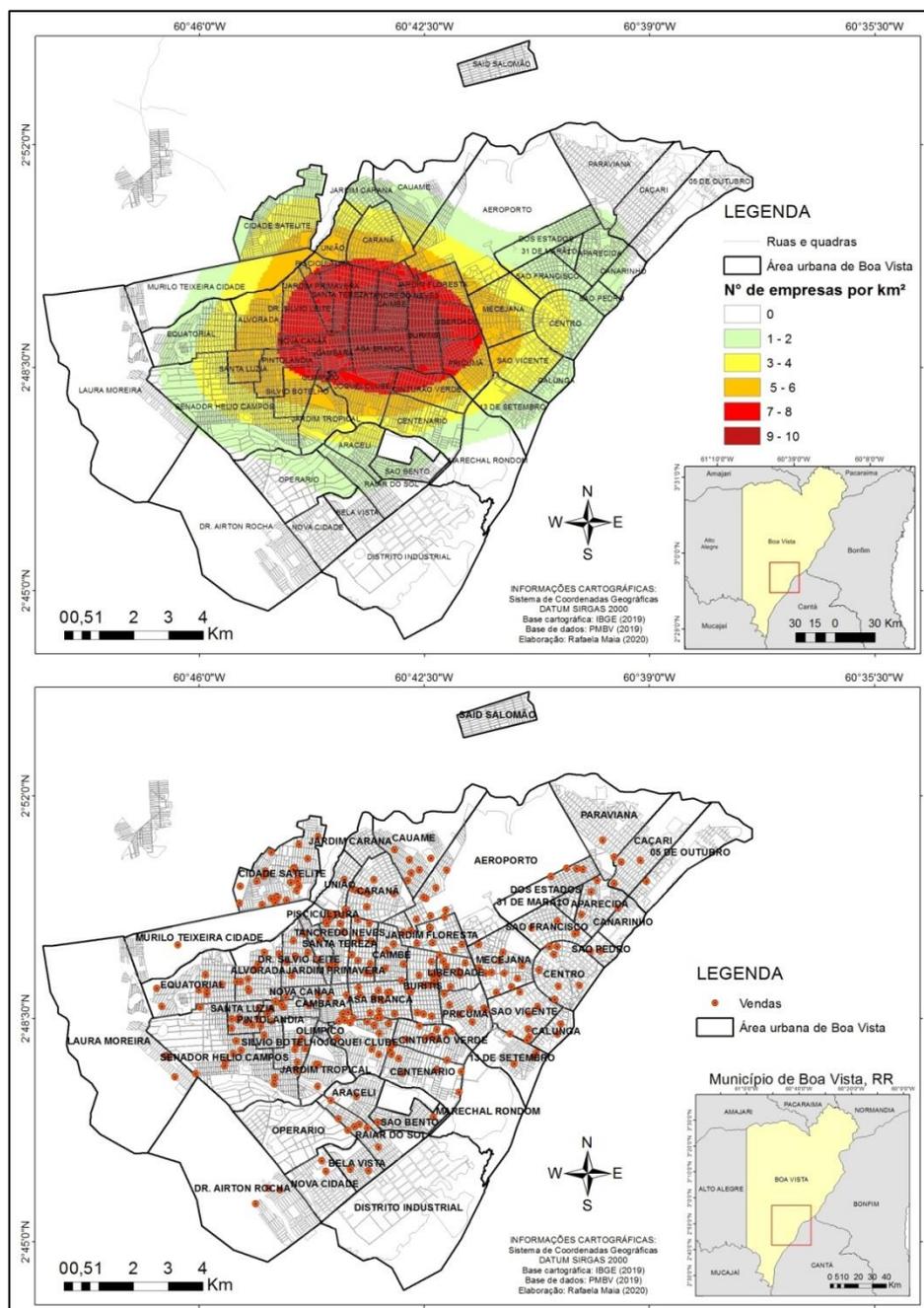
5.13 A DISTRIBUIÇÃO DO SERVIÇOS DE VENDAS SEM CLASSIFICAÇÃO

E, finalmente, serão apresentadas aquelas atividades que são encontradas em praticamente toda região que exerce um comércio, percebido neste estudo,

como o de maior diversidade entre os seus próprios formatos (camelô, quiosques, barracas, tendas), se caracterizando por vendas de artigos em geral.

Em virtude da disposição das atividades no levantamento de dados foram classificadas três tipos: vendedor ambulante, promotores de vendas e vendas não específicas, porém, todas realizadas no próprio local informado, a fim, de encontrar sua aglomeração.

Mapa 31 - Distribuição de atividades de vendas varejistas diversas



Fonte: Rafaela Maia (2020)

De acordo com o **mapa 31**, observa-se que dessa vez o centro não exerce a centralidade, mas sim, a maior disposição encontra-se no Buritis, Caimbé, Asa Branca e Tancredo Neves, ou seja, próxima a Av. Gen. Ataíde Teiveno trecho que apresenta uma feira livre aos domingos. Outro aspecto diferenciado é que a mancha vai se ampliando ao longo dos demais bairros até atingir as menores escalas que varia de 2 por km², portanto, com exceção do Said Salomão e Pedra Pintada ao norte, todos os demais bairros possuem essa atividade econômica.

Nota-se que essa mancha de densidade ficou distinta das demais, isso se deve ao fato da pequena quantidade de empresas cadastradas na PMBV, onde a maior parte das empresas de vendas ambulantes ocorrem de maneira informal, realidade observada na pesquisa de campo. Para solucionar esse distinção nos dados, optou-se por acrescentar um mapa de pontos locacionais, para melhor visualização.

Após concluir a identificação da intensidade das atividades econômicas e por seu segmento na disposição do espaço urbano de Boa Vista, foi possível chegar aos seguintes resultados: A maior aglomeração de atividades econômicas dos mais diversos setores encontra-se na área central, seguido pelos bairros próximos, posteriormente vem a região Oeste com destaque para a Avenida General Ataíde Teive, que apresenta em sua disposição diversos setores, embora em menor escala, como no caso da saúde.

É necessária a apresentação da importância dessas atividades anteriormente mencionadas, para mostrar como ocorre a descentralização das atividades e o surgimento de novas centralidades no espaço urbano boa-vistense. Nesta oportunidade, foi possível avaliar a disposição das empresas no espaço urbano de Boa Vista e perceber algumas localizações centrais específicas, além de traçar algumas localizações para a então pesquisa de campo.

Contudo, a área central ainda tem relevância muito grande, isso ocorre pela influência que o mesmo exerce no município e nas demais cidades do estado, já que atrai um fluxo de pessoas que buscam pelos serviços que lá se concentram, como finanças, saúde e lojas de artigos varejistas, especialmente.

6 – CENTRO, SUBCENTROS E EIXOS COMERCIAIS EM BOA VISTA

Como sabemos, a concentração das atividades econômicas na cidade, efetiva-se no formato de centro, subcentro e eixo comercial, conforme autores como Côrrea (1995), Villaça (2001), Duarte (1974), Sposito (20021), entre outros que buscaram analisar as formas de organização interna comercial das cidades.

Como parte fundamental para o entendimento dessa estrutura em Boa Vista, a fim de compreender o processo de descentralização das atividades de comércio e serviço e a formação de novas centralidades, analisou-se as características de a disposição dos mesmos na cidade. A partir da identificação das localizações que apresentaram maior concentração comercial em variados ou específicos setores, foi traçada uma pesquisa de campo.

Para facilitar a compreensão do processo de centralização econômica, dividiu-se os subcentros pelas zonas urbanas administrativas, em virtude de apresentarem particularidades semelhantes.

Assim sendo, as repercussões econômicas no espaço urbano de Boa Vista podem ser verificadas em três planos, enfatizados na pesquisa: Centro, Subcentros e Eixos Comerciais, para o sugimento de novas centralidades, que geram um novo significado pela alteração das formas e funções desempenhadas na cidade.

6.1 ÁREA CENTRAL

Anterior a análise dos subcentros, é necessário que se situe a área central de Boa Vista e suas características espaciais e comerciais, pois não podemos pensar em novas centralidades, sem considerar a principal área comercial de Boa Vista. De modo geral, a área central de uma cidade consiste a uma parcela que concentra a maioria das atividades comerciais, financeira, serviços e econômicas em geral. Torna-se assim a partir da evolução e sucessão de vários processos que no decorrer do tempo mantém funções e fluxos. Processos esses vinculados ao transporte que garantem a acessibilidade.

A origem do bairro enquanto área central esta relacionada com o seu processos histórico de desenvolvimento, próximos a sede da fazenda chamada Boa Vista do Rio Branco que atualmente é o Restaurante Meu Cantinho, surgiu um

pequeno povoado, instalando residências e pequenos locais para consumo, sendo o único povoado da região (VERAS, 2009).

A área central, especialmente na Praça do Centro Cívico, centraliza os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário. E ainda instituições financeiras e órgãos da esfera federal e estadual. Também se destacando por ter um dos principais monumentos históricos do estado o monumento “O Garimpeiro” além da matriz da Igreja Católica (SILVA, 2007).

Figura 14 - Concentração dos poderes no Centro Cívico de Boa Vista



Fonte: Google Earth. Adaptações próprias (2020)

Conforme Batista (2013), as atividades econômicas em Boa Vista surgiram inicialmente nas principais ruas próximas ao Rio Branco, formando um aglomerado inicial (primeiro centro urbano), se instalando gradativamente próximos, onde a atividade nesse sentido foi auxiliando o processo de desenvolvimento da cidade e atraindo mais pessoas para a área urbana.

Portanto, as atividades comerciais em Boa Vista caminharam junto com a sua formação. Veras (2009) considera que a dinâmica urbana de Boa Vista se deu a partir da área central, onde se concentravam equipamentos e serviços, ampliando-se para a periferia, ou seja, o centro foi o agente indutor da dinâmica sócio espacial da cidade, exprimindo a própria constituição histórica da cidade, materializando atividades econômicas, sociais e culturais.

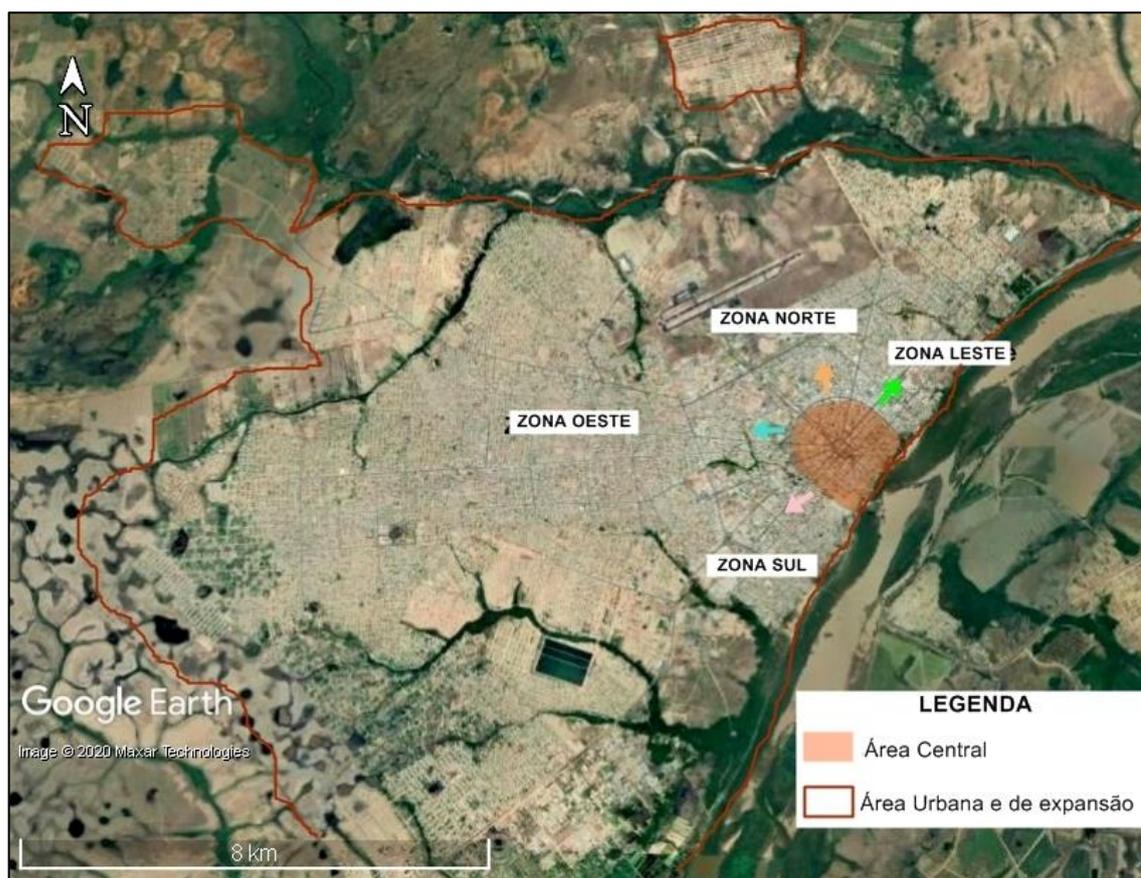
A área central de Boa Vista, possui o maior número de equipamentos urbanos e mantém as relações necessárias para o atual modo de vida urbano por dispor de fatores que garantem sua centralidade como, acessibilidade, simbolismo, relações sociais, concentração comercial e valor do solo.

Como os dois terminais de transporte: o Luiz Canuto Chaves e o José Campanha Wanderley que possuem uma plataforma de transporte de ônibus e outra de transporte alternativo de táxi lotação que passam por todos os bairros da cidade e garantem o fluxo de pessoas na área.

Com essas vantagens locacionais criadas ocorreu uma crescente concentração de atividades comerciais, prestadores de serviços e um mercado de trabalho. Porém, relacionando-se com os custos e dificuldades de deslocamentos o centro oferece condições desiguais de acessibilidade relacionados ao tempo e espaço, com maior fluidez espacial de algumas zonas que outras (figura 15).

A produção capitalista do espaço urbano da área central ocorre no formato de acumulação capitalista onde a atividade comercial na área central da cidade se destaca pela representatividade local, apresentando características singulares, as questões de centralidade urbana nessa área esta relacionada com o processo de produção urbana da capital, bem como ao comércio e serviço nesse espaço.

Figura 15 - Localização da área central na cidade de Boa Vista



Fonte: Google Earth (2020). Rafaela Maia (2020)

Para Santos (2008) isso ocorre por que a distribuição dos indivíduos na cidade se dá segundo sua classe social e poder aquisitivo que dependem do espaço geográfico que se situam, como por exemplo em Boa Vista, a zona oeste possui os bairros mais distantes da área central.

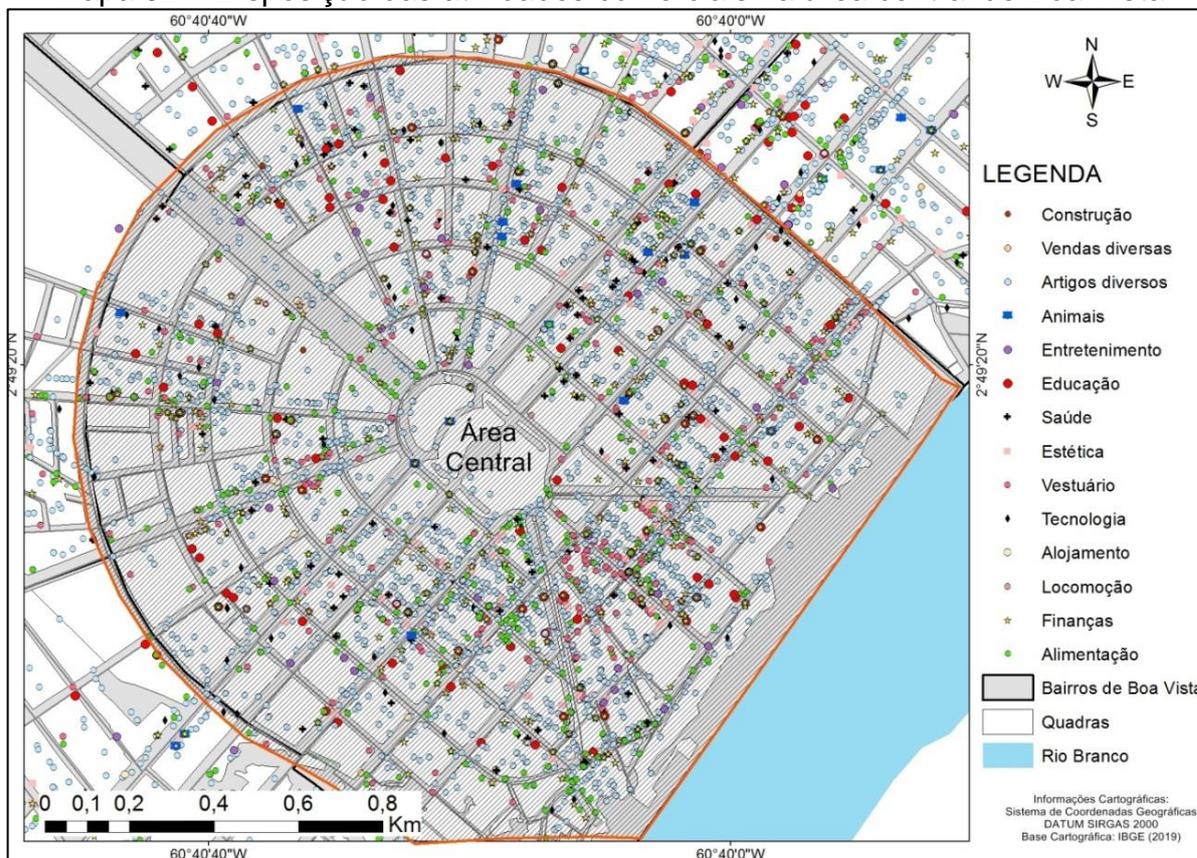
Atualmente, com 74 ruas as atividades econômicas de acordo com O levantamento realizado na PMBV na área apresentam 8.844 empresas do segmento privado cadastradas na Secretaria Municipal de Finanças, sem contar com os serviços públicos, instituições e as empresas informais.

Ampliam-se em grande parte da extensão no bairro, sendo possível encontrar empreendimentos e serviços públicos ou privados, por quase todas suas vias principais, gerando uma atratividade até aos bairros mais distantes. Em relação aos distintos segmentos econômicos, ao bairro possui a disposição de todos os setores aqui abordados, conforme observado no capítulo anterior e expressos no **mapa 32**.

Apesar da difícil visualização, por vários pontos estarem sobrepostos, é possível observar a ampla quantidade de empreendimentos na área central. Com o

comércio concentrado entre pequenas e médias empresas que se ampliam ao longo de todo o bairro Centro, apresenta uma especialização eclética, pois apresenta diversos segmentos, facilitando sua busca, embora, alguns em maiores quantidade.

Mapa 32 – Disposição das atividades comerciais na área central de Boa Vista



Fonte: Rafaela Maia (2020). Base de dados: PMBV (2019)

Conforme o mapeamento realizado, percebe-se que a área central mantém certa concentração de alguns ramos de atividades. Como as lojas de vestuário, calçados e acessórios que se ampliam pela Av. Jaime Brasil. Os artigos varejistas em geral armarinhos, lojas de departamentos, óticas, móveis, etc, se mantém na área.

Nas proximidades da Praça do Centro Cívico estão os órgãos institucionais e as atividades de saúde, além de serviços de alojamento e alimentação que se amplia por quase toda a extensão do bairro.

Dentro do espaço do centro ocorrem áreas que se destacam por exercer uma especialização produtiva mais concentradas em determinados produtos como na Av. Nossa Senhora da Consolota seis óticas e duas clínicas oftalmológicas, ou seja,

possui uma atratividade potencial para atrair a consumidores de toda a cidade (Figura 16A).

Outra localização já conhecida pela sociedade esta entre a Av. Benjamin Constant e a Rua Araújo Filho, especializada em joalherias, fabricação de jóias, compra e venda de ouro, desenvolvida pela importância do extrativismo e garimpo na região de Roraima (Figura 16B).

Ao longo Av. Sebastião Diniz possui um comércio concentrado por artigos varejista diversos que representam uma das principais localizações para quem procura por itens como, lojas de móveis, lojas de decoração, inclusive com vendedores ambulantes comercializando.

Figura 16 - Especialização produtiva na área central

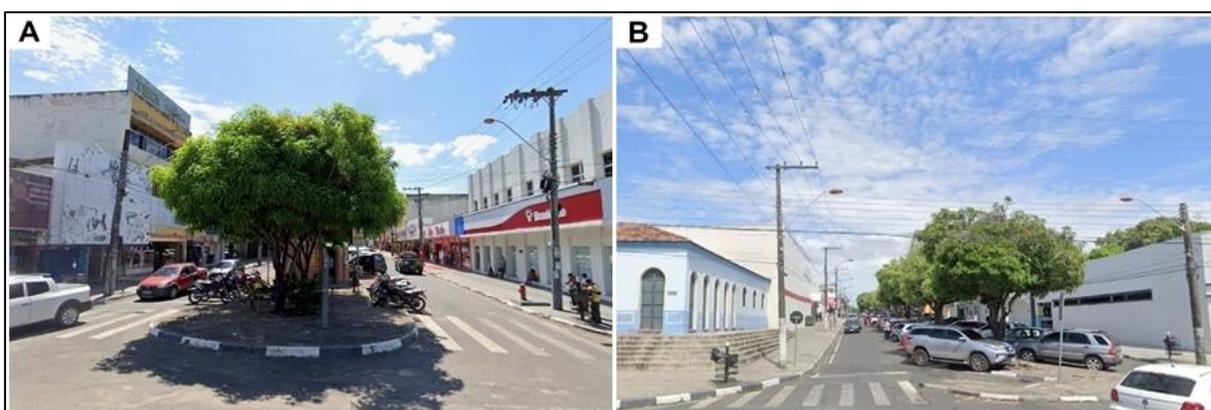


Fonte: Rafaela Maia (2020)

Já a Av. Jaime Brasil é conhecida pela concentração do comércio varejista em vestuário e calçados, com lojas tradicionais locais como o Shopping Center e a franquia nacional Shop do pé (Figura 16D). As maiores aglomerações de comércio varejista são observadas na Av. Jaime Brasil, Rua Cecília Brasil, Av. Sebastião Diniz, Inácio Magalhães e Av. Getúlio Vargas, tratando-se de um centro comercial tradicional, devido ao seu histórico de primeira área comercial de Boa Vista, inclusive possui estabelecimentos instalados há mais de 15 anos.

A Av. Jaime Brasil possui comércio por toda sua extensão, com 436 lojas distribuídas em 550 metros de extensão em 5 quadras possui um rápido acesso, onde os frequentadores conseguem visitar visitá-la como pedestre facilmente. Como observado na figura 17A, do início ao fim da avenida ocorre elevada circulação de pessoas e veículos. Porém, o estilo do comércio muda conforme a rua avança, e vai de pequenas empresas a prédios tombados que contam a história de formação da capital, como mostra a figura 17B.

Figura 17 – Av. Jaime Brasil (A) Entrada (B) Saída



Fonte: Rafaela Maia (2020)

Trata-se da principal área de aglomeração de comércio. Localizada na Av. Jaime Brasil e suas imediações. Consideramos como uma área comercial estagnada, alcançando seu nível máximo de uso, em virtude do pouco espaço para a ampliação ou instalação de novas empresas. O que ocorre frequentemente são empresas fechando e outras ocupando aquele mesmo espaço.

A área central, em geral, possui relações comerciais de complexidade distantes, apresentando concentrações de diversas empresas em galerias, como nos Centros de Compras Caxambú, conhecido como o camelódromo da capital, construído entre a Av. Sebastião Diniz e a Av. Inácio Magalhães, soma mais de 400 boxes.. (Figura 18A).

E o Centro de Compras Comercial Wakiri, inaugurado em 2019, localizado na Rua Inácio Magalhães, com uma infraestrutura moderna, que dispõe de 110 pequenas lojas entre artigos e quiosques de alimentação (figura 18B).

Figura 18 - Galerias de compras da PMBV (A) Caxambú e (B) Wakiri



Fonte: Rafaela Maia (2020)

Locais com alta circulação de pessoas pela atratividade oferecida. Há diversos quiosques para esse formato de venda ao longo das ruas e dos prédios, bem como vendedores ambulantes que atuam na informalidade e sem espaço físico para vender os produtos, que são na maioria artigos diversos de origem estrangeira, alimentícios e produtos artesanais.

As atividades ligadas à saúde, como clínicas médicas e de exames e área financeira continuam tendo importante presença na área central, que além do número de locais em si, os prédios são maiores e atendem maior quantidade de pessoas, o que leva ao deslocamento de pessoas dos diversos bairros da cidade.

Nas finanças, possui todas as principais Instituições financeiras locais, apesar de não serem em elevados números, são prédios grandes que atendem a população da capital do interior..

Em relação a infraestrutura do bairro, durante a pesquisa de campo observou-se que todas as ruas possuem pavimentação, iluminação pública, calçadas e algumas com canteiro central. No entanto, com o elevado número de pessoas circulando durante o dia, apresenta um problema em relação ao tráfego de veículos. Considerando o aumento populacional e a disponibilidade de outros centros comerciais, e as dificuldades para estacionar, a população tende a deixar de procurar essa região.

Na tentativa de sanar esse problema e manter sua centralidade, a Prefeitura Municipal de Boa Vista realizou algumas mudanças no ano de 2018, como sinalização e a tentativa de implantar a chamada “zona azul de estacionamento”, seria agregado um valor mínimo de tempo para o consumidor ocupar a vaga e em troca seria pago um valor simbólico, inclusive foram demarcadas as áreas com placas e equipamentos, no entanto, não chegou a ser concluído.

Considerando as transformações no espaço urbano de Boa Vista que passou a apresentar uma maior diversidade econômica e intensidade de fluxos para diferentes regiões, a relação do Centro com a cidade pode sentir essa situação, devido as suas limitações territoriais, isso leva a descentralização do centro. Assim, alguns aspectos que podem desencadear esse processo na área são:

- a) O uso intensivo do solo e aglomeração de empresas.
- b) Valor elevado do solo, como custo de um imóvel, terreno e do aluguel que segundo alguns lojistas ultrapassa o valor de dez mil reais mensais.
- c) Crescimento urbano de Boa Vista para a zona Oeste aumentando a distância de alguns bairros ao Centro.
- d) Má circulação de vento, elevada sensação térmica, poluição visual e falta de estacionamento.
- e) Concentração diurna em horário comercial que provoca intenso fluxo de pedestres e de veículos.
- f) Esvaziamento do Centro no período noturno.
- g) Vulnerabilidade em segurança pública.

Portanto, a saída e/ou ampliação de atividades econômicas levou ao surgimento de novas centralidades no espaço urbano de Boa Vista, como os subcentros, eixos comerciais e os shoppings centers. Embora, mesmo ocorrendo a descentralização a área central não perde sua importância, mantendo algumas atividades fundamentais e abrigando outras novas formas, isso faz com que o Centro não perca sua característica.

Com a apresentação do centro e suas características, percebe-se que a área central no cenário boavistense ainda possui uma relevância muito grande mesmo com o surgimento de novas centralidades. E isso ocorre não apenas no espaço urbano local, mas também, na influência regional que a cidade possui, já que atrai pessoas oriundas dos demais municípios de Roraima procurando pelas atividades e serviços.

Portanto, com o crescimento urbano, populacional e econômico, aliados ao processo de lugares centrais, atratividade, fragmentação e novas centralizações é importante um estudo que organize e expresse as outras áreas de importante atividade comercial como os subcentros e eixos comerciais, como será analisado a seguir.

6.2 SUBCENTROS E EIXOS COMERCIAIS

Os subcentros são locais que possuem uma concentração de atividades econômicas de comércio e serviços, transportes, equipamentos urbanos, circulação elevada de pessoas e que exercem atratividade da população para a área, podendo ser múltiplo ou especializado. Se originam a partir da expansão do tecido urbano, em função das mudanças e necessidades da sociedade (SPOSITO, 2011).

Já os eixos comerciais estão entre as novas formas de centralidades, porém, menos estudadas no âmbito da Geografia econômica urbana brasileira, tanto nas metrópoles como em cidades médias. Alguns autores como Sposito e Duarte, definiram características dessas formas espaciais em relação a estrutura comercial de uma cidade.

A utilização desses espaços na cidade mostra a importância do comércio como fonte de desenvolvimento econômico urbano. O encontro e fluxo de pessoas, mercadorias e ideias formam o contexto atual de Boa Vista e conseqüentemente a organização dos espaços comerciais.

Assim se estabeleceu a localização das atividades econômicas de comércio e serviços, com agentes transformadores do espaço urbano. A necessidade da população ao longo dos anos foi se modificando e abrindo espaço para novas atividades e ocupações. Desta forma, emergiu as novas centralidades que definem novas perspectivas de comércio e ocupação.

Gradativamente implantados os subcentros se desenvolveram se adequando aos investimentos públicos e de empreendedores conforme o ritmo e desenvolvimento da sociedade. São resultantes dos processos históricos e simbólicos construídos e desconstruídos a partir das ações, discursos e práticas do homem que materializam a história do lugar. Esta referência é inserida no contexto de Boa Vista, que tem na sua essência uma história de ocupação e produção a partir das políticas públicas e formação histórica em cada bairro.

Ordenar as áreas comerciais de uma cidade não é tarefa fácil, especialmente pelo aumento populacional no últimos anos. Esta ação, teoricamente seria facilitada pelo Plano Diretor da cidade, no entanto, essa questão não é abordada no então Plano de 2006, até porque, esse plano diretor publicado está defasado na atual configuração espacial de Boa Vista. De acordo com a PMBV, o novo está elaborado, mas ainda não foi publicado.

O economista Milton Nascimento da SEPLAN/RR descreve em um texto técnico de 2013, que as áreas comerciais de Boa Vista, até então seriam dez localizações, dentre os quais estão o Centro, Ataíde Teive, Buritis, Pintolândia, Pricumã, Mecejana, São Vicente, 13 de Setembro, Raiar do Sol e Boa Vista Shopping (SEPLAN/RR, 2013).

Ressalta-se que o Boa Vista shopping já não existe mais e no bairro Mecejana observou-se que não há nenhuma área comercial, somente casos isolados, não sendo relevante durante a observação *in loco*. Portanto, sem uma definição técnica-científica, faz-se necessário uma investigação e atualização. Assim, nem todas as áreas citadas foram consideradas subcentros, por não se adequarem aos estudos científicos e a metodologia proposta.

Uma importante verificação realizada nesse estudo e que foi comprovada nas fases da pesquisa é a de que os subcentros em Boa Vista são representados pelos principais eixos viários da cidade e suas proximidades.

Seguindo os parâmetros metodológicas da pesquisa e por se adequarem às propostas da autora, apontou-se enquanto centralidades comerciais como subcentros e eixos comerciais as localidades organizadas pelas Zonas administrativas Norte, Sul, Leste e Oeste, que podem ser observadas no quadro 5.

Quadro 5 - Classificação das áreas comerciais estudadas

ZONA OESTE	ZONA NORTE	ZONA SUL	ZONA LESTE
Av. Gen. Ataíde Teive	São Francisco e São Pedro	Av. das Guianas	Av. Ville Roy
Av. Estrela D'alva - Raiar do Sol	Av. Cap. Júlio Bezerra	Av. Ville Roy	
Av. Venezuela			
Pintolândia			
Buritis			
Senador Hélio Campos - Dr. Silvio Botelho			
Av. Princesa Isabel e arredores			
Pricumã - Via das Flores			
Centenário			
Caraná			
LEGENDA:	Subcentro	Eixo comercial	Especializada

Fonte: Rafaela Maia (2021)

Apresentam diferentes características, sendo que alguns subcentros ainda não se consolidaram completamente, mas, caminha para tal, como observado pelo elevado o fluxo de pessoas e transporte que garantem essa concretização. Já os eixos comerciais são frutos da expansão planejada e espontânea ocorrida na cidade.

Para o Sebrae Roraima (2020), todas essas áreas destacadas correspondem a centros comerciais de Boa Vista, que inclusive recebem ações recorrentes da instituição que busca incentivar a formalização de micro e pequenas empresas nas áreas, que são a grande maioria, e ainda implementar soluções para crescimento do negócio.

De todo modo, são localidades que possuem um adensamento de comércio e serviços típicos, tais como a expressão econômica na cidade, circulação de pessoas e de transporte, dessa forma exercem uma importante função social, atuando como núcleos polarizadores das principais atividades produtivas.

6.3.ZONA OESTE

A zona Oeste concentra 75% da população total de Boa Vista com 229.454 habitantes conforme o IBGE (2010). Composta por 40 bairros e diversos loteamentos e residenciais surgindo aumentando a limitação da área urbana da cidade.

Nela estão os subcentros e eixos comerciais com maior destaque em área, número de atividades e circulação de pessoas: Av. Ataíde Teive; Pintolândia; Senador Hélio Campos e Dr. Silvio Botelho; Av. Venezuela (especializado em locomoção); Raiar do Sol; Buritis; Eixo comercial Av. Princesa Isabel; Eixo comercial Av. João Liberato (Pátio Roraima Shopping); Eixo comercial Av. Centenário; Eixo comercial Via das Flores.

6.3.1 Av. Gen. Ataíde Teive

Com a expansão urbana, o surgimento de subcentros comerciais fora das proximidades do Centro da cidade, ocorreu para atender as necessidades da população dos bairros mais periféricos. Dentre os subcentros, o que mais se destaca é o da Av. Gen. Ataíde Teive que surgiu como uma alternativa de consumo

para a população da zona oeste de Boa Vista, que ao invés de se deslocar até o Centro pode satisfazer suas compras por artigos e a busca por serviços na região (FARIAS *et al*, 2016).

O nome dessa Avenida, assim como ficou conhecido o próprio subcentro é em homenagem ao Capitão General Fernando da Costa de Ataíde Teive Souza Coutinho, Governador do Pará entre 1763 e 1769, sendo um dos responsáveis pela colonização de Boa Vista, no período em que se consolidou o domínio estratégico militar, com explorações estratégicas para proteger o território. que foi o Governador. (VERAS, 2009).

Atualmente, no que se refere a área da pesquisa subcentro da Av. Gen. Ataíde Teive a própria via e suas proximidades, ressalta-se sua importância, pois é um dos elos entre os bairros da zona oeste com o Centro e vice-versa, desse modo, possui um constante fluxo de veículos e pessoas, é umas das principais linhas do transporte coletivo, desse modo o acesso para chegar ao subcentro é considerado fácil.

Uma das maiores Avenidas da cidade, a mesma possui 12 km de extensão, passando pelos bairros: Mecejana, Liberdade, Buritis, Asa Branca, Tancredo Neves, Nova Canaã, Santa Tereza, Cambará, Dr Silvio Leite, Alvorada, Pintelândia, Equatorial e Cruviana.

Utilizando-se da metodologia proposta por Farias et al (2016) para melhor compreensão da dinâmica econômica presente na Avenida, organizou-se à em três setores distintos que foram observados na pesquisa de campo. Além disso, pela quantidade de pontos ser muito elevada e não serem identificáveis (um por cima do outro) optou-se por não utiliza-los nesse caso. Portanto, no mapa 33, observa-se essa realidade.

Mapa 33 – Localização do Subcentro da Avenida Ataíde Teive e seus setores



Fonte: Rafaela Maia (2020). Base Cartográfica: IBGE (2019).

As atividades econômicas se ampliam por quase toda sua extensão, no entanto apresenta um maior aglomeração a partir do bairro Buritis até o Santa Tereza, perímetro que possui diversos setores. Nesse trecho principal destacado como setor 1 e subcentro se encontra a maior aglomeração de empresas e serviços, e quase não se percebe residências.

Há uma predominância de lojas de vestuário, filiais de e Jumpsas localizadas no centro, lojas grandes e com fachadas modernas, lojas pequenas, vendedores ambulantes, lanchonetes, salões de beleza, vestuário e artigos em geral etc. Há também a presença de serviços financeiros públicos e privados como a Bancos e instituições de empréstimo pessoal.

Quanto a infraestrutura, a avenida apresenta asfalto, iluminação, placas de trânsito, estacionamento em fila entre a calçada e a Avenida, que em algumas situações, especialmente nos horários de pico dificulta o tráfego de pessoas e veículos.

Figura 19 - Características do subcentro (A) Infraestrutura (B) Feira Livre realizada aos domingos



Fonte: MAIA (2021)

Fonte: Folha de BV (2019)

Nesse núcleo há também o Feirão do Garimpeiro e a Feira Livre de Rua aos domingos que reúne cerca de 650 feirantes e 30 mil pessoas consumindo em um único domingo. Vale ressaltar que as lojas ao longo da avenida também funcionam no horário da Feira (Figura 14B)

No entanto, há outro setor que chamou a atenção durante a pesquisa de campo, entre os bairros Silvio Leite, Nova Canaã e Alvorada (depois da mangueira) que vem desenvolvendo uma elevada aglomeração de empresas de grande porte, supermercados, açougues, distribuidoras, materiais de construção, com destaque para oficinas e auto peças.

No restante da Avenida é possível encontrar empreendimentos, embora, de menor número, verificando inclusive espaços vazios e residenciais, especialmente no final do Equatorial até o perímetro urbano da cidade. Conforme Santos (2004) essa parte do subcentro podemos chamar de espaço de repouso. Diante dessas características, acredita-se que o subcentro tende a se unir especialmente no setor 1 e 2, avançando cada vez mais no sentido oeste.

Já esse terceiro setor destacado é a Av. Gen. Ataíde Teive no perímetro do bairro Mecejana, localizado entre a Av. Venezuela e a Av. Terêncio Lima, apresenta um baixo comércio, alguns com pontos comerciais antigos fechados, em meio as residências.

Atualmente não apresenta uma aglomeração com um ou outro empreendimento em meio aos vazios no terreno, porém, essa região tem sua

importância pois trata-se da entrada para o Centro, apresentando um intenso fluxo de veículos.

Conforme Farias *et al* (2016) esse foi o primeiro “subcentro” da Avenida, no entanto, atualmente encontra-se essa realidade. Isso nos remete como funciona as relações do comércio com a cidade que tende a se aproximar cada vez mais da maior quantidade de população, estabelecendo um princípio de Conveniência onde as empresas realizam um estudo sobre o melhor local para se instalar.

Nesse sentido, Lefebvre (2004), contextualiza que a centralidade se modifica, na medida em que se constrói, se destrói e se reconstrói conforme a sociedade se modifica, onde o espaço se torna produto que reproduz os interesses das classes dominantes.

De acordo com o levantamento de dados realizado na PMBV (2019) a avenida possui 3739 empresas cadastradas, distribuídas com base nos parâmetros da metodologia pode-se dizer que trata-se de um subcentro com dois núcleos principais, um consolidado exercendo um comércio aglomerado e tradicional.

E o segundo, em desenvolvimento com espaços de possíveis expansões, exercendo um comércio novo, com destaque para empreendimentos novos em meio aos antigos. Os dois tratam-se de áreas comerciais heterogêneas com disponibilidade de segmentos variados.

Na concepção do processo de descentralização do centro principal o subcentro assume esse importante papel, sendo uma das áreas comerciais mais importantes da cidade, bem como, o centro possui uma relevância econômica, apresentando equipamentos urbanos, como bancos, casas lotéricas, caixas eletrônicas nas empresas, clínicas e escolas.

Considerando as características desse subcentro, pode-se afirmar sua importância na cidade de Boa Vista, com uma localização estratégica na parte oeste, caracteriza-se como uma centralidade multifuncional. Consolidado em uma das mais importantes áreas da cidade se destaca ao encontrar com outras importantes avenidas formando o maior corredor de comércio e serviços de Boa Vista, onde é possível encontrar desde materiais de construção a lotéricas.

6.3.2 Raiar do Sol – Av. Estrela D'alva

Segundo dados do Município de Boa Vista, o bairro Raiar do Sol está localizado na zona Oeste da cidade, segundo o IBGE (2010) possuía 5863 habitantes, está localizado ao lado direito da BR-174 sentindo Amazonas se ampliando por 42 ruas, faz divisa com os bairros São Bento, Aracelis, Operário e Bela Vista.

De acordo com o histórico do bairro, as primeiras ocupações de moradores no bairro foram no ano de 1994, que se deram por meio de invasões organizadas por lideranças que invadiram a área aberta de lavrado para alocar famílias necessitadas. Tornou-se bairro legalizado somente em 2001, criado pela lei 556, de 10 de maio de 2001, por meio de uma ação movida pelos próprios moradores alcançando equipamentos urbanos públicos como a água encanada e o transporte coletivo (SOUZA, 2011).

Contudo, por muitos anos foi considerado um bairro com muitos espaçamentos vazios e por ser o primeiro bairro daquela área era uma localização um tanto isolada, que foi crescendo pouco a pouco com o passar dos anos atraindo uma maior quantidade de população em virtude do crescimento populacional de imigrantes nordestinos desencadeado na década de 2000 (SOUZA, 2011).

Em todo o bairro a Av. Estrela Dalva se destaca por ser um elo que interliga outros bairros da Zona Oeste como a saídas da cidade, através da BR 174, aumentado o tráfego de pessoas e de veículos, portanto, considerada a via principal do bairro.

Com o crescimento urbano de Boa Vista, a inserção do comércio surgiu para atender a população, a partir da necessidade da população em se estabelecer financeiramente, provocando uma nova centralidade comercial com a valorização da área e inserção de novos empreendimentos.

Atualmente as atividades econômicas de comércio e serviço presentes no bairro são bastante diversificadas e estão aglomeradas ao longo da Av. Estrela D'alva, considerado como um subcentro pelos autores Souza e Veras (2011), apresenta um fluxo alto de pedestres, motociclistas, ciclistas e motoristas.

Como podemos verificar no mapa 34, as atividades se ampliam ao longo de quase toda a Av. Estrela D'alva, embora, de forma mais concentrada na entrada do bairro pela BR174 até a ponte sob o Igarapé Grande, posteriormente o comércio e

serviço ocorre ao longo de toda a via, porém de forma menos intensa. No geral totalizam 447 empresas.

Mapa 34 – Disposição do subcentro Raiar do Sol na Av. Estrela Dalva



Fonte: Rafaela Maia (2020). Base Cartográfica: IBGE (2019). Base de dados: PMBV (2019).

Com destaque para o segmento de artigos diversos como lojas de armarinhos, móveis, vestuário, serviços de salões, alguns inclusive se tratando de filiais de lojas inseridas no Centro, como Casa Lira, Pemaza, Lojas Perin, O Boticário, Pague Menos, Delta Cursos, Supermercados DB e Gavião. Possui atividades do setor de ensino, com escola de cursos, clínicas de saúde e de realização de exames. Nas finanças se destaca a presença da Caixa Econômica Federal.

Atende aos moradores do bairro e de suas imediações, pois os bairros ao seu redor não apresentam um centro comercial concentrado de impacto como o da via, portanto, essa localização garante aos moradores sem necessidade de deslocamento até a área central, uma característica importante do processo de descentralização do centro principal.

Assim como lojas com fachadas modernas e mais simples (figura 20), adaptadas na frente da residência, com poucas atratividades visuais. Conforme Santos (1979), essas são características do circuito inferior da economia devido ao formato de vendas não intensivas, de pequena escala, exercendo uma competitividade desfavorecida.

Figura 20 - Lojas modernas x lojas antigas



Fonte: Rafaela Maia (2020)

A informalidade comercial na área, segundo Souza *et al* (2011), ela ocorre nas calçadas, em frente aos supermercados ou em estruturas improvisadas, nas quais são comercializadas o produto ou serviço, em sua maioria na clandestinidade e sem higiene adequada como água parada e lixo, fator esse verificado pelo autor em 2011 e atualmente em 2020.

Outro destaque é o setor de alimentação com diversas lanchonetes e pequenas mercearias de produtos alimentícios ao longo da avenida. Há também a presença de alguns empreendimentos classificados enquanto saúde como de clínicas de exames e odontológicas e um Posto Municipal de Saúde.

E nas finanças se destaca uma agência bancária da Caixa Econômica Federal. Na educação pública duas escolas: uma de Ensino Médio, Wanda David

Aguiar e a Escola Brilho do Sol de Ensino Infantil. Portanto, possui as características de um subcentro heterogêneo com potencial para especialização futura.

Assim sendo, a quantidade de empreendimentos consegue satisfazer as necessidades diárias e rápidas das redondezas, apesar de o número não ser tão elevado, há um constante fluxo de pessoas e de veículos circulando na área bem como pedestres, bicicletas, motocicletas, carros e caminhões.

Com uma via de duplo sentido, há problemas em relação a circulação e o estacionamento que vem sendo realizado em fila ou até mesmo ocupando as calçadas dificulta a mobilidade ao longo da avenida.

Durante a pesquisa de campo pelo bairro observou-se que a parte do subcentro é asfaltada, porém, em alguns pontos é precário com a existência de buracos; possui iluminação pública, calçadas para os pedestres, embora sem acessibilidade para deficientes físicos.

De certo modo observou-se que foi se formando sem um planejamento urbano adequado para atender toda a população, por não possuir estacionamento adequado, acessibilidade nas calçadas que muitas das vezes são ocupadas por mercadorias das lojas e estacionamento, vale ressaltar que nos últimos dois anos recebeu sinalização de semáforos e de placas, melhorando o fluxo.

Portanto, trata-se de um subcentro que possui como público seus próprios moradores e das proximidades, exercendo uma concentração de forma heterogênea e diversificada, com potencial para alguns setores como o de vestuário.

Com o incremento do bairro a vinte e seis anos o comércio emergiu com o objetivo de trazer para a localidade o desenvolvimento econômico e social que com o passar dos anos vem se desenvolvendo, de forma consolidada favorecendo inclusive a ampliação e o desenvolvimento do mesmo na direção dos eixos viários que o atravessam, como verificado na esquina com a Av. Sol Nascente um elo com o bairro Bela Vista, inclusive a cidade vem se expandido nessa direção.

A configuração espacial do subcentro apresenta-se de forma linear, ocupando os dois lados da avenida, necessita de um planejamento que sane alguns dos problemas destacados, como no incentivo aos pequenos negócios de se formalizarem, proporcionando uma melhor qualidade de vida à população em geral.

6.3.3 Av. Venezuela – Subcentro especializado em locomoção

A cidade de Boa Vista apresenta frequentemente a ocorrência de espaços caracterizados pela densidade de lojas vendendo produtos similares e que são conhecidas por regiões de comércio especializado ou até mesmo subcentro especializado. Segundo Parente (2000, p.333), “nas cidades é comum encontrarmos em torno da região comercial do centro, ruas com a concentração especializada num ramo varejista”.

A Avenida Venezuela consiste na convergência da BR-174 no perímetro urbano o qual recebe os nomes de Av. Brasil e se torna Av. Venezuela após a Praça Simón Bolívar, onde consideravelmente se ampliam atividades econômicas do segmento de locomoção e transporte, todavia, de forma aglomerada no perímetro do bairro Pricumã e São Vicente, onde se desenvolveu um subcentro especializado com expressão econômica para toda a região de Boa Vista.

Quadro 6 – Tipos de vendas e serviços realizados

Acessórios automotivos	Limpeza
Autopeças	Troca de óleo
Mecânica	Borracharia
Manutenção de sistema de rondagem	Alarme
Auto elétrica	Lanternagem
Funilaria	Vidros e faróis
Venda de veículos	Insulfilm
Som	Abastecimento

Fonte: Rafaela Maia (2020)

As lojas que se localização oferecem uma infinidade de serviços e produtos para servir a quase todos os tipos de veículos, em diversas combinações funcionais que se complementam. Conforme o quadro 6, o subcentro apresenta a especialidade das atividades classificados no segmento de Locomoção e transporte, como a prestação de serviços como oficinas automotivas, bem como, venda de produtos varejistas de autopeças e acessórios, o mapa 35 aponta essas características.

Mapa 35 - Localização e disposição das atividades do segmento de locomoção ao longo do subcentro da Av. Venezuela



Fonte: Rafaela Maia (2020). Base de dados: PMBV (2019). Base Cartográfica: IBGE (2019)

Como se pode observar no mapeamento a disposição das atividades econômicas no setor de locomoção se destaca na área na Av. Venezuela e seu entorno, especialmente no perímetro do bairro Pricumã, se mostra inserido ao longo da Avenida, de modo aglomerado, sendo reduzido gradativamente até a divisa com Mecejana.

São 690 empresas distribuídas na Av. Venezuela e na Travessa Venezuela, (rua que passa por trás das oficinas), portanto, exercem uma enorme atratividade do segmento, garantindo sua especialidade. Entretanto, muitas ocuparam um mesmo

ponto no mapeamento e outras se sobressaem por ocupar áreas grandes pois necessitam de um espaço maior (terreno) para realização de muitas das atividades como a manutenção mecânica e a exposição de veículos. Isso faz com que os espaços entre as mesmas sejam maiores, apesar da proximidade, com algumas exceções que ocupam o mesmo lote.

Pensando na localização geográfica especializada por empresas diagnosticadas em 1982 por Alfred Marshall, quando observou que empresas da mesma especialidade tendiam a concentrar-se em uma mesma área geográfica. O autor traçou agentes determinantes para analisar essas concentrações:

- a) Concentração de mão-de-obra especializada,
- b) Oferta privilegiada do local
- c) Fluxo elevado de pessoas
- d) Empresas de grande porte
- e) Equilíbrio entre o porte das empresas
- f) Complementariedade nas vendas com os serviços

A figura 21, expressa os determinantes da concentração especializada proposta por Marshall em 1982 e observados durante a pesquisa de campo. Partindo do efeito mais significativo que é a concentração geográfica, verificou-se uma abrangência de negócios aglomerados e especializados, ocorre de forma equilibrada em relação à infraestrutura no tamanho dos prédios, embora, com casos isolados que se destacam.

Há a presença de empresas multinacionais como Honda, Hunday, Citroen que revendem na ocasião veículos, peças e serviços voltados as marcas. Além das filiais locais, como a empresa Pemaza autopeças, que dispõe de três empresas na mesma localidade, se destacando entre as demais (figura 16A).

A Figura 21B representa a localização privilegiada do subcentro especializado, localizado na entrada e/ou saída de Boa Vista em três sentidos, garante uma centralização observada pela população residente ou por quem visita a cidade.

Figura 21 - Concentração especializada observada no subcentro especializado



Fonte: Rafaela Maia (2020).

A Figura 21C, demonstra a concentração especializada do segmento de locomoção, visto que existe uma complementariedade de serviços para produtos, onde se realiza uma compra em uma empresa e o serviço em outra, como por exemplo, uma loja revenda o produto (peça mecânica) e a loja ao lado realiza o serviço. Portanto, é um ambiente que facilita a pesquisa do consumidor que busca por preços mais atraentes, dessa forma todos tendem a lucrar. Notado através do fluxo elevado de pessoas circulando em veículos e por fim empresas que se destacam por diferenciais na infraestrutura (figura 21F).

Autores como Fujita e Krugman (2002) ressaltam que a aglomeração especializada se dá por motivos de redução de custos para as empresas e para a população. Assim como sugere Hotelling (1929), para que as empresas de um mesmo setor de mercado têm um desempenho superior se estiverem localizadas juntas.

Contudo, a comunidade local já está adaptada ao subcentro, de forma que atende a toda a cidade, possui uma tipologia tradicional e um estágio evolutivo desenvolvido e estagnado em alguns pontos onde a aglomeração é mais intensa, todavia, o subcentro tem se ampliado gradativamente por outras ruas do bairro Pricumã e em menor número do lado do bairro São Vicente.

Trata-se de um importante eixo viário da cidade que apresenta elevada circulação de veículos que muitas das vezes entram na cidade pelo local, em contrapartida, as linhas de transporte público de ônibus e transporte alternativo de táxi-lotação não possuem linha no trecho destacado, funcionando apenas no perímetro da Av. Brasil, o que pode ser um problema para os funcionários que exercem essa mão-de obra concentrada ou até mesmo o consumidor, ou seja, a quem utiliza os meios de transporte.

Por ser apresentar uma localização estratégica na cidade, apresenta uma boa infraestrutura que recebe recursos públicos de pavimentação recorrente, com disposição de asfalto, calçadas, estacionamentos, coleta de lixo, limpeza e manutenção em geral.

Percebemos então nessa abordagem que a localização foi e é essencial no desenvolvimento do subcentro, que adquiriram características e valores envolvem na sociedade, provocando a homogeneização de um lugar com padrões de consumo e espacialidade destinada ao setor.

É importante salientar a influência do automóvel individual que foi adotado no Brasil em 1930, e em Boa Vista vem trazendo modificações na forma de apropriação do espaço e consequências para a população. Porém é importante para a manutenção e para impulsionar o desenvolvimento do subcentro especializado na cidade.

6.3.4 Pintolândia

O bairro Pintolândia, localizado na zona oeste de Boa Vista é o bairro mais populoso da cidade, segundo o último censo do IBGE (2010) possui 10.990 habitantes, com uma população composta por roraimenses, nordestinos e sudestinos, todavia, nos últimos dez anos, a cidade passou por um crescimento

populacional, como a imigração venezuelana estima-se que o bairro teve um aumento significativo nesses últimos dez anos.

Sua origem está atrelada com o resultado da corrente migratória chamada de “a corrida do ouro e diamante” entre 1987 e 1990, somado a incentivos públicos de ocupação como ampliação dos limites urbanos e programas habitacionais, Boa Vista recebeu um alto número de imigrantes especialmente nordestinos (VERAS, 2009).

Orientados para ocupar a zona oeste, quando “muitos não tendo onde morar ocupavam irregularmente as áreas”, conforme aponta Veras (2009, p.163). Para o autor esse processo marcou o início da “favelização” da cidade com diferenciação de políticas públicas.

Este intenso movimento provocou a criação do bairro Pintolândia que antigamente era composto ainda pelos atuais bairros vizinhos Silvío Botelho, Santa Luzia e Senador Hélio Campos, todos chamados respectivamente por Pintolândia um, dois, três e quatro.

Todo esse processo histórico de ocupação reflete na sua economia, onde muitos em busca de emprego ou geração de renda encontraram no empreendedorismo uma oportunidade, além do mais as atividades econômicas de comércio e serviços surgiram para atender a própria demanda da população.

Dessa forma, as relações estabelecidas no processo de ocupação e utilização de determinada localidade, refletem no processo econômico pautado na distribuição, localização e consumo que forma o espaço urbano transformado pela e modificado constantemente pela sociedade (CARLOS, 2008).

Atualmente o bairro Pintolândia apresenta um comércio concentrado especialmente nas Avenidas Sólon Rodrigues Pessoa e se expandindo na Av. Nazaré Filgueiras. Trata-se de um subcentro de bairro que tem como público principal a sua população e adjacências, apresenta diversos segmentos, aglomeradas em maior parte na Av. Sólon Rodrigues Pessoa, onde os empreendimentos estão próximos uns aos outros somam 472 empresas, este que se conectou e se expandiu na Av. Nazaré Filgueiras com 157 (figura 22).

Figura 22 - Disposição do subcentro Pintelândia



Fonte: MAIA (2020).

Fonte: SMEC/PMBV (2020)

O transporte público que garante a circulação da população pelas vias principais do bairro e viabiliza a circulação entre as demais localizações, como para a área central. Esse fator é importante em um subcentro, pois otimiza a economia capitalista com a reprodução das relações sociais conforme ressalta Villaça (2001).

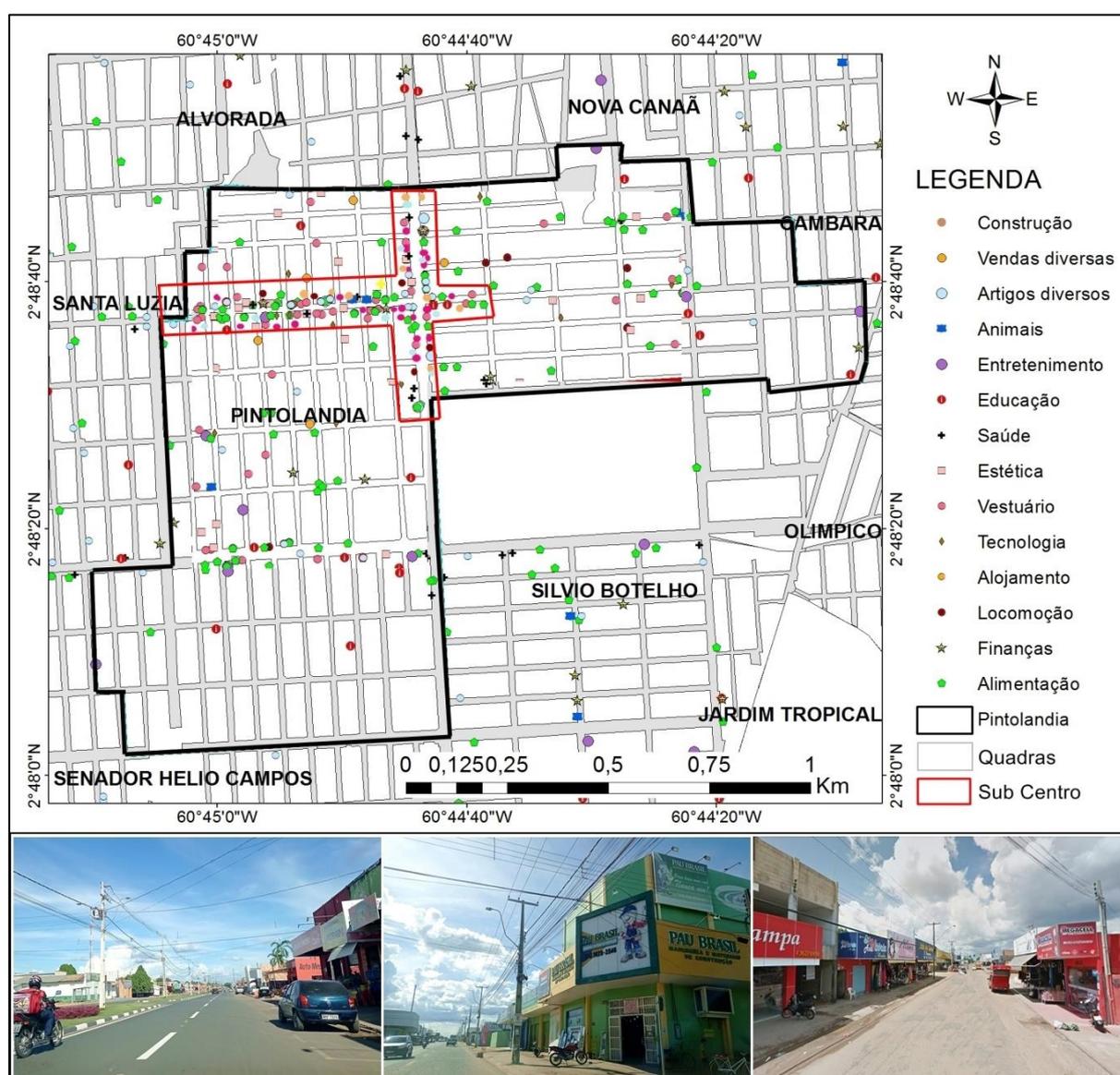
Uma importante característica observada na realidade local, e que a população que frequenta a subcentro circula em maior parte como pedestre, pelas calçadas, desse modo conseguem caminhar ao longo de todo o subcentro, para pesquisar um produto ou mesmo ter maiores opções.

Com relação a sua infraestrutura o bairro possui 47 ruas, e na localização que se encontra a aglomeração comercial apresenta pavimentação, calçadas, arborização em alguns pontos, estacionamento entre as ruas e as calçadas e sinalização como faixas de pedestres, placas e semáforos.

No entanto, ao caminhar pelo subcentro percebemos que há diversos problemas a serem sanados pelo poder público, como falta de acessibilidade nas calçadas, buracos ao longo da via e muitos alagamentos, fatores, que prejudicam a circulação da população. Como mostra a figura 1D no mês de Agosto de 2020, iluminação completa em LED, que proporciona uma melhor visibilidade e segurança. (figura 17D).

Dentre os setores dispostos no subcentro, no mapa 36 percebe-se que há uma variedade de empresas e serviços, aglomeradas de forma eclética, embora que com destaque o segmento de artigos varejistas em geral, como armarinhos, móveis, decoração, vestuário e alimentação, até por ser um segmento que possibilita maiores números de compras pelo valor agregado.

Mapa 36 – Disposição das atividades econômicas no subcentro Pintolândia



Fonte: Rafaela Maia (2020). Base de dados: PMBV (2019). Base cartográfica: IBGE (2019)

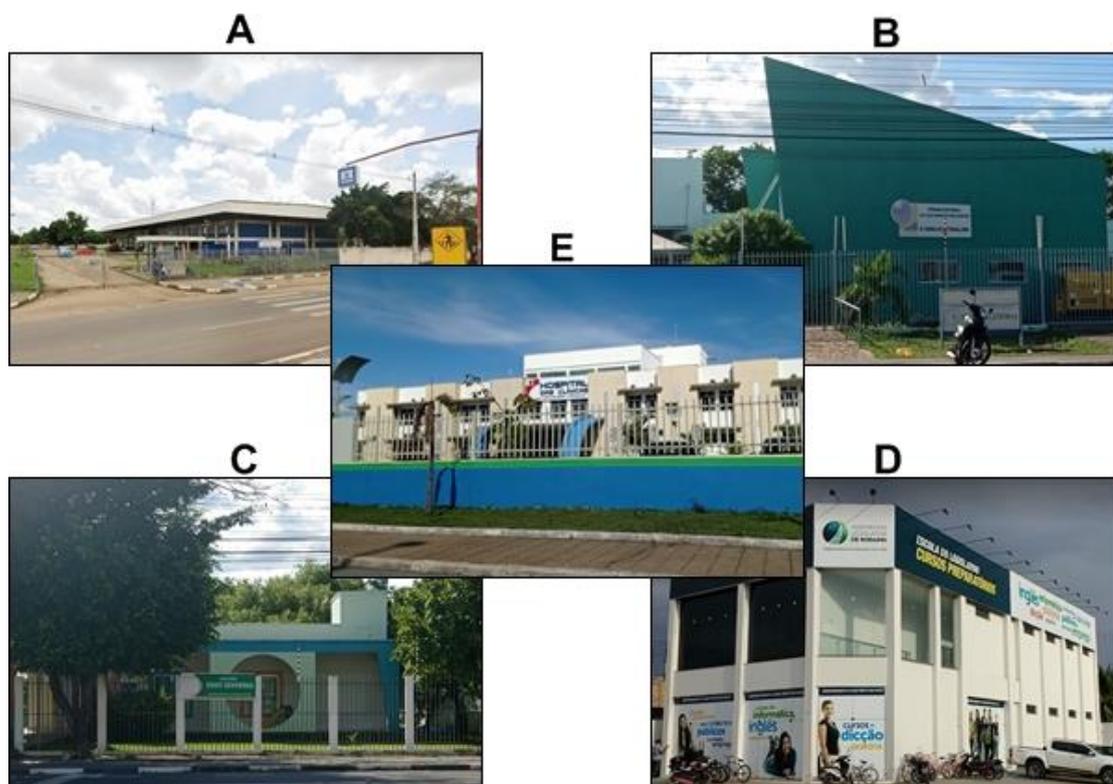
Dispõe ainda de filiais e franquias de empresas locais como O Boticário, Casa Lira, Lojas Perin, Lojas Charme, Agro Norte, Baratão dos óculos, Oticas Carol, Elite Modas, Lojas Baby Kit, Madereira Pau Brasil, Auto escola, entre muitas outras (...).

Além disso, apresentam serviços essenciais como de saúde como clínicas de atendimento médico, odontológico, ótica, farmácias, correios, casa lotérica entre outros.

Como equipamentos urbanos ressalta-se na saúde o Pronto Atendimento Cosme e Silva, Hospital das Clínicas Dr. Wilson Franco e o Posto de a Unidade Básica de Saúde Lupércio Lima. Como equipamentos públicos o Tribunal Regional Eleitoral e uma Delegacia da Polícia Militar, além de duas escolas públicas, ambos localizados na Av. Nazaré Filgueiras.

Já na Solon Rodrigues, se destaca a Escola do Legislativo de Cursos Preparatórios, isso demonstra como o poder público influencia na construção de um subcentro ao instalar equipamentos urbanos que geram fluxos para a área. A figura 18 representa alguns desses locais.

Figura 23 - Mosaico equipamentos públicos no subcentro. (A) E. E. Severino Cavalcante (B) 5° Zona Eleitoral TRE (C) E. M. de educação Infantil Vovó Júlia (D) Escola de Cursos da Assembleia Legislativa (E) Hospital das Clínicas Dr. Wilson Franco



Fonte: MAIA (2020)

Considerando suas características espaciais perante a disposição das atividades comerciais na região, compreende-se a importância desse subcentro por viabilizar e facilitar a procura e a economia de tempo do morador da região.

Seguindo a metodologia proposta o subcentro do bairro Pintolândia é classificado por atender ao bairro e proximidades, com segmentos heterogêneos, de forma tradicional e consolidado, podendo ainda passar por uma horizontalização.

Essa ampliação da aglomeração comercial pode ser desenvolvida no eixo viário da Av. Nazaré Filgueiras, que apresenta espaços amplos e uma boa infraestrutura para o crescimento de modo que possa se ampliar. Já no âmbito da Av. Sólon Rodrigues Pessoa tem se ampliado com a divisa ao bairro Santa Luzia, já que na outra direção encontra-se uma área mais voltada para residências com poucas empresas e espaços vazios.

6.3.5 Buritis/Liberdade (Av. dos Bandeirantes / Av. Av. Mário Homem de Melo)

A década de 80 em Boa Vista é marcada pelo crescimento populacional e consequente expansão urbana, nesse período houve um aumento da produção e ampliação da dimensão da periferia. Através dos bairros liberdade e Buritis (VERAS, 2009).

No entanto, não se tem muito conhecimento científico sobre a ocupação comercial do local, portanto, entende-se que se deu de maneira espontânea pela população que começou a instalar empreendimentos gradativamente, chamando a atenção de consumidores de grande parte da cidade.

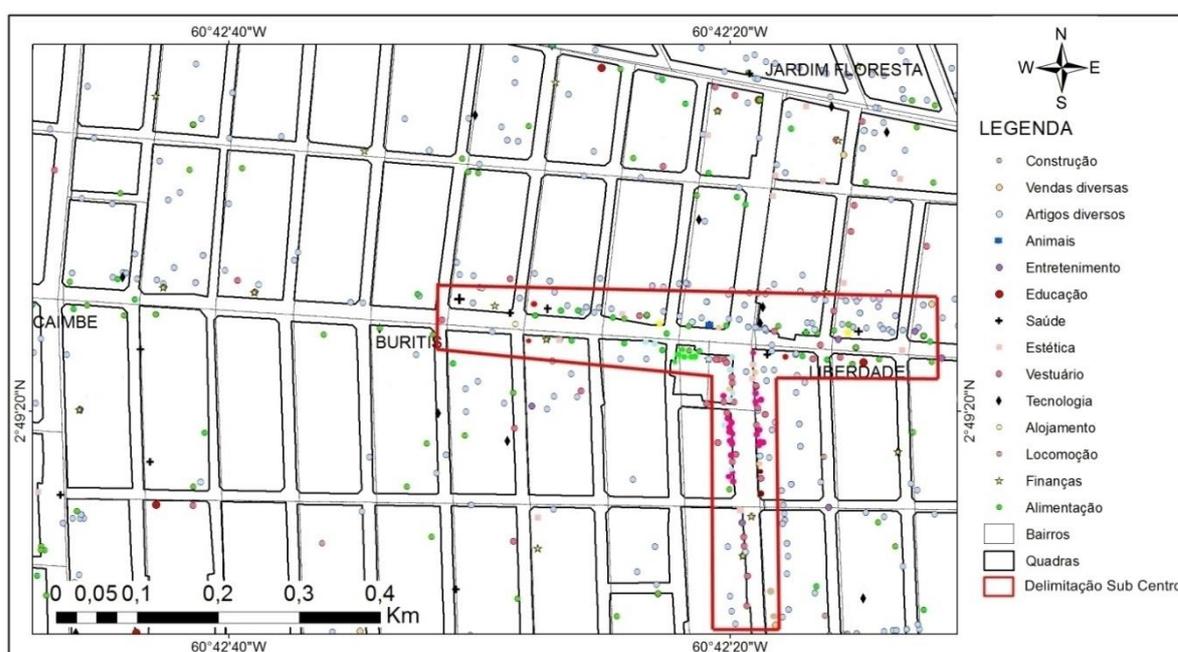
Atualmente o bairro Buritis é um dos bairros mais populosos da cidade, com 9305 habitantes, segundo o último censo do IBGE em 2010, dispostos em 40 ruas. Se sobressai por apresentar uma localização centralizadora na disposição da área urbana de Boa Vista, sendo inclusive um dos primeiros bairros que interligam a zona oeste com a área central.

Se destaca por estar localizado entre diversas vias importantes como a Av. Av. Mário Homem de Melo e a Av. Gen. Ataíde Teive, além das avenidas que limitam o bairro como a Av. dos Imigrantes e Av. Bandeirantes que fazem fronteira com Liberdade e Tancredo Neves).

As atividades que se destacam no bairro estão aglomeradas ao longo do subcentro da Av. Ataíde Teive, porém, apresenta uma outra concentração em menor escala na Av. dos Bandeirantes e que se amplia na Av. Mario Homem de Melo destacadas no mapa 37.

Onde a disposição das atividades econômicas de comércio e serviço ocorre de forma aglomerada nessa localização, porém, é um número ainda pequeno considerando a quantidade de estabelecimentos terciários, no entanto, a área representa a importância do bairro para a cidade.

Mapa 37 – Localização e disposição das atividades no subcentro varejista Av. Av. Mário Homem de Melo com Av. dos Bandeirantes



Fonte: Rafaela Maia (2020). Base de dados: PMBV (2019), Base cartográfica: IBGE (2019).

A avenida dos Bandeirantes possuem 203 empresas distribuídos entre os segmentos de comércio e serviços, com destaque para o segmento de vestuário que inclui roupas, calçados e acessórios, para o segmento de artigos diversos como

armarinhos, lojas de tecidos etc. Já a Av. Mário Homem de Melo totaliza 1.518 empresas.

Na área delimitada ocorre uma aglomeração de empreendimentos especialmente na esquina da Av. Bandeirantes com a Av. Mario Homem de Melo, formando um subcentro múltiplo e especializado, por exercer uma atratividade a diversas áreas da cidade, isso foi confirmado por um lojista durante pesquisa de campo, além de observarmos o tipo de transporte mais utilizado são veículos (carros e motos).

Na Av. dos bandeirantes, uma Avenida de mão dupla que atravessa o bairro sentindo norte-sul, apresenta um concentração de empresas voltadas para vestuário, calçados e acessórios em geral e ainda o setor de artigos e vendas diversas.

Possui uma infraestrutura com asfalto pavimentado, estacionamentos próprios, calçadas centrais e nas laterais e sinalização, como placas de trânsito, quebra molas e semáforos de um lado da rua, enquanto que na mesma rua ao atravessa-la observou-se que não possui as mesmas características, da mesma forma, ao longo da Av. Av. Mário Homem de Melo que apresenta problemas especialmente por falta de escoamento em período chuvoso.

A Av. dos Bandeirantes se interliga a Av. Mário Homem de Melo que circulam veículos centro via bairros a Ataíde Teive que faz o sentido bairro centro, dessa forma, possui uma circulação elevada de veículos que possuem inclusive transporte público, nesse contexto é um local de fácil acesso.

Inclusive sua construção foi um marco na cidade no período de surgimento dos bairros nos anos 80, provocando transformações na paisagem, na circulação de veículos, na expansão urbana e no surgimento de novas centralidades. A avenida Av. Mário Homem de Melo, figura 2 do mapa 37, possui cerca de 6,8 km de extensão, originada no traçado do Centro Cívico de Boa Vista, passa pelos bairros Mecejana, Liberdade, Buritis, Caimbé finalizando no Tancredo Neves.

Apresenta uma disposição de atividades de comércio e serviços importantes para atender as necessidades dos moradores, bem como, aqueles que a utilizam como passagem. Como supermercados, clínicas, posto de combustível, escolas profissionalizantes e artigos e serviços varejistas diversos.

Nessa perímetro estudado é onde ocorre uma maior intensidade na concentração de empresas, com sua relevância por apresenta alguns serviços

importantes como escola, cursos, clínicas, casa lotérica, e alimentação, acrescentando uma funcionalidade ao subcentro aqui chamado de Buritis.

Alguns desses empreendimentos se destacam por serem filiais de outras lojas centrais e por apresentar fachadas e infraestruturas modernas, propaganda já existente o que favorece a procura pelos consumidores. Por outro lado, competem perversamente com comerciantes menos privilegiados.

Lojas como o Barracão da Gente, Atacadão Leal e Loja Parente possuem vendas de artigos varejistas com um valor mais acessível e tem como foco um certo público alvo, enquanto que a Loja Fênix Modas, Elite Modas, A Preferida e a tradicional Baby Kit apresentam produtos com valor mais elevado e atende um outro público. Isso foi observado durante a pesquisa de campo e confirmado informamente por alguns vendedores (figura 24).

Figura 24 - Empreendimentos com públicos alvos distintos



Fonte: Rafaela Maia (2020)

O Mercado Municipal Buritis, existente há mais de 20 anos, funciona na área em formato de galeria, localizado entre as duas vias principais, é voltado para um comércio varejista tradicional de camelôs, de alimentação como restaurantes e lanchonetes, venda de peixes, legumes, de artigos diversos e de prestação de serviços gerais observados como de costura, sapateiros, conserto de panelas entre outros. Presta serviços para a população de toda a área comercial na proximidade da Av. Bandeirantes, é conhecida pela população boa-vistense por Feirão do Buritis (figura 3 do mapa 37),

No bairro em si é possível encontrar diversos equipamentos públicos, na educação, tem-se a Escola Estadual Girassol, Escola Municipal Professora Maria Francisca Da Silva Lemos, Escola Municipal Cunhantã Curumin, além do Distrito Policial da Civil, Procon Boa Vista, UBS's e por se tratar de uma localização central consegue atender as demandas da sua população.

Contudo, considera-se sua estrutura por subcentro funcional ou especializado em artigos e serviços pessoais como vestuário, calçados, itens decorativos, armarinhos, relojoarias entre outros. No geral, classificou-se com as tipologias espacial por atender ao seu bairro e bairros vizinhos, com especialização produtiva homogênea com dois segmentos distintos especialmente, com periodização tradicional e com estágio evolutivo consolidado, apresenta possibilidades de expansão.

Através da sua representatividade social, econômica e cultural no contexto histórico de ocupação da zona oeste de Boa Vista, por descentralizar sobretudo artigos, produtos e serviços locais provocou uma interação espacial de forte alcance, cumprindo esse papel de lócus de uma parcela da população inserida nessa região.

6.3.6 Pricumã – Via das flores

A Via das Flores esta localizada no bairro Pricumã e possui 2km de extensão, com a entrada por baixo do Viaduto Pery Lago se conecta com a Av. Glaycon de Paiva a qual se interliga com o Centro, as quais possuem um consideravel numero de empresas e serviços públicos.

Divisa entre Mecejana e Pricumã, se expande ao longo do bairro até a saída com a Av. dos Bandeirantes. Se destaca por apresentar um constante fluxo de veículos e pessoas, justificado por interligar o Centro com alguns bairros da zona oeste. Vale ressaltar que a Avenida atravessa o bairro Pricumã em duas direções distintas, porém, o comércio se concentra somente na área destacada no mapa 38. entre Glaycon de Paiva e Av. dos Bandeirantes.

Apresenta um relevante número de atividades econômicas entre comércio e serviços privados com 521 empresas de diversos segmentos como na alimentação com dois supermercados grandes, restaurantes, bares e lanchonetes. Observou-se também um importante número de concessionárias de veículos localizadas próximas

umas as outras; Assim como produtos agropecuários e o setor de estética, ambos com crescimento acentuado na área.

Mapa 38 – Localização e disposição das atividades econômicas na Via das Flores



Fonte: Rafaela Maia (2020). Base de dados: PMBV (2019). Base Cartográfica: IBGE (2019).

Com funções urbanas importantes na educação por exemplo, como o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia – IFRR, Escola Municipal Francisco de Souza, Escola Estadual Dom José Nepote e duas escolas privadas a Creche Casinha Feliz e o Maternal Pequeno Príncipe, esses que geram uma atratividade e fluxo de pessoas para a localização.

Figura 25 - (A) Concentração comercial (B) Instituto Federal de Roraima – IFRR (C) Hospital do Amor (D) Residências



Fonte: Rafaela Maia (2020)

Na saúde apresenta algumas clínicas de coleta de exames e diagnóstico, consultórios de psicologia, odontologia, fisioterapia e farmácias. E na saúde pública a Unidade Básica de Saúde do Pricumã – UBS e a atual implantação do recente construído Hospital do Amor o primeiro do Estado de Roraima, especializado no tratamento de pacientes com Câncer, o Hospital é vinculado ao Hospital do Amor em Barretos (SP), referência no Brasil, com previsão para ser inaugurado em 2021 acredita-se que irá fomentar a economia local do subcentro.

Dispõe de duas praças a Praça Montenegro Peixoto e a Praça do Pricumã uma na entrada da Via e outra no centro, ambas revitalizadas em 2020 pela Prefeitura Municipal de Boa Vista.

Se destaca por ser uma via de mão dupla, que apresenta a circulação de transporte público e alternativo no sentido bairro-centro e vice e versa, com um elevado número de veículos circulando na área, inclusive bicicletas na ciclovia instalada, de modo que possibilita um fluxo de pessoas de forma facilitada por toda a infraestrutura apresentada com calçadas e sinalizações.

De acordo com o levantamento realizado, entende-se que o subcentro da Via das Flores localizado no bairro Pricumã, atualmente consegue garantir o atendimentos aos moradores da região dispondo de atividades básicas e específicas. Todavia, apresenta um espaço estagnado com residenciais entre as empresas conforme mostra a figura 25 C.

Trata-se de um eixo comercial tradicional que garante o processo de descentralização da área central com um potencial de crescimento por apresentar pela infraestrutura e a instalação do novo Hospital que vai garantir uma expansão dessa nova centralidade.

Contudo, apesar de ser localizado na zona oeste de Boa Vista essa área comercial esta localizada mais proxima da zona central, com distância em tempo de 5 minutos com trasporte próprio, ou seja, há aqueles que optam em ir ao centro para um atendimento mais específico como Bancos.

6.3.7 Senador Helio Campos e Dr. Silvio Botelho

O bairro Senador Hélio Campos possui 104 ruas e uma população em 2010 de 10.110 moradores, se classificando como o segundo bairro mais populoso de Boa Vista. Enquanto o bairro Dr. Silvio Botelho apresentava 7.188 moradores distribuídos em 37 ruas (IBGE, 2010).

O histórico de ocupação estão relacionado com as altas taxas migratórias que gerou uma ocupação desordenada sem condições de habitação (área de risco ambiental) na periferia da cidade. Antigamente Senador Hélio Campos e Silvio Botelho eram denominados de Pintelândia III, IV, sendo alterados em 1995 com a justificativa de levar serviços públicos especialmente programas de moradia, sendo as familias beneficiadas com terrenos e materiais de construção (SOUZA, 2009).

Segundo levantamento realizado com os moradores por Souza (2009) não existiam água encanda, energia elétrica nem qualquer auxilio público, sendo os próprios moradores que em regime de multirão organizaram os primeiras conquistas como a abertura de ruas e encanação para que a CAER levasse água ao local. Somente em 1997 que o poder público levou as demandas dos moradores, como transporte coletivo e energia elétrica, tudo isso atraiu mais pessoas para morar na região.

Nesse contexto, o comércio atua como uma possível renda e desenvolvimento econômico na localidade, onde os próprios moradores consomem entre si, não precisando se deslocar até o próximo centro comercial, somente em caso específicos, já que a região dos bairros são uma das localidades mais distantes da área central com 15km de distância e cerca de 30 minutos em veículo particular.

Localizado distante da área central, a população dos bairros precisava se deslocar até está ou a outros bairros (como o Pintolândia) para atender suas necessidades. Isso tornou cada vez mais a necessidade de uma infraestrutura terciária que pudesse atender a população, começando por volta dos anos 2000.

Atualmente é considerada uma área totalmente urbanizada, surpreendentemente de forma positiva possui pavimentação, jardinagem, vagas específicas para estacionamento, sinalização de trânsito entre outros investimentos públicos que atendem a população e geram atratividade para novas instalações comerciais, todavia, há ainda problemas que precisam ser sanados especialmente nas ruas próximas a área comercial.

Atualmente a disposição das atividades econômicas de comércio e serviços ocorre em maior número e concentração na Rua Izidio Galdino que atravessa esses dois bairros com 8,2 km de extensão, onde se expande na Rua Pedro Aldemar Bantim. Somando-se 1.026 empresas segundo levantamento.

Nesses 8,2 km de extensão da avenida, verificamos na pesquisa de campo que o comércio se faz presente em toda sua extensão, especialmente no bairro Senador Helio Campos. Exercendo atratividade a área que esta inserida, possui um comércio múltiplo, com serviços rápidos como lavagem de veículos e mais complexos como atendimento médico.

Apresenta em sua disposição um comércio e serviço varejista de consumo simples ou específico, como mercados, panificadoras, lanchonetes, sorveterias, bares, lojas de artigos diversos como móveis, construção, papelarias, armários e vestuário, além de produtos eletrônicos, oficinas, clínicas, agropecuárias, com destaque para artigos varejistas diversos, conforme aponta o mapa 39.

Mapa 39 – Disposição comercial do subcentro Senador H. C. e Dr. Silvio Botelho



Fonte: Rafaela Maia (2020). Base de dados: PMBV (2019)

Com empreendimentos de profissionais superiores como laboratórios, clínicas e escritórios financeiros. Há também a presença de diversas empresas filiais observadas nos demais subcentros, como clínicas, laboratórios, franquias de alimentação, lojas de artigos, materiais de construção, oficinas, lojas de confecções, acadêmicos etc.

Nas finanças possui caixas eletrônicos em lojas que possuem convênios bancários, casa lotérica, e empresas de crédito pessoal, porém, ainda é deficitária, com o banco mais próximo localizado no bairro Alvorada, onde a população do bairro se desloca para essa agência ou para o Centro para realizar operações mais complexas. Dessa forma, uma rede bancária mais fortalecida pode aumentar a atratividade dessa avenida.

Aos equipamentos públicos atuais, a região dispõe da Escola Estadual de Senador Hélio Campos de ensino fundamental e médio, Escola estadual Severino Gonçalves, E. E. Ulysses Guimarães e uma Escola Municipal de ensino infantil e uma Creche Municipal.

Com destaque para a Casa do Cidadão que oferta serviços públicos diversos como emissão do Registro Geral de Identificação, Carteira de Trabalho, Defensoria Pública e atendimentos da Secretaria de Saude, Setrabes (Secretaria de Trabalho e Bem-Estar Social), voltado aos serviços do Sine (Sistema Nacional de Empregos), e da Casa da Mulher Brasileira, Caer (Companhia de Água e Esgotos de Roraima), Procon, Ouvidoria Geral e Detran (Departamento Estadual de Trânsito) funcionando no prédio da figura 26.

Figura 26 – Concentração de serviços públicos ocorre nesse prédio Intitulado Casa do Cidadão do Governo do Estado de Roraima



Fonte: MAIA (2020)

Um exemplo da descentralização de serviços públicos para atender a população distante do centro. Além disso, esses equipamentos públicos lhe garantem uma centralidade, fazendo com que haja a necessidade ou procura no deslocamento a ele.

Na avenida circula o transporte público e o alternativo de táxi-lotação, além de veículos próprios, motos e bicicletas que observadas foram a grande maioria, até por

se tratar de um subcentro que o maior público de consumo é por pessoas da proximidade.

Diferentemente das demais áreas comerciais, possui características diferenciadas em razão da amplitude das ruas, terrenos e proximidade com locais de alta circulação de veículos, apresenta maiores possibilidades de expansão e crescimento, o qual vem se consolidando e atraindo pessoas e empreendimentos.

Apresenta-se como um subcentro comercial de interbairros, funcionando ao longo de três grandes bairros em termos de território e população na zona oeste, portanto, considerando a distância com o centro é um local que possui grande relevância no sentido de novas centralidades, de modo que o objetivo é minimizar os custos de deslocamento e de tempo gastos para a população.

Com o estágio evolutivo consolidado, possui uma infraestrutura boa com pavimentação, sinalização e estacionamentos próprios com possibilidades de ampliação. O uso residencial é quase nenhum, possui alguns lotes vazios na parte final da via.

Porém, com as características do local levaram a sua caracterização como subcentro em consolidado e em desenvolvimento, primeiro pelos fluxos que exercem na região observados, posteriormente pela atividade múltipla de segmentos e especializada, presença de serviços, profissionais superiores e profissionais liberais que estabelecem um consumo frequente e que poderá ser ampliado. Contudo, apesar dos bairros serem antigos na cidade, essa é uma área que ainda pode ter uma expansão, pois existe espaço físico vazio, densidade populacional alta e conteúdo social para tal expansão.

6.3.8 Av. Princesa Isabel e proximidades

A Av. Princesa Isabel está localizada na zona oeste de Boa Vista com 2,6 km de extensão se destaca por ser um dos principais elos com a área central, passa pelos bairros: Jardim Floresta, Caimbé, Tancredo Neves, Santa Tereza e Psicultura, circulando por importantes Avenidas como a Nossa Senhora de Nazaré e São Sebastião.

Funciona em dois formatos de circulação entre a Av. dos Imigrantes até sua entrada na Av Venezuela é de mão única direção centro-bairro, passado da Av.

Imigrantes circulam veículos na duas direções, esse regime foi adotado há três anos por meio da Secretaria Municipal de Segurança Urbana e Trânsito com o objetivo de minimizar os acidentes.

A distribuição das atividades econômicas ocorre em diversos pontos da avenida, entretanto, no trecho de mão única apresenta espaços vazios entre os comércios, sendo a aglomeração de comércios e serviços próximos uns aos outros entre a Tancredo Neves e Psicultura.

O mapa 40, aponta as avenidas onde se destaca eixos viários que possuem importância na circulação e expressão econômica da Avenida como a Rua Psicultura, e Av. São Sebastião que contribuem para a definição de parte da Avenida como subcentro, pois possui um comércio e serviço que exerce atratividade e necessidade de deslocamento para ele como nas finanças, saúde, empresas especializadas, de grande porte e filiais.

Mapa 40 – Localização do Eixo Comercial da Av. Princesa Isabel e seu entorno



Fonte: Rafaela Maia (2020). Base cartográfica: IBGE (2019)

As empresas na Av. Princesa Isabel formam um corredor de empresas dos dois lados, com 592 empresas de diferentes segmentos que variam desde ao comércio rápido como panificadoras, mercearias, vendedores ambulantes e posto de gasolina.

Há serviços mais específicos como clínicas de saúde, serviços de locomoção, tecnológico, financeiro, artigos, vestuário, construção etc. Muitos dos quais são empreendimentos pequenos que realizam um comércio local diverso que conseguem atender a população que não deseja se deslocar até o centro ou um subcentro de maior diversidade.

Ao visitar a área de estudo, chamou a atenção uma aglomeração de lojas voltadas a vendas e acessórios para bicicletas e motocicletas, revelando um fluxo de pessoas entre a oferta e procura por esse tipo de serviço nessa região que os utilizam para fins de locomoção. Se destaca também serviços voltados para a estética de veículos, como lojas de insulfime, bancos de couro, ou seja, comércio ou serviços específicos que geram uma atratividade para a região (figura 27).

Figura 27 - Disposição dos empreendimentos e infraestrutura na Av. Princesa Isabel



Fonte: MAIA (2020)

Proporciona equipamentos urbanos importantes na cidade, como o Serviço Social do Transporte e o Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte – SEST SENAT, que oferta diversos cursos com essa finalidade e atendimento especializado, apesar da concentração comercial ser distante dessa instituição, garante uma atratividade a via.

Com uma configuração espacial em várias vias próximas a Avenida, possui uma elevada circulação de veículos particulares e transporte público, se destaca por ser uma avenida que se interliga do início da zona oeste para os bairros mais afastados, a qual apresentam múltiplas atividades que se destacam.

Conforme o levantamento realizado, rotulou-se como heterogêneo a área comercial, pois exerce múltiplas funções em sua estrutura, atende diversos bairros do seu entorno e de passagem e é considerada uma região que vem se desenvolvendo nos últimos dez anos na medida em que recebe investimentos dos promotores do espaço. Essas áreas expressam a possibilidade de ampliação, não limitando os investimentos de infraestrutura, quanto às novas instalações que recebem essa área comercial, visíveis através de elementos de economia como prestadores de serviços especializados.

Possui condições de atender as necessidades da população, evitando deslocamentos maiores e promovendo o desenvolvimento local. Portanto, assumem um papel importante, funcionando como uma identidade do bairro e ponto de referência para os moradores, expressando simbolicamente suas condições de vida.

Um problema de desenvolvimento econômico na região são os diversos terrenos institucionais de órgãos do governo estadual, alguns desativados e sem construção, além das áreas de proteção ambiental, proporcionando assim uma configuração espacial diferenciada.

6.3.9 Eixo comercial - Av. Centenário

Com entrada pela Av. Brasil (BR-174) a Av. Centenário esta localizada entre o bairro Centenário e Cinturão Verde e é uma das principais vias de circulação da zona oeste de Boa Vista, sendo utilizada como passagem de moradores dos dois bairros e das redondezas, como Aracelis, Jóquei Clube e São Bento.

Representa o principal sentido da descentralização econômica, pois permite que os moradores socializem, circule e consuma itens básicos sem necessidade de

se deslocar até a área central, ou ao subcentro mais próximo. Como observado não tem um comércio múltiplo ou especializado, nem há muitos equipamentos urbanos instalados nos eixos viário (mapa 41).

Porém, dispõe de 155 empresas distribuídas entre vários segmentos, com destaque para empresas de grande porte como transportadoras, construção como escritórios de construtoras e casas de materiais de construção, peças automotivas de veículos grandes.

Mapa 41– Distribuição comercial por segmento do eixo comercial Av. Centenário



Fonte: Rafaela Maia (2020). Base de dados: PMBV (2019)

Bem como artigos varejistas diversos, o qual se observou armarinhos, papelarias, academias, lojas de confecção e salões de beleza. Na entrada da BR 174 apresenta uma menor intensidade de empresas próximas, verificado na pesquisa de campo onde se observaram espaços (terrenos) grandes ocupados por

uma única empresa, como por exemplo, Posto de Gasolina e o Cemitério privado Campo da Saudade.

E uma área que exerce atratividade na região que esta inserida por se tratar inclusive de uma porta de entrada aos bairros da cidade por meio da área urbana da BR 174. Com linhas constantes de Ônibus, possui equipamentos urbanos como a Escola Estadual Carlo Casadio e Posto de Saúde Municipal.

Figura 28 – Disposição do eixo comercial Av. Centenário



Fonte: MAIA (2020)

Durante a análise espacial e pesquisa *in loco*, as quais atribuíram como um eixo comercial que atende cerca de quatro bairros, com um comércio e serviço varejista eclético e novo apesar da avenida existir a mais de vinte anos, sua expressão econômica somente veio avançar nos últimos anos, portanto, considera-se com potencial de desenvolvimento. Com algumas diversidades que lhe garantem uma centralidade, a Av. Centenário atende diversas pessoas e exerce uma dinâmica que lhe garante um fortalecimento para agir como eixo comercial.

6.3.10 Eixo comercial – Av. João Liberato - Caranã

Outra localização que apresenta uma aglomeração de diversos setores econômicos esta no bairro Caranã e embora que em menor número com 159 empresas, possui um comércio varejista, com suas infraestrutura de amplas avenidas e ruas exerce uma atratividade de instalações comerciais.

Além disso o crescimento do espaço urbano vem se expandindo nessa direção e o eixo comercial que possui serviços essenciais e comércio representa o sentido da descentralização.

Na análise espacial enxergou-se um elevada intensidade de empresas na área e ao observar a área verificou-se que possui um comércio múltiplo, sem especialidade definida, porém, com disposição de todos os seguimentos aqui analisados.

As atividades comerciais estão concentradas especialmente ao longo da Av. João Liberato, no entanto, existem diversas outras ao longo da proximidade, entre as ruas paralelas e as que a atravessam. Além da existência de redes de filiais e franquias comerciais.

Localizado na Av. João Alencar no bairro Cauamé, o eixo comercial recebe influência do Pátio Roraima Shopping inaugurado em 2014, que atende toda a Zona Oeste potencializando a atratividade da localização. Apesar de não se localizado na avenida em si, age no sentido de atrair toda a região de Roraima que procura por adquirir bens e serviços nesse tipo de formato de consumo para as proximidades com o eixo comercial.

Desencadeada pela concentração da população na região, a abertura de novos bairros e vias para o sentido, vem atraindo empresas e a implantação de grandes equipamentos como o Pátio Roraima Shopping disposto na proximidade, gerando valorização imobiliária, empregos, melhorias na infraestrutura, trânsito entre outras repercussões.

Mapa 42 – Disposição das atividades comerciais no eixo comercial Caraná



Fonte: Rafaela Maia (2020). Base de dados: PMBV (2019)

Verificados durante pesquisa, há ainda diversas empresas nas ruas paralelas ao eixo comercial se formando a partir da influência da concentração comercial, que dispõe de serviços de itens básicos até mais especializados, como por exemplo, comércio varejista de artigos e clínica.

Formada para atender a população da região pela acessibilidade disposta, além de gerar emprego e renda, possui equipamentos de serviços públicos como duas escolas municipais, a Casa do Vovô, Posto de Saúde etc. Possui ainda alguns espaços vazios que possibilitam a inserção de mais empresas, conforme observa-se na figura 29.

Figura 29 – Disposição do eixo comercial Caranã



Fonte: MAIA (2020).

A concentração comercial no eixo comercial ocorreu a partir do resultado das transformações espaciais, frente ao processo de reestruturação produtiva, onde os empreendimentos oferecem produtos de consumo imediato e mais ocasional, favorecem ainda a expansão urbana local.

Porém, acredita-se que o setor na avenida poderá crescer consideravelmente nos próximos anos, visto que a área urbana de Boa Vista tem se ampliado cada vez mais para a região com agentes produtores do espaço investindo ao longo da via, especialmente o imobiliário, o que garante cada vez mais um aumento na circulação de pessoas ao longo da avenida.

6.4 ZONA NORTE

A zona Norte é a segunda mais populosa da cidade dividida em seis bairros. Destaca-se por esta localizada próxima ao Centro. Na zona consideramos duas

centralidades: São Francisco enquanto subcentro, gerado a partir da expansão do Centro e o eixo comercial da Av. Cap. Júlio Bezerra.

6.4.1 São Francisco/ São Pedro

O bairro São Francisco está localizado na zona Norte de Boa Vista, faz divisa com o Centro, Aparecida, Dos Estados, e 31 de Março possui 41 ruas e uma população de 3992 habitantes segundo o IBGE (2010). Seu histórico de ocupação está atrelado com a expansão urbana da área central na década de 60, quando seu traçado foi sendo definido proporcionando o surgimento do bairro.

Da mesma forma o bairro São Pedro, vizinho leste no Centro surgiu para abrigar a primeira expansão da área central, porém, para serem construídas residências. O Bairro São Pedro se limita com a Avenida Ville Roy até a Rua Juscelino Kubitschek (a que passa em frente ao Ginásio Hélio Campos); – E, da Avenida Major Williams até a beira do rio Branco, margeando a Prelazia, na Rua Bento Brasil (TAVARES, 2015).

Sob forte influência da igreja católica na época, ambos receberam o nome em homenagem a devoção pelos Santos Francisco e Pedro na época que através da história da evangelização em Boa Vista a Igreja de São Pedro, na Rua Miguel Luppe Martins, foi tombado como Patrimônio histórico pela Lei nº 940, de 13 de abril de 2007 enquanto a Igreja de São Francisco localizada na Av. Cap. Júlio Bezerra foi tombada em 2013.

Com a estrutura urbana já consolidada, os bairros foram integrando a população e alguns órgãos ligados ao Governo Federal para atender as intervenções da iniciativa de políticas locais, tais estruturas tornaram uma atrativa urbanização (TAVARES, 2015).

O comércio foi surgindo gradativamente pelos próprios moradores, e em 1967 para atender a população que cresceu consideravelmente, o então Prefeito Antônio Maciel da Silva, fixou uma localização específica para ser comercializada mercadorias especialmente alimentíciais que pudessem atender a demanda, porém só foi concretizada em 1979 pelo então Governador Ottomar de Souza Pinto que construiu um espaço para esse fim o chamado “Mercado Municipal São Francisco”. (G1-RR, 2020).

Situado na Av. Major Willians, passou por uma reforma realizada em 2018. De acordo com a PMBV (2020) o tradicional Mercado foi reestruturado com 41 espaços destinados aos comerciantes, entre os quais exercem serviços de produtos alimentícios, costura e manutenção de materiais domésticos gerando uma renda para 105 pessoas entre funcionários, fornecedores e lojistas (figura 30).

Figura 30 – Mercado Municipal São Francisco (Antes e depois da reforma)



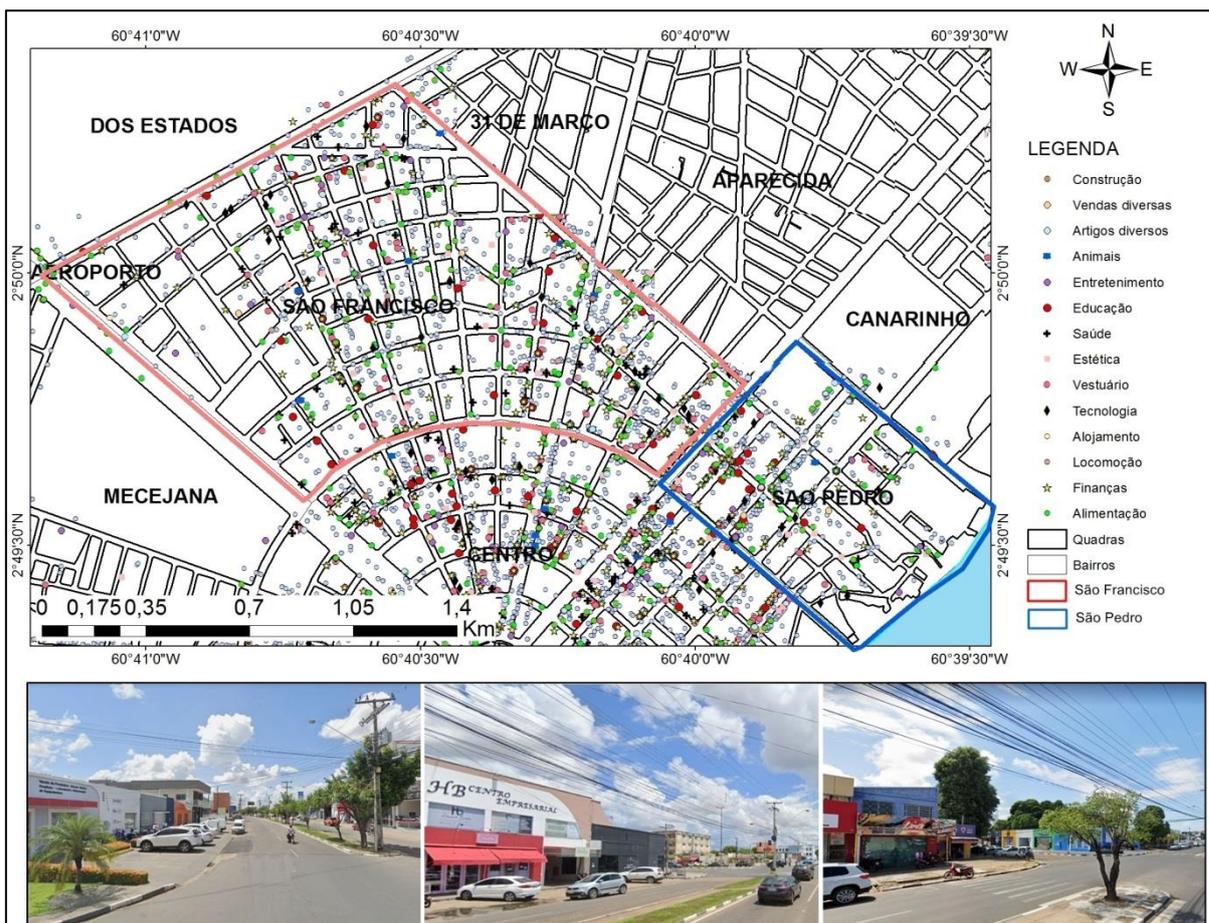
Fonte: Prefeitura Municipal de Boa Vista (2020)

Entretanto, as atividades econômicas ao longo do bairro não se concentra somente nesse espaço, mas sim, ao longo de grande parte do bairro, com destaque para o eixo viário principais como a Av. Major Willians e Av. Cap. Júlio Bezerra que se estende até o 31 de Março, Ville Roy e algumas ruas internas.

Além da feira, esse subcentro se destaca por proporcionar diversas empresas voltadas para o segmento de serviços como, por exemplo, na educação existem três escolas particulares e na saúde proporciona diversas clínicas privadas ao longo da Av. Major Willians. Ao todo o bairro São Francisco mantém 2.175 e São Pedro 635 empresas.

Trata-se de um subcentro que ocorreu com a expansão da área central, por serem bairros vizinhos possibilitaram essa interação que parece ser um único núcleo, porém, o que a difere da área central são as divisas territoriais observadas pelas grandes avenidas, de modo que, a circulação da população é menos intensa e ocorre em maior parte por meio de veículos.

Mapa 43 – Disposição do subcentro São Francisco e São Pedro



Fonte: Rafaela Maia (2020). Base de dados: PMBV (2019)

Como observados no mapa 43, as atividades econômicas estão dispostas em grande parte do espaço dos bairros, em muitas das suas vias principais. Em função da difícil visualização da disposição comercial nos bairros e na pesquisa de campo, onde observou-se que apesar desse elevado número de empresas existe uma grande parte de ocupação do solo por residências.

A partir da observação inicial na pesquisa de campo pelos bairros, optou-se por analisar como subcentro a área mais próxima ao centro, a qual apresenta uma maior aglomeração de empresas e disposição de equipamentos públicos, bem como a circulação de pessoas.

Nessa realidade, consideramos importantes as Avenidas Benjamin Constant, Nossa Senhora da Consolata, Getúlio Vargas, Coronel Mota, Major Willians, Alfredo Cruz, Sebastião Diniz, todas são avenidas que se inserem no subcentro cidade a partir do centro, as quais disponibilizam diversas empresas públicas e privadas, como no ensino.

Destaca-se ainda uma aglomeração especializada na Rua Presidente Costa e Silva que concentra em um trecho empresas do segmento de Tecnologia e Informática, com empresas de manutenção em celulares e computadores de diversos portes, considerada uma referência do setor local.

Figura 31 – Especialização Tecnologia e Informática na Rua Presidente Costa e Silva



Fonte: MAIA (2020)

Além desses serviços realizados por empresas, há também a disposição de muitos equipamentos públicos importantes como a Sede da Prefeitura Municipal de Boa Vista, a Maternidade Nossa Senhora de Nazaré, Delegacia de Defesa do Consumidor, Ministério Regional do Trabalho e Emprego, Defensoria Pública do Estado, Agência Nacional de Mineração, Escolas Estaduais Presidente, Costa e Silva e a Professora Diva Alves de Lima.

E as instituições do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, instalados basicamente em forma de expansão do setor de serviços no centro, expressas na figura 28.

Essa disposição de serviços cria uma área urbana funcional que possuem funções que consistem na produção e na distribuição de serviços para o consumo, refletindo na dinâmica dos fluxos pela cidade que recria vantagens no espaço geográfico.

Figura 32 - Alguns dos equipamentos públicos no subcentro



Fonte: Rafaela Maia (2020)

Seguindo os estudos de Côrrea (1986) relacionados à localização econômica, considera-se que o mercado no bairro surgiu com a finalidade de beneficiar-se como um lugar estratégico na cidade, de modo que se constitui uma centralidade para atender os interesses da classe dominante.

Com uma infraestrutura em ruas largas, asfalto, iluminação, sinalizações, calçadas e estacionamentos além de receber recursos para a segurança pública e manutenção de algumas áreas como a Praça dos Bambus. Isso inclusive foi destacado no próprio site oficial da PMBV, quando ressaltam que as obras na região do bairro agregam maior qualidade de vida aos moradores, trazendo uma discussão à tona sobre o fato os bairros mais próximos ao centro recebem maior investimento público, como ressaltado por alguns autores locais como Veras (2009) Oliveira (2019).

Considerando as características dessa disposição econômica no bairro, esse subcentro se implantou com a expansão do centro por possibilitar maiores possibilidades de crescimento em virtude do seu espaço. No entanto, a população que frequenta são especialmente as inseridas entre as zonas leste e norte e circulam em maior parte nos próprios veículos particulares.

Apresenta uma tipologia de periodização mesclada com concentrações tradicionais como o do Mercado Municipal São Francisco trazendo expansão de empresas na Av. Major Willians e nas demais ruas um mercado que vem se expandindo e criando sua identidade recentemente.

Contudo, apesar de ter ocorrido uma relativa descentralização das atividades do setor terciário de comércio em alguns setores e os serviços, essa descentralização privilegia interesses específicos, de valorização imobiliária que ocorrem a partir de diferentes estratégias.

6.4.2 Eixo comercial - Av. Capitão Júlio Bezerra

A Av. Capitão Júlio Bezerra possui uma extensão de cerca de 6,5 km de comprimento, com entrada pela praça do Centro Cívico, passa pelos bairros Centro, São Francisco, 31 de Março, Aparecida e dos Estados, ambos da zona norte. A Avenida surgiu com o objetivo de atender aos bairros localizados na sua proximidade, com a construção partindo do primeiro traçado urbanístico da cidade se expandindo por meio do processo de urbanização. Até mesmo recebeu esse nome em homenagem a um dos primeiros moradores, atuando no período militar (FOLHA, BV 2017).

Salientamos sua importância em pela função urbana que a mesma proporciona. Uma das mais movimentadas da cidade. É diferente dos demais eixos comerciais por possuir um comércio com os espaçamentos entre as empresas maiores, com grandes construções encontradas nos dois lados da avenida.

O uso comercial na via é maior que o residencial conforme ressalta Duarte (1974) é um importante parâmetro para identificar um eixo comercial. Nesta caso, o uso comercial é diverso que totalizam 727 empresas de diversos segmentos, além dos equipamentos públicos e a prestação de serviços. Exerce atratividades pela localização dos prédios públicos como o Centro de Referência Saúde da Mulher, o

Hospital Coronel Mota, Tribunal de Contas de Roraima, Secretária Municipal de Segurança Urbana e Trânsito

Mapa 44 – Identificação do eixo comercial da Av. Cap. Júlio Bezerra



Fonte: Rafaela Maia (2020). Base Cartografica: IBGE (2019)

Em razão da enorme quantidade de pontos na avenida e da escala, optou-se por não expor o mapa por segmentos no eixo comercial, visto que ficaram sobrepostos e não foi possível de se visualizar o seu tipo, todavia, serviram, para identificar a maior concentração de empresas, constatada durante a pesquisa de campo. Desse modo, identificou-se a localização da avenida na cidade e a vista parcial por meio das imagens, apontadas no mapa 44.

Em toda sua extensão possuem empresas, no entanto de forma mais concentrada se destaca o perímetro do 31 de Março e Aparecida, que possui profissionais e empresas múltiplas como padarias, cursos profissionalizantes, papelarias, lojas de roupas, salões, farmácia, supermercados e agropecuárias, muitos destes com infraestruturas modernas.

Uma ou mais empresas em um mesmo lote, tal situação esta relacionada com a especulação imobiliária e valorização que a área recebe, bem como, edifícios públicos, escola, serviço financeiro, lotes vazios, igrejas e praças com construções novas e antigas.

Na Av. Capitão Júlio Bezerra consta uma aglomeração especializada no segmento de estética, com salões de beleza, barbearias, casas de depilação entre outros, conforme apontou a intensidade dos mapas no capítulo anterior, pode-se confirmar essa realidade.

Realidade já constatada por Walter *et al* (2016), onde analisaram-se essa lógica espacial do segmento de estética, em especial salões de beleza na área que se mantêm a diversos anos, e têm como público principal de acordo com os autores a população dos bairros da área nobre de Boa Vista, como Paraviana, Caçari e Bairro dos Estados.

Figura 33 – Especialização do segmento de estética



Fonte: Rafaela Maia (2020)

Da mesma forma, possui a presença marcante de empresas veterinárias como clínicas e pet shop (banho e tosa). Com vagas de estacionamento específicas, observou-se que as pessoas circulam em grande parte por veículos próprios como carros. Trata-se de uma via trânsito frequente e intenso a população inseriu comércios, demonstrando atratividade que essa parte da cidade exerce sobre o processo de expansão urbana que a cidade de Boa Vista apresenta.

As atividades instaladas no eixo comercial atende toda a zona que esta inserida e possui atratividade para as demais, com organização econômica múltipla e especializada em crescimento. De forma que existem empresas modernas e mais

antigas considerou-se como um eixo comercial consolidado com chances de se desenvolver nas especialidades encontradas.

Como exemplo dos circuitos da economia urbana mais bem estruturados de Milton Santos (2001), podemos citar as atividades econômicas desenvolvidas nesse eixo comercial, que se direciona a atender na maioria das vezes funcionários públicos, bem como a elite que vive nas suas adjacências.

A região que sempre foi diferenciada em infraestrutura, foi reestruturada em Fevereiro de 2020 passou uma ampla reforma, onde recebeu melhorias na dinâmica de circulação de veículos, como nova pavimentação, iluminação de LED, sinalização horizontal e vertical, retirada do meio fio, implantação de calçadas e drenagem para evitar alagamentos que eram recorrentes. Dessa forma, o poder público age para o desenvolvimento da região.

6.5 ZONA SUL

A zona Sul possui cinco bairros, porém, o uso residencial é considerado somente em três bairros, visto que o bairro Marechal Rondon é exclusivamente de uso militar e o bairro Governador Aquilino Mota trata-se da área industrial da cidade. Desse modo, considerando as empresas do setor terciário de produtos e serviços concentrados se sobressaem o eixo comercial da Av. Ville Roy e com centralidade relevante para a cidade a Av. das Guianas.

6.5.1 Av. Das Guianas

Os bairros 13 de Setembro e São Vicente foram criados espontaneamente a partir da primeira expansão da área central, por ser um bairro próximo ao Rio Branco que funcionava como um dos meios de transporte, recebeu influência de ocupação também pela abertura Estação Rodoviária construída no bairro São Vicente e o 6º BEC no 13 de Setembro, responsáveis pela abertura da BR-174 e BR-410 na década de 70 (VALE, 2007).

Por meio das políticas administrativas e econômicas foram um dos bairros destinados pelo então Governador Ottomar de Souza Pinto para receber servidores públicos ingressados na época para trabalhar na administração civil e área militar, bem como a população de baixo poder aquisitivo e ribeirinha.

As primeiras ruas próximas ao Centro foram reservadas para construção de instituições públicas. Segundo Vale (2007) o São Vicente em 1980 era um bairro ocupado completamente por apresentar uma concentração de indústrias voltadas para a construção, como serrarias.

A Av. das Guianas é o único elo de Boa Vista com os municípios de Cantá, Normandia e Bonfim que faz divisa com o país Guiana Inglesa, dessa forma trafegam pela Avenida um elevado número de passageiros diariamente, seja por meio de ônibus, taxis ou transporte próprio. Para melhorar o fluxo recebeu uma reforma no ano de 2017 que quadruplicou a Avenida, melhorando de fato alguns transtornos no trânsito.

Por estar inserido em uma localização privilegiada atraiu investimentos de empresas dos mais diversos segmentos, ocasionado, sobretudo, pela dinâmica imposta à cidade capitalista, apresenta uma infraestrutura com uma arquitetura de ruas largas, sinalização, canteiro central (figura 34A).

Além disso na mesma localidade se insere a Rodoviária Internacional - José Amador de Oliveira que transporta passageiros para diversos destinos por meio de ônibus interestaduais, inclusive sua infraestrutura funciona em formato de galeria com diversas lojas de acessórios, presentes, e alimentação como restaurantes e lanchonetes com caixas eletrônicos e casa lotérica inserida, isto, para atender ao fluxo de pessoas no local (figura 34B).

Próximo a rodoviária no bairro São Vicente, se desenvolveu um área comercial especializada em hotelaria, seguindo o pensamento de Hotelling (1929) essa decisão de diversas empresas próximas aos potenciais consumidores permite uma vantagem locacional (figura 34C).

Figura 34 – Aspectos do eixo comercial Av. das Guianas



Fonte: MAIA (2020)

As atividades econômicas de comércio estão inseridas nos dois lados da avenida, formando um corredor de lojas em dois sentidos onde circula um elevado número de pedestres, veículos, transporte coletivo e intermunicipais e somam-se 386. São voltadas especialmente para o segmento de alimentação, artigos diversos, salões e barbearias, manutenção elétrica, alimentação como supermercados, lanchonetes e restaurante. Apesar dos muitos pontos sobrepostos, se consegue visualizar a multiplicidade no mapa 45.

Para Veras *et al* (2016) esse eixo comercial surgiu como mais uma centralidade na cidade de Boa Vista, se constituindo como uma interessante área de consumo cada vez mais crescente da população. No bairro 13 de Setembro concentram-se os supermercados, padarias, madeireiras, casas agropecuárias e comércio varejista, bem como, as distribuidoras de bebidas, hotéis e casas agropecuárias. Nessa porção se encontra supermercados, farmácias, casa lotérica, restaurantes, autopeças, oficinas e diversos outros serviços terciários.

Mapa 45 – Identificação espacial do eixo comercial Av. das Guianas



Fonte: Rafaela Maia (2020). Base de dados: PMBV (2019)

Este centro periférico está localizado a uma distância de apenas 2,70 km da área central da cidade e se adensa nos arredores da Av. das Guianas até a rotatória também nas avenidas que dão acesso a ela. Atendem a população da local, entretanto, tem como ainda como público alvo as pessoas que transitam pela via vindo de cidades próximas que não possuem tais produtos com a mesma quantidade ou valor agregado, ou seja, consomem pela proximidade com a saída ou entrada na saída.

Com conteúdo diferenciado, foi o eixo comercial observado com maior intensidade de pessoas (a pé) circulando, vendendo, consumindo e trabalhando, ou seja, remete a importância social da localização para aqueles que o utilizam como ressalta Sposito (2001), geram não só economia, mas também contribuem para a ascensão social.

Como equipamentos urbanos de atratividade dispõe ainda o Hospital da Criança Santo Antônio, o único do Estado de Roraima específico para o atendimento infantil, isso influenciou inclusive uma série de lanchonetes e restaurantes na proximidade do hospital. E na educação a Escola Estadual Maria das Dores Brasil, a Cadeia Pública do estado de Roraima e alguns órgãos institucionais.

Apresenta as tipologia espacial por interbairros, atravessando três bairros que somava-se 13.101 mil moradores em 2010, segundo o IBGE. Com especialização heterogênea, porém, não abrange muitos segmentos, especialmente em vendas de produtos e serviços varejistas e no transporte que é a maior atratividade da localização.

Desde o ano de 2017 com a imigração venezuelana em Boa Vista a avenida e os bairros que a cercam têm passado por transformações na sua paisagem, de forma que há a presença de pessoas em situação de vulnerabilidade social morando nas ruas. Com reflexos na dinâmica social na segurança, saúde e higiene da área comercial que apresenta uma considerável quantidade de vendedores informais brasileiros e estrangeiros.

6.6 ZONA LESTE

A zona leste é a menos populosa de Boa Vista, considerada área nobre da cidade seu uso do solo se ressaltava por ocupação residencial. No entanto, possui uma expressão de atratividade de empreendimentos diferenciados, especialmente no âmbito da Av. Ville Roy (Roraima Garden Shopping) e na divisa com o centro do bairro São Pedro que já foi contextualizado anteriormente.

6.6.1 Eixo comercial - Av. Ville Roy

Paralela ao Rio Branco, a Avenida Ville Roy possui 9 km de extensão nasce na Praça do Centro Cívico e corta a cidade no sentido nordeste/sudoeste. Indo do centro para os bairros nobres da zona leste, e do centro para um bairro de população na zona sul.

Recebeu esse nome em homenagem ao Governador da Província do Amazonas, Augusto Ximenes de Ville Roy o responsável por assinar ao Decreto

nº49, de 9 de Julho de 1890, o qual criou o município de Boa Vista do Rio Branco na época.

Passa por diversos bairros na zona leste, Caçari, Aparecida, Canarinho, e São Pedro, do outro lado atravessa toda a extensão do bairro São Vicente finalizando na entrada com a Av. das Guianas. Sendo um dos locais mais valorizados da área urbana de Boa Vista. Por exemplo, o valor de um terreno 15x40 na avenida no perímetro do bairro Canarinho está anunciado por 600.000 mil reais.

Apresenta uma infraestrutura valorizada, sendo inclusive uma das primeiras avenidas do município a receber iluminação pública na década de 90, Com uma disposição de duas avenidas largas que funcionam em duplo sentido de circulação, um canteiro central com arborização e com espaço próprio para pedestres e ciclistas.

Recebe investimentos do setor público que realiza obras de infraestrutura urbana, como iluminação, projetos paisagísticos, sinalização entre outros, a fim de atender aos empreendimentos e atrair investimentos de empresas, gerando uma valorização imobiliária ao longo da avenida.

Mapa 46 – Localização e disposição comercial da Avenida Ville Roy



Fonte: Rafaela Maia (2020). Base Cartográfica: IBGE (2019). Figuras 1 e 2: MAIA (2020). Figura 3: MARTINS (2019).

Em relação às atividades econômicas, possui um comércio na zona leste e na zona norte, de modo que o segmento comercial se estende nos dois perímetros com 1.632 empreendimentos conforme o levantamento de dados secundários. Apesar do expressivo número de empresas na via, seguindo as análises de campo com base nas teorias focou-se na zona no perímetro da zona leste onde o comércio é exercido com maior concentração e atratividade.

De todo modo, é importante salientarmos sua expressão no bairro São Vicente na zona norte, onde possui um comércio disperso de lojas de grande porte, especialmente na entrada do bairro, com construções grandes dos dois lados da via nas proximidades com o centro conforme vai se afastando, é uma importante área comercial para os moradores do bairro.

No âmbito do bairro Caçari, se mantêm um comércio mais elitizado, voltado para o público da região, percebida inclusive pelos valores agregadas em um produto ou serviço. Atualmente dispõe de pequenos núcleos concentrados como galerias comerciais ao longo da avenida que possui no seu fim o Roraima Garden Shopping e a Faculdade Cathedral, o que garante uma atratividade a localização.

As atividades econômicas do setor terciário pela avenida ocorrem em maior concentração no perímetro do Centro, São Francisco, Aparecida e entrada do São Vicente, correspondem um número mais recorrente de empresas e fluxo de pessoas e veículos.

Nesse trecho, existe uma variedade de atividades, isso se deve ao fato de haver neste local, diferentes tipos de estabelecimentos diferenciados que já não foram encontrados em outros centros comerciais como, por exemplo, venda piscinas e produtos relacionados.

Figura 35 – Características do Eixo comercial Ville Roy



Fonte: Rafaela Maia (2020)

Além disso, ocorre uma diferenciação predominante na zona leste, que se destaca no segmento de franquias de alimentação, entretenimento, como hambúrgueres, restaurantes, lanchonetes, sorveterias, bares, casas de festas, que funcionam no especialmente no período noturno, sendo considerada, atualmente, uma das principais áreas de lazer da cidade.

Figura 36 – Comércio noturno na Av. Ville Roy



Fonte: Rafaela Maia (2020)

Bem como a presença desses estabelecimentos ligados à gastronomia e entretenimento faz com que seja uma das principais áreas frequentadas aos finais de semana, pois percorrer a Avenida Ville Roy proporcionar diferentes possibilidades como por franquias gastronômicas ou o tradicional churrasquinho (MAIA *et al*, 2016).

Dessa maneira, chama a atenção é que apresenta um elevado fluxo de veículos e pessoas além do período diurno, mas também, no período noturno onde a avenida é utilizada também para as práticas esportivas, como ciclismo e atletismo, dispondo também de duas praças públicas.

Apresenta uma disposição de estruturas grandes como lojas de automóveis da Fiat, Nissan, Jeep e Ford. Faculdade Particular. Nas finanças, mais próximo do centro possui um Banco do Brasil, Banco Itaú. Na área do São Vicente compreende por empreendimentos como supermercados, clínicas de saúde, lanchonetes e restaurantes, oficinas, distribuidoras e hotelaria.

Além disso, situa equipamentos públicos importantes como o prédio do Hospital Coronel Mota, Cartório, Ministério Público de Roraima, Procuradoria Geral do Estado de Roraima, Fundação Estadual do Meio Ambiente, Secretaria de Segurança Pública, Secretaria das Finanças da Prefeitura Municipal de Boa Vista. E em meio aos equipamentos públicos que atraem pessoas de todo o Estado, há as empresas que oferecem serviços e produtos.

Possui ainda a presença de grandes espaços vazios, como quadras inteiras vagas, fruto provavelmente do processo de especulação imobiliária e pertencente aos grandes agentes promotores do espaço urbano como destacou Côrrea (1995) quando ressalta que esses grandes espaços são estratégias para aumentar o lucro e maior preço de terra.

Nesse contexto o uso da via voltado para o comércio é recente especialmente na parte final da avenida na zona leste se ampliando especialmente sob a influência do Roraima Garden Shopping, localizado na área final da avenida, onde os lotes vagos e construções aparecem com mais frequência.

Planejado e construído diante das intencionalidades e interesses de apropriação e domínio das classes dominantes está o Roraima Garden Shopping que exerce uma influência gerando uma atratividade constante para a localização, promove valorização imobiliária e expansão do espaço urbano ao intensificar o fluxo de pessoas e dinamiza o espaço agregando novos valores e importância para o processo de ocupação do espaço geográfico.

A avenida aqui caracterizada se enquadra no que Duarte (1974) chama de eixo comercial, como já foi citado anteriormente, por ser uma via de grande tráfego de veículos, apresentar atividades econômicas e ser um dos principais elos da zona Leste com o Centro.

6.7 CONSIDERAÇÕES SOBRE A ORGANIZAÇÃO COMERCIAL DE BOA VISTA

Do ponto de vista geográfico, com o apoio dos modelos de localização econômica, constatamos que toda essa organização comercial, obedece a uma lógica espacial de centralização, baseada na região em que está inserida, com a população que reside próxima se direcionando para essas áreas.

Muitas das localidades foram introduzidas pela população residente, bem como, pelo planejamento urbano, que ao levar infraestrutura e serviços públicos, obedecendo à lógica de centralidades, estimularam as empresas a se instalarem gradativamente, conforme seu poder de investimento e planejando alcançar um determinado público alvo.

Para Christaller (1966) a organização das cidades se dá de forma hexagonal, onde o Centro representa o lugar central e as demais áreas comerciais demonstram as regiões complementares, onde se tem formações sucessivas, ou seja, é um conjunto de hexágonos que formam outros gradativamente.

Garantindo uma diferente hierarquia entre eles. Em Boa Vista pode-se dizer que isso ainda é observado, pois o centro, subcentros e eixos comerciais possuem diferenças hierárquicas entre eles, observadas pela dimensão da área ocupada, tipos de comércio e serviço, serviços públicos, circulação de pessoas, além de serem habitados por pessoas diferentes.

O quadro 7, apresenta uma comparação entre os subcentros e eixos comerciais de Boa Vista no que diz respeito ao número de empresas:

Quadro 7 – Total de empresas por área comercial em Boa Vista

CENTRO COMERCIAL	TOTAL DE EMPRESAS
Av. Gen. Ataíde Teive	3739
São Francisco/São Pedro	2810
Pintolândia	2283
Buritis (Av. dos Bandeirantes e Av. Mario Homem de Melo)	1721

Av. Ville Roy	1632
Senador Hélio Campos e Dr. Silvio Botelho	1026
Av. Capitão Júlio bezerra	727
Av. Venezuela	690
Raiar do Sol – Av. Estrela D'alva	621
Av. Princesa Isabel	592
Pricumã - Via das flores	521
Av. das Guianas	386
Av. João Alencar	159
Av. Centenário	155

Fonte: Elaboração própria. Base de dados: PMBV (2019)

É possível perceber que os subcentros e eixos comerciais de Boa Vista possuem diferentes níveis de concentração terciária. A Av. Gen. Ataíde Teive por exemplo, é a que possui o maior número de empresas. Já o eixo comercial da Av. Centenário é o que apresenta a menor quantidade relativa de empresas, o que pode ser explicado pela periodização mais recente.

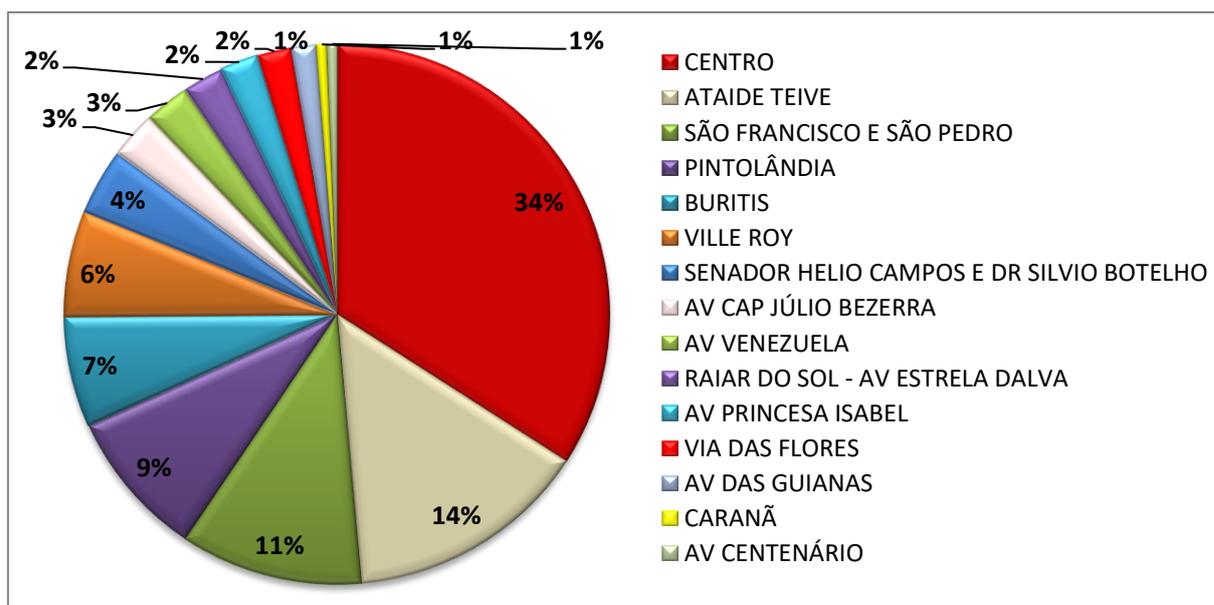
Essas discrepâncias mostram que apesar de termos observados muitas empresas da mesma rede presente em quase todos esses locais, como por exemplo, a rede de empresas Lojas Charme que foi observada em todos esses locais, isso mostra que não são todos iguais, considerando suas tipologias espaciais.

Após analisar os 14 subcentros e eixos comerciais e a área central, foi possível realizar uma análise comparativa por meio da metodologia utilizada, buscando encontrar similaridades e diferenças entre as centralidades. Além disso, tais diferenças possibilitam uma comparação tipológica.

Para isso foram considerados os seguintes critérios: número de estabelecimentos, periodicidade (nova ou tradicional) observada pela infraestrutura das empresas e pesquisas, uso residencial, concentração, presença de filiais, equipamentos urbanos, circulação da população (veículos ou pedestre), estágio evolutivo e o total de bairros alcançados.

A partir do gráfico 5, foi possível verificar que diante da classificação de existe uma Hierarquia desses centros comerciais.

Gráfico 5 – Representatividade de empresas por centro comercial



Fonte: Rafaela Maia (2020)

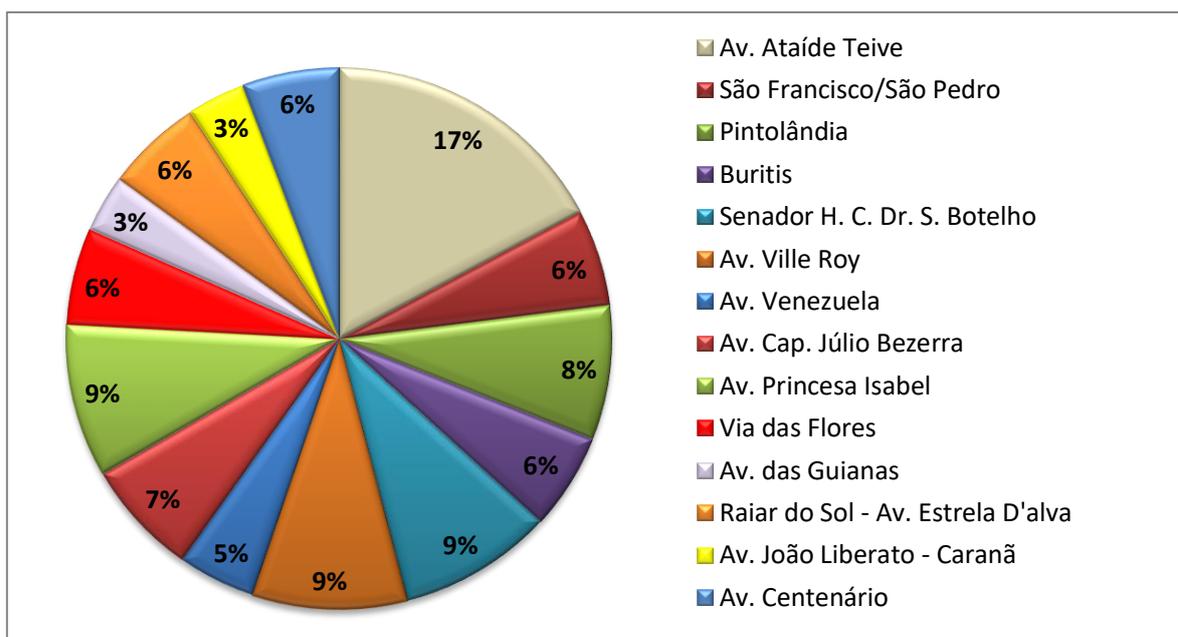
Além dos subcentros e eixos comerciais incluímos o Centro a fim de visualizarmos sua expressividade, ocupando 34% do total das empresas de Boa Vista. Em seguida, temos o Subcentro da Av. Gen. Ataíde Teive com 14%. De todo modo somando-se os dois equivalem a quase metade das atividades comerciais locais.

Outro destaque é o São Francisco e São Pedro com 11%, posteriormente vem o bairro Pintolândia com 9%, Buritis com 7% e assim respectivamente, com a Via das Flores, Caranã e Centenário como os eixos comerciais de menor grau.

No gráfico 4, observamos durante as etapas da pesquisa a quantidade de bairros que cada subcentro ou eixo comercial tem como público principal de modo que exerce um fluxo cotidiano. A Av. Gen. Ataíde Teive é o subcentro com maior destaque pela quantidade, especialidade e multiplicidade de produtos e serviços, considerando ainda sua enorme extensão em território, posteriormente vem o subcentro do bairro Pintolândia, uma das localizações com diversas vantagens locais, como a maior taxa populacional.

Em seguida temos a extensão do Centro, com o São Francisco e São Pedro, seguido pelo Buritis, Senador Helio Campos, Av. Ville Roy, Av. Venezuela especializada, Av. Cap. Júlio Bezerra, Av. Princesa Isabel, Via das Flores, a Av. Centenário que atende cinco bairros próximos e por fim o eixo comercial do Caranã.

Gráfico 6 – Quantidade de bairros que cada subcentro atende ou está inserido



Fonte: Rafaela Maia (2020)

Além da quantificação, consideramos a periodização da localização classificando-os como (A) novos ou (B) tradicionais. (A) Em desenvolvimento áreas comerciais recentes com potencial de crescimento; (B) Consolidado áreas comerciais tidas como referência comercial com uma expressão econômica local; (C) Estagnado áreas comerciais que não possuem mais disponibilidade de crescimento, devido ao elevado uso do solo.

Gráfico 7 - Tipologia de periodização e estágio evolutivo

SUBCENTRO/ EIXO COMERCIAL	PERIODIZAÇÃO (A) Nova (B) Tradicional	ESTÁGIO EVOLUTIVO (A) Em desenvolvimento (B) Consolidado (C) Estagnado
Subcentro Av. Ataíde Teive	B	B / C / A
Subcentro São Francisco/São Pedro	B	B
Subcentro Pintolândia	B	B
Subcentro Buritis	B	B
Subcentro Senador H. C. Dr. S. Botelho	B	B / A
Eixo comercial Av. Ville Roy	B / A	B / A
Área especializada Av. Venezuela	B	B
Eixo Comercial Av. Cap. Júlio Bezerra	B	B
Eixo comercial Av. Princesa Isabel	A / B	A
Eixo comercial Via das Flores	A / B	A

Eixo comercial Av. das Guianas	B	B
Subcentro Raiar do Sol - Av. Estrela D'alva	B	B
Eixo comercial Av. João Liberato - Caranã	A / B	A
Eixo Comercial - Av. Centenário	A / B	A

Fonte: Elaboração própria (2021)

O subcentro da Av. Gen. Ataíde Teive é um subcentro consolidado, já reconhecido pelos boa-vistenses a diversos anos, todavia, no perímetro de maior concentração consideramos como uma área estagnada, pois já não possui terrenos vazios ou residenciais, sendo assim, o uso do solo já é totalmente ocupado, porém, pode haver expansão no restante da Avenida onde o uso do solo é menor. Sendo assim, a mesma avenida consegue se encaixar em três parâmetros: consolidada, estagnada e em desenvolvimento.

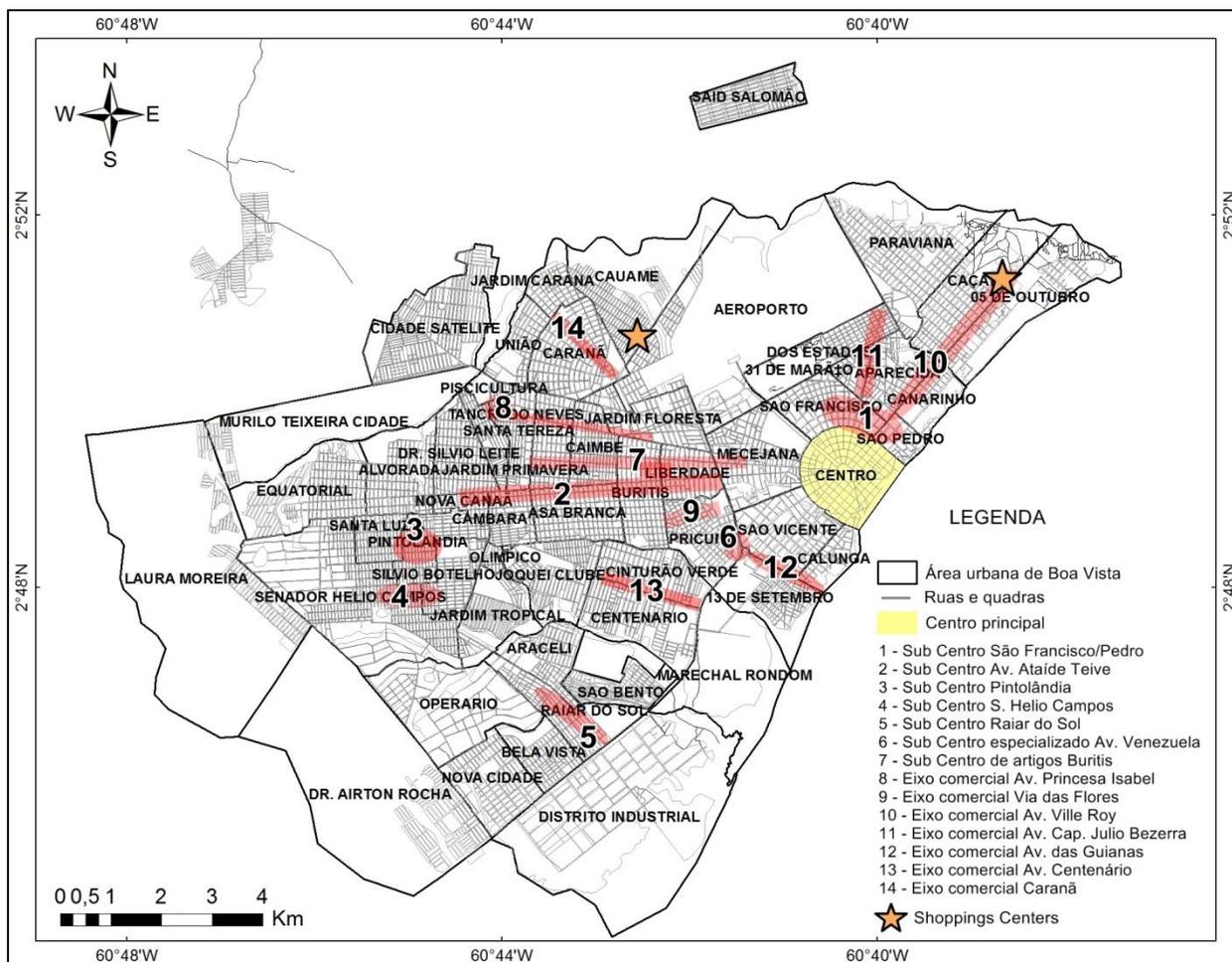
As localizações classificadas como periodização do tipo (B) equivalem as localizações comerciais tradicionais na cidade, tendo em vista sua infraestrutura pública e das fachadas das lojas, uso residencial e circulação de pessoas e veículos, desse modo, todos possuíram essas características.

No entanto, locais como Av. Ville Roy, Av. Princesa Isabel, Via das Flores, Av. João Liberato e Av. Centenário foram identificados notadamente como eixos comerciais que possuem diversos empreendimentos instalados recentemente, demonstrando que a concentração vem se desenvolvendo nos últimos anos.

É possível perceber que os referidos subcentros e eixos comerciais possuem características similares com a área central de Boa Vista, esta que por muito tempo representou a única zona de convergência de toda a cidade, agora sofre com a concorrência das novas centralidades que contribuem para a formação de polos comerciais em potencial.

Esse processo é resultado das horizontalidades e verticalidades que a cidade vem sofrendo nos últimos anos, formando localidades socioeconômicas expressivas no contexto roraimense. Segundo as bases teóricas, apontou-se como centralidade comercial configurada em Boa Vista, as áreas destacadas no mapa 47.

Mapa 47 – Principais centralidades comerciais em Boa Vista (RR)



Fonte: Rafaela Maia (2020). Base Cartográfica: IBGE (2019)

Como podemos observar no mapa 47, ao redor dessas centralidades comerciais destacadas, há um vazio comercial, que são ocupados por residências e até mesmo ruas de comércio interno para atender a população local, porém, são empreendimentos mais isolados e de pequena escala, como exemplo panificadoras onde o consumo é diário.

Além disso, muitas desses empreendimentos não são assistidas pelo poder público local, alguns, inclusive funcionam sem cadastro na PMBV, convivendo com um espaço público degradado e insegurança, não exercendo atratividade capitalista ao local.

Já os centros comerciais representam uma variedade de empresas de produtos e serviços públicos e privados que juntos exercem uma atratividade a sociedade consumidora, explorando uma economia de aglomeração. Como

exemplo, bem sucedida, têm-se centros de peças automotivas e veículos e de vestuário.

Como resultado das centralidades comerciais analisadas, foi possível concluir que os subcentros e eixos comerciais em Boa Vista estão dispostos em localizações estratégicas, que no geral, consegue atender a população que mora nas suas proximidades, bem como, pessoas de passagem.

Isso ocorre por que muitos dessas áreas se conectam, até mesmo existe uma relação com os transportes na constituição dessas centralidades, pois são passagens de transporte coletivo, alternativo e particular, fazendo com que esse fluxo atraísse empresas.

Diferentemente de cidades grandes onde os subcentros estão dispostos em áreas grandes abrangendo diversas quadras, em Boa Vista uma cidade média amazônica, os subcentros não ocupam uma grande área dentro dos bairros, mas foca-se nas vias principais e suas proximidades.

Isto mostra que o processo de descentralização não está concluído, podendo haver uma expansão das atividades de comércio e serviço nos bairros que abrigam os subcentros. Uma evidência disso é nos mapeamentos de densidade por setores distintos que mostraram que a concentração de diversos setores prevalece na área central. À medida que os demais centros se fortalecem, pode haver migração de empresas e equipamentos públicos para estes espaços.

Muitos podem pensar que são simples pontos comerciais, com vendas de produtos ou prestação de serviço, no entanto, possui uma presença de determinados números de clientes que o procuram e empregos gerados. Para a Geografia Econômica se esses estabelecimentos existem há alguns anos implicam na produção do espaço urbano, na economia propiciada pelas vendas e na sociedade.

Atuando como função central, isso por que oferece serviços para a população, às aglomerações de empresas, são atividades urbanas que estão relacionadas com a sua localização que oferece vantagens, como a fácil acessibilidade, a multiplicidade e a especialidade produtiva.

7 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na etapa final do presente estudo que combinou análise sistemática da literatura, análise de dados quantitativos e estudos de caso em Boa Vista, serão apresentadas as sínteses dos principais debates abordados na dissertação, bem como o resultados alcançados, sugestões da pesquisa e conclusões.

No capítulo teórico intitulado: “*Geografia urbana e economia de aglomeração*” realizou-se um levantamento de estudos científicos sobre a temática abordada, onde entendeu-se como a economia de aglomeração de comércios e serviços, está diretamente relacionada com a produção do espaço urbano, onde as localizações se beneficiam do processo de centralização e descentralização para a formação de subcentros e eixos comerciais.

A realização do estudo destacou a relevância de compreender de forma mais sistematizada a dinâmica que envolve o processo de localização no uso do espaço urbano, onde compreender a descentralização das atividades comerciais consiste em um grande desafio de estudo na Geografia.

Tomou-se como referência a construção teórica do campo científico e a identificação de sua estruturação quanto ao perfil dos pesquisadores, das áreas de formação, gênero e citações, apresentando, o estado da arte nos debates existentes, quanto, mapear e caracterizar o campo científico sobre subcentros comerciais.

Pensar o surgimento de atividades terciárias no setor de comércio e serviços faz refletir sobre o processo de descentralização e como ele vem ocorrendo. Durante o processo histórico de ocupação de Boa Vista o comércio se manteve e se consolidou conforme o avanço do espaço urbano.

No capítulo intitulado “*Caracterização social e econômica do espaço urbano de Boa Vista*” compreendeu-se a formação do espaço urbano da cidade, seu histórico de ocupação para se tornar o que temos atualmente, possibilitando inclusive um debate nas discussões por zonas administrativas. Da mesma forma, constatou-se o quanto o comércio de serviços e produtos na cidade é importante para a sociedade, possibilitando emprego e renda.

No capítulo “*A distribuição comercial por setores econômicos em Boa Vista*” evidenciou-se o número de atividades comerciais na capital através de mapa de densidade foi possível identificar as áreas com maior número de empresas e ainda

identificar as áreas especializadas em determinado segmento. No capítulo quatro identificou-se a área central de Boa Vista, seus subcentros e eixos comerciais a partir de uma análise espacial e contextualização da realidade local.

Como resultados da pesquisa obteve-se grandes eixos relacionados ao tema, dentre eles: o primeiro mapeamento sobre o estado da arte nos subcentros comerciais no Brasil, fazendo uma análise e levantamento das publicações e dos pesquisadores do campo científico, por meio do perfil dos pesquisadores e das publicações, dando como resultado gráficos e mapas temáticos.

Posteriormente, houve a criação de um banco de dados dos segmentos econômicos de endereços de empresas transformados em objetos geospaciais e sua distribuição espacial em Boa Vista organizada em quatorze setores conforme a Classificação Nacional de Atividades Econômicas CNAE. Nessa vertente houve a identificação das concentrações econômicas a partir de um mapeamento por setores. Foi então realizado, o primeiro mapeamento de todos esses setores no presente curso, portanto, inovador.

Verificou-se que nos estágios iniciais da ocupação, o comércio se instalou gradativamente na área central sendo atualmente a principal centralidade de comércio e serviços da capital. Mas, a medida em que a cidade cresceu e ocorreram modificações no espaço urbano, o comércio buscou mudar sua localização criando novos pólos de atividades econômicas.

Seguindo esse direcionamento realizou-se um estudo da área central de Boa Vista identificando suas características e sua disposição econômica de comércios e serviços, suas áreas especializadas e o processo de centralização/descentralização na qual vem passando.

Foi realizado uma caracterização, identificação e contextualização de quatorze áreas comerciais externas ao centro por zonas administrativas, classificadas por subcentros e eixos comerciais com o levantamento de campo e análise por meio de registros fotográficos e análises geospaciais. E por fim, uma comparação dos níveis hierárquicos entre as classificações.

Com a expansão urbana e o assentamento populacional cada vez mais distante do centro, as atividades comerciais seguiram esse fluxo, como por exemplo, o mais elevado número de concentrações comerciais é na zona oeste, a mais populosa e mais distante da área central.

O comércio, é uma das atividades principais no processo de produção e transformação do espaço urbano, assim percebe-se que a localização dos aglomerados acompanha o crescimento da cidade, mas à medida que Boa Vista cresce e ocorrem modificações em seu espaço, o comércio busca mudar sua localização, como forma de manter atrativo aos clientes.

A descentralização em Boa Vista vem ocorrendo gradativamente sendo os primeiros subcentros na expansão da área central com os bairros São Francisco e São Pedro e na expansão da zona oeste através da Av. Ataíde Teive. Somente nos últimos anos surgiram outras formas de novas centralidades como os shoppings centers.

Assim, como em outras cidades médias brasileiras, em Boa Vista as centralidades comerciais caracteriza-se por possuir diferentes formas, a maioria de formato alongados como no caso da Av. Estrela D'alva, onde as atividades terciárias ocupam os dois lados movimentado da avenida. Os eixos comerciais estão dispostos especialmente em vias longas que conectam importantes áreas da cidade e têm um elevado fluxo de veículos e de pessoas.

Foi possível perceber que a localização das principais áreas de comércio concentradas, fora da área central, ocorrem em vias que dão acesso a ela ou em áreas centrais de interbairros. Tem uma relação fundamental com as linhas de transporte público e alternativo e da presença de equipamentos públicos destinados a prestação de serviços.

A localização destas atividades se torna importante para a garantia de seu sucesso, de modo que faz com que estejam próximas aos seus consumidores. Assim, várias formas espaciais surgiram, desde o surgimento de concentrações comerciais em ruas, áreas, galerias, feiras e shoppings centers. Isso evidencia a relação íntima entre comércio e cidade.

Constatou-se informações percebidas por grandes teóricos de localização comercial que discutem que a atratividade de vendas de um setor pode ser ampliado pela aglomeração de outras empresas do mesmo segmento e isso foi percebido durante a análise por setores especializados.

Bem como as análises dos teóricos locacionais que retrata que as áreas comerciais devem seguir os princípios da demografia e a Christaller com sua teoria de lugares centrais onde a concentração de empresas ocorre seguindo uma lógica

de distância. Percebidas durante o avanço da pesquisa onde, identificou-se essas dinâmicas pontuadas na realidade econômica local.

Reforçando a segmentação calculadamente pensada pelos formadores do espaço para a cidade de Boa Vista, revela nitidamente o que o geógrafo Milton Santos define como a manifestação dos dois circuitos da economia urbana, ou seja, o circuito superior, e o inferior, numa cidade cada vez mais segregada, onde as distinções no comércio e no espaço se dão de acordo com as zonas administrativas da capital.

Diante dos conceitos de subcentros e eixos comerciais e sua eventual disposição no espaço urbano de Boa Vista, percebe-se que a criação ou surgimento de novas centralidades decorreu de processos inerentes à reprodução capitalista do espaço. Dessa forma, o centro que age em maior parte como monopolizador de atividades comerciais e serviços passa a dividi-las com outras áreas da cidade.

Contudo, é possível inferir que os locais identificados como subcentros e eixos comerciais constituem de fato centralidades, condizentes com estudos realizados em outras cidades. Todavia, em toda a distribuição fica evidente que sua área mais dinâmica encontra-se no Centro, especialmente pela amplitude de setores, bem como a presença de transporte público em terminais, tornando mais viável ir ao centro que em uma área cuja distância seja menor.

No geral, os locais identificados como subcentros e eixos comerciais são consolidados e ocupam grandes espaços, constituindo, de fato, importantes centralidades no cenário de cidade média amazônica. Cabe ressaltar que Boa Vista possui ainda outras áreas comerciais de importância interna nos seus bairros, principalmente na Zona Oeste, onde novas centralidades surgem constantemente e podem vir a se tornar eixos comerciais.

Como é o caso da Av. Dom Nepote no bairro Cidade Satélite onde foi realizado uma pesquisa de campo devido aos apontamentos nos mapas, no entanto, as atividades comerciais ao longo da via somam-se menos que cem e ocorrem em formato disperso e não concentrado, além de não exercer uma atratividade para outras regiões, todavia, muito importante como centro comercial de bairro para os moradores do mesmo evidenciando o papel das novas centralidades.

Destaca-se a importância da pesquisa de campo realizada no período de três meses, de Outubro à Dezembro de 2020, previamente como moradora e pesquisadora da cidade, foram realizadas observações e registros fotográficos, o

que permitiu analisar de perto a dinâmica comercial da área e a expansão deste setor para a economia do próprio Estado de Roraima. Percebemos ainda as particularidades de cada zona, sobretudo na infraestrutura e na intensidade da circulação da população, entretanto, com limitações ocorridas em virtude da pandemia por Covid-19 devido as restrições no funcionamento do comércio local.

A busca pelas novas centralidades e descentralização por meio da dinâmica de localização apresentada por Boa Vista, merece destaque tendo em vista que tanto o Centro, Subcentros e eixos comerciais não devem ser entendidos por si só, mas revelando seu papel diante da estrutura da cidade, que é única.

Afinal, muitos são os desdobramentos a partir da localização que no geral, contribuem para alterações espaciais na cidade e podem em circunstâncias adequadas ser uma forma eficiente de fortalecer as chances de crescimento e de sobrevivência de um empreendimento que geram renda e emprego, favorecendo o desenvolvimento da economia. Desse modo, a localização das áreas comerciais devem ser pensadas de forma estratégicas, pois reduzem o deslocamento das pessoas, possuem uma importância na integração social ao garantir emprego e renda na região que esta inserida.

Os dados coletados nas localizações comerciais produziram um banco de dados, imagens, informações e representações cartográficas que agregam conhecimento aos pesquisadores locais, destacando a relevância de compreender de forma mais sistematizada a dinâmica que envolve o uso do solo no espaço urbano.

Os significativos resultados obtidos, no âmbito do curso de Mestrado em Geografia, possibilitou vários artigos em eventos locais e nacionais e em periódicos científicos, destacando a importância do estudo científico e sua divulgação.

O desenvolvimento da pesquisa demonstrou a necessidade de ampliar as áreas pesquisadas e padronizar a representação cartográfica das mesmas, dessa forma, no decorrer da Dissertação a pesquisa foi sendo ampliada. Contudo, este trabalho não encerra os estudos sobre as novas centralidades, sendo estas segmentadas ou múltiplas, pelo contrário, abre possibilidades de debates para outros estudos sobre essa temática.

Com base nas discussões e resultados desenvolvidos nesta pesquisa, este trabalho apresenta uma agenda prospectiva que visa subsidiar funcionalmente plano

de ação por parte da comunidade científica e políticas públicas que eventualmente tome como referência esse estudo.

Desse modo, para outras pesquisas que tomem consideração sobre esse estudo de dissertação, poderiam aprofundar o conhecimento em centralidades e descentralização em diversos níveis hierárquicos, pois o setor comercial é dinâmico e esta em constante atualização. Podendo ser inclusive objeto de estudo para uma próxima formação como o Doutorado.

Há coisas, por exemplo, que não foi à proposta da pesquisa, porém, podem ser aprofundadas e ser eixos de investigação futura, como o estudo de caso de cada localização apontada como núcleo polarizador de um determinado setor comercial, bem como, o levantamento e estudo das áreas comerciais internas a um só bairro e sua importância na hierarquia comercial da cidade, assim como a possibilidade de pesquisa com os shoppings centers como referência de descentralização da área central e até mesmo dos próprios subcentros e eixos comerciais.

Deixam-se ainda sugestões de melhorias para o setor público, pois é um tema central na administração pública, pois está associada com a localização e funcionalização das áreas comerciais, como as condições de transporte público, uma vez que a coesão espacial facilita a acessibilidade dos usuários aos serviços demandados como os próprios serviços públicos e de infraestrutura.

Além disso, recomendam-se as instituições públicas e privadas que trabalham diretamente com o segmento comercial, como a Junta Comercial, o SEBRAE e Superintendia de Finanças da PMBV, poderiam utilizar essa análise espacial para levar conhecimento aos empreendedores por meio de agendas completas por segmentos específicos por localidade, bairros ou zonas administrativas com a finalidade de crescimento social e econômico para a cidade.

De acordo com a pesquisa, pode-se evidenciar e confirmar as hipóteses pré-estabelecidas, onde a reestruturação da cidade aconteceu pela expansão da área urbana, crescimento demográfico, distância centro-periferia, necessidade das especializações em uma localidade concentrada e os benefícios econômicos pensados por grandes teóricos da economia de aglomeração.

Conclui-se que as novas centralidades surgem e se desenvolvem de acordo com as possibilidades apresentadas pela cidade, de acordo com o crescimento do tecido urbano, populacional, investimentos de agentes, como o do empresário e das

políticas públicas moldam o espaço e se materializam nos aglomerados comerciais em busca de benefícios econômicos da dinâmica capitalista.

REFERÊNCIAS

- ALVES, L. A.; FILHO RIBEIRO. V. **Reestruturação urbana das atividades de comércio e serviços em Uberlândia – MG**. Minas Gerais: Universidade Federal de Uberlândia, 2008.
- ANDRADE, T. A. **O desempenho das cidades médias no crescimento populacional brasileiro no período 1970/2000**. In: ANDRADE, T. A.; SERRA, R. V. (Orgs.). *Cidades médias brasileiras*. Rio de Janeiro: IPEA, 2001. p.129-170.
- ANJOS, J. N. S. dos. **Desenvolvimento regional da área de livre comércio de Boa Vista e suas implicações socioespaciais a partir de um estudo geoestratégico**. (Dissertação de Mestrado) Universidade Federal de Roraima, Programa de Pós Graduação em Geografia: Boa Vista, 130 p. 2014.
- AMORIM FILHO, O, B; DINIZ, A. M. **A Boa Vista, Roraima: uma cidade média na fronteira setentrional do Brasil**. In: XXV CONGRESO NACIONAL Y X INTERNACIONAL DE GEOGRAFIA. Resúmenes. Valdivia: Universidad Austral de Chile, 2004.
- ARAUJO, R. R. **A dinâmica da estruturação de retoques residenciais urbanos – Estudo de caso: O entorno do Shopping Center Iguatemi, Porto Alegre, RS**. (Dissertação de Mestrado) UFRGS/PROPUR, Porto Alegre, 2005
- BARROS, A. J. S.; LEHFELD, N. S. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- BARROS, N. C. C. de. **Roraima paisagens e tempo na Amazônia setentrional**. Recife: Ed. Universidade Federal de Pernambuco, 1995.
- BATISTA, A. N. **Políticas públicas e produção do espaço urbano de Boa Vista - Roraima (1988-2011)**. 2013. (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal de Roraima, Programa de Pós Graduação em Geografia: Boa Vista, 167 p. 2013.
- BERRY, B. J. **Theories of Urban Location**. 1. ed. Texas: Assn of Amer Geographers, 1968. 512 p.
- BESSA, K. **Estudos sobre a rede urbana: os precursores da teoria das localidades centrais**. *GeoTextos*, vol. 8, n. 1. 2012. p. 147-165
- BORGES, E. C. O. **Do empírico e espontâneo ao científico e estratégico: o varejo à luz das teorias de localização na regional Centro-Sul de Belo Horizonte**. Dissertação (Mestrado em Tratamento de Informação Espacial). PUC-MG. Belo Horizonte, 2008. p. 208

CARLTON, D.W.; PERLOFF, J.M.. **Modern industrial organization**. 3.ed. New York: Addison-Wesley, 2000.

CARLOS, A. F. A. **O lugar no/do mundo**. São Paulo, Hucitec, 1996

_____. **O espaço urbano: Novos escritos sobre a cidade**. São Paulo: FELCH, 2008, 123 p.

_____. **A cidade**. 8. ed. 2º reimpressão – São Paulo: Contexto, 2004.60 p.

_____. A prática espacial urbana como segregação e o “direito à cidade” como horizonte utópico. In: VASCONCELOS, Pedro de Almeida; CORRÊA, Roberto Lobato; PINTAUDI, Silvana Maria. **A cidade contemporânea: segregação espacial**. São Paulo: Contexto, 2016. p. 95-110.

CALDEIRA, T. P. do R. **Cidade de muros: crime segregação e cidadania em São Paulo**. São Paulo: Editora 34: EDUSP, 2000.

CASTELLS, M. **A Questão urbana**. Tradução de Arlene Caetano. – Rio de Janeiro: 3 ° ed. Paz e Terra, 2004. 590 p.

CARTANI, D. M. **Metodologia da Pesquisa Científica**. São Paulo, 2011.

CLAVAL. P. **Geografia econômica e economia**. Ed. 1. Paris: Geo Textos, 2005. p. 11-27.

CORRÊA, R. L. **O enfoque locacional na Geografia**. In: Terra Livre, nº1, 1986, p.62-66.

_____. **O Espaço Urbano**. Ed. Ática, Série Princípios, 3ª. Ed., nº 174, São Paulo, 1995.

_____. Sobre Agentes Sociais, Escala e Produção do Espaço: Um Texto para Discussão. In: CARLOS, A.F.A.; SOUZA, M.L.; SPOSITO, B.E.M. (Org.) **A produção do Espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios**. São Paulo: Contexto, 2011. p. 41-51

OLIVEIRA J V.; BRANDÃO M L.; Expansão urbana de Boa Vista, Roraima e os reflexos de desigualdade espacial. Ceará: GEOSABERES: Revista de Estudos Geoeducacionais, vol. 9, núm. 18, 2018

CHRISTALLER, W. **Central Places in Southern Germany**, New Jersey, Prentice-Hall, 1966, Parte B

DAVIES, R.L. **Marketing Geography: With Special Reference to Retailing**, Retail and Planning Associates, Cambridge, 1976.

DUARTE, H, S. B. **A cidade do Rio de Janeiro: descentralização das atividades terciárias. Os centros funcionais**. Revista brasileira de Geografia: Rio de Janeiro, v36 n1, p 53-98, 1974

FARIAS, A. V. de M.; VERAS, S. S. A.; PAIXÃO, da A. U. S. Caracterização socioeconômica e espacial do subcentro comercial da Avenida Ataíde Teive em Boa Vista – RR. **Revista Textos&Debates** n. 19 p. 121-141, Boa Vista, 2016

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE RORAIMA – FECOMÉRCIO. **O crescimento do comércio em Roraima**, Disponível em: <<https://fecomerriorr.com.br/o-crescimento-do-comercio-em-roraima/>> Acesso em: 27 set 2020.

FERREIRA, C. M.C. As Teorias da localização e a Organização especial da Economia. In.: HADDAD, P. R; FERREIRA, C. M. C; BOISIER, S; ANDRADE, T. A. **Revista Economia Regional: Teorias e métodos de análise**. Banco do Nordeste do Brasil, Fortaleza, 1989.

FONSECA, J. J. C. **Metodologia da pesquisa científica**. UECE, Fortaleza, 2002. 127 p.

FOLHA DE BOA VISTA. “**História de Boa Vista - RR**” [25/04/2017] Disponível em <<https://folhabv.com.br>> Acesso em: 05/07/2020

FREITAS, A. **Geografia e História de Roraima**. Boa Vista: IAF, 2017, 212p.

FUJITA, M.; KRUGMAN, P.; VENABLES, J. A.; **Economia Espacial – Urbanização, prosperidade econômica e desenvolvimento humano no mundo**. 1. Ed. Venables: Futura, 2002, 392 p.

GARCIA, V. T. **Dinâmicas urbanas recentes: o setor terciário, descentralização e a formação de novos pontos de comércio em Anápolis (GO)**. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade de Brasília, Departamento de Geografia. 2012

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6° ed. São Paulo: Atlas, 2008. 244 p.

G1 - RORAIMA. **Foto aérea de Boa Vista, tirada na expedição de Hamilton Rice pela Amazônia em 1924.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/rr/roraima/noticia/2015/07/conheca-historia-e-curiosidades-que-marcam-os-125-anos-de-boa-vista.html>> Acesso em: 15/10/2019

HARVEY, D. O espaço como palavra-chave. **Revista GEOgraphia**. Rio de Janeiro: v. 14, n. 28, 2002. p. 8 – 39.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Comissão Nacional de Classificação CONCLA – CNAE** Disponível em: <<https://concla.ibge.gov.br/classificacoes/por-tema/codigo-de-areas>>. Acesso em: 11 mai. 2020.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Dados socioeconômicos**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br>> Acesso em: 21/06/2020.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Censo demográfico 2010. Disponível em: < <https://censo2010.ibge.gov.br/resultados.html>> Acesso em: 01/10/2019.

JUCERR. Junta Comercial do Estado de Roraima. **Estatísticas**. Disponível em: <<http://www.jucerr.rr.gov.br>> Acesso em 17/08/2020

KRUGMAN, P. **Vendendo prosperidade**. Orion. Tradução editora: Campos, 1997. 376 p.

KNEIB, E. C. D. **Subcentros urbanos: contribuição conceitual e metodológica à sua definição e identificação para planejamento de transportes**. Tese (doutorado)—Universidade de Brasília, Faculdade de Tecnologia, Departamento de Engenharia Civil e Ambiental, 2008

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos metodologia científica**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2001. 320 p.

LEFEBVRE, Henri. **A Revolução Urbana**. Tradução de MARTINS, S. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999

LÖSCH, A. **The economics of location**. 1. Ed. New Jersey: Yale University, 1954. 556 p. Disponível em:<<https://archive.org/details/economicsoflocat00ls/page/n7>> Acesso em 18 de Mar de 2019.

MANUAL DE NORMAS DE TRABALHOS TÉCNICOS CIENTÍFICOS DA UFRR. 3ª edição: Universidade Federal de Roraima. 2017, 103 p

MAIA, R. K. S; SILVA, B, da S. MATTOS M. A. de.; **Franquias na área gastronômica na nova economia da cidade de Boa Vista RR.** Boa Vista in: Anais do III Seminário Sociedade e Fronteira Produção de Conhecimento e Formação Multidisciplinar. UFRR, 2018. p. 209-222

MARQUES, J. C. M; SOUZA, L. S. **Clusters como instrumento estratégico de regeneração urbana sustentável.** Cad. de Pós-Graduação em Arquit. e Urb. São Paulo, v. 4, n. 1, p. 59-72, 2004.

MARASCHIN, C. **Localização comercial intra-urbana: análise do crescimento através do modelo logístico.** UFRS/PROPUR. (Tese de Doutorado) Porto Alegre, 2009.

MARSHALL, A. **Princípios de Economia;** São Paulo, Abril Cultural, 1982. 272 p.

MASCENA, K. M. C.; FIGUEIREDO, F. C.; BOAVENTURA, J. M. G. **Clusters e APL'S: Análise Bibliométrica das Publicações Nacionais no Período de 2000 a 2011.** Revista de Administração de Empresas, v. 53, n. 5, p. 454-468, 2013.

MENDONÇA, A. W. **Metodologia para estudo de caso.** 99 p. Palhoça: Ed. da Unisul - Universidade do Sul de Santa Catarina, 2014.

MOREIRA, R. **Geografia: Teoria e crítica – O saber posto em questão.** Ed: Vozes, 1981, 240 p.

OLIVEIRA, de V. J.; COSTA, L. C. M.; Expansão urbana de Boa Vista (RR) e os reflexos sobre a desigualdade socioespacial. **Revista Geosaberes**, Fortaleza, v.9, n.18, p 1-18, 2018

OLIVEIRA, S. T. de. Urbanidade de **Espaços Públicos: Complexo Poliesportivo Ayrton Senna da Silva, Cidade de Boa Vista-RR.** 2019. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Geografia, Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, Roraima, 2019.

OLIVEIRA, Francisco de. O ornitorrinco. In: OLIVEIRA, Francisco de. **Crítica à razão dualista o ornitorrinco.** São Paulo. Boitempo, 2003. p. 121-150.

PADOVANI, S. “Representações gráficas de síntese: artefatos cognitivos de aspectos teóricos” Paraná: **Educação gráfica**, v.16, n.2, p. 1-20. 2012

PARENTE, J. **Varejo no Brasil, Gestão e Estratégia**. São Paulo: Atlas, 2000. 388p.

PAZ, A. C. de. O ; SENHORAS E. M.; **Campo de estudos sobre gestão democráticas escolar no Brasil**. Boa Vista: Editora da UFRR, 2018. p. 84.

PEREIRA, S. B. **Centralidade urbana e lutas sociais: a Associação dos Favelados de Piracicaba**. 2012. 93 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade Estadual Paulista -Instituto de Geociências e Ciências Exatas. Rio Claro, 2012.

PEREIRA, C. S. S. “O centro da cidade no contexto da estrutura(ção) urbana: considerações acerca da “Teoria urbana convencional” e da “Teoria crítica urbana”. **Revista: Geo UERJ**, Rio de Janeiro, n. 31, p. 669-697, 2017.

PIEVE, E. M. N.; **O direito a cidade no espaço urbano: o desafio no deslocamento por transporte público e alternativo em Boa Vista – RR**. Boa Vista: Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Pós Graduação em Geografia, Universidade Federal de Roraima, 2018, 195p.

PROCOPIUCK, M.; ABDULAH, B, D. **Comércio como fator de coesão dos centros urbanos: caso da revitalização comercial do centro de Curitiba**. Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica: v. 10, nº 03. p. 313 – 334, set/dez. 2008.

RANDOLPH, R. **Utopia burguesa ou revolução urbana? Transformações da organização territorial e novas formas urbanas em áreas peri-metropolitanas no Rio de Janeiro. Transformações da organização territorial e novas formas urbanas em áreas perimetropolitanas do Rio de Janeiro**. In: XI Encontro Nacional da Anpur. Anais... Salvador, Bahia, Anpur 2005.

RORAIMA, Secretaria de Estado do Planejamento e Desenvolvimento de Roraima. **Plano Plurianual 2016-2019 / Orientações estratégicas. SEPLAN**. Boa Vista, 2015.

SANTOS, N. P. D.; **Políticas públicas, economia e poder: O Estado de Roraima**. Belém: Dissertação (Mestrado em Ciências) – Núcleo de altos estudos Amazônico, Universidade Federal do Pará, 2004, 270p.

SANTOS, M. **Espaço e Sociedade**. Petrópolis: Vozes. 1979.
_____. **O espaço dividido**. Os dois circuitos da economia urbana nos países subdesenvolvidos. Rio de Janeiro: EDusp, 2004.

_____. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção.** 4º Ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, (Coleção Milton Santos). 2006

_____. **Técnica, Espaço, Tempo: Globalização e meio técnico-científico informacional.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

_____. **Espaço e Método.** 5º Ed. Editora: Editora da Universidade de São Paulo Edusp; 2012.

SAPPER, K. **Histórico e conceito de geografia econômica.** São Paulo: Instituto de Geografia, n. 5, 1970. p. 1-10.

SEBRAE - Serviço de Apoio a Micro e Pequenas Empresas. **“Pesquisa Sebrae sobre os pequenos negócios em Boa Vista RR”** Unidade de Gestão Estratégica do Sebrae Nacional. Vol. 1, 5 Ed. 2020.

SEPLAN/RR - Secretaria de Estado do Planejamento e Desenvolvimento de Roraima. **“Participação das principais econômicas no PIB do Estado de Roraima”** Disponível em: <<http://www.seplan.rr.gov.br>> Acesso em: 07/03/2020

SEPLAN - SECRETARIA DO ESTADO DO PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DE RORAIMA. **Informações econômicas do Município de Boa Vista – RR** Disponível em: <www.seplan.rr.gov.br/economia> Acesso em 31/08/2019

SILVA, A. C. da. **A geografia econômica segundo Karl Sapper.** São Paulo: Instituto de Geografia, n. 5, 1970. p. 10-15.

SILVA, P. R de F. O rio, a fronteira e o urbano como elementos definidores da cidade de Boa Vista – Roraima. **Revista contexto Geográfico**, UFA/PPGEO , MACEIÓ-AL , V1N1 P. 74-84 , 2016.

SILVA, C. H. da. **O tempo e o espaço do comércio na metrópole paulista**, 2003

SILVA R. R.; CLEPS, G. D. G.; **Geografia do comércio e os processos de descentralização e criação de novas centralidades em Uberlândia (MG) a partir da instalação e operação de shoppings centers.** Anais do XVI Encontro Nacional de Geógrafos, Porto Alegre, 2005

SILVEIRA, M. L. **Território usado: dinâmicas de especialização, dinâmicas de diversidade.** Ciência Geográfica: Bauru, XV, v1. 2011

SIQUEIRA, J. P. L.; TELLES, R. **Clusters de negócios: estrutura regional com vocação para competitividade global**. Revista da ESPM. v. 13, Ano 12, edição nº 4, 2006.

SOUSA FILHO, F. M de. **A influência do Pátio Roraima Shopping na dinâmica de reprodução do espaço urbano nos bairros Aeroporto e Cauamé em Boa Vista/RR**. (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal de Roraima, UFRR. Boa Vista, 2017.

SOUZA, de H. M.; ALENCAR, de M. E.; VERAS, R. T. A.; Realidade socioespacial do subcentro comercial do bairro Raiar do Sol, Boa Vista – Roraima. **Revista ACTA Geográfica**, Boa Vista, v 5, n 9, p. 149-163, 2011

SOUZA, C. M. de. **Boa Vista/RR e as migrações: mudanças, permanências e significados**. Boa Vista: ACTA GEOGRÁFICA, III ano, n 5, p 32-62, 2009

SOUZA, M, H. de. ALENCAR, E. M. VERAS, A. T. de. R. **Realidade socioespacial do “subcentro” comercial do bairro Raiar do Sol, Boa Vista – Roraima**. Boa Vista: ACTA GEOGRÁFICA, v5, n 9, 149-163, 2011

SPOSITO, M. E. B. O centro e as formas de expressão da centralidade urbana. **Revista Geografia**: São Paulo, n 10, p1-18, 1991.

_____. As cidades médias e os contextos econômicos. In: SPOSITO, M. E. B. (org). **Urbanização e cidades: perspectivas geográficas**. Presidente Prudente: GASPERR/FCT/UNESP, 2001 p. 609-643

_____. **Centralidade intra-urbana. Conjuntura**. Presidente Prudente: UNESP, v.3, p.49 - 54, 2002

_____. **Multi(poli)centralidade urbana**. In: SPOSITO, Eliseu Savério; SANT'ANNA NETO, João Lima (Orgs.) Uma geografia em movimento. São Paulo: Expressão Popular, 2011. p. 199-228.

Scryscrapercity. Igor Martins. Disponível em: <https://www.skyscrapercity.com/threads/imagens-a%C3%A9reas-fresquinhas-de-boa-vista-rr-em-2019.2198228>> Acesso em: 21 dez. 2020

TAVARES, G. de. J. **Ocupação urbana na cidade de Boa Vista RR**. Boa Vista: Editora da UFRR, 2015, p. 72

TRETO, D. Clusters: uma alternativa socioeconômica para Roraima. **Revista Perspectivas do Desenvolvimento: um enfoque multidimensional** V. 04, n 5. Ago. 14 p. 2016.

VARGAS, H. C. **Comércio: Localização Estratégica ou Estratégia na Localização**. São Paulo. 331p. Tese (Doutorado), Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. 1992

_____. **Espaço Terciário. O Lugar a arquitetura e a Imagem do comércio**. São Paulo: SENAC, 2001.

VERAS, A. T. R. **A produção do espaço urbano de Boa Vista – Roraima**. Tese (Doutorado em Geografia – Programa de Pós Graduação em Geografia Humana), USP, São Paulo, 2009, p. 235.

VERAS, A. T. R.; PEREIRA, R, M; RODRIGUES, V. K. **O surgimento de subcentros comerciais e sua importância na cidade de Boa Vista**. Resumo: Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência, 2016. Disponível em: <<http://www.sbpnet.org.br/livro/boavista/resumos/1214.htm>> Acesso em 07/01/2021

VILLAR, J. W. C. La expansión del área de consumo: La vieja e la Nueva centralidad urbana em Aracajú. Tese (Doutorado). Universidade de Granada, 2000

VILLAÇA, F. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel: FAPESP: Lincoln Institute, 2001

WALTER, L, P. COSTA, R. O. BARBOSA, A. S. **Os desafios para a economia de beleza na Avenida Capitão Júlio Bezerra em Boa Vista RR**. Boa Vista in: Anais do III Seminário Sociedade e Fronteira Produção de Conhecimento e Formação Multidisciplinar. UFRR, 2018. p. 188-196.

WANDERLEY, M. F. B.; **Estudos em Estimação de Densidade por Kernel: Métodos de Seleção de Características e Estimação do Parâmetro Suavizador**. (Tese de Doutorado – Programa de Pós Graduação em Engenharia Elétrica) UFMG EE, Belo Horizonte, 2013 p. 96.

WEBER, M. **Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. Tradução Regis Barbosa e Karen Elsabe Barbosa; revisão técnica Gabriel Cohn. Brasília, DF: UnB: São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1999.

APÊNDICE A – ATIVIDADES ECONÔMICAS CLASSIFICADAS POR SEGMENTO

CLASSIFICAÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS POR SEGMENTO		
ALIMENTAÇÃO	SUBDIVISÕES	
	Comércio de mercadorias com predominância de produtos e bebidas alimentícios	Hipermercados
		Supermercados
		Mercearias
		Comércio de laticínios
		Lojas de conveniência
		Comércio de frutas e verduras
		Distribuidoras de alimentos e bebidas
		Açougue
		Peixarias
		Frigoríficos
	Estabelecimentos que ofertam alimentação e bebidas para consumo	Bares
		Lanchonetes, casas de chás e sucos, doces e salgados
		Pastelarias
		Padarias e confeitarias
		Restaurantes
		Sorveterias
		Serviços de alimentação
	COMÉRCIO VAREJISTA EM GERAL	Armarinhos
Lojas de brinquedos		
Lojas de embalagens		
Lojas de tecidos		
Lojas de importados		
Lojas de departamentos		
Magazines		
Óticas		
Artigos religiosos		

		Comércio varejista de roupas
		Comércio varejista de calçados
		Comércio varejista de acessórios
		Joalherias
		Lojas de móveis
		Lojas de decoração
		Lavanderias
CULTURAIS. RECREATIVOS E ESPORTIVOS	Artigos Culturais	Livrarias
		Bancas de jornal e revistas
		Papelarias
	Artigos e Serviços turísticos	Agência de turismo
		Produtos de pesca, caça e camping
		Lojas de artigos de viagem
	Artigos Esportivos e condicionamento físico	Academias
		Escolas de dança
		Atividades esportivas e recreativas
		Lojas de bicicletas e produtos esportivos
	Entretenimento	Boates
		Cinemas
		Clubes
		Casas de show, festas e espetáculos
		Parques
		Teatros
Serviços de organização de festas, feiras e eventos		
Decoradores de aniversário		

CONSTRUÇÃO	Comércio com equipamentos e/ou serviços para construção em geral	Lojas de material de construção
		Material elétrico
		Vidraçarias
		Madeireiras
		Serviços de construção em geral
		Atividades de construção (Engenharia e Arquitetura)
		Comércio de ferramentas para construir
EDUCAÇÃO	Atividades relacionadas a ensino e educação	Escolas
		Instituições de ensino
		Cursos profissionalizantes
		Cursos preparatórios
		Cursos de capacitação
		Cursos em geral
ESTÉTICA E BELEZA	Geral	Salão de beleza
		Barbearias
		Serviços de estética
		Lojas de Cosméticos
		Perfumaria

TECNOLOGIA E INFORMÁTICA		Atividades de acesso á internet Agências de publicidade Fotografias Som, cds e dvds Gráficas Serviços de marketing Reparação e manutenção eletrônicas Comércio de vendas de equipamentos tecnológicos Serviço de impressão	
	FINANÇAS		Bancos comerciais
			Cooperativas de crédito
			Casa lotérica
			Escritório de contabilidade
			Serviços auxiliares de crédito e informações cadastrais
HABITAÇÃO		Imobiliárias	
		Serviço de Manutenção doméstica	
ALOJAMENTO		Hotéis	
		Motéis	
		Pousadas	
ANIMAIS E CAMPO	Serviços e comércio veterinário	Consultórios veterinários	
		Comércio e/ou serviço específico a animais (pet)	
	Comércio de produtos agropecuários	Insumos agropecuários	

LOCOMOÇÃO E ATIVIDADES AUTOMOTIVAS		Autoescolas
		Lojas de veículos
		Autopeças
		Oficinas
		Postos de combustível
		Serviços de transporte
SAÚDE	Serviços médicos	Clinicas
		Consultórios
		Laboratórios
		Hospitais
		Farmácias e drogarias Óticas Funerárias
OUTROS TIPOS DE VENDAS		Vendedor ambulante
		Promoção de vendas
		Vendas não especificadas

Fonte: Rafaela Maia (2020). Base de dados: PMBV (2019) Classificação com base no CNAE/IBGE (2020).

APENDICE B – FICHA DE OBSERVAÇÃO POR LOCAL

Data	Ponto GPS	Endereço	Tipos de Segmentos	Número de empresas	Trânsito de Pessoas e veículos Alto Médio Baixo	Infraestrutura/ Estacionamento	Equipamentos Urbanos

Fonte: Rafaela Maia (2020)

Anotações gerais:

Obs.: Registros fotográficos e delimitar a área de maior concentração

