



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS MATEMÁTICAS E DA TERRA
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

GABRIEL MAGALHÃES CAMPOS DE SOUSA

CENTRO E CENTRALIDADE EM BANGU:
CONFLITOS E COOPERAÇÕES ENTRE AGENTES SOCIAIS NO CALÇADÃO DE
BANGU E NO BANGU SHOPPING

Rio de Janeiro

[2023]

GABRIEL MAGALHÃES CAMPOS DE SOUSA

CENTRO E CENTRALIDADE EM BANGU:
CONFLITOS E COOPERAÇÕES ENTRE AGENTES SOCIAIS NO CALÇADÃO DE
BANGU E NO BANGU SHOPPING

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia do Departamento de Geografia do Instituto de Geociências, Universidade Federal do Rio de Janeiro como requisito para a obtenção do título de mestre em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. William Ribeiro da Silva.

Rio de Janeiro

[2023]

CIP - Catalogação na Publicação

M725c Magalhães Campos de Sousa, Gabriel
CENTRO E CENTRALIDADE EM BANGU: CONFLITOS E
COOPERAÇÕES ENTRE AGENTES SOCIAIS NO CALÇADÃO DE
BANGU E NO BANGU SHOPPING / Gabriel Magalhães
Campos de Sousa. -- Rio de Janeiro, 2023.
5 f.

Orientador: William Ribeiro da Silva .
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do
Rio de Janeiro, Instituto de Geociências, Programa
de Pós-Graduação em Geografia, 2023.

1. Centralidade. 2. Circuitos da Economia Urbana
. 3. Shopping Centers . 4. Agentes Modeladores do
espaço urbano . I. Ribeiro da Silva , William ,
orient. II. Título.

GABRIEL MAGALHÃES CAMPOS DE SOUSA

CENTRO E CENTRALIDADE EM BANGU:
CONFLITOS E COOPERAÇÕES ENTRE AGENTES SOCIAIS NO CALÇADÃO DE
BANGU E NO BANGU SHOPPING

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia do Departamento de Geografia do Instituto de Geociências, Universidade Federal do Rio de Janeiro como requisito para a obtenção do título de mestre em Geografia.

Aprovada em: / / .

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. William Ribeiro da Silva (Orientador)
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Prof. Dr. Marcos Góis
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Prof. Dra. Eliane Melara
Universidade Federal Fluminense (UFF)

Dedico esse trabalho a minha avó Marly Magalhães
Campos, vítima da pandemia de Covid-19.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de iniciar esse agradecimento homenageando minha mãe, Lourdes Maria, meu pai, Jorge, minha avó Solimar, ao meu irmão, Guilherme e ao meu primo, Felipe, que sempre me apoiaram, incentivaram e torceram por mim. Vocês foram essenciais nesta jornada. Proporcionaram-me trilhar esse caminho que hoje se completa.

A todos os mestres e mestras que me acompanharam desde o maternal até o fim da faculdade. Agradeço pelos debates, ensinamentos e todos os momentos que me fizeram crescer tanto academicamente quanto como cidadão. Deixo aqui um agradecimento especial ao meu orientador, professor William Ribeiro da Silva e ao professor Nilo Sérgio Modesto D'avila que durante o ensino médio aumentou meu interesse pela geografia e foi decisivo na minha escolha pelo curso.

Agradeço também a todos os meus amigos e amigas que foram fundamentais durante essa trajetória. Amigos do GRUCE, Bruno Pereira e João Victor Sanches, que sempre tornaram as reuniões de laboratórios mais divertidas e potentes. A vida acadêmica se tornou mais leve tendo vocês ao meu lado. Um agradecimento especial aos meus amigos do Colégio Pedro II: Gustavo de Mari, Lucas Falsett, Lucas Freire, Luis Fernando Oliveira, Matheus Camiña, que me acompanham desde os primeiros passos na vida acadêmica.

Destaque especial para minhas amigas de faculdade Thainá Guerra e Beatriz Rebello que investiram seu tempo me auxiliando na elaboração dos mapas utilizados na presente dissertação, bem como prestaram todo o apoio emocional para que ela fosse finalizada. A caminhada foi menos árdua ao lado de vocês. Fica registrado aqui o meu muito obrigado por tudo que fizeram e fazem por mim.

Por fim, agradeço a importantes pessoas que partiram: Ao meu grande amigo Rafael Campos, minha avó Marly Campos, meu avô Agripino e meu avô Raul. Obrigado pelo tempo que estiveram comigo, por cada experiência e por cada gesto de amor, companheirismo e amizade. Certamente não foi pelo tempo que nem um de nós desejava, mas tenho certeza que foram momentos únicos. O sentimento que guardo por vocês transcende a vida. Serei eternamente grato a todos. Espero que a gente volte a se encontrar um dia.

Eu acredito é na rapaziada
Que segue em frente e segura o rojão
Eu ponho fé é na fé da moçada
Que não foge da fera e enfrenta o leão
Eu vou à luta com essa juventude
Que não corre da raia a troco de nada
Eu vou no bloco dessa mocidade
Que não tá na saudade e constrói
A manhã desejada
(Gonzaguinha)

RESUMO

A inauguração da fábrica de tecidos Bangu, no bairro de mesmo nome, localizado na Zona Oeste da cidade do Rio de Janeiro, em 1893, marca o início do processo que transformou Bangu em uma área urbano-industrial. Ao longo do século XX, Bangu vive um grande crescimento em decorrência da atividade fabril, contudo, começa a entrar em declínio econômico no final do mesmo século. A crise econômica também provoca a venda da fábrica e, futuramente, o encerramento de suas atividades. No local onde existia a vila operária instalou-se o calçadão de Bangu, como é popularmente conhecido o espaço compreendido por uma parcela da Avenida Ministro Ary Franco e pela Rua Cônego de Vasconcelos. O espaço conta com grande quantidade de comércio varejista, sobretudo de vestuário e calçados, além da disponibilidade de diversos serviços, como os de saúde, financeiros e jurídicos. Posteriormente, instalam-se diversas barracas de camelô que vendem de roupas a diversos tipos de acessórios para aparelhos eletrônicos, como *smartphones* e *tablets*. Em 2007, o espaço da fábrica é refuncionalizado com a inauguração do Bangu Shopping. O *shopping center* permitiu a chegada de grandes filiais e franquias ao bairro, sobretudo multinacionais. Em seguida, aglutinou espaços de lazer como cinemas, teatro e parques de diversão. Outro equipamento urbano de forte importância para o bairro de Bangu é a presença do supermercado Guanabara, importante rede de supermercados presente na região metropolitana da cidade do Rio de Janeiro, que exerce influência sobre o comércio ambulante. Essa influência cria economias de aglomeração, constituindo de um lado da estação de trem de Bangu, onde se encontra o supermercado, um eixo mais propício para o comércio de produtos alimentícios. No outro lado, junto ao Bangu shopping, nota-se uma maior presença de camelôs voltados para o seguimento de venda de acessórios para smartphones em conjunto com o seguimento de vestuário e calçados. Tem-se então uma dinâmica própria constituída pelos diferentes agentes econômicos que atuam na área analisada. As diferentes formas de comercialização e organização, alinham-se a Teoria dos dois Circuitos da Economia Urbana (SANTOS, 1979). Bangu nos permite pensar diversos processos espaciais, tais como reestruturação urbana (SPOSITO, 2013) e a desconcentração espacial (CORREA, 1995), que modelam e organizam o espaço urbano do bairro e da cidade do Rio de Janeiro.

PALAVRAS CHAVE: Centralidade; Circuitos da Economia Urbana em países subdesenvolvidos; *Shopping Centers*; Agentes Modeladores do espaço urbano;

ABSTRACT

The inauguration of the Bangu textile factory in the neighborhood of the same name, located in the West Zone of the city of Rio de Janeiro in 1893 marks the beginning of the process that transformed Bangu from a rural area into an urban-industrial neighborhood of workers. In 1895 the construction of the factory worker village begins, which directly impacts on the demographic growth of the neighborhood and its consequent urbanization (OLIVEIRA, 2013). Throughout the twentieth century, Bangu experienced a great growth as a result of factory activity, however, it began to fall into economic decline at the end of the century, which caused the factory to be sold. The factory worker village was demolished and there was installed the boardwalk of Bangu, as it is popularly known the space comprised by a portion of Ary Franco Avenue and the street Cônego de Vasconcelos. The area has a large amount of retail trade, especially clothing and footwear, as well as the availability of various services, such as health, financial and legal services. Subsequently, several tents were used to sell clothes or various types of accessories for electronic devices, such as smartphones and tablets. In 2007, the factory space is refunctionalized with the inauguration of Bangu Shopping. The shopping center allowed the arrival of large networks and franchises in the neighborhood, especially, multinationals. Then it brought together leisure spaces, such as cinemas, theater and amusement parks. Another urban equipment of great importance for the neighborhood of Bangu is the presence of the supermarket Guanabara, an important supermarket chain present in the metropolitan area of the city of Rio de Janeiro. This urban equipment, like the Bangu Shopping, influences both the street and street vendors, also located on the Bangu pedestrian street. This influence exerted creates economies of agglomeration, constituting on one side of the train station of Bangu, where the supermarket is, an axis more conducive to the commerce of food products. On the other side, next to the Bangu shopping mall, there is a greater presence of street vendors focused on the follow-up of the sale of accessories for smartphones together with the follow-up of clothing and footwear. Thus, Bangu constitutes an important centrality for the Carioca West Zone and, in general, for the entire city. From the spraying of the commerce and services sector in the neighborhood, this article will seek to demonstrate the conflicts and cooperation between the different agents that shape and organize the neighborhood's nerve center: Traditional Street Commerce, Guanabara supermarket, Bangu Shopping and the street trading. The different ways of organization and commercialization observed in the

neighborhood line up with the two-circuit theory of the urban economy in an underdeveloped country. It is assumed that the neighborhood of Bangu allows us to think about several processes, such as urban restructuring (SPOSITO, 2013) and spatial deconcentration (CORREA, 1995), which models and organizes the urban space of the neighborhood and even the city of Rio de Janeiro.

Keywords: Centralidade, Two circuit urban economy in underdeveloped countries; Shopping Centers; Urban shopping agents;

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 — Chamada do Jornal Extra expondo os conflitos entre o comércio ambulante e o Estado no calçadão de Bangu, 2017	27
Figura 2 — Chamada do Jornal Extra expõe conflito entre camelôs de Bangu e a prefeitura do Rio de Janeiro, 2018.	28
Figura 3 — Comércio ambulante no Calçadão de Bangu	94
Figura 4 — Comércio ambulante no Calçadão de Bangu	95
Figura 5 — Comércio ambulante no Calçadão de Bangu	96
Figura 6 — Comércio ambulante no Calçadão de Bangu	96
Figura 7 — Comércio ambulante no Calçadão de Bangu	97
Figura 8 — Estátua em homenagem a Thomas Donohoe localizada no Bangu Shopping, 2021	114
Figura 9 — Fachada do Bangu Shopping, 2021	115
Figura 10 — Registro aéreo do Bangu Shopping, 2007	115
Figura 11 — Planta do primeiro piso do Bangu Shopping, 2023.	117
Figura 12 — Planta do segundo piso do Bangu Shopping.	118
Figura 13 — Planta do terceiro piso do Bangu Shopping, 2023	118

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 — Superfície econômica do calçadão de Bangu, 2023	80
Gráfico 2 — Formas de organização dos estabelecimentos presentes no calçadão de Bangu, 2023	82
Gráfico 3 — Atividades econômicas presentes no calçadão de Bangu, 2023	84
Gráfico 4 — Tipos de comércio ambulante presentes no calçadão de Bangu, 2023	98
Gráfico 5 — Atividades econômicas do Bangu Shopping, 2023	119
Gráfico 6 — Regime de operação dos estabelecimentos do Bangu Shopping	122
Gráfico 7 — Franquias do Bangu Shopping de acordo com a atividade econômica desempenhada	124
Gráfico 8 — Abrangência de atuação das franquias instaladas no Bangu Shopping, 2023	125
Gráfico 9 — Filiais de redes de lojas instaladas no Bangu shopping e escala de atuação, 2023	126

Gráfico 10 - Filiais presentes no Bangu Shopping de acordo com a atividade econômica, 2023	127
--------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 — Posição Geográfica de Bangu e linha férrea Central do Brasil, 2019	17
Mapa 2 - Calçadão de Bangu, Bangu Shopping e Supermercados Guanabara, 2019	22
Mapa 3 - Bangu: Edificações do Calçadão de Bangu e Bangu Shopping, 2023	23
Mapa 4 - Densidade Demográfica do Bairro de Bangu, RJ, 2023	26
Mapa 5 - Distribuição das atividades econômicas no Calçadão de Bangu - RJ, 2023..	84
Mapa 6 Incidência de atividades econômicas no Calçadão de Bangu – RJ, 2023	85
Mapa 7 — Distribuição e classificação dos camelôs no Calçadão de Bangu, setor 1 – RJ, 2023	99
Mapa 8 — Distribuição e classificação dos camelôs no Calçadão de Bangu, setor 2 – RJ, 2023	100
Mapa 9 — Distribuição e classificação dos camelôs no Calçadão de Bangu, setor 3 – RJ, 2023	101

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 — Medidas de enfrentamento a Covid-19 no campo econômico	71
Quadro 2 — Tipos de impacto dos decretos por entes federativos. Bangu, 2021	72
Quadro 3 — Franquias instaladas no Bangu Shopping e o investimento mínimo de capital, 2023	123

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRASCE – Associação Brasileira de Shopping Centers

ACERB – Associação Comercial e Empresarial da Região de Bangu

ACIRB – Associação Comercial e Industrial da Região de Bangu

CPIB – Companhia Brasileira de Progresso Industrial

EFCB – Estrada de Ferro Central do Brasil

IETS – Instituto de Estudos do Trabalho e Sociedades

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IPLANRIO – Empresa municipal de Informática e Planejamento da Cidade do Rio de Janeiro

PIB – Produto Interno Bruto

PUB-Rio – Plano Urbanístico Base da cidade do Rio de Janeiro

SC – Shopping Center

UEP – Unidade Especial de Planejamento

SUMÁRIO

1 – INTRODUÇÃO.....	16
1.1 Justificativa.....	24
1.2 Objetivos	29
1.2.1 Objetivos específicos.....	30
1.3 Procedimentos Metodológicos	30
2.0 CENTRO E CENTRALIDADE EM BANGU: UMA DISCUSSÃO SOBRE SUBCENTROS E CENTRALIDADE URBANA	35
3.0 ENTRE CONFLITOS E COOPERAÇÕES: OS DIFERENTES AGENTES SOCIAIS EM BANGU	47
3.1 O calçadão de Bangu	58
3.1.1 – O Estado	60
3.1.2 – O comércio tradicional de rua	75
3.1.2 – O comércio ambulante no Calçadão de Bangu	90
3.2 O Bangu Shopping	107
4.0 – CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	133
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	136

1 – INTRODUÇÃO

A formação do bairro de Bangu, localizado na Zona Oeste da cidade do Rio de Janeiro, data do final do século XIX e é marcada pela chegada da Companhia Brasileira de Progresso Industrial (CPIB), a partir da instalação de uma fábrica têxtil. A instalação desta, por sua vez, data do início da industrialização brasileira com novo padrão locacional na cidade do Rio de Janeiro — distante 33,5 km da área central (OLIVEIRA, 1991). O local onde ocorreu a instalação da referida fábrica era dividido em fazendas e freguesias, com o predomínio de atividades agrícolas, cenário que foi rapidamente alterado com a atuação da empresa. A CPIB passou a adquirir terras no local para obter insumos para sua produção. A disponibilidade de água e o preço da terra foram elementos que contribuíram para a instalação da fábrica. A empresa construiu, além da fábrica, uma vila operária para os trabalhadores que desejassem residir no local.

A instalação da fábrica numa área até então com predomínio da atividade agrícola e pouco povoada, indica que a cidade do Rio de Janeiro¹ já passava por um processo de descentralização desde o final do século XIX e início do século XX. Nesse contexto, as atividades comerciais buscavam localidades até então não centrais para se instalar. Corrêa (1989, p.46) aponta como fatores atrativos:

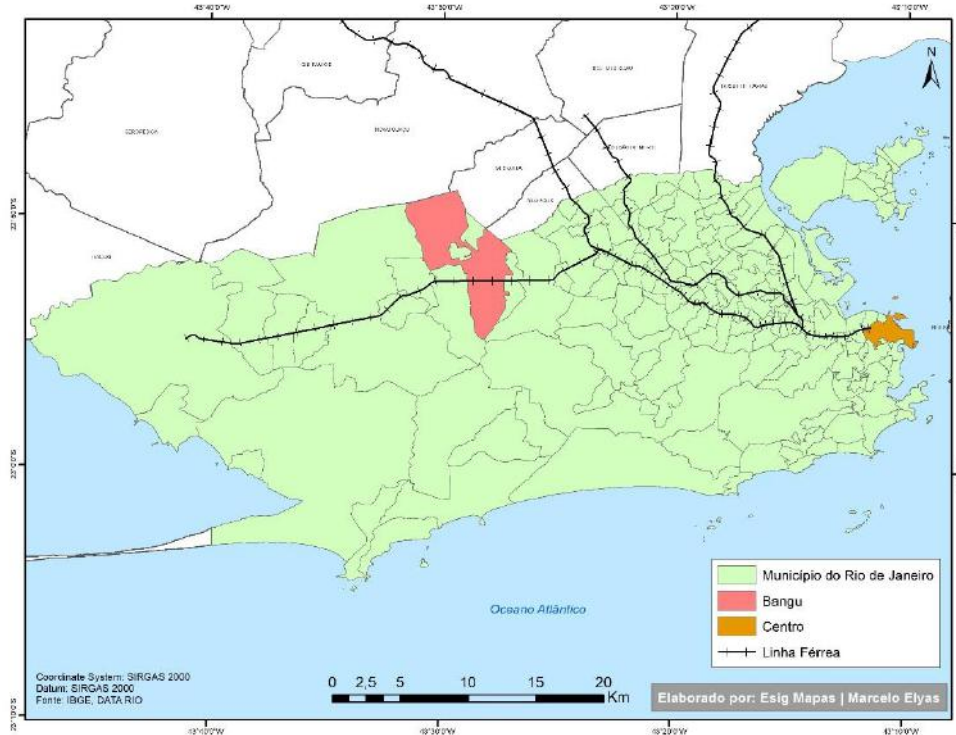
- (a) terras não ocupadas, a baixo preço e impostos;
- (b) infra-estrutura implantada;
- (c) facilidades de transporte;
- (d) qualidades atrativas do sítio, como topografia e drenagem;
- (e) possibilidade de controle do uso das terras;
- (f) amenidades.

Os fatores de atração para a formação do subcentro encontram-se presentes diferentes em escalas de observação nas terras da Fazenda Bangú, uma vez que possuía acesso ao centro por meio da linha férrea, suas terras eram voltadas para a atividade agrícola, havia disponibilidade de água para abastecer a produção industrial que seria instalada na área e, também, para os operários que passariam a residir no bairro (OLIVEIRA, 1991; OLIVEIRA, 2014). Estes fatores foram decisivos para a construção histórica do bairro de Bangu e a sua posição enquanto importante subcentro da cidade do

¹ Abreu (1989) em seu livro “A Evolução Urbana do Rio de Janeiro” aponta para um crescimento tentacular da cidade ao longo do século XX. Esse crescimento estaria relacionado com as linhas férreas que cortavam o município, estando o bairro de Bangu incluído nesse processo.

Rio de Janeiro e, em especial, da zona oeste carioca. É nesse contexto que a fábrica², durante décadas, controlou o espaço do bairro de Bangu e por isso foi o principal agente de produção do espaço no local, tendo atuado como proprietária dos meios de produção, proprietária fundiária e promotora imobiliária nos moldes propostos por Corrêa (2011, 1989). A diversidade de atuações mostra o papel determinante da indústria na produção de Bangu. No Mapa 1 é possível observar a distância entre o bairro de Bangu e o Centro da cidade do Rio de Janeiro conectados à época pela Estrada de Ferro Central do Brasil, principal meio de transporte do período para locais afastados do Centro. Cabe ressaltar ainda, conforme apontado por Abreu (1989), que a atividade industrial do início do século concentrava-se no Centro da cidade e em bairros vizinhos. Ou seja, a instalação da fábrica têxtil em Bangu foi uma mudança no padrão observado até então que alterou a produção do tecido urbano e sua estrutura interna.

Mapa 1 — Posição Geográfica de Bangu e linha férrea Central do Brasil, 2019



² OLIVEIRA (1991) em sua dissertação de mestrado intitulada “Bangu: de Fábrica-Fazenda e Cidade-Fábrica a mais uma Fábrica da Cidade” mostra como a atuação da fábrica modelou o entorno e contribuiu fortemente para o arranjo espacial identificado atualmente no bairro bem como a composição de sua população.

A instalação da fábrica Bangu no contexto supracitado impacta diretamente na localidade, pois promove uma série de mudanças, como é característico dos processos de industrialização. Dentre estas, podemos destacar o crescimento demográfico, o adensamento de estruturas urbanas, tais como a pavimentação e o calçamento de ruas e avenidas, a oferta de iluminação pública e também de saneamento básico (MUMFORD, 1961). Tais alterações ocorreram em virtude do fato de que a indústria necessita de outras atividades complementares, como comércio, prestação de serviços, moradia para operários, opções de lazer e outros. Nesse contexto, Lefebvre (1991, p.9), ao discutir a relação dialética entre o processo de industrialização e urbanização aponta que “ [...] a industrialização não produz apenas empresas (operários e chefes de empresas), mas sim estabelecimentos diversos, centros bancários e financeiros, técnicos e políticos” (grifo do autor). Nesse contexto, a CPIB passa a fomentar o comércio local com a finalidade de atender as necessidades básicas tanto da produção quanto de seus operários.

Em 1917, a fábrica passa ao Estado a obrigatoriedade de cuidar dos processos de asfaltamento e saneamento do bairro, com o escoamento de esgoto, fornecimento de água e coleta de lixo (OLIVEIRA, 1991; OLIVEIRA 2014). Durante as décadas de 1930 e 1940, o Estado também assumiu o papel de promover a instalação de outros equipamentos públicos, tais como: escolas e hospitais. Papéis até então desempenhados pela CPIB, que deixou de promovê-los nesse contexto de alienação de suas funções e propriedades (OLIVEIRA, 1991). Oliveira (1991) mostra ainda, que por se tratar de uma empresa privada e possuir como interesse primordial o lucro, a empresa acompanha os movimentos do capital. Dessa forma, a fábrica passa a atualizar constantemente seu maquinário, o que acarretou na demissão de diversos operários³, em especial nos períodos que correspondem as décadas de 1960 e 1970. Concomitante a isso, a indústria iniciou o processo de alienação de suas propriedades, com a venda de diversos imóveis que se encontravam registrados como de posse da fábrica, em especial, as casas localizadas na vila operária.

O processo de alienação promovido pela CPIB teve como a mudança mais significativa a venda das casas localizadas em sua vila operária, no começo da década de 1970. Na visão dos diretores da instituição, com a diminuição no quantitativo dos funcionários, não havia mais necessidade de manter tantas casas sob posse da empresa e, portanto, estas passaram a ser sistematicamente vendidas (OLIVEIRA, 1991; SILVA

³ De acordo com Oliveira (1991) entre as décadas de 1950 e 1960 a fábrica atingiu seu ápice no que diz respeito ao quantitativo total de funcionários com cerca de (5.000) cinco mil pessoas trabalhando na fábrica.

1985). Posterior à venda, as estruturas da vila operária foram demolidas e gradativamente substituídas por um novo arranjo espacial, que privilegiava o comércio. Essa transição se deu nos períodos entre as décadas de 1970 e 1980. No local instalou-se o calçadão⁴ de Bangu, em 1991⁵ (OLIVEIRA, 2014). Este local condensou rapidamente diversos estabelecimentos comerciais, sobretudo lojas varejistas do segmento de roupas e calçados, mas também são encontrados prestadores de serviços de saúde, jurídicos, serviços de alimentação e outros.

Oliveira (2014) indica ainda que o declínio da atividade industrial no Brasil ao longo do último quarto do século XX e as flutuações econômicas vividas pelo país no período, bem como a reestruturação da economia e da produção em nível mundial (SOJA, 1989; HARVEY, 1993; BENKO 1999) e também em escala nacional, contribuíram para o declínio da atividade fabril. Isso culminou a venda da mesma para o grupo Santa Isabel, na década de 1990, e posteriormente, para o encerramento⁶ das atividades da Fábrica Bangu, em 2005. Esse encerramento se dá num contexto de um declínio da fábrica enquanto agente econômico e de alta relevância para o meio em que está inserido. Oliveira (1991) e Oliveira (2014) destacam que gradativamente a fábrica assiste um encolhimento de seus lucros em decorrência das flutuações e crises econômicas vivenciadas no Brasil durante as décadas de 1980 e 1990. Oliveira (1991), em seu trabalho, esclarece todo o movimento vivenciado pela fábrica ao longo do século XX, desde sua abertura, seu auge econômico até seu declínio e a forma como os momentos econômicos/administrativos impactaram na formação do espaço urbano, desde momentos de maior importância, até a perda da mesma. A abertura do mercado nacional para importações foi outro fato que prejudicou a atuação da empresa.

O espaço da fábrica foi adquirido e refuncionalizado, sendo reaberto como Bangu Shopping, administrado pela Allos, em 2007. A escolha da empresa pela abertura de um *shopping center* em um bairro periférico e de classe média baixa na metrópole do Rio de Janeiro se deu num contexto de expansão e interiorização destes empreendimentos no

⁴ Braida (2011, p.17) desenvolve o termo calçadão como “ruas exclusivas de pedestres, cuja pavimentação homogênea não estabelece diferença de nível nem de paginação entre a calçada e a caixa carroçável, uma vez que não se destina ao tráfego de veículos de espécie alguma.”

⁵ Ressalta-se que a inauguração do Calçadão de Bangu, em 1991, trata-se de uma formalidade, uma vez que desde as décadas anteriores já funcionavam atividades comerciais que gradativamente substituíam as moradias que ali existiam.

⁶ Em 1990 a fábrica já havia sido vendida pela CPIB para o grupo Dona Isabel (OLIVEIRA, 2014), indicando o declínio da atividade fabril e também a decadência de sua importância na organização do espaço do bairro e de sua centralidade. O processo também aponta para mudanças na estrutura do bairro que alteraram sua centralidade, passando de uma centralidade industrial para uma centralidade terciária.

território brasileiro. Silva (2017.a) aponta que tais empreendimentos mudam sua lógica locacional que, anteriormente era marcada pela instalação em áreas onde extratos da população de maior poder aquisitivo moravam, e passaram a se instalar nas periferias das grandes metrópoles e no interior do território nacional, sobretudo em cidades médias. O Bangu Shopping responde pelo padrão de instalação dos empreendimentos imobiliários nas periferias das grandes metrópoles.

No caso particular do bairro de Bangu, a instalação deste empreendimento se mostrou palpável devido ao extenso mercado consumidor que havia se instalado ali, primeiramente pela presença da fábrica e posteriormente com essa transição para um local com forte presença do comércio popular de rua e também de camelôs, evidenciando a transição de Bangu de um espaço industrial em espaço onde predominam as atividades terciárias. Havia, portanto, uma centralidade comercial originalmente construída e que foi reforçada com a instalação do Bangu Shopping, em dezembro de 2007.

Em síntese, a formação de Bangu se dá em sua transição de uma fazenda, ou seja, um espaço rural, para um espaço fabril. Posteriormente, consolida-se como bairro operário e teve a CPIB como seu principal agente produtor do espaço, visto que a fábrica atuou asphaltando e abrindo ruas, garantindo iluminação pública, canalizando redes de água e esgoto e construindo casas para sua vila operária. Gradativamente, essa atividade vai diminuindo e outros agentes começam a atuar no bairro, como o Estado e outras empresas privadas que atuaram e atuam como proprietários dos Meios de Produção; promotores imobiliários e proprietários fundiários (CORRÊA, 1989).

A inauguração do *shopping center*, que tem na empresa Allos sua proprietária e administradora, uma das principais produtoras do espaço em Bangu, reorganiza a centralidade do bairro e seu arranjo espacial é redefinido uma vez mais, mas desta vez sem a participação da atividade industrial. Ademais, o processo de reestruturação urbana (HARVEY 1996; SOJA, 1993; SPOSITO, 2013) pelo qual o bairro passou, tendo seu papel no tecido urbano alterado, está diretamente relacionado às transformações experimentadas na produção das cidades capitalistas, em especial a partir da década de 1970. Essas transformações no espaço urbano, conforme destacado por Soja (1993) e Harvey (1996), estão associadas às transformações nos espaços produtivos à níveis local, nacional e mundial. Sobre o processo de reestruturação, destaca-se o apontamento de Sposito (2013, p.78):

O resultado é uma redefinição do processo de estruturação da cidade, justificando a adoção do termo reestruturação, porque há reorientação das escolhas locacionais, porque há diversificação delas e, sobretudo, porque o processo em curso é muito mais complexo do que aquele que vigorou até o terceiro quartel do século XX.

O processo de reestruturação observado no bairro e a sua passagem de um bairro urbano-fábril para uma centralidade comercial consolidou a emergência de novos atores no local. O setor de comércio e serviços, ao longo das últimas décadas, assume o protagonismo da centralidade do bairro e passa a reorganizá-lo de acordo com suas necessidades e interesses (OLIVEIRA, 2014). Essa mudança ocorre num cenário de declínio da atividade fabril e expansão do setor de comércio e serviços observados não apenas em Bangu, mas em diversas escalas de análise. As transformações analisadas em Bangu fazem parte de um movimento maior da economia e produção mundial que viveu grandes transformações ao longo do último quarto do século XX. Os diferentes autores (SOJA, 1989; HARVEY 1993; SPOSITO 2013) destacam que mudanças globais transformaram as paisagens das cidades capitalistas e também as relações de produção e de consumo. Nesse contexto de ampliação do setor terciário e de expansão do consumo, que vale ressaltar a existência da Associação Comercial e Empresarial da Região de Bangu (ACERB)⁷ que atua junto ao Estado em benefício dos comerciantes e da comunidade local.

A ascensão de Bangu enquanto uma centralidade comercial nas últimas décadas se deve tanto a instalação do calçadão, com a presença de grandes redes e franquias⁸, além de lojas próprias de comerciantes locais, quanto a presença de camelôs instalados no lugar, contribuindo diretamente com a centralidade construída no bairro. A atuação desse grupo se destaca devido a sua espacialidade. O local onde instalam sua barraca ou estendem seu pano indica uma relação entre os comerciantes de rua e alguns dos principais atores desta centralidade, como o *shopping center* e o supermercado Guanabara, e pela sua forma de operação, muito mais flexível que os demais atores.

⁷ A associação foi fundada em 14 de fevereiro de 1968, quando se chamava Associação Comercial e Industrial da Região de Bangu (ACIRB), tendo seu nome sido posteriormente alterado, conforme indicado por Oliveira (2014), também pode ser consultado em: <http://www.acerb.org.br/novo/?acao=historia>.

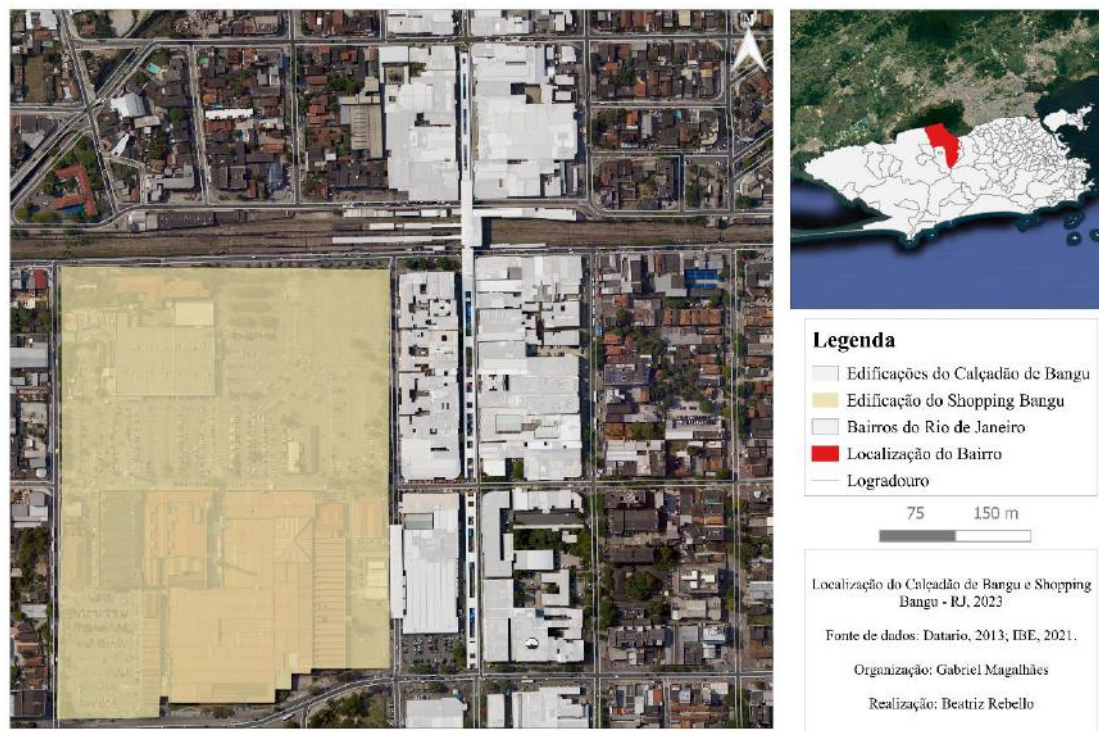
⁸ A definição de franquia utilizada na presente pesquisa baseia-se na Lei 8.955/94, que institui a franquia empresarial “como um sistema pelo qual um franqueador cede ao franqueado o direito de uso da marca ou patente, associado ao direito de distribuição exclusiva ou semi-exclusiva de produtos ou serviços, e eventualmente, também ao direito de uso de tecnologia de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvidos ou detidos pelo franqueador, mediante a remuneração direta ou indireta, sem que, no entanto, fique caracterizado vínculo empregatício” (Brasil, 1994)

Assim, a atuação de diversos agentes que se encontravam instalados no calçadão de Bangu é modificada devido ao estabelecimento do *shopping center* e passa a sofrer influência do empreendimento imobiliário, visto que esse possui capacidade de centralização de fluxos de capitais, pessoas e produtos. Após doze anos da instalação deste empreendimento, o arranjo espacial construído encontra-se bem definido. Duas formas espaciais concentram a centralidade de Bangu, ainda que esta não fique retida a elas, sendo estas formas o Calçadão de Bangu e o Bangu Shopping. As relações estabelecidas entre essas duas formas, por meio de seus agentes, é o interesse principal do trabalho. Estas formas encontram-se espacialmente próximas, como pode ser conferido nos mapas 2 e 3.

Mapa 2 - Calçadão de Bangu, Bangu Shopping e Supermercados Guanabara, 2019



Mapa 3 - Bangu: Edificações do Calçadão de Bangu e Bangu Shopping, 2023
Localização do Calçadão de Bangu e Shopping Bangu - RJ, 2023



O mapa 2, para além de demonstrar a proximidade espacial entre as duas formas espaciais que serão trabalhadas ao longo da pesquisa, destaca a presença de um importante agente que posteriormente será abordado no trabalho: o supermercado Guanabara. É possível observar que o calçadão não compreende um espaço contínuo, pois é cortado pela Estrada de Ferro Central do Brasil (EFCB), atualmente operado pela SuperVia, e também pela Avenida Santa Cruz e pelas Ruas Coronel Tamarindo e Professor Clemente Ferreira. No mapa 3, vemos as edificações que compõem a área estudada. Vale salientar que essa divisão espacial interfere diretamente no funcionamento tanto das lojas instaladas no local, quanto dos camelôs que ali operam. Por meio da operacionalização de trabalhos de campo, foi possível constatar uma divisão entre o tipo de comércio instalado na Avenida Ministro Ary Franco, com maior relevância para o setor de alimentos (seja o comércio varejista, seja por meio de serviços de alimentação). Já na Avenida Cônego de Vasconcellos, foi observada maior concentração de lojas voltadas para o setor de vestuários e calçados. Os ambulantes também seguem dinâmica parecida em sua organização. Encontram-se concentrados na Avenida Ministro Ary Franco, do número 1 ao 160, e na Avenida Cônego Vasconcellos, entre o número 1 e até

o 263. Esta divisão será mais explorada no capítulo três da presente dissertação, quando desenvolveremos as relações de competição e complementariedade entre os diferentes agentes instalados no Bangu Shopping e no calçadão de Bangu.

O cenário atual do que poderíamos chamar de centro comercial de Bangu apresenta uma forte interação entre suas duas principais formas espaciais: o Calçadão de Bangu e o Bangu Shopping. A atuação destes dois espaços apresenta-se de maneira distinta, demonstrando a necessidade de investigação mais apurada e remetendo ao que Santos (1979) definiu como os dois circuitos da economia urbana em países subdesenvolvidos. A organização espacial do bairro mostra que estes espaços apresentam forte grau de interação e que suas relações variam de acordo com o cenário posto. Essa relação ocorre por meio de seus agentes que atuam diretamente na construção da centralidade do bairro. Estes foram previamente identificados como sendo: o Bangu Shopping; o Supermercado Guanabara; os camelôs e o comércio tradicional de rua, estes três últimos, instalados majoritariamente no calçadão.

A organização espacial de Bangu chama atenção por uma série de particularidades e singularidades que perpassam aspectos históricos, econômicos e, sobretudo, geográficos. Essa organização, principalmente as duas formas espaciais supracitadas, compõem o recorte espacial da pesquisa. A partir deste, buscar-se-á entender de que formas os atores que os compõem criam relações entre si, sejam de complementariedade ou de disputas, partindo-se de questionamentos como: de que forma o Calçadão de Bangu e o Bangu Shopping se relacionam? De que maneira o Estado atua na área, considerando seu papel de regulador? Como se dão as relações de consumo do e no espaço para essa localidade?

1.1 Justificativa

A centralidade de Bangu tem sido alvo de diversos estudos recentes que atestam a sua força, como os trabalhos de Oliveira (2013; 2014; 2015) e o relatório final sobre Centralidades da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, produzido pelo Instituto de Estudos do Trabalho e Sociedade (IETS), em 2016, que classificou Bangu como a 7ª centralidade da cidade do Rio de Janeiro e a 9ª da região metropolitana. De acordo com o estudo, o Bangu pode ser entendido como um “centro regional”. Ademais, como bem mostrou Oliveira (1991) a formação do bairro possui uma série de peculiaridades que contribuíram diretamente para a construção de, em primeiro momento, uma centralidade

fabril, sob forte influência da CPIB, e, posteriormente, como analisado por Oliveira (2013; 2014; 2015), uma centralidade comercial com a atuação de diversos agentes sociais.

No contexto da atual pesquisa, entende-se a centralidade como conjunto de elementos que conferem a determinada área a capacidade de atrair fluxos de pessoas, trabalho e capital, em suma, a capacidade de gerar naquele local uma dinâmica própria e diferenciada das demais localidades. Acerca da centralidade, Castells (1982, p.65) argumenta que

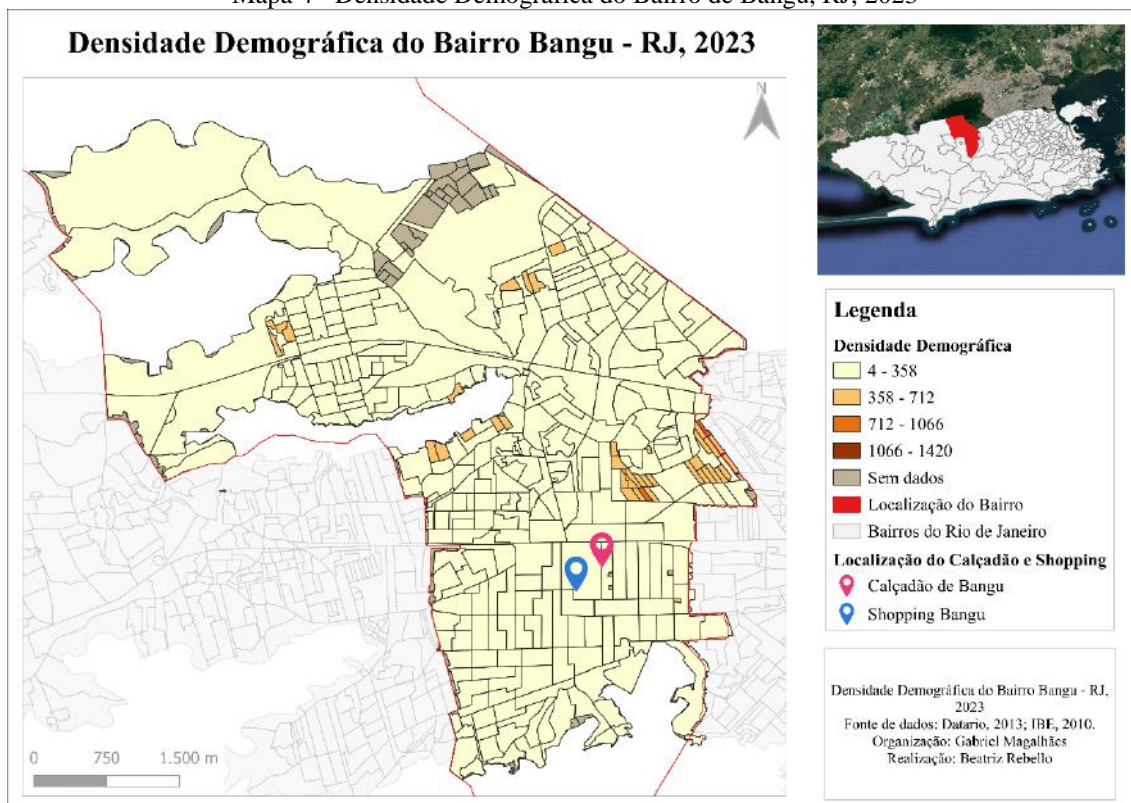
A centralidade urbana provei, em primeiro lugar, da expressão a nível de espaço do que os estudiosos chamam a algum tempo de divisão social do espaço. Quer dizer, à medida que há distintas atividades e distintos níveis sociais ligados a estas atividades, esta divisão se especializa e, ao espacializar-se, tem, a um só tempo, elementos de diferenciação, tanto a nível social como espacial.

Partindo dessa discussão prévia sobre centralidade, cabe destacar agora elementos prévios que atestam, influenciam e compõem a centralidade do bairro de Bangu. Conforme argumentado por Silva (2003) a centralidade está diretamente relacionada ao que é cinético, ao movimento, à frequência e à intensidade no espaço. Assim sendo, conhecer aspectos sociais, econômicos e demográficos do bairro de Bangu, nos possibilita ter uma melhor compreensão acerca de sua centralidade, nas diferentes escalas de apreensão geográfica. Em 2010, o bairro contava com uma população⁹ ¹⁰ de 214.953 moradores, sendo um dos mais populosos da cidade do Rio Janeiro, fato que garante um mercado consumidor considerável. De acordo com Oliveira (2014) o rendimento nominal médio das pessoas a partir dos 10 anos de idade, não considerando os sem rendimento é de R\$ 1.088,00, podendo ser entendido como um estrato social médio-baixo. Por sua vez, o mercado de trabalho, em 2017, de acordo com dados do DataRio, disponibilizados pelo aplicativo Bairros Cariocas, Bangu contava com 24.166 postos de trabalho, no qual 22.903 dizem respeito ao setor de comércio e serviços. No mapa 4, podemos observar a densidade demográfica do bairro de Bangu, atestando a elevada concentração populacional próxima às áreas estudadas.

⁹ Os dados utilizados no presente trabalho são oriundos do Data Rio, que os disponibiliza no aplicativo “bairros carioca”. Os dados podem ser conferidos em: <http://www.data.rio/app/bairros-cariocas>.

¹⁰ Conforme mencionado anteriormente, para o trabalho final, será construída uma série histórica em formato de tabela que indique o crescimento demográfico da população do bairro de Bangu.

Mapa 4 - Densidade Demográfica do Bairro de Bangu, RJ, 2023



A partir da análise dos dados demográficos, de renda, de ofertas de trabalho e também dos mecanismos comerciais instalados no bairro é possível observar que a centralidade comercial de Bangu perpassa diretamente pelas formas espaciais analisadas. Uma vez que estas possibilitam uma grande concentração dos mais variados tipos de comércio e também de prestação de serviços. Ou seja, ambas as localidades estudadas, em decorrência de sua forma-conteúdo (SANTOS, 1996), atraem para si uma gama de fluxos de capital, pessoas e mercadoria. Salienta-se ainda que a centralidade do bairro diz respeito ao conteúdo presente na área, ou seja, pelo fato do local possuir estabelecimentos de ampla capacidade de atração torna-se uma área de importante centralidade para a cidade do Rio de Janeiro, em especial, da zona oeste. O binômio *shopping center* e calçadão apresenta ampla oferta de comércio e serviços, voltado tanto para extratos de poder aquisitivo médio quanto médio-baixo.

Nesse cenário de forte centralidade terciária que foi previamente observado, tais espaços possuem uma gama de atores sociais que precisam de maior investigação e maior atenção, sobretudo para se compreender os conflitos, as cooperações e a organização deste espaço. Beaujeu-Garnier (1980) aponta a existência de uma série de áreas centrais secundarizadas às áreas centrais da cidade, ou seja, pequenos polos que concentram

atividades que podem ser específicas daquela localidade ou não. Apesar das ressalvas feitas por Silva (2003) sobre o pensamento desenvolvido pela autora e por toda a escola francesa de geografia, é possível pensar o centro comercial de Bangu nessa perspectiva uma vez que há grande concentração comercial na área e isso é benéfico para o setor.

Uma das áreas analisadas, o Calçadão de Bangu, conta com uma série de lojas que incluem redes, franquias e lojas próprias. Também estão presentes no calçadão os camelôs e o supermercado Guanabara¹¹. A relação entre os agentes sociais e a forma como estes modelam o espaço de Bangu merece uma observação mais próxima, sobretudo os camelôs, que possuem atuação diferenciada em relação aos demais agentes. Além disso, conforme apontado por Oliveira (2014), este grupo tem aumentado significativamente devido a piora do cenário econômico brasileiro ao longo da década de 2010. Esse crescimento cada vez mais tem provocado conflitos dos camelôs com os agentes repressores do Estado, como relatado nas manchetes do jornal Extra (Figuras 1 e 2).

Figura 1 - Chamada do Jornal Extra expondo os conflitos entre o comércio ambulantes e o Estado no calçadão de Bangu, 2017



¹¹ Ao longo do desenvolvimento da presente pesquisa, iniciou-se a construção e operação do supermercado Assaí. Todavia, este não foi considerado no escopo da presente pesquisa uma vez que sua atuação na área ainda está em fase inicial de operação.

Figura 2 - Chamada do Jornal Extra expõe conflito entre camelôs de Bangu e a prefeitura do Rio de Janeiro, 2018.



A inauguração do Bangu Shopping, em 2007, influi na alteração da estrutura comercial do bairro e, conseqüentemente, provoca mudanças sensíveis na dinâmica de funcionamento do calçadão. Para além de questões econômicas, o uso do *shopping center* torna-se um elemento de *status* (SILVA, 2017a) e, nesse sentido, para além do uso como um local de consumo é possível pensá-lo em um espaço de sociabilidade, um lugar em que as pessoas se encontram para interagirem, conversarem, se conhecerem, enfim, para socialização. Tal possibilidade é reforçada quando se encara uma realidade urbana em que um bairro periférico como Bangu, não privilegiado por equipamentos urbanos públicos de qualidade, voltados para a socialização de seus moradores, como parques e bosques. Neste sentido, torna-se importante analisar também o fato de o *shopping center* ter instalado em seu interior equipamentos que antes localizavam-se exclusivamente em espaços públicos, tais como teatro, cinema e parque de diversões.

As interações criadas entre o Calçadão de Bangu e o *shopping center* remetem ao que Santos (1979) teorizou como os dois circuitos da economia urbana em países subdesenvolvidos. Nesse sentido, parece apropriado entender os camelôs presentes no calçadão de Bangu, em especial o setor de comércio e serviços disponíveis na área, como

diretamente relacionados ao circuito inferior e, o Bangu Shopping, como o circuito superior e circuito superior marginal. As lojas e prestadoras de serviços correspondentes ao comércio tradicional de rua instalados no Calçadão de Bangu estão inseridos tanto no circuito superior quanto no circuito inferior. Assim, levanta-se a hipótese de que haja uma relação de interdependência entre os ambulantes, localizados no Calçadão de Bangu, e o Bangu Shopping. Ressalta-se, todavia, que esta relação de interdependência se dá de forma desigual, de forma que haja uma maior dependência dos camelôs em relação ao *shopping* center. Tal relação acontece, por exemplo, a quais tipos de produto comercializar, remetendo ao que foi teorizado pelo autor quando apontou a existência de uma dependência ou subordinação do circuito inferior em relação ao circuito superior da economia urbana (SANTOS, 1979). Nesse sentido, vale destacar que a produção do espaço urbano ocorre de maneira conflituosa, onde diferentes agentes econômicos e agentes produtores do espaço disputam entre si. Silva (2003) aponta que a produção do espaço urbano não se realiza de forma harmônica, mas a partir de conflitos, tensões e alianças entre os interesses das classes populares com a elite. Essas interações, contudo, ocorrem sob a força reguladora do poder público, frequentemente usado como instrumento de legitimidade dos grupos que detêm o capital e/ou o poder político.

Diante de tal cenário, questiona-se: a interface entre o Calçadão de Bangu e o Bangu Shopping redefiniu a centralidade do bairro e estabeleceu uma relação de complementariedade entre ambos, sobretudo abordando a temática da divisão territorial do trabalho como um elemento que distingue ambos os espaços e seus trabalhadores? De que forma a centralidade do bairro foi afetada? Como os moradores analisam tais transformações? As esferas públicas e privadas pensam essa relação? De que maneira tais esferas atuam nos dias de hoje? São algumas das questões que justificam a descrição desse projeto.

1.2 Objetivos

O objetivo central deste estudo é discutir e analisar a centralidade urbana engendrada nas formas espaciais do calçadão do bairro de Bangu e do Bangu Shopping por meio da complementariedade dos dois circuitos da economia urbana.

1.2.1 Objetivos específicos

Dentre os objetivos específicos deste trabalho, destacam-se: **I.** Identificar e mensurar a centralidade do Calçadão de Bangu e do Bangu Shopping a partir da Teoria dos dois circuitos da Economia Urbana. **II.** Compreender a atuação dos diferentes agentes sociais na organização dos espaços estudados analisando os conflitos e cooperações. **III.** Analisar a importância do Calçadão de Bangu e do Bangu Shopping para a realização de práticas socioespaciais dos frequentadores.

1.3 Procedimentos Metodológicos

No âmbito da análise acerca da formação das estruturações espaciais analisadas no presente trabalho serão utilizados tanto o levantamento de arquivos documentais que versam sobre a formação destes espaços, bem como a utilização de materiais acadêmicos, tais como: artigos, dissertações e teses sobre a temática abordada na pesquisa. No meio acadêmico, destacam-se os trabalhos de Oliveira (1991) e Oliveira (2014; 2019). Acerca da pesquisa documental e da pesquisa bibliográfica, Gil (1987) aponta que

A pesquisa documental assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica. A única diferença entre ambas está na natureza das fontes. Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa. (GIL, 1987, p. 73)

Partindo do pressuposto de que se faz necessário apresentar a forma e o conteúdo das áreas estudadas, em primeiro momento foi realizado um levantamento¹² quantitativo dos estabelecimentos comerciais existentes no calçadão de Bangu, bem como, sua classificação de acordo com a função que exercem. A classificação dos estabelecimentos terciários analisados na presente pesquisa baseou-se na metodologia desenvolvida por Sousa (2018), na qual o autor criou uma classificação de atividades funcionais baseadas na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) desenvolvida pelo

¹² Embora Oliveira (2014) tenha realizado tarefa similar em seu trabalho, apresentando ótimos resultados, julgou-se que para a presente pesquisa o melhor caminho seria a realização de um novo levantamento, com a utilização de uma metodologia diferente. Ademais, em virtude das crises econômicas recentes (2014-2016 e 2020) levanta-se a hipótese de que mudanças possam ter ocorrido nesses espaços, suscitando um novo levantamento dessas atividades.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)¹³. A quantificação das atividades econômicas presentes no espaço público, ou seja, o calçadão de Bangu, foi realizada à partir do aplicativo *google street view*^{14 15} e, posteriormente, checada em consulta às lojas e estabelecimentos indicados por meio de *websites* de pesquisa e redes sociais próprias dos estabelecimentos. Ao fim, a informação foi novamente checada à partir da realização de trabalhos de campo. Estes, por sua vez, permitiram quantificar os estabelecimentos comerciais e prestadores de serviços presentes no interior de galerias e prédios comerciais. Esta opção metodológica permitiu a otimização do processo e garantiu sua confiabilidade. A quantificação dos estabelecimentos comerciais presentes no Bangu Shopping foi realizada por meio de seu *website*¹⁶, que disponibiliza uma lista completa de estabelecimentos comerciais presentes no empreendimento.

Em conjunto com o levantamento das atividades econômicas e a classificação de atividades funcionais, foi realizada uma classificação das lojas baseada no tipo organizacional adotado pelas empresas. Nessa divisão foi proposta a categorização dos estabelecimentos comerciais e de serviços em três categorias: lojas que atuam em regime de franquias, cadeias de lojas ou redes e a terceira seria de lojas que possuem organização independente¹⁷. Todos os estabelecimentos em que foi possível identificar o regime organizacional foi alocado em uma destas categorias, seguindo a metodologia proposta por Ferreira (2023).

Afim de compreender a atuação e a interação dos diferentes agentes sociais presentes no subcentro de Bangu, optou-se pela realização de entrevistas. Severino (2007, p. 124) classifica as entrevistas como uma “Técnica de coleta de informações sobre um determinado assunto, diretamente solicitado aos sujeitos pesquisados. Trata-se, portanto, de uma interação entre pesquisador e pesquisado” argumento que está de acordo com o que aponta Gil (1987, p. 113) como a “técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, com objetivo de obtenção dos dados que interessam à investigação. A entrevista é, portanto, uma forma de interação social. ”.

¹³ A metodologia desenvolvida por Sousa (2018) foi apresentada no Encontro Nacional de Geografia (ENG-2018) e aprovada em sua monografia, que lhe concedeu o título de geógrafo formado pela Universidade Federal do Rio de Janeiro.

¹⁴ O aplicativo mostrou-se uma importante ferramenta de mapeamento, todavia, não permitia o levantamento de atividades que funcionassem em galerias ou no interior de edificações com dois ou mais pavimentos.

¹⁵ O mapeamento de edificações com dois ou mais pavimentos foi realizado em trabalho de campo no dia 05/09/2023.

¹⁶ Disponível em <<https://bangushopping.com/lojas/>>. Coleta realizada em 09/2023.

¹⁷ Tal classificação basear-se-á em marcos regulatórios legais que definem a atuação das empresas e nos critérios definidos pela Associação Brasileira de Shopping Centers (ABRASCE).

Nesse contexto, foram entrevistados: a gerência da loja dos supermercados Guanabara, trabalhadores informais que trabalham ou que já trabalharam no calçadão de Bangu e frequentadores dos espaços indicados. O formato das entrevistas se deu de forma semiestruturada¹⁸, combinando perguntas abertas e fechadas.

O modelo de entrevista semiestruturada desenvolvido para esta pesquisa foi anteriormente apresentado à banca examinadora durante o exame de qualificação, realizado em 2021. Posteriormente, as sugestões dos avaliadores foram incorporadas ao corpo trabalho. Ao todo, foram realizadas catorze entrevistas com frequentadores dos espaços analisados, doze dos entrevistados residem no bairro de Bangu, um no bairro de Campo Grande e um no bairro de Padre Miguel. Foram entrevistados oito homens com idade entre vinte e cinco anos e cinquenta e oito anos e oito mulheres com idades entre vinte e cinco anos e sessenta e dois anos. Os entrevistados foram selecionados por residirem no próprio bairro ou terem sua vida cotidiana influenciada diretamente pelo bairro de Bangu. Uma vez que a pesquisa trata de questões pessoais, como práticas de consumo, frequência nos espaços analisados e renda, optou-se por preservar a identidade dos entrevistados.

Para compreender as formas espaciais analisadas e as práticas espaciais realizadas na área, ou seja, sua espacialidade, a pesquisa lança uso de amplo levantamento bibliográfico.

(Gomes 2013, p.8) aponta que a espacialidade se relaciona como “uma trama locacional associada a um plano, uma superfície ou volume”. Ainda de acordo com o autor a espacialidade seria “resultado de um jogo de posições relativas de coisas e/ou fenômenos que se situam ao mesmo tempo sobre esse mesmo espaço”. Assim, faz-se o entendimento de que determinados fenômenos possuem uma condição espacial que, uma vez identificada e estudada, ajuda a revelar características e sentidos de usos de um determinado lugar. No caso da presente pesquisa, tratando especificamente do Bangu Shopping e do calçadão de Bangu.

De forma a operacionalizar essa tarefa, a observação¹⁹ foi baseada por três categorias de análise espacial sugeridas por Gomes (2013): *ponto de vista*, *composição* e

¹⁸ As entrevistas semiestruturadas combinam perguntas abertas e fechadas, onde o informante tem a possibilidade de discorrer sobre o tema proposto. ” (BONI & QUARESMA, 2005)

¹⁹ Gil (1987) e Severino (2007) também apresentam importantes debates sobre a observação em suas múltiplas formas e definições, todavia, optou-se por utilizar a definição dada por Gomes (2013), incluindo suas categorias de análise, pelo fato de que estas fornecem melhor arcabouço teórico para o desenvolvimento do trabalho de natureza geográfica, como é o caso.

exposição. Para o autor, a primeira quer dizer “a posição que nos permite ver certas coisas” (p. 9), permitindo que “o exame da espacialidade, onde estão situados o ‘olhar’ e o ‘olhado’, nos abre todo um campo inédito de análise”. Assim sendo, em minha pesquisa²⁰, busquei transitar tanto pelo calçadão de Bangu quanto pelos corredores e pisos do Bangu Shopping.

A opção metodológica pela tríade analítica proposta por Gomes (2013) foi essencial para compreender de que forma os agentes sociais presentes na área em tela se organizam e interagem na referida área de análise. A forma como divulgam suas mercadorias e seus serviços a partir de *outdoors* e *banners*, placas de publicidade ou mesmo por meio do grito chamam a atenção pois estão presentes ao longo de todo o Calçadão de Bangu. A observação também auxiliou a compreensão acerca dos produtos que eram comercializados pelos ambulantes.

A categoria da *composição* também auxiliou esse momento do trabalho, considerando que ela leva em conta o “conjunto estruturado de formas, cores ou coisas” (GOMES, 2013, p. 10) que, uma vez associadas, confere uma ordem espacial ao fenômeno observado. Desse modo, se o ponto de vista analisa onde se situam as coisas, a composição leva em conta uma “combinação que produz algo de novo formado pela junção estruturada de diversos elementos. ”. Do ponto de vista prático, observou-se as práticas e comportamentos adotados por frequentadores e agentes sociais presentes nos dois espaços, o que nos auxiliou a entender a centralidade exercida pelos mesmos e a articulação dos dois circuitos da economia urbana no interior do funcionamento destes dois espaços.

A última categoria de análise apresentada por Gomes (2013) é a *exposição*. Diz respeito a “uma delimitação que estabelece o que deve ser visto e o que não deve e isso é resultado de uma classificação relacionada ao espaço, é uma questão de posição” (Gomes, 2013, p. 10). Ter tal fato em conta implica admitir que os espaços analisados, enquanto locais de grande circulação de pessoas, conferem às suas práticas um caráter de visibilidade em que “se institui o que deve ser exibido e o que deve ser escondido ”. No caso do calçadão de Bangu, a exposição é essencial para lojistas, que instalam *banners* com promoções e divulgam seus produtos por meio deles. No caso dos camelôs, a exposição ocorre a partir de *slogans* e dos produtos expostos, chamando a atenção do público que por ali transita. Nesse sentido, ao considerarmos o *shopping center* enquanto

²⁰ A observação foi realizada ao longo do período em que a pesquisa foi produzida, em diferentes idas a campo.

um espaço cujo principal objetivo é a transformação cidadãos e cidadãs em consumidores, tanto dos estabelecimentos localizados em seu interior como, também, do próprio espaço do *shopping center*. Ademais, deve-se considerar que existem aspectos que querem ser colocados em evidência, ou seja, em exposição pelos lojistas e pela administração do *shopping center* e outros que querem ser ocultados dos frequentadores. Em virtude de suas características intrínsecas, como a presença de grandes marcas e o elevado quantitativo de estabelecimentos comerciais, pensa-se que esse empreendimento envolve diversas características como capacidade de influenciar características pessoais, fomentando novas experiências, como o modismo (SILVA, 2017b).

2.0 CENTRO E CENTRALIDADE EM BANGU: UMA DISCUSSÃO SOBRE SUBCENTROS E CENTRALIDADE URBANA

O presente capítulo discutirá aspectos relativos ao debate sobre centro e centralidade urbana. Essa discussão torna-se essencial no contexto desta dissertação, pois para entender a importância dos espaços analisados deve-se entender não apenas a sua forma mas também seu conteúdo, trabalhando em torno do binômio forma-conteúdo conforme apresentado por Santos (1978). Assim, discutir-se-á teoricamente o conceito de centralidade sob a ótica de diferentes autores. Partimos do princípio de que a centralidade é construída como conjunto de elementos que conferem a determinada área a capacidade de atrair fluxos de pessoas, de trabalho e de capital. Em suma, a capacidade de gerar naquele local uma dinâmica própria e diferenciada das demais localidades (CORRÊA 1989).

Silva (2003) argumenta que a centralidade organiza o espaço urbano, pois, a centralidade constitui-se como os próprios fluxos. A centralidade expressa-se não apenas no que é material ou fixo, mas no que é cinético. De acordo com o autor “a articulação do espaço urbano através da centralidade é tida como fundamental por atrair as atividades, produtos e produtores para um determinado lugar” (SILVA, 2003, p. 30). A centralidade constitui-se como o conjunto de elementos que gera fluxos de pessoas, capitais e mercadorias para uma área central. As áreas centrais, por sua vez, devem ser entendidas como os pontos de atração, os locais onde a centralidade manifesta-se em múltiplas formas.

Ao debater o centro, Sposito (1991) argumenta que:

O centro não está necessariamente no centro geográfico, e nem sempre ocupa o sítio histórico onde esta cidade se originou, ele é antes de tudo o ponto de convergência/divergência, é o nó do sistema de circulação, é o lugar para onde todos se dirigem para algumas atividades e, é o ponto de onde todos se deslocam para a interação destas atividades aí localizadas com as outras que se realizam no interior da cidade ou fora dela (SPOSITO, 1991, p.6)

A formação e a intensificação dos supracitados fluxos são contínuas ao longo do tempo, uma vez que, o capital necessita estar em constante circulação para se reproduzir (HARVEY, 1996; SOJA 1993). A circulação de capital, no contexto da cidade capitalista, comanda o processo de (re)produção do espaço urbano e, conseqüentemente, da centralidade (SILVA, 2003; SOJA 1993; HARVEY; 1996). A necessidade de reprodução

do capital cria novos espaços e novos fluxos. Nesse sentido, Lefebvre aponta a cumulatividade do próprio espaço urbano enquanto se (re)produz na lógica capitalista.

A circulação e os fluxos como elementos estruturantes da centralidade aparecem em discussão realizada por Villaça (2001) ao questionar o porquê de determinadas áreas serem centros e a razão desta centralidade. Ainda de acordo com o autor, a localização que possui papel fundamental para a formação da centralidade é a urbana. Em suma, “aquela na qual as relações não podem existir sem um tipo particular de contato: aquele que envolve deslocamentos dos produtores e dos consumidores entre os locais de moradia e os de produção e consumo”. Todavia, a localização urbana, sozinha, não explica por si só a centralidade; deve-se considerar os demais elementos constitutivos da centralidade, como e quais são as classes sociais que são atraídas para estas áreas centrais.

A estruturação do espaço urbano ao longo do tempo histórico, particularmente na produção e reprodução da cidade capitalista passa pela formação de áreas centrais e de seu conteúdo, a centralidade. Assim sendo, compreender a área central enquanto elemento estruturante da cidade faz-se essencial para compreender o próprio processo de formação e expansão da área urbana, fragmentando sua centralidade e reproduzindo-a em outras áreas. Acerca da importância do centro de negócios, Beaujeu-Garnier (1980) argumenta que:

[...] É a própria expressão do poder urbano, o coração vivo da cidade. Pela sua localização e extensão, pelos tipos de atividades nele concentrados, o estado de modernização ou de abandono que revela, os trabalhos que lhe asseguram a permanência, o progresso ou a reconquista, o centro de negócios traduz as fases da vida urbana, a sua continuidade ou alternância, os efeitos da política administrativa, assim como os das capacidades locais, nacionais e, por vezes, internacionais. Beaujeu-Garnier (1980, p. 339).

Lefebvre (1999) ao debater o fenômeno urbano e a sua reprodução no espaço, argumenta que

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 [1970], p.111).

Ainda de acordo com o Lefebvre (1999), a centralidade faz-se presente na cidade em seus diferentes modos de produção ao longo da história, das diferentes relações de produção cria e recria áreas centrais, conseqüentemente, criando e recriando novos focos de centralidade. Na análise da centralidade, observa-se uma divisão social do espaço. A análise de Lefebvre sobre a centralidade urbana e a sua construção ao longo da história vai de acordo com o exposto por Castells (1982):

A centralidade urbana provém, em primeiro lugar, da expressão a nível de espaço do que os estudiosos chamam a algum tempo de divisão social do espaço. Quer dizer, à medida que há distintas atividades e distintos níveis sociais ligados a estas atividades, esta divisão se especializa e, ao espacializar-se, tem, a um só tempo, elementos de diferenciação, tanto a nível social como espacial. (CASTELLS, 1982, p.65)

De acordo com Corrêa (2001) o modo de produção capitalista influencia diretamente na formação de áreas centrais e, conseqüentemente, de sua centralidade. Para o autor, a distribuição de atividades como o comércio varejista e de serviços tem um papel decisivo na sociedade e em sua organização espacial. A estruturação da cidade capitalista passa pela centralidade, ou seja, pela articulação de diferentes áreas onde ocorre considerável concentração de atividades comerciais — ou localidades centrais. Nas palavras do autor (CORRÊA, 2001, p. 20.) “[...] das numerosas cristalizações materiais diferenciados do processo de distribuição varejista e de serviços, que se realiza, em um amplo território sob o domínio do capitalismo, a articulação entre produção propriamente dita e consumo final”.

A articulação das diferentes localidades centrais, ao longo do tempo em que se desenvolve a produção e a reprodução do modo capitalista impacta diretamente também na reprodução das classes sociais no território e, conseqüentemente, na forma como elas se apropriam do espaço e das áreas centrais (Corrêa 2001). Essa reprodução da sociedade capitalista impacta na distribuição e consumo das diferentes classes sociais, não sendo observadas apenas no valor necessário para dispor desses bens, mas também na quantidade e qualidade que é ofertada. Correa (2001) também chama a atenção para que ainda que as dinâmicas de produção e reprodução do espaço tenham sido alteradas ao longo do sistema capitalista, em virtude dos diferentes modelos de produção adotados ao longo do século XX, a distribuição de bens e serviços se dará de maneira diferenciada tanto em quantidade quanto em valor de comercialização. Por conta do consumo diferenciado realizado pelas classes sociais e de suas próprias práticas espaciais.

Ademais, ao debater a distribuição das localidades centrais tanto no espaço intra-urbano quanto regional, Corrêa (2001) destaca que estes arranjos de distribuição não estão organizados de maneira hierarquizada, como o modelo proposto por Walter Christaller e, dessa forma, representaria uma distribuição espacial associada a fase do capitalismo monopolista (CORRÊA 2001 *apud* OLIVEIRA 2014). Todavia, conforme destacado pelo próprio autor, embora seja possível verificar novos arranjos de organização espacial e distribuição de centralidades urbanas, no presente também são identificados arranjos espaciais como os propostos por Christaller, não cabendo o desprezo teórico e metodológico que são ofertados pelos modelos clássicos de hierarquização do espaço urbano de acordo como grau de centralidade exercido por uma área.

Lefebvre (1999) ao tratar da centralidade afirma que esta é essencial para se entender o fenômeno urbano. Seguindo o pensamento de Lefebvre, Silva (2006; p.17) argumenta que a centralidade “(...)possibilita o entendimento da totalidade no que respeita a processos, funções, formas e estruturas do espaço urbano. ” Lefebvre (1999) destaca que funções, estruturas e formas urbanas, sozinhas, não são suficientes para explicar a essência do fenômeno urbano. Nesse sentido, faz-se mister destacar que ao tratar da centralidade Lefebvre (1999[1970]), afirma que

Descobrimos o essencial do fenômeno urbano na centralidade. Mas na centralidade considerada com o movimento dialético que a constitui e a destrói, que a cria e a estilhaça. Não importa qual o ponto possa tornar-se central, esse é o sentido do espaço-tempo urbano. A centralidade não é indiferente ao que ela reúne, ao contrário, pois ela exige um conteúdo Lefebvre (1999[1970]; p. 110).

Assim sendo, a formação no entorno da centralidade modifica o espaço urbano, criando novas possibilidades de consumo, de trabalho e de lazer. A centralidade não se verifica apenas nos centros das cidades, mas também em novos locais que possuem empreendimentos ou serviços com alto grau de atração. Há uma descentralização da área central e a emergência de novas centralidades que passam a coexistir no espaço urbano com o centro da cidade, formando assim outras centralidades. Nesse contexto Sposito (1991) afirma que:

[...] o processo de produção de novas formas/expressões da centralidade são reforçadores da noção de concentração, na medida em que se reproduz as formas de centralidade, ao se exprimir numa “poli(multi)centricidade” e,

portanto, numa estrutura urbana multinuclear, que caminha para uma segregação espacial. (SPOSITO, 1991, p.16).

Ao longo do século XX, especialmente após a década de 1970, as cidades capitalistas transformaram-se em virtude do novo modelo de produção²¹. Silva (2017) destaca que a profunda alteração pela qual passou o sistema capitalista no período provocou reestruturações produtivas, econômicas e urbanas, que foram sentidas no Brasil mais intensamente após a década de 1990, em virtude do processo de abertura econômica que o país experimentou no período. A cidade modifica-se conforme inovações tecnológicas e produtivas são inseridas no cotidiano urbano. A descentralização e a formação de novas centralidades são uma das características observadas no processo de reprodução do capital. Nessa linha, Silva (2003) argumenta:

Percebe-se, portanto, uma tendência de descentralização e de uma conseqüente (re)centralização, expressando uma centralidade multicêntrica, que amplia a espacialização intra-urbana, distribuindo os fluxos e ampliando a diferenciação/ segmentação urbana. Estas novas centralidades podem aparecer em diferentes escalas, sendo de atuação intra e inter urbana, e se diferenciando quanto à camada social a que atendem, sendo, portanto, segmentada quanto ao nível de rendimento. (SILVA, 2003, p.29).

Pintaudi (2009) reforça a necessidade de compreensão da centralidade para entender os diferentes fenômenos urbanos, em especial, os espaços comerciais. De acordo com a autora, ainda que a infraestrutura construída, como vias expressas, estações de trem e metrô contribuam para a manutenção dos fluxos de pessoas, a centralidade pode ser alterada ao longo do tempo e dos processos pelos quais o espaço urbano é submetido. Seguindo em seu argumento, em virtude dos processos de produção e reprodução do capital, a cidade passou a apresentar não apenas uma área central, mas vários núcleos de centralidades. Tais núcleos formam-se e reestruturam-se de acordo com os interesses de seus frequentadores e a atuação dos diferentes agentes sociais que produzem, modelam e transformam o espaço urbano. Cabe ressaltar que este processo não ocorre de maneira harmônica, mas sim enquanto fruto de disputas e conflitos destes diferentes atores que produzem e degradam, organizam, desorganizam e reorganizam o espaço urbano de acordo com seus interesses. Pintaudi (2009) ressalta ainda, que em virtude da proliferação

²¹ No presente trabalho, adotaremos tanto a nomenclatura “toyotismo” (ANTUNES, 1998; CHESNAIS, 1996; MAMIGONIAN, 2000) como “Economia de acumulação flexível” (HARVEY, 1996 [1989]; LIPIETZ, 1988; BENKO, 1999 [1995]).

de grandes empreendimentos comerciais, como hipermercados e *shopping centers*, o processo de expansão urbana, e conseqüentemente o de formação de novas centralidades, foi modificado. Tais empreendimentos possuem elevado grau de centralidade visto que possuem capacidade de alterar fluxos de pessoas, capitais e mercadorias e, dessa forma, redefinindo o processo de produção do espaço urbano.

Sposito (2001) demonstra que o “centro” é o local de convergência da cidade, não estando necessariamente no centro geográfico ou ocupando o sítio histórico onde a cidade se formou. De acordo com a autora, o “centro” constitui-se em um nó de um sistema de circulação para onde os fluxos convergem. Constitui-se como área de destino da população para a práticas de diferentes atividades, inclusive como conexão para outras áreas da cidade. Dessa forma, em sua visão, o “centro” atua de maneira como uma área tanto centralizadora como dispersadora dos fluxos populacionais. Ademais, a autora ressalta que a capacidade de concentração exercida pelos “centros” garante uma manutenção do seu papel de convergência dentro do espaço urbano, ainda que este sofra com a modificação de sua estrutura interna a partir do surgimento de novos “centros” secundários. Tanto o “centro principal” quanto os “centros secundários” vão desempenhar este papel concentrador, ainda que com diferentes escalas de abrangências e, eventualmente, para diferentes classes sociais. Assim, ainda que as transformações na estrutura urbana e na divisão social e territorial do trabalho possam alterar o tecido urbano, este caráter centralizador se mantém. Em suma, Sposito (2001) mostra que o “centro” se apresenta como um local de concentração e circulação, um nó na estrutura urbana que atrai fluxos de mercadorias, capitais e pessoas.

Pacheco (2012.a) realiza um importante debate acerca da discussão sobre centro e centralidade. Em seu trabalho, a autora objetiva atualizar o debate teórico entorno do conceito de centralidade. Ademais, busca compreender as manifestações da centralidade no espaço urbano a partir do que é concreto e construído. Ao realizar volumoso levantamento bibliográfico sobre a temática das localidades centrais, a autora realiza um resgate teórico-metodológico sobre o assunto. Para Pacheco (2012.a) o centro manifesta-se por meio da expansão urbana, em outras palavras, a partir da produção do espaço urbano de diferentes maneiras. Objetivamente, a autora cita os seguintes elementos dos centros comerciais

(...)malha ferroviária; localização em áreas de contato; densidade habitacional; densidade de emprego e capacidade de atração; diversidade de usos;

morfologia (temporalidade); Distância do CBD; acessibilidade; intensidade do uso do solo com atividades terciárias centrais; manchas contínuas e densas; interação de usos complexos e complementariedades; funções variadas em horários variados; diversidade social e econômica; vitalidade e relações horizontais; (PACHECO, 2012.a, p. 236, grifos da autora *apud* OLIVEIRA, 2015, p.22).

Silva (2003), ao debater a centralidade no contexto da expansão urbana e suas mudanças ao longo do quarto final do século XX, destaca que essa centralidade pode variar no espaço e no tempo, orientando-se de acordo com os fluxos. Neste raciocínio, o autor aponta que

É ainda importante ressaltar que as centralidades que se expressam de forma a ampliar a espacialidade urbana podem representar modificações em certas escalas temporais, sendo que são baseadas não apenas no que está fixo/estático, mas pelo que se movimenta/cinético, ou seja, nos fluxos. Desta forma, encontramos as centralidades que variam num mesmo dia com o encerramento do horário de funcionamento de atividades comerciais no centro tradicional, e no prolongamento do funcionamento de um shopping center, a título de exemplo (SILVA, 2003, p. 30).

Silva (2003) complementa

Percebe-se, então, que a análise das áreas centrais que expressam centralidades em diferentes escalas de abordagem e, também, com diferentes padrões socioeconômicos é fundamental para o entendimento do espaço urbano, em sua estruturação/reestruturação, que se faz de forma contínua e que produz e (re)produz a descentralização/(re)centralização, pois se trata de um processo dinâmico (SILVA, 2003, p. 31).

O autor reforça que a análise do centro, sob ótica histórico-conceitual, possibilita aferir a cumulatividade do conhecimento científico e da própria estrutura urbana. Acrescenta-se ainda que a reflexão acerca das formas urbanas não deve restringir-se a modelos teóricos e, tampouco, podem ser analisados de modo estático — excluindo dinamismos e processos espaciais associados. Em vez disso, esses estudos precisam partir do movimento e do dinâmico, enfatizando a compreensão dos fluxos de pessoas, automóveis, decisões, conhecimento, capitais e, sobretudo, mercadorias. (SILVA 2003).

No contexto do surgimento de novas centralidades e a formação de novas áreas centrais, têm-se fenômenos que ocorrem tanto do surgimento de fatores que obrigam diversas atividades a deixar o distrito central de negócios²² (CBD) e instalar-se em áreas

²² Colby (1959) utiliza o termo Central Business District para referir-se a principal área central da cidade. O CBD apresenta elevada concentração de indústrias, comércio e serviços, dentre outras características, é

fora da área central (CORRÊA, 1989). Não raro, as atividades comerciais buscam áreas que estejam localizadas longe do centro desde que estas estejam dotadas de amenidades naturais ou construídas pelos seres humanos; que permitam a reprodução do capital de maneira mais efetiva.

O processo da descentralização, como aponta Corrêa (1989) é historicamente mais recente que o processo de centralização. Seu aparecimento ocorre devido a diversos fatores que tornam a área central repulsiva a determinadas atividades econômicas, ao passo que em outras áreas até então não-centrais surgem fatores de atração. Desta feita, ocorre o aparecimento de outras formas espaciais dentro do espaço urbano: os subcentros. Colby (1959) em seu trabalho intitulado “*Centrifugal and centripetal forces in urban geography*” mostra motivos atrativos e repulsivos da área central das cidades, em que as “*centrifugal forces*” estão relacionadas a fatores de repulsão e as “*centripetal forces*” estão relacionadas aos fatores atrativos. Colby (1959) aponta como fatores repulsivos da área central:

The first is the ever increasing land and property values and the high tax rates in the central zone. Such values and rates add materially to the cost of operation and constitute ever recurring reasons for migration unless overbalanced by other conditions. The second is the traffic congestion and high cost of transportation in the central zone. The former hampers deliveries of merchandise and the movements of people, while the later adds to cost of operation. As a result an impulse toward migration is created for all functions except those making effective use of the costly transportation facilities and services of the central zone. The third migratory condition is the difficulty of securing space, not only to permit expansion of facilities and rearrangement of activities, but to secure light and air. The fourth is the desire of many manufacturing concerns to avoid nuisance complaints or other controversies with city interests. The fifth is the difficulty, or perhaps, impossibility, of acquiring in the congested central zone a special type of site such as water frontage, or of modifying a site to meet present-day needs. The sixth of the conditions promoting migration includes such items as irksome legal restrictions, outgrown laws, inherited costs, decline of the social importance of certain areas, and the like.²³ (COLBY 1959, p. 289).

o local de chegada das linhas férreas e metroviárias, concentra os maiores fluxos de capitais, pessoas, mercadorias e automóveis.

²³ O primeiro é o sempre crescente aumento dos valores de terras e propriedades e as altas taxas de impostos na zona central. Tais valores e taxas adicionam consideravelmente ao custo de operação e constituem razões recorrentes para a migração, a menos que sejam contrabalançadas por outras condições. O segundo é o congestionamento do tráfego e o alto custo do transporte na zona central. O primeiro dificulta a entrega de mercadorias e a mobilidade humana, enquanto o posterior aumenta o custo de operação. Como resultado, um impulso em direção à migração é criado para todas as funções, exceto aquelas que fazem uso efetivo das dispêndiosas instalações e serviços de transporte da zona central. A terceira condição migratória é a dificuldade de garantir espaço, não apenas para permitir a expansão de instalações e o reagrupamento de atividades, mas para assegurar a luz e o ar. A quarta é o desejo de muitas empresas de manufatura de evitar queixas incômodas ou outras controvérsias com interesses da cidade. A quinta é a dificuldade, ou talvez, a impossibilidade de adquirir na congestionada zona central, um tipo especial de local, como uma seção que

Deve-se observar, no entanto, que não bastam fatores de expulsão do centro para que as atividades comerciais e de serviços migrem para outra área não central. Como já mencionado, diversos fatores de atração também devem ser levados em conta (COLBY, 1959; CORRÊA, 1989). Os fatores de atração são os responsáveis pela formação de novas áreas centrais e, conseqüentemente, do surgimento de novas centralidades, tanto no interior do tecido urbano quanto em escala regional. A presença de infraestrutura, disponibilidade de recursos naturais, valor da terra, disponibilidade de mão de obra, presença de mercado consumidor são alguns dos fatores que podem ser considerados por agentes sociais e econômicos que objetivam deixar a área central.

Sposito (1991) chama a atenção para a manifestação de variadas formas de localização de atividades que anteriormente concentravam-se nas áreas centrais e agora encontram-se dispersas pelo tecido urbano, transformando a estrutura interna das cidades. Estas manifestações relacionam-se com o processo de descentralização. Todavia, para a autora, este processo de descentralização não indica distribuição ou dispersão das atividades, que tradicionalmente localizavam-se no centro, pela cidade como um todo. Mas sim o surgimento de novas centralidades urbanas, uma reorganização da divisão social do trabalho e do consumo urbano. Sposito (1991) argumenta que as atividades econômicas ao negar a visão de um centro monopolizador e centralizador do que é fluído – os fluxos de pessoas, mercadorias e capitais, ocorre uma recriação da centralidade pelo espaço urbano. Esta recriação e replicação das atividades centrais pelo espaço urbano é possibilitada pela produção de modernas infraestruturas que atuam como *locus* das atividades terciárias. Ocorre uma reprodução das qualidades da área central, como a concentração de comércio e serviços, em outras áreas da cidade.

Castells (1983, p.320) esclarece que, na atualidade, observa-se cada vez mais a redução da função comercial do centro principal. Tal fato é justificado pelo aumento da extensão territorial da cidade, pelo aumento da mobilidade dos cidadãos e o desenvolvimento de outras formas de compra e venda que vai além do contato direto. Assim, a função comercial da área central principal fica circunscrita a poucos mercados. Normalmente, estes mercados são destinados as classes populares e, simultaneamente, na

fique de frente para um corpo hídrico, ou de modificar um local para atender às necessidades atuais. A sexta das condições que promovem a migração inclui itens como restrições legais incômodas, leis retrógradas, custos hereditários, declínio da importância social de certas áreas e coisas do gênero. (Tradução livre).

outra ponta da estratificação social, à localização do comércio e serviços destinados a grupos sociais de alto poder aquisitivo que estão dispersos pelo tecido urbano. Para Castells (1983), estas alterações no setor de comércio e serviços da área central ocorrem a partir do momento que o processo de descentralização se intensifica. A área central torna-se *locus* da gestão multiescalar do território por grandes atores empresariais e, em paralelo, as novas centralidades que surgem com a descentralização diferenciam-se espacialmente a partir da formação de novos meios sociais.

O surgimento de centros comerciais periféricos (Castells 1983) possibilitam o desenvolvimento urbano de duas maneiras distintas. A primeira delas se dá por meio da implementação dos *shopping centers* em autoestradas, com acesso a estacionamento facilitado, apresentando-se como um dos fatores de difusão das atividades comerciais pelo tecido urbano. A outra possibilidade decorre do estabelecimento das atividades comerciais em um ponto de “ruptura de carga” dos fluxos urbanos cotidianos como “[...] pontos de correspondência entre trens de subúrbio e rede metropolitana” (CASTELLS, 1983, p. 320). Ainda de acordo com Castells (1983, p. 321), a desconcentração geográfica da função comercial demonstra “a nível da implantação o desaparecimento do pequeno comércio, sua substituição pelas cadeias de grandes mercados, com divisão técnica social e espacial da gestão e da venda, padronização dos produtos e um espaço quadricular em termos de distribuição.”.

O crescimento do bairro de Bangu enquanto uma centralidade comercial está diretamente relacionado à diversos processos que perpassam tanto a cidade quanto o mundo em escala mais abrangente. As mudanças ocorridas no capitalismo mundial, com a reestruturação da economia e da produção, como observadas por Soja (1989) e Harvey (1993), provocaram mudanças nos espaços urbanos. Essas mudanças se tornam mais sensíveis no interior das cidades através da emergência de centralidades comerciais, alterando a estruturação interna das mesmas. O Rio de Janeiro não é uma exceção nesse processo, sendo hoje uma metrópole que possui um centro com altíssimo grau de centralidade mas com outras importantes centralidades, logo, uma metrópole policêntrica. Nas palavras de Sposito (2013, p.78) a policentralidade pode ser entendida como:

Reservo a expressão POLICENTRALIDADE para trata de dinâmicas mais recentemente observadas (...). São atinentes ao aparecimento de grandes superfícies comerciais e de serviços, que redefinem, de modo profundo, a estrutura espacial que vinha se estabelecendo do decorrer do tempo. Não são todas as áreas centrais (...), mas especialmente, hipermercados modernos de

grandes grupos do setor, shopping centers, centros especializados de grande porte (de negócios, de serviços médico-hospitalares, de feiras, de festas etc.).

Lefebvre (1999; p. 111-112) reforça a ideia de dispersão de atividades do centro para outras localidades, formando novas centralidades

a) à centralidade, através dos distintos modos de produção, das diferentes relações de produção, da tendência que vai atualmente, até o centro decisional, encarnação do Estado, com todos os seus perigos; b) à policentralidade, à oniscentralidade, à ruptura do centro, à disseminação, tendência que se orienta seja para a constituição de centros diferentes (ainda que análogos; eventualmente complementares), seja para a dispersão e para a segregação.

O Centro comercial de Bangu, em virtude de sua forma-conteúdo (SANTOS, 1996) presente em sua área comercial, configura-se como uma subcentralidade da cidade, associado ao histórico processo de descentralização e expansão urbana da cidade do Rio de Janeiro. A formação da policentralidade na cidade do Rio de Janeiro é amplamente documentada, como os exemplos de Abreu (1987), Duarte (1974), Oliveira (2014; 2019) e Pacheco (2007).

Oliveira (1991) argumenta que a escolha da CPIB para a instalação da fábrica em Bangu se deu por diversos aspectos positivos como a presença da linha férrea, a disponibilidade de terras, entre outros. Tem-se uma forte correlação entre a escolha locacional da fábrica e os fatores de atração listados por Corrêa (1989) e Colby (1959). A implementação da fábrica e o desenvolvimento industrial da área foram os propulsores para a urbanização de Bangu e sua consolidação como bairro carioca de relevante papel para a cidade, tanto pela sua capacidade comercial e de geração de emprego como por sua grande população.

A opção da fábrica em instalar-se numa área distante, ainda não urbanizada mas dotada de vantagens locais, como a presença da linha férrea, a disponibilidade de água e o baixo valor do solo rural, possibilitou que, futuramente, o bairro de Bangu viesse a formar um dos principais subcentros da cidade, com grande diversidade na oferta de bens e serviços e vagas de trabalho. A afirmação de Bangu enquanto subcentro comercial já aparece na década de 1970 (OLIVEIRA, 1991; OLIVEIRA, 1993; OLIVEIRA, 2013; OLIVEIRA, 2014). Tal afirmação se deu pelo processo de distanciamento da diretoria da CPIB da produção da urbanização no bairro, processo que se deu de forma lenta e gradual, contando com importantes passos, como a venda das residências da vila operária que posteriormente foram demolidas para a construção do calçadão, no final dos anos 1960.

Ademais, aponta-se que Duarte (1974) já havia sinalizado a presença de um centro funcional em Bangu, ainda que aponte outro fator para justifica-lo. Para a autora, isso ocorre em razão da grande distância entre os bairros de Madureira e Campo Grande, que possibilitou a formação de um outro centro entre eles e com grande mercado consumidor, por se tratar de uma área bastante ocupada da cidade. Villaça (1998), em consonância com o argumento acerca da importância da distância para a formação de um subcentro, também indica que sua localização é importante para a consolidação das atividades comerciais ali ofertadas. Salienta-se ainda que no momento citado, Bangu pode ser entendido como subcentro diversificado (BERNARDES, 1990), uma vez que o bairro possuía em seu conteúdo social uma importante fábrica, representando o setor industrial, uma grande população, demonstrando sua importância residencial e, por fim, uma latente centralidade terciária, relacionada à prestação de serviços e a variedade comercial que crescia no local.

3.0 ENTRE CONFLITOS E COOPERAÇÕES: OS DIFERENTES AGENTES SOCIAIS EM BANGU

No presente capítulo, discutiremos os diferentes agentes sociais presentes no Calçadão de Bangu e no Bangu Shopping. A discussão deste capítulo leva em consideração o comércio tradicional de rua, os camelôs e os supermercados Guanabara, todos presentes no Calçadão de Bangu e o Bangu Shopping. A análise destes espaços também leva em consideração seus frequentadores e o poder público, considerando suas diferentes esferas de atuação. A análise destas formas urbanas parte dos trabalhos produzidos por Oliveira (2019 e 2015), que atestaram a centralidade comercial do Bangu enfatizando a concentração comercial presente nos trechos das Avenidas Cônego de Vasconcelos e Ministro Ary Franco, o Calçadão de Bangu e o Bangu Shopping. Os trabalhos citados, para além de revelar o elevado grau de centralidade da área, também chamam atenção para o crescente deslocamento de trabalhadores informais no Calçadão de Bangu. A presença dos camelôs tem sido alvo de conflitos envolvendo o poder público e o comércio de rua instalado na localidade. Além disso, está provocando alterações nos usos da terra urbana e criando novas dinâmicas comerciais.

A atuação dos agentes citados no processo de produção do espaço urbano é alvo de diversos estudos. Dentre eles, destacam-se os trabalhos de Form (1954), Capel (1974), Bahiana (1978) e Corrêa (1989; 2011). Tais autores apontam a importância e a forma como atuam os mais diversos agentes produtores e modeladores do espaço, destacando o Estado, os Proprietários dos Meios de Produção, os promotores Imobiliários e os Grupos Sociais Excluídos, como grupos genéricos para análise (CORRÊA, 1989).

Form (1954) propõe que para analisar o uso e ocupação do solo urbano deve-se identificar os grupos e organizações que agem no mercado da terra, ou seja, as forças sociais operantes no referido mercado. Vale destacar que, de acordo com o autor, estas forças não possuem o mesmo grau de influência e tampouco atuam das mesmas maneiras. Cada agente social desenvolverá suas estratégias de atuação de acordo com seus próprios interesses, que nem sempre estão em acordo com os interesses dos demais agentes sociais que (re)produzem o espaço. O referido autor também discute a necessidade de formulações teóricas que abarquem tanto o caráter sociológico quanto político da cidade. Nesse sentido, estabelece uma crítica tanto a Escola Sociológica de Chicago, que considera a produção do espaço urbano como um processo ‘natural’, que ocorre da mesma maneira em diferentes espaços, desconsiderando quaisquer particularidades e

singularidades (FORM, 1954; ABREU, 1979). A perspectiva dos pensadores neoclássicos também é alvo de críticas do autor em debate. Segundo Form (1954), autores ligados a esta linha teórica objetivavam formular teorias e modelos de uso e do mercado do solo urbano a partir dos modelos de Von Thunen. Acrescenta ainda que os modelos neoclássicos copiavam a forma mas deixam de lado as construções teóricas do autor. Para eles, a produção do espaço urbano dava-se por meio das rígidas leis do mercado, desconsiderando outros fatores de ordem natural, política e social. Dessa forma, Form (1954) identifica que o mercado de solo urbano foi moldado para a competição destes agentes sociais.

Bahiana (1978) propõe uma grande reflexão, um estado da arte, entorno dos agentes modeladores do solo urbano. Para isso, o referido autor debate diferentes trabalhos, como os de Form (1954), Capel (1974), Clichevsky (1975), Harvey (1973) e Borja (1975), onde analisa as diferentes contribuições deixadas por cada um dos autores citados, destacando os agentes modeladores que foram identificados, as formas de uso e apropriação da terra urbana, os modelos de (re)produção do espaço, bem como a atuação dos diferentes agentes produtores e modeladores identificados. Assim, Bahiana (1978) identifica como os principais agentes modeladores do espaço urbano: os moradores, que possuem pouca influência nas decisões sobre a utilização do solo urbano; os proprietários do solo, que preocupam-se em exercer barganha utilizando suas terras, objetivando a maximização do valor da posse fundiária; a indústria imobiliária que efetiva a organização do uso do solo urbano, entrando constantemente em confronto com outros agentes que almejam dar outros usos para as mais diferentes construções; a indústria da construção civil, envolvida nos processos de criação de novos valores de uso para os demais agentes produtores com a finalidade de criar novos valores de troca para si mesma. A indústria da construção civil tem sua atuação ligada diretamente a indústria imobiliária; os proprietários industriais que operam buscando as terras de menor valor possível, visto que seus empreendimentos demandam grande disponibilidade de terra. Este grupo em específico entra em frequente conflito com os demais em virtude dos problemas ambientais provocados pela atividade que desenvolve. Em geral, áreas adjacentes a grandes indústrias tem seu valor reduzido por conta do passivo ambiental. Por fim, o autor destaca o papel do Estado — que será debatido mais à frente na presente pesquisa em tópico individualizado.

Capel (1974) ao debater os agentes modeladores do espaço e a estratégias de produção do espaço urbano espanhol atesta que essa atuação tem como pano de fundo a

lógica capitalista e, portanto, visa o lucro. Destaca ainda que estas estratégias podem acontecer dentro do marco legal estabelecido como a margem, usando como principal argumento a ausência de clareza das legislações sobre o uso do solo urbano. Em seu trabalho, o autor destaca quais as principais estratégias adotadas pelos diferentes agentes sociais. Para além da questão acerca da legislação, destacamos também sua contribuição sobre as estratégias usadas pelas grandes empresas industriais e de serviços. O autor demonstra que as indústrias possuem necessidades específicas, como ampla disponibilidade de terras para suas instalações — e futuras instalações — além da disponibilidade fácil de acesso aos meios de transporte e comunicação. Em virtude deste fato, segundo o autor, frequentemente os proprietários dos meios de produção entram em conflitos com os proprietários fundiários, que almejam extrair maior lucro sobre a precificação da terra, algo que acaba sendo inviabilizado com a instalação de parques industriais.

Ao analisar as estratégias adotadas pelos proprietários da terra urbana, Capel (1974) estabelece importante diferença entre grandes e pequenos proprietários. Para a presente pesquisa, tal diferença é relevante, visto que enquanto as terras do Bangu Shopping pertencem à própria empresa que administra o estabelecimento, observamos pequenos proprietários de terras que, em geral, colocam para alugar seus apartamentos ou *boxes* para que atividades econômicas, sobretudo ligadas ao setor de serviços, se desenvolvam no Calçadão de Bangu. Essa separação também atende a diferentes interesses. Por exemplo, no caso do Bangu Shopping, por a administradora também ser a proprietária da terra, há maior liberdade para (re)modelar a área de acordo com seus interesses e com as novas dinâmicas de consumo. Já para os pequenos proprietários que possuem terras no Calçadão de Bangu, a estratégia de alugar seus imóveis por permitir uma extração de capital a partir do valor de uso daquela área, valorizada pela forte presença do setor terciário e pelas intervenções urbanísticas realizadas pelo Estado.

Outra importante contribuição à discussão sobre os agentes modeladores do espaço urbano é feita por Corrêa (2011; 1989). O autor destaca a atuação dos proprietários dos meios de produção, ou seja, as grandes indústrias que vão buscar no espaço urbano vantagens para o desenvolvimento de suas atividades, tal como fez a CPIB, no final do século XIX, ao instalar-se nas terras da fazenda Bangu. De acordo com o autor, as vantagens buscadas pelos proprietários dos meios de produção são, dentre outras, disponibilidade de grandes loteamentos de terra, infraestrutura de transporte e baixa precificação da terra urbana. Outra importante contribuição dada pelo autor é a reflexão

sobre o fato de que as contradições e disputas entre os donos dos meios de produção e os proprietários fundiários já não se dava com os mesmos objetivos e frequência de tempos pretéritos. Corrêa (1989, p.15) aponta que “a própria burguesia adquiriu terras, de modo que a propriedade fundiária passou a ter significativo papel no processo de acumulação.”.

Uma segunda tipologia de agente produtor do espaço citada por Corrêa (1989) são os promotores imobiliários, isto é, atores econômicos dedicados às atividades de incorporação e profissionais liberais que realizam estudos técnicos com objetivo de verificar a viabilidade do empreendimento, firmas especializadas na construção do imóvel, como a indústria da construção civil e, por fim, a comercialização ou conversão do que o autor chama de capital-mercadoria em capital-dinheiro. Em resumo, a transformação do imóvel em renda, operação realizada pelos planejadores de vendas e profissionais da propaganda. Assim, os promotores imobiliários constituem o conjunto de agentes econômicos que atuam com intuito de ampliar o preço terra, maximizando o lucro que pode ser extraído da mesma.

Corrêa (1989) aponta ainda, o papel do Estado e dos grupos sociais excluídos na modelagem do espaço urbano. O papel do Estado será alvo de intensa discussão em posterior subcapítulo desta dissertação. Já os grupos sociais excluídos, segundo o autor, ganham relevância quando produzem grandes aglomerados urbanos: “É na produção da favela, em terrenos públicos ou privados invadidos, que os grupos sociais excluídos tornam-se efetivamente, agentes modeladores, produzindo seu próprio espaço (...)” (CORRÊA, 1989, p. 30). A discussão entorno dos grupos sociais excluídos voltará a ser debatida na presente dissertação, especificamente quando a temática do comércio ambulante, realizado no calçadão de Bangu, for abordada. Em seu segundo trabalho que discute a atuação dos agentes modeladores do espaço urbano, o referido autor chama atenção para o fato de que com o passar do tempo novos agentes modeladores foram inseridos. Neste sentido, Corrêa (2011, p.10) aponta que

Bancos, companhias de seguros, empresas de bondes, empresas ferroviárias, fábricas têxteis, empresas comerciais e de serviços, empreiteiras, proprietários fundiários, grupos de previdência privada, grupos sociais excluídos, indivíduos com investimentos e ordens religiosas, alguns há muito tempo, participam em maior ou menor intensidade, do processo de produção do espaço.

Corrêa (2011; 1989) aponta os grupos sociais excluídos como produtores do espaço urbano. Apesar do autor trabalhar fundamentalmente a atuação destes grupos voltada para a produção de favelas, nota-se que estes também produzem espaços a partir

de suas atividades funcionais. Em virtude da atuação dos camelôs no Calçadão de Bangu, é importante analisá-los sobre a ótica dos grupos sociais excluídos, uma vez que passam a ocupar um espaço público originalmente voltado para o trânsito de pessoas que por ali passavam. Os camelôs atribuem a esse local novos significados, criando novos espaços de consumo e novas dinâmicas urbanas. Estas alterações criam disputas comerciais bem como outras parceiras, redefinindo o funcionamento do Calçadão de Bangu. Ademais, se considerarmos o conceito de espaço geográfico, na visão de Santos (1996, p.30) “O espaço é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como quadro único onde a história se dá. ”. Ou mesmo a tríade de espaço de Lefebvre (1970) como “espaço percebido”, “espaço concebido” e “espaço vivido” percebe-se que a atuação dos camelôs tem importante papel na construção da centralidade do bairro, e também o reorganiza de forma mais voltada para a comercialização de seus produtos, atribuindo novos significados e novos usos ao espaço analisado.

Diferentes autores também apontam a importância do papel do Estado na produção do espaço urbano (CORREA, 1989 e 2011; FORM, 1954; BAHIANA, 1978). Em primeiro lugar, cabe ressaltar que o Estado é responsável por regular a atuação dos demais agentes produtores do espaço urbano. Cabe ao Estado o papel central na organização e gestão do território a partir dos diferentes poderes constituídos pela Constituição Federal 1988 e com a repartição entre os entes municipal, estadual e federal. Todavia, como aponta Corrêa (1989; 2011) Capel (1974) e Bahiana (1978) o Estado, em suas múltiplas esferas de poder e atuação, não é neutro. O mesmo atende uma série de interesses privados, sobretudo de atores ligados ao grande capital, que o pressiona para a liberação e regulação de práticas, além de cobrarem o beneficiamento e o investimento em infraestrutura de áreas que acabaram por beneficiar esses mesmos setores privados da sociedade. Neste trabalho, a atuação do Estado será verificada a partir das diferentes regulações e normas que interferem direta e indiretamente na dinâmica de Bangu^{24 25}.

A operacionalização deste capítulo foi possibilitada pelos trabalhos de campo realizados ao longo da produção da pesquisa. Durante estas incursões, foram tiradas

²⁴ Sousa (2021), por exemplo, mostra como diferentes medidas adotadas pelo Estado no combate ao vírus Sars-Cov-2, que provocou a pandemia da Covid-19, influenciaram diretamente na dinâmica do calçadão de Bangu.

²⁵ De acordo com artigo publicado por Sousa (2021) foram identificados cento e trinta e oito decretos executivos que impactavam direta ou indiretamente na dinâmica socioespacial e comercial de Bangu. De acordo com o artigo, foram trinta e um decretos publicados pelo executivo federal, quarenta e dois decretos publicados pelo executivo estadual e sessenta e cinco decretos publicados pelo executivo municipal.

fotografias, realizadas conversas informais com os diferentes agentes sociais²⁶ e observações das interações entre os diferentes agentes sociais. A partir de dados levantados em trabalho de campo foi possível quantificar o número de estabelecimentos comerciais em funcionamento nas Avenidas Cônego Vasconcelos (do número 19 até o número 423) e na Avenida Ministro Ary Franco (do número 1 ao número 161), que correspondem ao chamado Calçadão de Bangu.

A presença dos frequentadores dos espaços em tela na presente pesquisa, foi analisada a partir da realização de entrevistas de caráter qualitativo, ou seja, sem a utilização de métodos estatísticos²⁷, mas com a finalidade de compreender e analisar de que forma as interações sociais se desenvolvem no contexto da centralidade exercida pelo bairro de Bangu. Flick (2004) explica que, diferentemente da metodologia quantitativa, a metodologia qualitativa não vai se interessar por testagens e experimentos de hipóteses estabelecidas anteriormente, mas trabalha com as possibilidades de descoberta e a oferta de respostas que possibilitam retomadas e reformulações.

Por sua vez, no que tange o aspecto organizacional do recorte espacial analisado, observa-se que este pode ser analisado sob a égide de distintas teorias, dentre elas, a teoria dos Dois Circuitos da Economia Urbana em Países Subdesenvolvidos, produzida por Santos (1979). Em sua assertiva, o autor aponta a existência de dois circuitos presentes no interior da economia urbana em cidades dos países subdesenvolvidos, sendo eles o circuito superior e o circuito inferior. A teoria em questão possibilita refletir sobre a dinâmica urbana e a produção do espaço a partir da produção, circulação e consumo de bens e serviços ao longo do espaço. Em sua obra, Santos (1979) objetivava compreender como ocorria o processo de produção, distribuição e consumo na economia urbana nos países que tiveram uma industrialização tardia. A opção por uma teoria voltada especificamente para esse grupo de países se deu pelo fato de que Christaller, em 1933, formulou a teoria das localidades centrais, que como apontado por Corrêa (1997, p. 18) “trata de um tema relevante que é o da organização espacial da distribuição de bens e serviços, portanto, de um aspecto da produção e de sua projeção espacial, sendo assim, uma faceta da totalidade social”.

²⁶ Diversas formas de contato com a administração do Bangu Shopping foram tentadas ao longo do tempo de pesquisa, todavia, a administração nunca respondeu aos contatos realizados por meio de telefones, e-mails e visitas presenciais ao *shopping center*.

²⁷ A pesquisa quantitativa apresentou-se como pouco produtiva ao longo do desenvolvimento da pesquisa, uma vez que, o objetivo central da pesquisa é analisar as diferentes interações socioespaciais entre os espaços analisados visando compreender como as formas urbanas analisadas — o calçadão de Bangu e o Bangu shopping — influenciam na centralidade do bairro de Bangu.

A Teoria das Localidades Centrais identificou, com a ascensão e consolidação do capitalismo, a emergência de uma rede hierarquizada e integrada de centros comerciais, aos quais Christaller chamou de localidades centrais (CORRÊA, 1997). Sua teoria, muito pautada no positivismo, possibilitou uma compreensão inicial dos fenômenos de produção, distribuição e consumo a partir da penetração do modo de produção capitalista. Todavia, sua teoria fora pensada a partir e para nações industrializadas junto à ascensão do capitalismo. Assim, a aplicação da mesma em outras localidades do mundo mostrava-se defasada para nações que não se enquadrassem nesse perfil. Conforme mencionado por Santos (1979) os países da América Latina, Ásia e África experimentaram as transformações capitalistas e as modernizações históricas de maneira distinta das nações europeias e também dos Estados Unidos e Canadá. Em decorrência disso, a organização de seu espaço urbano e sua economia urbana, conseqüentemente, se configurou de forma distinta. Nesse sentido, é para se entender os aspectos referentes a produção e ao consumo nos países subdesenvolvidos que surge a teoria dos Dois Circuitos da Economia Urbana.

No caso particular de Bangu, a presente pesquisa entende que os dois circuitos se encontram presentes tanto de forma geral, como descrita como na Teoria, quanto em singularidades próprias do espaço estudado. O *mix* de ofertas existentes na área em decorrência da presença de camelôs, feiras, *shopping center* e um tradicional comércio de rua cria uma dinâmica própria que interfere no processo de comercialização e também de organização do espaço na área. Oliveira (2014; 2019) chama atenção para a existência dessa dinâmica que ajuda a modelar, organizar e reproduzir a lógica existente no local. Tanto em suas contradições quanto em disputas e mesmas colaborações, estabelecidas direta e indiretamente pelos atores presentes no local. Essa discussão remete-nos, ademais, a outra discussão de igual importância para se entender a articulação capitalista e sua reprodução no contexto das cidades; a discussão sobre a economia política da cidade e a economia política da urbanização (SANTOS, 1994). Por economia política entendemos

(...) estudo da produção, de suas condições de realização e de suas conseqüências diversas, como o resultado de um jogo complexo: em última análise, temos, de um lado, o funcionamento do capital e, do outro lado, o funcionamento do trabalho. O jogo se dá tanto de forma espontânea, quanto de forma regulada, ainda que a ação do mercado e a do Estado raramente se excluam (SANTOS, 1994, p. 115).

A economia política da urbanização, por sua vez, “levaria em conta uma divisão social do trabalho, que dá, com a divisão territorial do trabalho, a repartição dos instrumentos de trabalho, do emprego e dos homens na superfície de um país” (SANTOS, 1994, p. 118), definição que está em consonância com o defendido por Singer (1998). Por fim, entende-se a economia política da cidade como “(...) a forma como a cidade, ela própria, se organiza, em face da produção e como os diversos atores da virada urbana encontram seu lugar, em cada momento, dentro da cidade” (SANTOS, 1994, p. 118).

Levar em conta as teses da economia política da urbanização e a economia política da cidade é fundamental para se entender a dinâmica presente em Bangu. O contexto histórico do bairro tanto em seu presente, quanto seu passado, são fruto, em parte, de uma dinâmica mais ampla no qual esteve inserido, que é o processo de urbanização e crescimento urbano da cidade do Rio de Janeiro e diversos momentos político-econômico que a cidade passou. A transição observada em Bangu de um bairro industrial para um bairro comercial também foi observada em outros pontos da cidade, com semelhanças e diferenças. Fato é que essas mudanças estão inseridas num processo de disputa de produção do espaço na qual atores hegemônicos e não-hegemônicos se fazem presentes. Levar em conta a disputa entre os interesses do trabalho e do capital, como aponta a citação acima sobre economia política é essencial para se pensar a organização espacial e as relações presentes no centro comercial de Bangu.

O surgimento dos dois circuitos da economia, de acordo com Santos (1979), está relacionado com os processos de modernização experimentados nos países subdesenvolvidos e estão diretamente atrelados aos conceitos de economia política da urbanização e economia política da cidade. Assim, aspectos como desigualdade, publicidade, industrialização e consumo segmentado são aspectos fundamentais para se entender a formação destes. Decorrentes desses aspectos e outras variáveis que revelam grandes contradições existentes no interior dessas sociedades surgem, de acordo o autor, dois subsistemas atuantes no interior da economia urbana destes países, sendo eles: o circuito superior e o circuito inferior. Silveira, (2015, p. 101) aponta que as sucessivas modernizações capitalistas, tecnológicas e organizacionais, associadas às profundas desigualdades na distribuição da renda nas grandes cidades dos países periféricos, determinam a origem comum dos circuitos da economia urbana, em concordância com os apontamentos iniciais feitos por Santos (1979). Transformações essas que se manifestam nas mais diferentes formas em Bangu, como a diferença de produtos comercializados pelos camelôs em comparação com os produtos vendidos no *shopping*

center, a diferença nos preços, a organização e mesmo as relações de trabalho desenvolvidas em ambos os locais. Todavia, faz-se mister salientar que os circuitos atuam numa relação de complementariedade e dependência, não podendo ser considerados através de variáveis isoladas. A formulação desta teoria e, conseqüentemente, a identificação dos dois circuitos permitiu uma melhor compreensão das transformações identificadas no espaço urbano, sobretudo, as que são decorrência da expansão do setor de comércio de serviços tanto no aspecto territorial quanto em sua parcela da economia urbana. Sobre a teoria dos dois circuitos da economia urbana, Corrêa (1997, p. 20) destaca que:

A diferenciação de consumo entre classes sociais se traduz em uma complexa hierarquia de localidades centrais que assume diferentes arranjos. Assim, Santos, refere-se aos “circuitos superior e inferior” da economia urbana como meios sócio-espaciais servindo a classes sociais distintas. O desdobramento da rede de localidades centrais em dois planos, um servindo a grupos sociais de alto e médio status e o outro a grupos sociais de baixo status, constitui-se em uma similar interpretação do comportamento espacial de classes sociais distintas que coexistem no mesmo espaço, face a própria reprodução social.

Os aspectos apontados por Corrêa (1997) auxiliam na compreensão da dinâmica dos dois circuitos da economia urbana mostrando, entre outros aspectos, a coexistência no interior do espaço urbano. O circuito inferior é formado, prioritariamente, por formas de fabricação não capitalistas, pelos serviços não modernos e pelo comércio de pequena dimensão (SANTOS, 1979). No circuito superior estariam incluídos os bancos, o comércio e a indústria modernos, sobretudo para exportação, serviços modernos, atacadistas e transportadoras. Silveira (2004) aponta ainda a existência de um circuito superior marginal “constituído por formas mistas pertencentes tanto a atividades herdadas de divisões do trabalho antigas como formas de trabalho emergentes e inseridas nas atividades modernas” (SILVEIRA, 2004, p.2). Acerca do circuito superior marginal deve-se ter em conta que não se trata de um circuito intermediário ou um *continuum*, sua existência está ligada a um arranjo próprio que reúne características predominantes do circuito superior, mas com aspectos pontuais do inferior. Salienta-se ainda que, o consumo da classe média, varia entre os dois circuitos, uma vez que ela não é capaz de gerar para si um circuito próprio de produção, distribuição e consumo (SANTOS, 1979). Ao olharmos especificamente para o caso de Bangu, como aponta Oliveira (2019), esses circuitos são facilmente identificados tanto pela forma como por seu conteúdo. O *shopping center* é a forma mais evidente desse circuito superior, já os camelôs são a forma

mais nítida da presença do circuito inferior. O tradicional comércio de rua, por sua vez, transita entre os dois circuitos nos mais variados aspectos como força de trabalho, organização e financiamento. Ressalta-se, todavia que também há grandes franquias e redes instaladas no calçadão de Bangu e que estas estão diretamente ligadas ao circuito superior.

Em linhas gerais, conforme demonstrado por diversos autores, sobretudo Santos (1979), Silveira (2004; 2007; 2009; 2015), Di Nucci (2016) e Montenegro (2016), os circuitos se definem, principalmente, por aspectos organizacionais e tecnológicos. Uma divisão do trabalho bem estruturada, alto grau de tecnologia utilizado, circulação de grandes capitais, incluindo internacional e grande disposição de crédito bancário indicam que a atividade desenvolvida pela empresa é do circuito superior. O circuito inferior, por sua vez, dispõe de baixo grau de tecnologia empregada, por vezes a tecnologia empregada é o próprio trabalho, seu financiamento se dá através do microcrédito disponibilizado por alguns bancos e pelo dinheiro líquido corrente em seu negócio. Ademais, a sua divisão do trabalho baseia-se, muitas vezes, em relações não capitalistas, como a divisão familiar ou com amigos que dividem um pequeno negócio.

Silveira (2007) reforça o fato de que existe entre os circuitos uma oposição dialética, ou seja, um não existe sem o outro. Assim sendo, define-os como opostos e complementares, fazendo ressalva ao fato de que para o circuito inferior a complementariedade com o circuito superior adquire caráter de dominação ou subordinação. Isso se explica pelo fato de que, em decorrência da desigualdade latente, pessoas pobres²⁸ não conseguem ter acesso ao consumo necessário para existir, por isso desenvolveu-se um circuito próprio para esse segmento, o circuito inferior.

O funcionamento e as relações desenvolvidas entre os dois circuitos da economia urbana sofreram alterações em sua configuração e sua alteração com o avanço do processo de globalização e, conseqüentemente, com os processos de reestruturação urbana e econômica (SILVEIRA, 2007; 2011 e 2015). O Rio de Janeiro também vivenciou profundas reestruturações durante o período (PACHECO, 2003; 2012), estando o bairro de Bangu incluso (OLIVEIRA, 2014). Um dos aspectos mais visíveis dessas alterações na dinâmica dos circuitos diz respeito à crescente financeirização da economia urbana e

²⁸ Parsons (1969 *apud* SANTOS 1979, p.49) define os pobres como pessoas “cuja participação no setor moderno de uma economia nacional não é nem adequada nem suficiente” Santos (1979, p. 49) acrescenta: “os pobres (...) são aqueles que não tem acesso, de modo regular, aos bens de consumo correntes considerados como o mínimo indispensável numa certa sociedade.”

a expansão de microcrédito que acaba por endividar os mais pobres e a classe média que não consegue honrar seus compromissos devido ao aumento exponencial do custo de vida experimentado nas últimas décadas (SILVEIRA, 2009; 2013).

A financeirização da economia aumenta ainda mais a relação de dependência do circuito inferior em relação ao superior, em especial, ao setor financeiro. Silveira (2009; 2013) aponta o aumento do número de estabelecimentos de pequeno e médio porte que passaram a realizar transações utilizando cartões de crédito e também realizaram operações financeiras junto aos grandes bancos. Soma-se a isso, conforme apontado pela autora, o fato de que “circuito superior não despreza nenhum mercado” (SILVEIRA, 2009, p. 68). Tem-se então que, como observado nas últimas décadas uma expansão do circuito superior para áreas de menor poder aquisitivo em decorrência tanto dessa expansão do crédito quanto a um crescimento do *marketing* e propaganda de empresas desse circuito que influenciaram nos hábitos de consumo das classes de menor renda (SILVEIRA, 2013 e 2015; MONTENEGRO, 2016). Sobre tal expansão Montenegro (2016, p. 375), defende que

Incluídas neste processo, as maiores empresas passaram a se interessar cada vez mais pelo nicho de mercado popular das chamadas classes C, D e E, ou seja, pela porção do mercado tradicionalmente pertencente ao circuito inferior da economia. A incorporação deste seguimento no mercado do consumidor das grandes cadeias vem sendo garantida, por sua vez, por um processo de creditização desta parte da população empreendida pelo próprio circuito superior.

Observa-se que as mudanças ocorridas no período da globalização intensificaram e consolidam o momento atual como o meio técnico-científico-informacional (SANTOS, 1996), ou seja, como local onde cada vez mais grandes empresas modernas atingem novos mercados e expandem seu poder e seu campo de atuação, como Bangu, com a chegada de grandes redes e franquias tanto via *shopping center* quanto via calçadão. Tais alterações provocam transformações também na forma como o consumidor age. Se durante o fordismo houve a expansão de um consumo de massa, na era do pós-fordismo e de um consumidor pós-moderno que acompanha as mudanças presenciadas no mundo, Cachinho (1999a, p. 352) os define assim:

(...) o consumidor unidimensional do mercado de massas e o indivíduo “rígido” da sociedade segmentado são substituídos pelo sujeito complexo, flexível, multidimensional, com uma vida existencial feita de opiniões diversas e camaleônico nos atos de consumo. A pós-modernidade é, por excelência, o império da hiper-escolha. O mercado de massas dá lugar às “massas de

mercado”, mais adaptadas ao conúbio de comportamentos de consumo híbridos, aparentemente contraditórios: um dia definidos pelo impulso, no dia seguinte pela decisão hiper-racional, num fim-de-semana pela caça às promoções, noutra pela loucura voluntária da satisfação de um desejo, de manhã pela rotina, à tarde em função do momento.

As mudanças observadas tanto em escala internacional, como nacional, nos últimos quarenta anos provocaram alterações profundas no interior da sociedade e consequentemente na organização do território e em sua divisão do trabalho (SANTOS & SILVEIRA, 2001). Desta forma, o momento atual exige uma reflexão cada vez mais apurada das mudanças que estão ocorrendo no espaço urbano, visando compreender quais são os agentes sociais envolvidos e suas estratégias de atuação. Essas mudanças também estão presentes em Bangu, evidentemente, por estar inserido no contexto de importante centralidade da segunda maior metrópole do Brasil. Os serviços de segurança e limpeza do Bangu Shopping, por exemplo, são prestados por empresas terceirizadas, como observado em trabalho de campo realizado em novembro de 2019. Harvey (1993) e Soja (1989) em importantes trabalhos para se pensar o modelo de acumulação flexível e a transição de uma sociedade industrial para uma voltada para o comércio e serviços destacam que a terceirização de atividades é um pilar de sustentação desse novo modelo.

A opção pela utilização da Teoria dos Dois Circuitos da Economia Urbana está intrinsicamente relacionada aos apontamentos feitos por Silveira (2016, p.15) “Pensamos que os circuitos da economia urbana são elementos analíticos – categorias – que permitem retratar certas manifestações relevantes e explicativas do mundo real, isto é, do fenômeno urbano.”. Entender a organização dos recortes analíticos sob a luz dessa formulação teórica permitirá compreender modos de atuação e interação dos diversos agentes sociais envolvidos.

3.1 O calçadão de Bangu

Inaugurado em 1991, o calçadão de Bangu é um espaço público voltado para diferentes práticas espaciais, como a passagem, o comércio, o consumo e o encontro. Lefebvre (2008, p.27) ao tratar do fenômeno urbano, argumenta em favor da rua, afirmando que a rua é apenas um local de passagem, circulação e, sobretudo, um lugar do encontro “sem o qual não existem outros encontros possíveis nos lugares determinados (cafés, teatros, salas diversas)”. Para Lefebvre (2008, p. 27), tais espaços privilegiados animam a rua e, paralelamente, se favorecem dessa animação, que de outra maneira não

existiriam. Ademais, tem-se na rua a perpetuação do movimento urbano, o conjunto de práticas e ações, na medida em que, sem tais características não há vida urbana, “mas separação, segregação estipulada e imobilizada”. Deste modo, para Lefebvre (2008, p. 27-28),

a rua contém [...] a função informativa, a função simbólica, a função lúdica. Nela joga-se, nela aprende-se. A rua é a desordem? Certamente. Todos os elementos da vida urbana, noutra parte congelados numa ordem imóvel e redundante, liberam-se e afluem às ruas e por elas em direção aos centros; aí se encontram, arrancados de seus lugares fixos. Essa desordem vive. Informa. Surpreende. [...] Na rua, e por esse espaço, um grupo (a própria cidade) se manifesta, aparece, apropria-se dos lugares, realiza um tempo-espaço apropriado. Uma tal apropriação mostra que o uso e o valor de uso podem dominar a troca e o valor de troca (grifo do autor).

Dando sequência a sua argumentação, Lefebvre (2008, p. 28) critica a rua. De acordo com o filósofo, a rua é o *locus* dos encontros superficiais, uma vez que se caminha lado a lado, entretanto não se encontra. Acrescenta que o mundo da mercadoria se desenvolve no espaço da rua. Assim, nas palavras do autor,

a mercadoria [...] invadiu a cidade inteira. [...] A rua? Uma vitrina, um desfile entre lojas. A mercadoria, tornada espetáculo (provocante, atraente), transforma as pessoas em espetáculo umas para as outras. Nela, mais que noutros lugares, a troca e o valor de troca prevalecem sobre o uso, até reduzi-lo a um resíduo. [...] A rua converteu-se em rede organizada pelo/para o consumo. A velocidade da circulação de pedestres, ainda tolerada, é aí determinada e demarcada pela possibilidade de perceber as vitrinas, de comprar os objetos expostos. O tempo torna-se o “tempo-mercadoria” (tempo de compra e venda, tempo comprado e vendido). A rua [...] não é mais que a transição obrigatória entre o trabalho forçado, os lazeres programados e a habitação como lugar de consumo (LEFEBVRE, 2008, p. 28-29).

O debate sobre a rua é essencial, pois compreender suas diferentes facetas e interações sociais é central para a proposta do presente trabalho. Oliveira (2014, p.62) apoiando-se em Carlos (2001, p. 240) argumenta que

considera a rua como espaço público por excelência, construído a partir de experiências, sendo a cada dia, incessantemente, uma relação entre estranhos; os laços que ligam as pessoas são cada vez mais frágeis, em que as trajetórias organizam-se como tempo imposto e capturado pelo consumo. Logo, ‘as ruas, transformadas em lugares do comércio, pontuadas por vitrines ou ocupadas pelo comércio ambulante reorientam os passos e marcam o emprego do tempo na metrópole’.

Jacobs (2000, p. 8) argumenta que a rua tem sua expressividade e adquire vivacidade “com crianças brincando, gente fazendo compras, gente passeando, gente falando”. Tais características são identificadas no contexto do calçadão de Bangu. O local conta com uma série de lojas que incluem redes, franquias e lojas próprias. Também estão presentes no calçadão, camelôs e o supermercado Guanabara. A relação entre os agentes sociais e a forma como eles modelam o espaço de Bangu merece uma observação mais próxima, sobretudo os camelôs, que possuem atuação diferenciada em relação aos demais agentes. Além disso, conforme apontado por Oliveira (2014), este grupo tem aumentado significativamente devido à piora do cenário econômico brasileiro ao longo da década de 2010. Esse crescimento tem provocado conflitos deste grupo com agentes repressores do Estado, como relatado nas manchetes do jornal Extra (Figuras 1 e 2), expostas no primeiro capítulo.

3.1.1 – O Estado

Corrêa (2011, 1989), Bahiana (1978) e Form (1954), ao discutirem atores sociais identificados como produtores e modeladores do espaço, atestam um grupo específicos de entidades que possuem ampla capacidade de manifestar seus interesses no espaço. A ação destes atores tem influência direta sobre a distribuição espacial de diferentes atividades econômicas, circulação de pessoas pelo urbano e, na seleção de áreas a serem beneficiadas por melhorias funcionais e infraestruturais que, em última instância, visam valorizações imobiliárias.

Form (1954) indica que cabe ao setor público, em suas diferentes instâncias, atuar como um mediador nos conflitos de uso da terra urbana, ainda que este também seja um agente que, frequentemente, entra em conflito com atores econômicos para definição dos padrões de uso e ocupação do solo. Pelo fato de o Estado possuir a capacidade de legislar sobre os padrões urbanísticos que se desenvolvem na urbe, o mesmo pode atuar para beneficiar determinados agentes sociais em detrimentos de outros. As disputas, tensões e negociações são elementos inerentes a produção do espaço urbano, especialmente em áreas de grande atração econômica, isto é, de grande centralidade (SILVA, 2003). Form (1954) destaca que pelo fato de o poder público ser composto por diferentes poderes, isto é, executivo, judiciário e legislativo, frequentemente o mesmo media suas relações de

poder e interação por meio de alianças e barganhas. Bahiana (1978) corrobora a visão de Form (1954) ao caracterizar a função Estado como dupla e contraditória, visto que este possui papel de agente mediador no processo de gestão do solo urbano. Cabe ao Estado, segundo o autor, o encargo de zelar pelos aspectos sociais no contexto do espaço urbano, assim como mediar os conflitos entre os diferentes agentes.

Capel (1974), ao analisar a produção do espaço urbano espanhol no contexto do desenvolvimento capitalista, argumenta que a produção do espaço urbano é resultado da interação das ações de diferentes agentes sociais que atuam, tanto dentro do marco regulatório do sistema capitalista, por meio dos dispositivos legais quanto à margem destes mecanismos, visando, posteriormente, obter a sanção legal correspondente. De acordo com o autor (CAPEL, 1974, p. 19)

El juego de los distintos agentes se realiza dentro del marco de una normativa jurídica que regula sus actuaciones. Dicha normativa no es, desde luego, neutra, sino que representa y defiende los intereses de las clases dominantes en la formación social, constituyendo en algunas ocasiones -cuando se presenta como garante del interés general de la población- un simple discurso retórico con las suficientes ambigüedades como para que pueda ser transgredido impunemente de acuerdo con los intereses específicos de aquellos agentes.²⁹

Capel (1974) debate o marco jurídico espanhol mostrando como, ao longo dos séculos e, em especial, a partir do século XIX, o governo central passa a ter maior atenção para a produção do espaço, especialmente em grandes centros urbanos do país, como Barcelona e Madrid. Em sua explanação, mostra diferentes legislações aprovadas ao longo do tempo que impactaram diretamente a produção do espaço. Tais legislações, quando disseminadas pelo território espanhol, passaram a determinar normas sobre o processo de alienação de terras, a altura dos edifícios e a largura das ruas. O autor acrescenta que a redação das legislações é feita de maneira ambígua para que os proprietários de terra possam interpretá-las ou usá-las como argumento da maneira que lhes for mais conveniente. Capel (1974) também reforça o caráter dúbio de atuação do Estado na produção do espaço urbano, visto que, o próprio Estado não seguiu suas próprias determinações em seu planejamento urbano. De acordo com Capel (1974, p. 22)

²⁹ O jogo dos distintos agentes se realiza dentro do marco normativo jurídico que regula suas atuações. Dita normativa não é, desde já, neutra, mas que representa e defende os interesses das classes dominantes na formação social, construindo em algumas ocasiões – quando se apresenta como garantidora do interesse geral da população – um simples discurso retórico com ambigüedades suficientes para que possa transgredir impunemente de acordo com os interesses específicos daqueles agentes sociais (Tradução nossa).

Para empezar, hay que advertir que la misma actuación de 10s organismos públicos se ha realizado a veces al margen de 10 previsto en 10s Planes de Ordenación Urbana. La localización de determinados equipamientos culturales (por ejemplo, algunas Universidades Laborales, como la de Tarragona), de algunas infraestructuras, o de polígonos residenciales construidos por .la iniciativa oficial, .;e han decidido con independencia o en contra de 10s planes aprobados.³⁰

Capel (1974) atesta que os interesses dos agentes sociais e econômicos, incluindo o próprio Estado, podem sobrepor o marco legal estabelecido ou, como ocorre mais frequentemente, aproveitam-se de brechas e redações pouco claras das legislações para fazer valer seus respectivos interesses. Bahiana (1978), ao analisar a contribuição de Capel (1974), aponta que o autor se aproxima das mesmas constatações realizadas por Form (1954), no que diz respeito as disputas envolvendo os agentes econômicos e o papel do Estado enquanto gestor do espaço urbano.

Singer (1978), em seu debate sobre o uso do solo urbano no contexto da reprodução da economia capitalista, aponta a importância do Estado como agente produtor que deve combater a deterioração de determinadas áreas da cidade em virtude da especulação imobiliária. Estas ações podem ser feitas “desapropriando áreas nas zonas decadentes e a realizando aí programas de renovação urbana” (SINGER, 1978, p. 7). O autor acrescenta que é pouco provável que agentes privados tomem esse tipo de atitude, ainda que nada os impeças. Essa inércia do setor privado ocorre, sobretudo, pela complexidade de se tratar com o elevado número de proprietários fundiários e os elevados custos financeiros envolvidos em operações como essa. Em sua explanação, o referido autor também atesta que a maior parte dos programas de renovação urbana possui como foco o beneficiamento de áreas voltadas para as classes de médio e alto poder aquisitivo, ou das empresas que prestam serviços para estes extratos econômicos.

Singer (1978) destaca a importância do Estado enquanto agente com influência direta no valor do solo urbano, uma vez que cabe ao mesmo o papel de promover a maior parte dos serviços urbanos, bem como suas distribuições espaciais, o que altera o valor da terra de acordo com a disponibilidade e/ou ausência destes. O autor destaca que pequenas obras infraestruturais, tais como a construção de escolas públicas, fornecimento

³⁰ Para começar, deve-se advertir que a mesma atuação dos organismos públicos, as vezes, é realizada a margem do que é previsto nos Planos de Ordenação Urbana. A localização de determinados equipamentos culturais (por exemplo, algumas Universidades Técnicas, como a de Tarragona) de algumas infraestruturas, ou de polígonos residenciais construídos pela iniciativa estatal, foram decididos independentemente ou em contrariedade com os planos aprovados. (Tradução livre).

de saneamento básico ou a promoção de novas linhas de ônibus, influenciam o deslocamento de pessoas e empresas no espaço urbano. Atesta, também, que os beneficiamentos feitos pelo Estado elevam o valor da terra urbana. O autor também aponta um interessante reflexo sobre a atuação do Estado: os especuladores imobiliários. Esse grupo específico de agente econômico, segundo Singer (1978, p.8)

As transformações no preço do solo acarretadas pela ação do Estado são aproveitadas pelos especuladores, quando estes têm a possibilidade de antecipar os lugares em que as diversas redes de serviços urbanos serão expandidas. No entanto, esta antecipação nem sempre é factível e quando o é a concorrência entre os especuladores pode forçar a elevação do preço antes que o melhoramento se realize, reduzindo os ganhos futuros da operação.

Singer (1978) atesta, em consonância com o exposto anteriormente: o espaço urbano é mediado pelo Estado, importante agente regulador e econômico, mas que não tem atuação neutra. Pelo contrário, suas ações em geral miram o beneficiamento dos diferentes agentes econômicos que operam na escala da cidade e as classes de maior poder aquisitivo, por via de regra possuírem maior capacidade de pressionar o Estado para atender suas demandas.

Abreu (1979), ao tratar dos espaços metropolitanos brasileiros, aponta que a fisionomia do espaço urbano e sua estruturação refletem o modelo político-econômico vigente, isto é, o modelo capitalista de produção, refletindo na produção de uma cidade igualmente capitalista. O autor chama atenção para a escassez de estudos sobre o papel do Estado na estruturação urbana das metrópoles brasileiras, fato que, atualmente, já não é uma realidade. Em sua explanação, Abreu (1979) crítica os trabalhos produzidos a partir dos pensamentos da Escola de Ecologia Humana de Chicago por não serem aplicáveis às cidades de países dependentes, visto que estas áreas urbanas não desfrutam de elementos, como meios de transporte de qualidade, para que o modelo proposto pelos pensadores da ecologia de Chicago. Os pensadores neoclássicos também são criticados, não por tratarem o processo de estruturação urbana como um fenômeno natural, mas por tratarem o referido fenômeno como uma competição perfeita entre as diferentes classes sociais e os agentes econômicos. De acordo com Abreu (1979, p. 580), nos modelos desenvolvidos por pensadores neoclássicos da estruturação urbana “(...) é comandado exclusivamente pela ação privada, servindo o Estado apenas de mediador de conflitos potenciais entre os agentes privados.”. Ainda no contexto de crítica aos pensadores e teóricos neoclássicos, Abreu (1979, p.580-581) argumenta sobre a visão acerca do Estado:

Não há dúvida que a ordem espacial de uma cidade decorre da resolução de conflitos entre os agentes que atuam no urbano, sejam eles unidades do capital ou classes sociais. Entretanto, a experiência das sociedades capitalistas dependentes - para não se falar das sociedades capitalistas em geral - demonstra que, em tais conflitos, têm prevalecido os interesses dos setores mais capitalizados e das classes sociais mais poderosas, que impõem a adoção, pelo Estado, de políticas, controles e mecanismos reguladores altamente discriminatórios. No caso brasileiro atual, esse processo, associado a uma prática político-econômica concentradora e antidistributiva, reflete-se na elitização crescente de determinados espaços urbanos da metrópole e na conseqüente expulsão e periferização das classes de baixa renda.

Abreu (1979) argumenta que o Estado promove as áreas de interesse do capital disponibilizando os insumos necessários para que este mesmo capital possa crescer e se reproduzir. Esse processo de expansão, segundo o autor, ocorre por meio da espoliação de classes sociais de baixa renda ou em nível geográfico, da espoliação de outras áreas do espaço urbano, sobretudo as periferias. Assim, vê-se que o referido autor entende que a influência do Estado no processo de estruturação do espaço urbano, visa garantir o interesse dos grupos econômicos hegemônicos em detrimento dos demais, incluindo o próprio Estado.

Corrêa (1989, p.11), ao dissertar sobre o processo de produção do espaço urbano capitalista, aponta que o mesmo é “fragmentado, articulado, reflexo, condicionante social, cheio de símbolos e campo de lutas”. Nesse sentido, destaca que estas características derivam da atuação dos diferentes agentes sociais, dentre os quais destacamos o papel do Estado. O autor classifica a atuação do Estado como complexa, apontando que a mesma varia tanto no tempo quanto no espaço, sendo reflexo da dinâmica social na qual ele próprio está inserido. Corrêa (1989, p.24) destaca que o Estado capitalista pode

(...) atuar diretamente como grande industrial, consumidor de espaço e de localizações específicas, proprietário fundiário e promotor imobiliário, sem deixar de ser também um agente de regulação do uso do e o alvo dos chamados movimento sociais urbanos. (...). As terras públicas são uma reserva fundiária que o Estado dispõe para usos diversos no futuro, inclusive para negociações com outros agentes sociais. Através de órgãos como a COHAB, por outro lado, o Estado torna-se promotor imobiliário.

Corrêa (1989) destaca ainda que a atuação mais sensível do Estado para empresas e a população em geral está na prestação de serviços públicos urbanos, como construção da infraestrutura de transportes, fornecimento de iluminação pública, saneamento básico, entre outros. O referido geógrafo também destaca, sendo essa a de maior interesse para o presente trabalho, a “elaboração de leis e normas vinculadas ao uso do solo, entre outras,

as normas de zoneamento e o código de obras, constituem outro atributo do Estado no que se refere ao espaço urbano.” (CORRÊA, 1989, p. 24). Para sua atuação com agente produtor do espaço urbano, o Estado dispõe de uma série de mecanismos, quais sejam (CORRÊA, 1989, p. 85)

- (a) direito de desapropriação e precedência na compra de terras;
- (b) regulamentação do uso do solo;
- (c) controle e limitação dos preços de terras;
- (d) limitação da superfície de terras de que cada um pode se apropriar;
- (e) impostos fundiários e imobiliários que podem variar segundo a dimensão do imóvel, uso da terra e localização;
- (f) taxação de terrenos livres, levando a uma utilização mais completa do espaço urbano;
- (g) mobilização de reservas fundiárias públicas, afetando o preço da terra e orientado espacialmente a ocupação do espaço;
- (h) investimento público na produção do espaço, através de obras de drenagem, desmontes, aterros e implantação de infra-estrutura (*sic*)³¹;
- (i) organização de mecanismos de crédito à habitação; e
- (j) pesquisas, operações-teste sobre materiais e procedimento de construção, bem como o controle de produção e do mercado deste material.

O Estado constitui um importante agente produtor do espaço urbano. No recorte empírico da presente pesquisa, nota-se que a atuação do Estado foi determinante para a formação da centralidade do bairro de Bangu, visto que o mesmo promoveu importantes melhorias no bairro ao longo do Século XX e início do Século XXI. Tais melhorias serão expostas e debatidas ao longo desta seção. Para isso, analisaremos a atuação do Estado considerando os diferentes poderes constituídos no Brasil em sua Constituição Federal, promulgada em 1988, a saber: o executivo, o judiciário e o legislativo, bem como os diferentes entes federativos do país — município, estado e União. Deve-se salientar que a inclusão do poder federal se deu no contexto da pandemia, uma vez que os diferentes decretos presidenciais publicados durante o período pandêmico influenciaram direta e indiretamente o Calçadão de Bangu e o Bangu Shopping (SOUSA, 2021).

A análise empírica do papel do Estado no espaço do calçadão inicia-se a partir da descrição e análise de dois importantes projetos realizados pelo poder público municipal do Rio de Janeiro, a saber: O Projeto de Estruturação Urbana (PEU-Bangu) e o Projeto Rio Cidade II. O PEU- BANGU estabeleceu as modalidades, a intensidade e a localização dos usos do solo e das atividades permitidas para a 50ª Unidade Especial de Planejamento – UEP (OLIVEIRA, 2014). A 50ª UEP corresponde aos bairros de Bangu, Padre Miguel e Senador Camará (Decreto nº7914, e 3 de agosto, de 1988). Silva (2009) aponta que o

³¹ Grifo nosso.

PEU foi pensado no contexto do Plano Urbanístico Básico da Cidade do Rio de Janeiro (PUB-RIO), em 1977. Inicialmente, sua concepção era voltada para um fórum “onde as propostas para a alteração de parâmetros urbanísticos de uso e ocupação do solo, de porções específicas da cidade que deveriam ser discutidas, comportando amplo espectro de participação da população da área alvo do PEU” (SILVA, 2009, p.270) O autor também acrescenta que o PEU atua como uma “legislação específica”, visto que tem capacidade de transpassar o que está determinado no Regulamento de Zoneamento nº 322 de 1976, o qual estabelece o uso e ocupação do solo do município do Rio de Janeiro.

O PEU-BANGU é projeto urbanístico de intervenção local, ou seja, não tem atuação fora da área para o qual foi delimitado, seu principal objetivo era estabelecer normas básicas para o uso e ocupação do solo em áreas específicas do espaço urbano carioca. A normatização do processo de uso e ocupação do solo visava reorganizar as dinâmicas desenvolvidas nesses que seriam modificados com a intervenção do plano, tais modificações planejavam garantir a reprodução do capital na área, ou seja, a base do projeto estava em (re)valorizar o espaço e, dessa forma, atrair novas atividades econômicas (SILVA, 2009).

O PEU-Bangu também foi responsável pela criação de zonas comerciais dentro de sua zona de atuação. Dentre estas, destacamos a Zona Comercial 1³² que abrange as áreas onde estão instaladas o calçadão de Bangu – Avenida Cônego Vasconcelos e Avenida Ministro Ary Franco. O logradouro onde está instalado o Bangu Shopping, Rua Fonseca, 240, foi excluído da zona comercial 1 pelo PEU-Bangu pois no projeto entendeu-se que o logradouro era predominantemente residencial. A criação desta zona comercial atesta, já no final da década de 1980, o potencial comercial que a área analisada na presente pesquisa possuía para o desenvolvimento das atividades terciárias.

Outra importante intervenção urbanística realizada pelo poder público municipal na área estudada foi o projeto Rio-Cidade. Sua interferência no recorte espacial analisado deu-se, sobretudo, no campo econômico, especificamente para o setor comercial. O referido projeto, conforme mencionado, foi uma intervenção urbanística realizada no período entre 1995 e 2000, durante as gestões dos ex-prefeitos César Maia e Luiz Paulo

³² Esta zona está descrita como: Zona Residencial Multifamiliar 1 (ZRM-1), Zona Residencial Multifamiliar 2 (ZRM-2), Zona Comercial 1 (ZC-1), Zona Comercial 2 (ZC-2), Zona Comercial 3 (ZC-3), Zona Especial 1 (ZE-1), Zona Especial 10 (ZC-10), Zona Agrícola (ZA) e Zona Predominantemente Industrial (ZPI). O Decreto nº7914, de 3 de agosto de 1988 – PEU Bangu, que foi modificado pela Lei Complementar nº49, de 27 de dezembro de 2000 pode ser conferido em <<https://www2.rio.rj.gov.br/smu/buscafacil/Arquivos/PDF/D7914M.PDF>>. Acesso em 01/11/2023.

Conde. O projeto teve inspiração no empreendedorismo urbano (HARVEY, 1996) dos anos 1990. O projeto estava inserido dentro do Plano estratégico da cidade do Rio de Janeiro. De acordo com o IPLANRIO (1996, p. 24) o “Rio-Cidade enquanto Programa de Governo, consubstanciou-se, logo, como um ambicioso plano de obras voltados para a reconstrução de espaços públicos, incluindo o disciplinamento de uso e atividades e melhoria dos padrões urbanísticos (...)”. Oliveira (2014) aponta que a concepção do projeto Rio-Cidade lembra as características do solo e seus melhoramentos, os quais foram ilustrados por Harvey (1985), especialmente quando um agente, seja pessoa física ou pessoa jurídica detém o monopólio sobre uma propriedade e, por isso, define sua localização e seu uso. No caso do projeto Rio-Cidade o Estado atua realizando a gestão dos espaços públicos, determinando a compra, a venda e o uso do solo (CORRÊA, 2011, 1989; BAHIANA, 1978).

O referido projeto foi dividido em duas fases. Na primeira fase, conhecida como Rio-Cidade I, 15 áreas foram beneficiadas pela atuação da prefeitura. Na segunda fase, outras 15 áreas também receberam beneficiamento. Ainda que o projeto tenha alcançado várias partes da cidade, não constituiu um plano de reforma urbana para a totalidade da urbe carioca. Em outras palavras, o projeto teve um raio de ação pontual tendo como foco áreas comerciais, em suma, os subcentros – ou parcelas destes – da cidade do Rio de Janeiro. Assim sendo, o projeto não tem um planejamento a longo prazo, mas vai em linha oposta, com intervenções pontuais, em diferentes escalas de abrangência e com grau de diferenciação entre as áreas as quais modificou.

De acordo com o IPLANRIO (1996), o ideário do que fora planejado pelo Rio-Cidade, o objetivo não era destruir ou apagar elementos urbanos de outros tempos, ou rugosidade espaciais como chamado por Santos (1996), mas reabilitar, sobretudo economicamente, áreas degradadas/abandonadas pelo poder público. Outro fato que merece destaque sobre o referido projeto é o fato de que este beneficiou áreas comerciais localizadas nas zonas Norte e Oeste da cidade do Rio de Janeiro, que até então não haviam sido beneficiadas por nenhuma reforma urbana de grande porte realizada pelo poder público municipal. O Beneficiamento destas áreas relaciona-se com o sucesso que os *shopping centers* já faziam na metrópole carioca em meados dos anos 1990. Em sua gênese, o projeto articulava elementos estéticos, segurança e comodidade para o consumo de bens e serviços. Tais beneficiamentos visavam fortalecer o comércio de rua que havia se cristalizado no subúrbio carioca, em especial nos subcentros da cidade (IPLAN, 1996, p. 25).

Tratando de Bangu, o bairro foi beneficiado na segunda fase do projeto, conhecida como Rio-Cidade II. Em primeiro lugar, deve-se ter em conta que o projeto beneficiou parte dos logradouros que estão inseridos na Zona Comercial 1 do PEU-Bangu. Dentre as intervenções realizadas, destacamos as obras infraestruturais, de reurbanização e tratamento paisagístico. Nessa seara, estão incluídas novas redes de fornecimento de água e coleta de esgoto, drenagem de águas pluviais, arborização e iluminação pública. As obras de beneficiamento também incluem um sistema de climatização, em virtude da temperatura média elevada no bairro ao longo do ano. Também foram instaladas escadas rolantes e elevadores junto a estação de trem, facilitando a passagem dos transeuntes, portadores de algum tipo de deficiência ou não, que desejam passar da Avenida Cônego Vasconcelos para a Avenida Ministro Ary Franco e vice-versa. Contudo, ressalta-se que o sistema de climatização, as escadas rolantes e os elevadores constantemente encontram-se fora de operação. Tal fato é alvo constante de crítica em reportagens de telejornais³³ locais e postagens nas redes sociais. A ausência de zelo por parte do poder público municipal, especialmente em áreas de intenso fluxo de pessoas e que gera grande quantidade de resíduos sólidos em virtude da elevada concentração comercial da área caminha na direção oposta do que especialistas asseveram sobre o tema. Rodrigues (2012), por exemplo defende a manutenção da rua como uma das mais importantes formas de preservação do espaço urbano.

As intervenções urbanísticas do Rio-Cidade II foram realizadas em espaços e vias públicas dos seguintes logradouros: Avenida Conego Vasconcelos, Avenida Ministro Ary Franco, Avenida Santa Cruz, Rua Doze de Fevereiro, Rua Francisco Real, Rua Fonseca, Rua Professor Clemente Ferreira, Rua Santa Cecília, Rua Silva Cardoso, urbanização do Buraco do Faim – passagem subterrânea que conecta os dois lados de Bangu, que são clivados pela linha férrea e a Praça da Fé, totalizando uma área de 108 mil m². Dentre estas obras, destacamos as intervenções realizadas nas Avenidas Conego Vasconcelos e Ministro Ary Franco, que correspondem ao Calçadão de Bangu, na rua Professor Clemente Ferreira, que atravessa perpendicularmente o calçadão e a intervenções realizadas na Rua Fonseca, onde localiza-se o Bangu Shopping.

Oliveira (2014) ao analisar as intervenções urbanísticas realizadas no contexto do projeto Rio-Cidade destaca o caráter, traça importante paralelo sobre o avanço do capitalismo neoliberal sobre a cidade do Rio de Janeiro e a inserção do referido projeto

³³ Exemplo: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/rj1/video/sistema-de-refrigeracao-no-calçadão-de-bangu-apresenta-problemas-2969437.ghtml>

urbanístico nesse contexto. Salienta-se que a década de 1990 é marcada pela intensificação do processo de globalização nas metrópoles brasileiras, com as aberturas econômicas realizadas no período, especialmente na segunda metade da década, o mesmo período em que o plano é pensado e começa a ser executado pelas gestões de César Maia e Luiz Paulo Conde. Nesse contexto, destacamos o debate realizado por Capel (2003) no qual o autor relaciona como a crise do petróleo, iniciada em 1973, interfere diretamente na elaboração dos planos urbanísticos, uma vez que estes passam a ser duramente criticados pela sociedade civil, especialmente os grandes agentes econômicos, por considerarem os planos propostos pelos planejadores ambiciosos, rígidos e burocráticos. Tem-se, então, uma nova fase do planejamento urbano onde, no bojo do processo de globalização, os planos urbanísticos passam a contar com parcerias entre o setor público e o setor privado.

Todavia, conforme atestado por Capel (2003) essas mudanças ampliaram os problemas já existentes e, eventualmente, provocaram novos problemas nos tecidos urbanos em que foram implementadas. Dentre os problemas, o autor destaca a privatização dos serviços públicos e a imposição de interesses dos grandes agentes econômicos no espaço urbano em detrimento do bem-estar dos cidadãos. Ademais, Capel (2003) também relaciona essa mudança no perfil dos planos urbanísticos com a ascensão do neoconservadorismo representado nos governos Margaret Thatcher, primeira ministra do Reino Unido entre 1979 e 1990, e Ronald Reagan, presidente do Estados Unidos da América (EUA) entre 1981 e 1989. No contexto das políticas neoconservadoras criticadas por Capel (2003), chama-se atenção para a fragmentação administrativa que amplia as dificuldades de realização de uma gestão comum.

No contexto de grandes metrópoles como a do Rio de Janeiro, cria-se uma dificuldade adicional em gerir o espaço metropolitano visto que decisões em comum acordam-se ainda mais improváveis. O autor argumenta que uma possível resolução para os problemas observados nas metrópoles vem sendo apresentada via planejamento estratégico, através da confecção de parcerias envolvendo a sociedade civil, com objetivo primaz de definir objetivos e políticas, costurar acordos, coordenar agentes econômicos privados e dinamizar a economia.

As transformações realizadas pelo Rio-Cidade II, fase que interferiu diretamente na dinâmica urbana de Bangu, com os melhoramentos supracitados são uma demonstração de que a atuação do Estado não é neutra, mas orientada para favorecer interesses específicos, como os grandes agentes econômicos (CORRÊA 2011; CORRÊA

1989). No caso do bairro de Bangu, os melhoramentos ocorrem na área de maior densidade de atividades econômicas. Tais melhorias visam, justamente, oferecer maior fluidez para que a população possa consumir dos agentes econômicos instalados no Calçadão de Bangu – no ano de 2002, o Bangu Shopping ainda não existia. O principal objetivo do projeto, no contexto analisado, era reforçar a centralidade comercial que área já exercia visto que outras áreas do bairro não foram beneficiadas, apenas o eixo comercial.

Os dois projetos de intervenção urbanística realizados no bairro, o Projeto de Estruturação Urbana e o Projeto Rio-Cidade, exemplifica o que fora debatido por Capel (2003) acerca da fragmentação administrativa visto que tais projetos fragmentam e dividem as cidades em grandes áreas voltadas para as atividades econômicas privadas e seus respectivos interesses. A partir disso, tem-se uma normatização do uso do solo voltado para estes interesses em detrimento da gestão comum, que favorece a cidade como um todo.

No bojo da discussão conceitual sobre a atuação do Estado enquanto agente modelador do espaço e as recentes intervenções urbanísticas pelas quais o recorte espacial da presente pesquisa passou, faz-se necessário destacar os impactos espaciais à área de estudos provocados pelas medidas sanitárias de prevenção à pandemia da Covid-19. Desde a confirmação do estado de emergência sanitária, o Estado, em suas diferentes esferas político-administrativas, viu a necessidade de atuar diretamente na economia, a fim de evitar a falência de empresas, o crescimento do desemprego, o aprofundamento da fome, da miséria e um conseqüente caos social (SOUSA, 2021). Tais políticas públicas, ações e intervenções provocaram uma série de mudanças que não se restringiram ao campo econômico, mas impactaram diretamente no cotidiano das pessoas e também na gestão e organização de espaços públicos e privados.

Ao longo da pandemia da Covid-19, que impactou diretamente as atividades econômicas durante dois anos, uma série de medidas foram lançadas e adotadas, interferindo diretamente na organização, produção e utilização dos espaços econômicos em tela, especialmente o Calçadão de Bangu, área onde o poder público tem maior capacidade de intervenção, por se tratar de uma via pública. A disseminação do vírus SARS-COV-2 exigiu adoção de uma série de medidas não farmacológicas, com intuito de controlar a proliferação pandêmica, evitando um número ainda maior de óbitos, além do agravamento de problemas econômicos e sociais (SOUSA, 2021). Dentre as medidas mais propagadas pelos governos municipais e estaduais, tem-se a utilização de máscaras,

o distanciamento social e, eventualmente, o fechamento total ou parcial de diversas atividades econômicas, sobretudo, de comércio e serviços considerados não essenciais. Neste contexto, como apontado por Cavalcante & Abreu (2020), Ferreira (2020) e Santos, Siqueira, Praça & Albuquerque (2020) a difusão atingiu sobretudo os bairros mais populares e com maior concentração de pessoas de baixo poder aquisitivo, como é o caso de Bangu.

Em levantamento realizado no contexto da presente pesquisa e publicado em outubro de 2021, foram contabilizadas 138 medidas realizadas pelos diferentes chefes do poder executivo, a saber, a prefeitura municipal, o governo estadual e o governo federal. Neste aspecto, cabe destacar que Rodrigues e Alves (2020) apontaram a importância de se compreender o compartilhamento e as responsabilidades atribuídas a cada ente federativo³⁴. A partir da análise de tais políticas, a efetividade destas medidas será aferida a partir de outras fontes secundárias como publicações acadêmicas, reportagens jornalísticas e análise do desempenho da economia, considerando não só a sua variação, como também as variações observadas no mercado de trabalho. Na tabela 1 é possível conferir a quantificação de medidas adotadas e a divisão de acordo o ente federativo que a lançou.

Quadro 1 — Medidas de enfrentamento à Covid-19 no campo econômico³⁵

Ente Federativo	Quantidade de decretos
União	31
Estado	42
Município	65

Elaborado pelo autor em 01/07/2021.

Fonte: Ministério da Economia e Procuradoria Geral do Estado^{36 37 38}

³⁴ No dia quinze de abril de dois mil e vinte (15/04/2020), o Superior Tribunal Federal (STF) decidiu por unanimidade a responsabilidade compartilhada entre todos os entes federativos, ou seja, determina a coordenação a União a coordenação das políticas de combate a pandemia e a estados e municípios o direito de tomar medidas mais restritivas de acordo com o andamento da pandemia em suas respectivas jurisdições.

³⁵ Esse quadro foi originalmente publicado pelo autor nos anais do XIV Encontro Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia, realizado em 2021, de maneira remota.

³⁶ Adoção de fontes diferentes para contabilização se deve a manutenção do governo federal e do ministro da economia ao longo de todo o período pandêmico. Já a opção pelos dados disponibilizados pela Procuradoria Geral do Estado do Rio de Janeiro se deve as substituições feitas no âmbito dos poderes executivos do estado do Rio de Janeiro e do município do Rio de Janeiro.

³⁷ O site do Ministério da economia está disponível em < <https://www.gov.br/economia/ptbr/centrais-de-conteudo/publicacoes/boletins/covid-19/timeline>>. Acesso em 25/06/2021.

³⁸ O site da Procuradoria Geral do Estado do Rio de Janeiro está disponível em < <https://pge.rj.gov.br/covid19/>>. Acesso em 25/06/2021.

A observação dos decretos editados pelos chefes dos poderes executivos municipal, estadual e federal revelam, em primeiro lugar, a necessidade de uma melhor apuração de quais decretos realmente possuíam impacto direto e/ou indireto no funcionamento das atividades econômicas do Calçadão de Bangu. No quadro 2 é possível observar a quantidade de decretos editados que foram considerados para a produção dos resultados que serão discutidos na sequência, bem como a observação sobre o tipo de impacto gerado por cada decreto analisado. Os impactos foram divididos em dois grandes grupos, mas que não são excludentes entre si: impactos econômicos³⁹ e impactos espaciais⁴⁰.

Quadro 2 — Tipos de impacto dos decretos por entes federativos. Bangu, 2021⁴¹

Entes Federativos	Quantidade de decretos	Impactos econômicos em Bangu	Impactos espaciais em Bangu
União	32	23	14 25
Estado	42	27	25
Município	65	47	46

Elaborado pelo autor.

A análise dos decretos corrobora com os argumentos apresentados por Rodrigues-Alves (2020) e Nascimento & Patrício (2021). Ambos os trabalhos atestam a descoordenação dos entes federativos no combate à pandemia da Covid-19. Tal desorganização pode ser constatada tanto quando analisamos as medidas para conter a disseminação do vírus quanto para evitar os impactos econômicos provocados pelas medidas restritivas. Desperta atenção o fato dos decretos editados pela União versarem principalmente sobre a desoneração de impostos tanto para importação quanto produção de insumos que viriam a ser amplamente utilizados desde os de uso pessoal, como máscara e álcool em gel, quanto hospitalar, como respiradores. Todavia, não se observa o mesmo empenho para restringir a circulação da população pelo território nacional e,

³⁹ Como “impactos econômicos” foram considerados medidas que estavam diretamente relacionados a aspectos tributários, trabalhistas ou produtivos. Ou seja, medidas pensadas para a economia, mas que podem (ou não) interferir na organização espacial do espaço estudado.

⁴⁰ Como “impactos espaciais” foram considerados medidas que obrigavam o fechamento de atividades comerciais e prestações de serviços que fossem consideradas como não essenciais e também medidas de restrição de circulação total ou parcial em determinados espaços.

⁴¹ Essa tabela foi originalmente publicada pelo autor nos anais do XIV Encontro Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia, realizado em 2021, de maneira remota.

assim, evitar a disseminação do vírus. Ressalta-se ainda que ações da prefeitura e do governo do estado, via operações da Guarda Municipal e da Polícia Militar do Estado do Rio de Janeiro (PMERJ) tenham operado para reduzir a circulação de pessoas no Calçadão de Bangu. Por meio das entrevistas realizadas com comerciantes que operam no local, constatou-se que estas medidas nunca alcançaram os objetivos traçados.

A atuação do executivo municipal e do executivo estadual mostram a adoção de políticas em rumo diferente das que foram seguidas pelo governo federal brasileiro a época. Sousa (2021) constata que “Ambos os poderes buscaram medidas tanto para evitar problemas econômicos quanto sanitários, objetivando controlar a disseminação do vírus. Assim, vemos uma maior consonância nos números de decretos que tiveram impactos econômicos e espaciais.” (SOUSA, 2021, p.9). No referido trabalho, também ficou atestado que coube a Prefeitura do Rio de Janeiro e ao Governador do Rio de Janeiro a responsabilidade de decretar o fechamento de áreas comerciais e medidas que restringissem a circulação da população durante os períodos em que a pandemia apresentou maior incidência de caso e mortes.

Dentre as medidas econômicas analisadas, destacamos a criação e a execução de programas de transferência de renda para pessoas físicas, medida adotada pelo governo federal e pelo governo estadual, a saber: auxílio brasil, no âmbito federal, o SuperaRJ, no âmbito estadual. Os entes federativos também buscaram reduzir o fechamento de atividades comerciais por meio da oferta de crédito ou desoneração de impostos. Todavia, conforme relatada pela comerciante Bruna⁴², entrevistada em setembro de 2021, muitos destes programas sociais não alcançaram o objetivo desejado, ao menos em sua opinião. Bruna, que possui uma banca de jornal no calçadão de Bangu há mais de uma década (a entrevistada não soube precisar o tempo em que atua no local) destacou a falta de informação e a campanha de desinformação os fatores que prejudicaram não apenas a vida pessoal como também o funcionamento de sua atividade. Ao relatar o período de adaptação à pandemia destacou o período como “aterrorizante e complicado”. O fechamento do calçadão em maio de 2020 foi cercado de problemas, uma vez que muita desinformação sobre o que poderia ou não estar aberto circulou. A campanha direta do presidente da República contra o fechamento também foi lembrada, fato que dificultou a efetividade de restrição.

⁴² O nome da entrevistada foi alterado para preservar sua identidade.

Observando o ponto de vista comercial, Bruna destacou que as medidas de fechamento, apesar dos evidentes prejuízos, foram entendidas como um “mal necessário” uma vez que visavam a proteção da saúde e da vida humana. Além disso, muitos comerciantes da área, estando ela inclusa, passaram a comercializar itens de higiene pessoal que se mostraram efetivos contra infecção do coronavírus, como máscaras e álcool em gel.

Quando questionada sobre a efetividade das políticas públicas, a entrevistada relatou que poucos programas sociais foram efetivos na área, com a ressalva para o auxílio emergencial, que, “evitou grande queda no consumo e na renda de amigos, familiares e consumidores”. Bruna também destacou como principais problemas das políticas públicas “a falta de assistência para despesas contínuas como aluguel e contas mensais, como luz, água e internet.”. Para reforçar seu ponto de vista e embasar seu argumento, a entrevistada apontou “o crescimento no número de camelôs instalados no calçadão”, que, de acordo com ela, “aumenta a concorrência, dificulta a passagem do povo, gera aglomerações e demonstram que mesmo com programas governamentais houve uma perda de renda em parte da população que agora ‘tá’ aqui trabalhando no calçadão”. Ainda assim, a entrevistada destacou que apesar dos problemas que ela observou nas ações da prefeitura, do governo estadual e do governo federal tais políticas públicas foram para “diminuir o número de pessoas em espaços públicos e diminuir a circulação do vírus”.

Ao final da entrevista, quando questionada sobre as diferenças sentidas entre o período anterior à pandemia e ao momento de realização da entrevista, em setembro de 2021, quando a maior parte da atividade econômica brasileira ainda estava se reestabelecendo, a entrevistada respondeu que “tem um número cada vez maior de camelôs aqui no calçadão, mas o número de consumidores e de pessoas passando deu uma caída”. Nesse sentido, cabe destacar que de acordo com dados do IBGE⁴³, o estado do Rio de Janeiro foi o que mais perdeu postos de trabalho. A hipótese levantada, pela entrevistada, parece-nos coerente tendo em vista os dados coletados e divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Todavia, em virtude de sucessivas negativas e resistências por parte dos camelôs, essa hipótese não pode ser confirmada. O Boletim Econômico do Rio de Janeiro, emitido pela Prefeitura, também corrobora a afirmação da entrevistada. Ainda de acordo com o Boletim, a taxa de desemprego e de pessoas ocupadas só retornou ao patamar anterior à pandemia em setembro de 2021.

⁴³ Fonte: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2021/07/ceara-e-rio-sao-os-que-mais-perderam-empregados-na-pandemia.shtml>. Acesso em 25/08/2021.

Ainda acerca dos aspectos econômicos observa-se, de acordo com a entrevistada, uma instabilidade no fluxo de consumidores. Para ela, “a esperança de melhora está nas vendas de final de ano”. Uma possível estabilidade, em sua análise, só viria em 2023. Os problemas sociais e econômicos provocados pela pandemia, em sua opinião, só serão superados no longo prazo com a população recuperando a estabilidade financeira e com redução na quantidade de pessoas desempregadas.

Assim, vemos que o Estado é um agente social presente e atuante no espaço de Bangu, em suas múltiplas facetas. Também fica nítido que sua atuação não é neutra, mas pautada pela orientação ideológica do grupo que ocupar o poder no momento em questão, bem como, em geral, em favor das elites econômicas, que possuem grande poder para influenciar as decisões tomadas pelo Estado. A atuação estatal voltará a ser alvo de análise na presente dissertação quando analisar-se-á presença e os impactos dos camelôs na produção da centralidade do Calçadão de Bangu.

3.1.2 – O comércio tradicional de rua

Barata Salgueiro & Cachinho (2009) ao debaterem as relações cidade-comércio a partir das dinâmicas de evolução e dos modelos interpretativos argumentam que o surgimento das cidades tem relação direta com o surgimento do comércio, isto é, da troca de mercadorias. Assim, as diferentes relações que se desenvolvem entre o tecido urbano e a o comércio são dinâmicas e fundadoras. “Se a cidade é produto das decisões e das práticas de vários actores, designadamente as de consumo, essas práticas também possuem valor espacial.” (BARATA SALGUEIRO & CACHINHO, 2009, p. 10). De acordo com os autores, o comércio é uma atividade essencialmente urbana e que requisitos como a centralidade e acessibilidade presidem a sua localização. Nessa linha de pensamento, os autores argumentam

Por meio do comércio e dos lugares onde este se exerce, as pessoas satisfazem necessidades, realizam desejos, veicula-se informação, difundem-se inovações, criam-se laços de sociabilidade. Em suma, no comércio reside o verdadeiro embrião da vida urbana naquilo que esta pressupõe de interacção, de troca em sentido lato e de produção de inovação (BARATA SALGUEIRO & CACHINHO, 2009, p. 10)⁴⁴.

⁴⁴ O texto foi redigido de acordo com a norma culta da língua portuguesa de Portugal, assim, apresenta algumas variações em relação a norma culta da língua portuguesa falada no Brasil.

A evolução urbana é acompanhada da evolução comercial sendo estas, influenciadoras e influenciáveis pelas transformações sociais e econômicas que as sociedades atravessam ao longo do tempo. A geografia do comércio é tema recorrente de análise, formulação de modelos e tem sua origem na teoria das localidades centrais, de Christaller. Todavia, o padrão hierárquico de análise já não é suficiente para compreender os novos padrões de distribuição do comércio e do consumo. As mudanças nos valores sociais, éticos e morais, nos estilos de vida exercem grande influência nos aglomerados urbanos e provocam metamorfoses na estruturação urbana (BARATA SALGUEIRO & CACHINHO, 2009). Tem-se uma relação entre aspectos sociais e de sociabilidade que orientam os padrões de consumo, sendo estes, também orientadores e orientandos dos processos de crescimento das cidades.

Ainda sobre a relação cidade-comércio ao longo da história Barata Salgueiro e Cachinho (2009) traçam uma pertinente linha histórica sobre a relação entre a expansão das cidades e o avanço do comércio em seu interior. Chamamos a atenção, especificamente, para a discussão realizada acerca das mudanças provocadas na esfera do consumo e produção das cidades observadas a partir da década de 1970

O último quartel do século XX é marcado por profundas transformações no modelo de desenvolvimento, no modo de intervenção pública e na organização dos estados que afectam todas as dimensões da vida social e da respectiva espacialidade. As tecnologias de comunicação alteram as fronteiras tradicionais de tempo e de espaço e produzem simultaneamente um novo internacionalismo e fortes diferenciações no seio das cidades e sociedades (Harvey, 1989 p. 75 apud BARATA SALGUEIRO & CACHINHO, 2009, p. 16).

Partindo da análise das transformações observadas no referido período, os autores em debate apontam a centralidade do automóvel nas áreas urbanas. Este fato provoca uma expansão da mancha urbana, em detrimento de sua coesão espacial. Assim, as cidades passam a apresentar uma estrutura policêntrica e fragmentada ao longo do tecido urbano. Barata Salgueiro & Cachinho (2009) também trazem importante contribuição sobre as mudanças no perfil de uso e ocupação do solo urbano, bem como dos processos de renovação e refuncionalização de áreas industriais desativadas em decorrência dos novos padrões globais, regionais e locais de distribuição desta atividade. De acordo com os autores

Com efeito, extensas áreas industriais ou ocupadas por infra-estruturas logísticas e de transportes, entretanto desactivadas por encerramento ou deslocalização dessas actividades deram origem a centros empresariais,

financeiros, comerciais de lazer e mesmo de condomínios para habitação de gama alta. Os espaços de consumo substituem os espaços de produção (BARATA SALGUEIRO & CACHINHO, 2009, p.16).

Carreras (2009) propõe-se a teorizar sobre a cidade e comércio, partindo de reflexões sobre a rua comercial. Em sua proposição, o autor destaca a necessidade de um referencial teórico geral, que possa servir como base para os estudos acerca do comércio de rua. Nesse sentido, o autor destaca que não basta o conhecimento da localização, das funções urbanas, da população economicamente ativa e da população em geral para se compreender a função do comércio no tecido urbano. Há a necessidade de se compreender as associações, sua relação com a distribuição e com a própria cidade, enfatizando os processos que antecedem, que acompanham e que seguem a apropriação de bens e serviços de consumo.

Carreras (2009) também chama a atenção para a necessidade de explorar as relações entre o consumo e o fortalecimento de um individualismo crescente que se baseia na posse de produtos e objetos. Também chama a atenção para a existência de uma vertente do consumo que notoriamente escapa da esfera econômica, gerando trabalho ou ocupação não alienante, como os relacionados a passatempo ou qualquer uma das atividades ligadas ao lazer e ao entretenimento. Por fim, Carreras (2009) acrescenta a discussão sobre o papel de reforço das relações sociais significativas que fomentam o consumo através da troca de objetos, como a cerimônia de presentes, em conexão com a vida social das coisas.

Pintaudi (2009) deixa importantes contribuições em formato de anotações sobre a geografia do comércio e do consumo, dentre as quais destacamos sua defesa de que uma geografia do comércio e consumo deve ser, necessariamente multidimensional, não focada apenas nos aspectos econômicos. A autora embasa seu ponto argumentando que, se o espaço geográfico é multidimensional, a análise das práticas que se dão sobre ele, como o comércio e consumo, também devem ser. Pintaudi (2009) também expõe a importância da dimensão temporal para compreensão da difusão do setor terciário

(...) a constatação de que o lugar do comércio poder ser entendido quando se considera o tempo, pois é a articulação entre as categorias espaço e tempo que nos fornece a pista para entender a verdadeira dimensão material de um lugar numa sociedade cujo movimento é comandado por um objetivo principal – o lucro.” (PINTAUDI, 2009, p. 57).

A autora também destaca a importância da centralidade na compreensão do espaço comercial. De acordo com Pintaudi (2009) a centralidade é mutável no tempo, dando como exemplo os casos dos *hipermercados e shopping centers* que são capazes de criar sua própria centralidade. Acrescenta ainda que tais formas comerciais colaboram com a metamorfose da forma urbana, tornando-a fluida para atender as necessidades da reprodução do capital do presente momento histórico. Ainda sobre a reprodução do capital na atual fase do sistema capitalista, orientado por um modelo produtivo que preza o individualismo, a flexibilidade e precarização do trabalho, o espaço geográfico torna-se um elemento condicionante para a reprodução das relações sociais, criando possibilidades para a emergência de relações sociais específicas. Ao relacionar o espaço geográfico, o comércio e as relações sociais, Pintaudi (2009, p. 59) destaca “ O espaço onde se realiza o comércio, a forma de troca que uma sociedade faz uso para se reproduzir, é de natureza social e, portanto, não é possível analisá-lo apenas como um suporte que não interfere, que não transforma a sociedade”. Por fim, acompanhamos a autora sobre a importância de se conhecer a gênese de uma forma espacial para compreensão de sua estruturação ao longo do tempo histórico, bem como analisar as possibilidades futuras da referida área.

A partir do referencial teórico previamente exposto, a análise do comércio de rua instalado no Calçadão de Bangu se dará considerando as novas formas de consumo, expostas por Barata Salgueiro & Cachinho (2009), a partir da compreensão das associações entre as formas comerciais, a área analisada e os consumidores, apontados por Carreras (2009) e também considerando o caráter multidimensional do espaço geográfico bem como a centralidade terciária da área, aspectos relevantes que Pintaudi (2009) destaca como essenciais para a compreensão no estudo da geografia do comércio.

A operacionalização desta etapa da pesquisa se deu por meio da quantificação de atividades econômicas presentes no calçadão, incluindo as instaladas no interior de galerias e prédios comerciais, a análise do regime organizacional utilizado nos estabelecimentos instalados na superfície do calçadão⁴⁵, bem como a utilização de

⁴⁵ A opção por analisar apenas o regime organizacional dos estabelecimentos comerciais instalados na superfície comercial apoia-se na metodologia proposta por Gomes (2013). Partindo do entendimento de que a espacialidade é uma trama locacional associada a um plano e ela seria “resultado de um jogo de posições relativas de coisas e/ou fenômenos que se situam ao mesmo tempo sobre esse mesmo espaço” (Gomes, p. 8) a presente pesquisa fez uso das três categorias de análise: ponto de vista, composição e exposição. Pensando sob a visão do ponto de vista dos frequentadores, ambientes localizados no calçadão e não no interior de prédios comerciais e galerias chamam maior atenção. Pensando sob a ótica da composição, se tem que o mosaico de atividades comerciais se diferencia quando analisados separadamente, ou seja, considerando em primeiro momento apenas aqueles instalados na superfície do

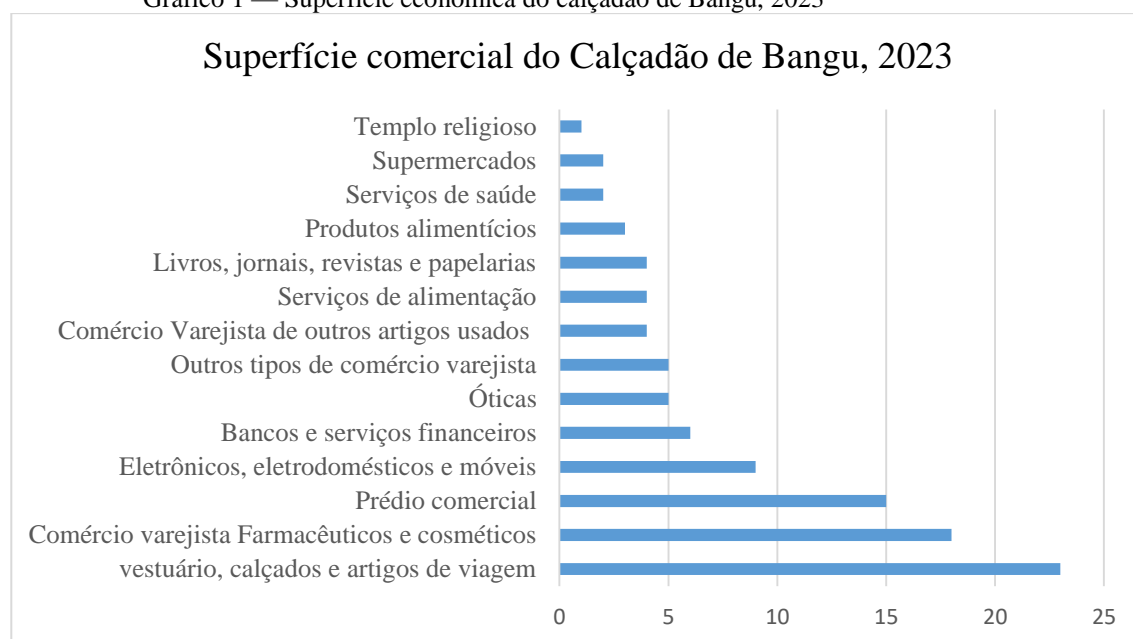
respostas dos frequentadores entrevistados ao longo da presente pesquisa. A quantificação dos estabelecimentos, tanto dos que estão localizados nas calçadas das Avenidas Cônego Vasconcelos, quanto da Avenida Ministro Ary Franco, quanto daqueles instalados no interior das galerias e prédios comerciais revelam importantes diferenças no padrão de uso e ocupação do solo no calçadão de Bangu. A classificação dos estabelecimentos localizados no térreo da área, de acordo com o regime de operação, nos permite-nos analisar a presença de modernas formas de organização, marketing e comercialização, frequentemente associadas ao circuito superior da economia urbana (SANTOS, 1979). Já a classificação dos estabelecimentos comerciais, incluindo aqui os localizados no interior das galerias, permite-nos compreender os fixos, isto é, os locais que atraem clientes, capitais e produzem a centralidade do bairro, ou seja, que geram os fluxos observados na área em questão. As entrevistas, por sua vez, permitem-nos aferir a percepção da população local sobre a centralidade da área, sua importância e eventuais nichos de destaque.

A classificação das atividades econômicas baseia-se na metodologia comparativa proposta por Sousa (2021, 2018). O agrupamento das atividades econômicas levou em consideração o quantitativo de estabelecimentos presentes na área, por isso, os gráficos e mapas apresentados ao longo desta seção possuem um número elevado de categorias. Tal metodologia permite conhecer afundo o conteúdo da centralidade Bangu, evitando a perda de informações pertinentes em virtude de agrupamentos que acabam criando denominações genéricas e incluindo muitas atividades econômicas em uma única categoria, ampliando seu número e criando uma importância para aquela categoria que não condiz com a realidade analisada. Assim, as categorias usadas no gráfico estão organizadas da seguinte maneira: templo religioso corresponde a filial da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD); supermercados correspondem ao comércio varejista e/ou atacadista de diversos gêneros alimentícios; os serviços de saúde correspondem a qualquer serviço prestado por profissional ligado a área da saúde ou área correlata; produtos alimentícios correspondem a estabelecimentos que vendem alimentos mas como que não são de consumo no estabelecimento, como açougues, padarias, lojas de tempero e produtos acondicionados em geral; os serviços de alimentação correspondem aos restaurantes, com e sem serviços de atendimento instalados na área, e *fast foods*; o item

calçadão e em segundo momento, aqueles instalados no interior das galerias e edifícios comerciais. Ademais, quando pensamos na categoria da exposição, afirma-se que as marcas possuem maior exposição nas calçadas do calçadão vistos que se tornam mais visíveis e chamativas para os frequentadores.

livros, jornais, revistas e papelaria corresponde ao comércio varejista dos referidos produtos, como bancas de jornais, livraria e papelarias; comércio varejista de outros artigos usados correspondem aos bazares e lojas de produtos produzidos por meio de artesanato; outros tipos de comércio varejista corresponde a diferentes formas de comércio que foram identificadas apenas uma única unidade no Calçadão de Bangu; as óticas correspondem ao comércio varejista de óculos; bancos e serviços financeiros incluem os seguradoras e demais instituições financeiras; eletrônicos, eletrodomésticos e móveis correspondem ao comércio varejista dos respectivos itens e também acessórios para estes; o item prédio comercial corresponde aos endereços onde funcionam diferentes atividades econômicas e que não existem impeditivos de acesso por parte do público; o comércio varejista de farmacêuticos e cosméticos correspondem as farmácias, perfumarias e lojas de produto de beleza, e por fim, o item vestuário calçados e artigos de viagem inclui o comércio varejista dos produtos citados e também acessórios como bolsas, cintos, pulseiras, dentre outros. A quantificação destes itens está disponível no gráfico 1.

Gráfico 1 — Superfície econômica do calçadão de Bangu, 2023



Fonte: Trabalho de campo realizado em 09/2023.
Organizado pelo autor.

Nesse sentido, destacamos a elevada concentração do comércio varejista de vestuário, calçados e artigos de viagem; do comércio varejista de produtos farmacêuticos e dos prédios comerciais presentes, quantitativamente em maior escala, no Calçadão de

Bangu do que as demais categorias analisadas. Ao todo, foram identificadas 101 atividades econômicas na superfície comercial de Bangu, distribuídas ao longo dos logradouros das Avenidas Ministro Ary Franco e Avenida Cônego de Vasconcelos; Corrêa (1989) ao versar sobre as características da descentralização das atividades econômicas e a emergência de subcentralidades pelo espaço urbano destaca a formação de núcleos secundários especializados no setor terciário. De acordo com o autor

Os núcleos hierarquizados são uma réplica intra-urbana da rede regional de localidades centrais. O subcentro regional constitui-se em uma miniatura do núcleo central. Possui uma gama complexa de tipos de lojas e de serviços, incluindo uma enorme variedade de tipos, marcas e preços de produtos. Muitas de suas lojas são filiais de firmas da Área Central, e, à semelhança desta, porém em menor escala, o subcentro regional constitui-se em importante foco de linhas de transporte intra-urbano. (CORRÊA, 1989, p. 51).

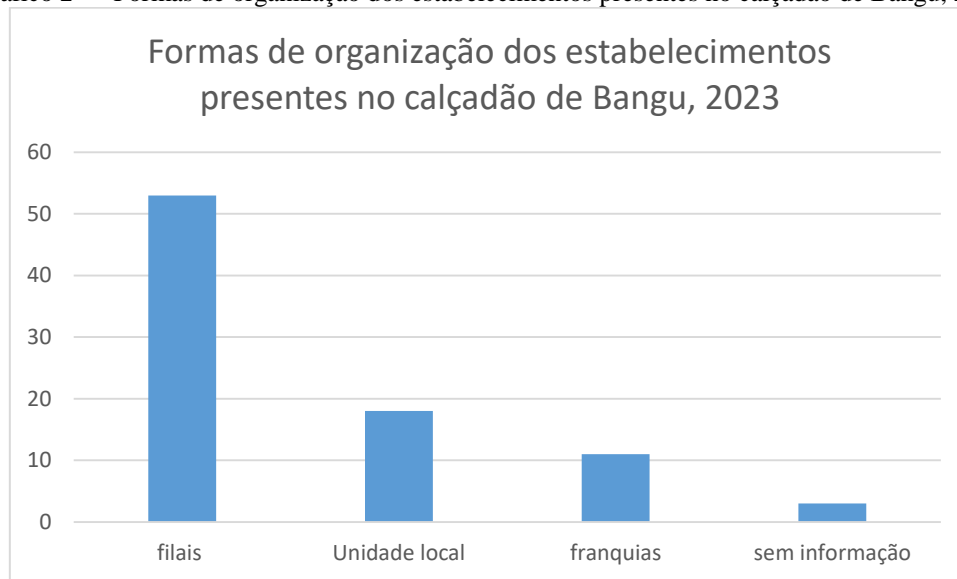
Sposito (2013, p.) ao dissertar sobre a utilização do termo multicentralidade e a formação de subcentros aponta que

Tenho usado o termo MULTICENTRALIDADE para me referir à conformação de mais de uma área de concentração comercial e de serviços nas cidades, influenciando a perda relativa do peso e da importância do centro “principal” em estruturas espaciais tipicamente monocêntricas até então. Assim, o aparecimento de subcentros e de eixos comerciais e de serviços especializados fora do centro tradicional; a implantação de galerias comerciais, reafirmando o centro ou fora dele; (...) são formas de multiplicação dos setores nas cidades concentram atividades, pessoas e fluxos, possibilitando se reconhecer ‘áreas centrais’ (...), ainda que o centro principal continue a exercer a centralidade que estrutura e expressa o conjunto da cidade.

Outro destaque a ser feito sobre o total de atividades econômicas na superfície do calçadão de Bangu diz respeito a presença de agências bancárias das cinco maiores instituições do ramo no país, a saber: Banco do Brasil, Bradesco, Caixa Econômica Federal, Itaú e Santander. As presenças destas agências reforçam a centralidade da área visto que agências bancárias possuem grande atração de pessoas além do evidente fluxo de capitais que elas geram.

A centralidade da área em análise também pode ser aferida a partir da análise da concentração de formas modernas de organização dos comércios e estabelecimentos especializados na prestação de serviços, isto é, aqueles aos quais Milton Santos classificou como o circuito superior da economia urbana e ao circuito superior marginal. No gráfico 2 podemos observar as formas organizacionais observadas na superfície comercial do calçadão de Bangu.

Gráfico 2 — Formas de organização dos estabelecimentos presentes no calçadão de Bangu, 2023



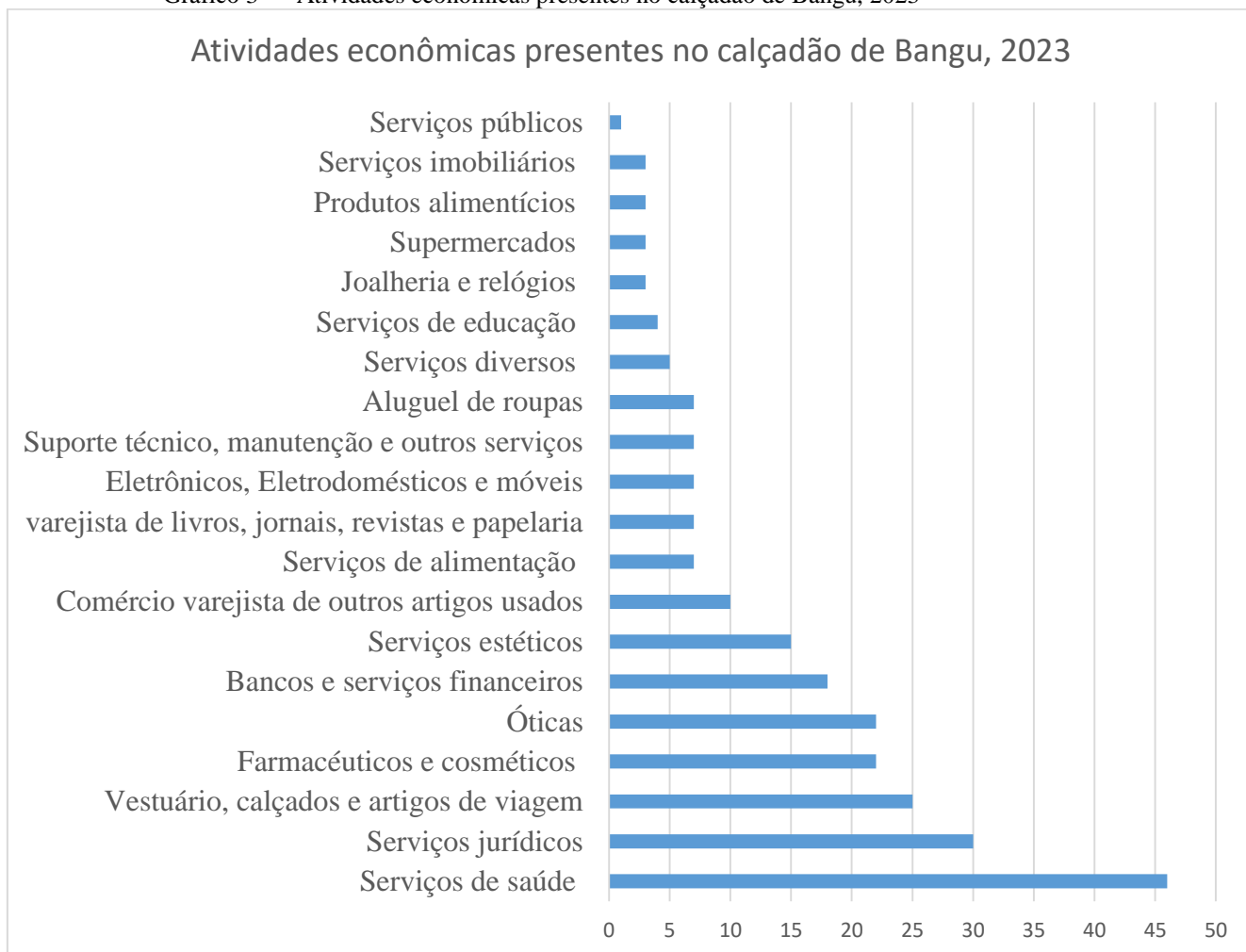
Fonte: <https://www.portaldofranchising.com.br> e sites oficiais dos estabelecimentos.
Organizado pelo autor.

A classificação apenas dos estabelecimentos localizados na superfície do calçadão de Bangu, deve-se em primeiro lugar a utilização da metodologia proposta por Gomes (2013) para tratar da espacialidade, especificamente, acerca das categorias de análise espacial de *exposição* e *composição*. Em trabalhos de campo realizados em período anterior a produção da pesquisa, já era possível constatar a presença de elevado número de filiais⁴⁶ e franquias, esse fato também havia sido confirmado academicamente por Oliveira (2019,2014). Por tanto, a partir destes fatos, utilizou-se as categorias de análise espacial durante os trabalhos de campo. Essa metodologia corroborou o que foi afirmado por Correa (1989) núcleos secundários, isto é, subcentros apresentam como característica o elevado número de filiais de grandes empresas. Já sua estrutura organizacional, moderna, com uso intensivo de tecnologia e *know-how* comercial fornecido por marqueteiros, publicitários e outros operadores da área, visa a utilização da superfície pois esta é mais chamativa aos frequentadores, por não estarem escondidas em galerias ou prédios comerciais, em outras palavras uma estrutura voltada para a lógica orientadora do capitalismo, o lucro (SANTOS, 1979). Assim, tem-se uma composição orientada pelos preceitos organizacionais do circuito superior da economia, fortemente presente em virtude do elevado número de filiais e franquias presentes na área.

⁴⁶ Na presente pesquisa, utilizaremos o termo filiais para designar estabelecimentos comerciais que operam em regime de redes, também conhecido como cadeias de lojas.

No gráfico 3 é possível observar o total de atividades econômicas observadas no calçadão de Bangu em trabalho de campo. Para a produção deste gráfico, a categoria prédio comercial não foi utilizada, uma vez que os estabelecimentos comerciais como os edifícios comerciais e as galerias foram visitas *in loco* e as atividades econômicas que ali se desenvolviam eram assinaladas em uma ficha de quantificação/qualificação. Em primeiro lugar, chama-se atenção para a elevada oferta de serviços de saúde e serviços jurídicos ofertados no calçadão de Bangu. Corrêa (1989) ao debater a centralidade classifica os escritórios de advocacia e os consultórios médicos como atividades que exercem grande centralidade, atraindo um grande quantitativo de pessoas e, conseqüentemente, de capital. Nota-se, portanto, que parcela significativa dos boxes e apartamentos disponíveis nos edifícios comerciais são voltados para a prestação de serviços. A explicação para a elevada concentração destes serviços no calçadão é o grande mercado consumidor disponível, visto que Bangu está entre os bairros mais populosos da cidade do Rio de Janeiro e, possivelmente, um baixo valor de aluguel destes *boxes*. No mapa 5 é possível observar a distribuição das atividades econômicas ao longo do calçadão de Bangu.

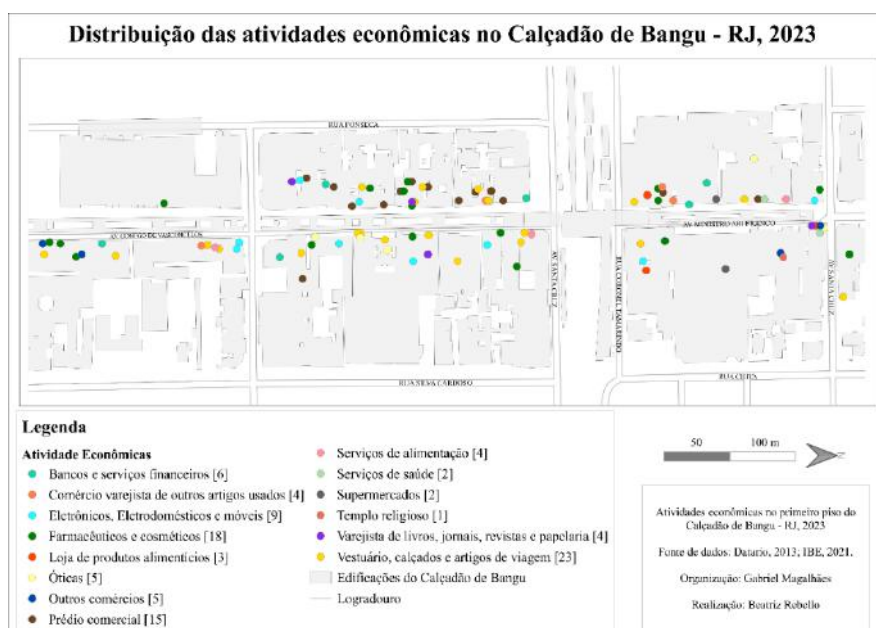
Gráfico 3 — Atividades econômicas presentes no calçadão de Bangu, 2023



Fonte: trabalho de campo realizado em setembro de 2023.

Organizado pelo autor.

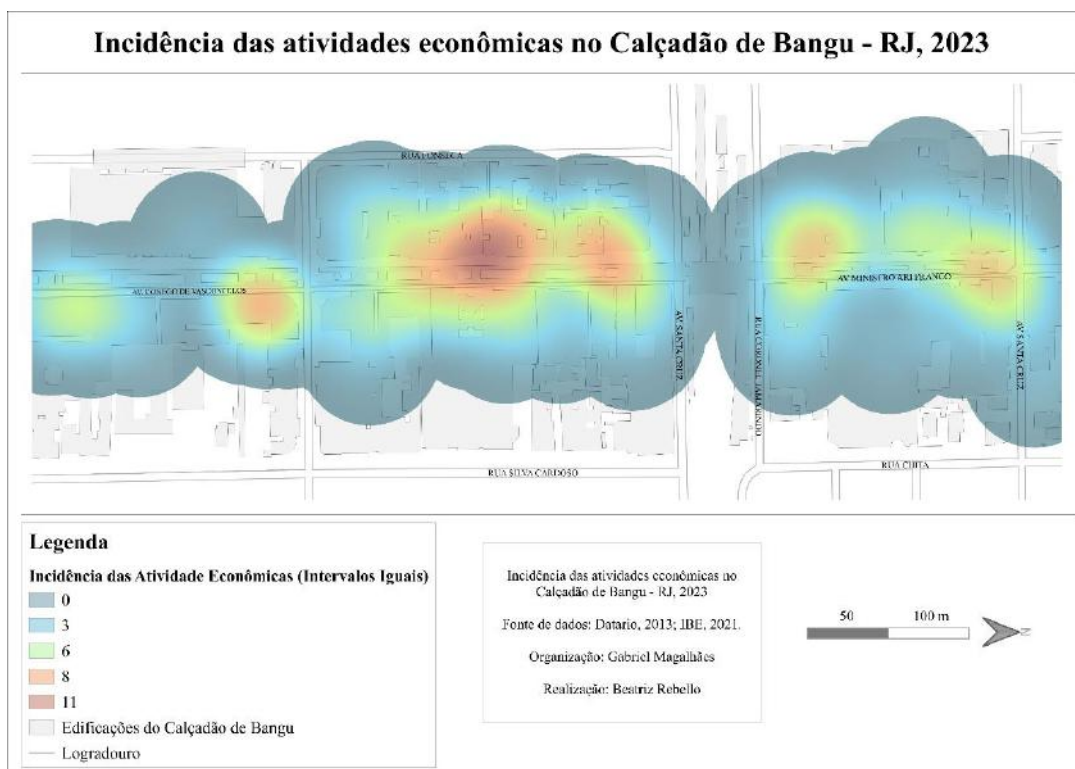
Mapa 5 - Distribuição das atividades econômicas no Calçadão de Bangu - RJ, 2023



Organizado pelo autor — 2023.

Produzido por Rebello, b. r. C. — 2023.

Mapa 6 Incidência de atividades econômicas no Calçadão de Bangu – RJ, 2023



Organizado pelo autor – 2023.
Produzido por Rebello, b. r. C.— 2023.

O Mapa 6, que utiliza a técnica kernel para demonstrar a concentração de atividades econômicas, revela que a maior parte dos estabelecimentos comerciais está concentrada na Avenida Cônego Vasconcelos, especificamente no trecho entre a Avenida Santa Cruz e a Rua Professor Clemente Ferreira. Este fato não constitui uma novidade, vale ressaltar. Oliveira (2014) já classificava a Avenida Cônego de Vasconcelos como o principal logradouro comercial de Bangu. Para tal afirmação, a autora apoiou-se em um trecho de uma entrevista realizada em 1992 com um dos diretores da Associação Comercial e Industrial da Região de Bangu (ACIRB), Almir Lopes. Segundo o diretor

Uma das grandes conquistas da Associação Comercial, foi a implantação do calçadão da Cônego de Vasconcelos. Se estava dando certo em outros bairros, porque não iria dar certo em Bangu. Hoje é conhecido como a fina-flor dos calçadões e deu a Bangu a personalidade que Bangu fazia jus. Nele o consumidor pode transitar num espaço que se assemelha a um shopping aberto, com segurança para todos, o que despertou o interesse de grandes empresas de departamentos a instalarem-se aqui (INFORMACIRB, 1992, p. 12 *apud* Oliveira, 2014, p. 59).

A grande concentração de atividades econômicas foi o elemento mais lembrado pelos entrevistados quando tratamos das motivações para ir ao calçadão. No contexto das entrevistas, destacamos as seguintes falas sobre o calçadão

Somente por conta do meu filho que é a rotina dele de ir pra terapia, aí eu preciso passar por lá também, aí acabo andando por lá, quando tem a necessidade acabo passando em alguma loja quando tem a necessidade de comprar alguma coisa pra ele, tanto de alimentação quanto também os brinquedos que ele usa em casa pra treinar, de terapia dentro de casa. (Bruno, designer, 28 anos, morador do bairro de Bangu e frequentador do calçadão de Bangu).

Tudo num lugar só, eu resolvo vários problemas. Tem o shopping, tem um monte de lojas, variedade de um monte de coisa, então num lugar só, próximo a minha residência eu consigo resolver vários problemas. Problemas que consegue resolver – De tudo. Acesso a roupa, a alimentação, serviços, comércio, encontro de tudo ali. Coisas do cotidiano mesmo, sabe? (Felipe, 25 anos, morador do bairro de Bangu e estudante de economia).

Quando eu tenho que comprar alguma coisa que lá é bem mais barato do que aqui próximo de casa, aí eu vou lá em Bangu. Farmácia. Também tem muita lá no calçadão. (Renan, 30 anos, morador do bairro de Bangu estoquista).

Assim, embora inicialmente projeto como uma área voltada para atender ao comércio local, especialmente os trabalhadores da antiga fábrica de tecidos, rapidamente o Calçadão de Bangu teve sua forma-conteúdo alterada. Atualmente, o local é marcado pela grande presença em larga escala de empresas ligadas ao circuito superior da economia, especialmente aquelas que operam em regime de filiais. Também chama a atenção a grande concentração de serviços prestados por profissionais liberais, como médicos, dentistas, psicólogos e advogados, que conferem elevada centralidade a área. No campo comercial, chama-se atenção para o comércio de vestuário e calçados, com elevada concentração de estabelecimentos e com atuação diversificada, voltada para os públicos, infantil, adulto, feminino e masculino. A presença do supermercado Guanabara será agora avaliada individualmente, em virtude de sua escala de atuação diferenciada em relação aos demais comércios e serviços instalados na área. Outra importante influência exercida pela referida rede diz respeito a atuação do comércio ambulante de rua instalado na Avenida Ministro Ary Franco.

3.1.2.1 O supermercado Guanabara

A presença do Supermercado Guanabara, em destaque em relação as demais instalações no calçadão de Bangu, deve-se, em primeiro lugar, pela sua grande capacidade de atração de fluxos de pessoas, capitais, além da grande oferta de mercadoria que

disponibiliza para seus consumidores. A marca está entre as maiores redes de supermercados instaladas na cidade do Rio de Janeiro e, de acordo com dados organizados por Oliveira (2019), o estabelecimento teve uma receita de líquida de aproximadamente 490 milhões de reais. A loja analisada na presente pesquisa ocupa parcela significativa do Calçadão de Bangu instalado na Avenida Ministro Ary Franco, soma-se a isso o fato de que o estacionamento do estabelecimento possui 180 vagas disponíveis para os consumidores. Por funcionar, em diferentes horários, durante todos os dias da semana⁴⁷, pode-se afirmar que o supermercado é uma das principais forças de atração do Calçadão de Bangu.

A importância do estabelecimento também é reforçada na fala dos entrevistados, como a frequentadora Tatiana que ao ser questionada sobre os motivos de ir ao calçadão, destacou “O motivo é que eu tenho que passar por lá. Porque lá tem o mercado e que eu vou ao mercado quase toda semana. Qualquer loja, farmácia, eu tenho que ir até o calçadão.” (Tatiana, 64 anos, professora particular, moradora e frequentadora do calçadão de Bangu). Destaca-se também a importância do estabelecimento a partir de sua influência frente a organização do comércio ambulante, que será explorada na próxima seção deste capítulo.

A análise acerca da influência do Supermercado Guanabara se deu por meio da realização de entrevistas com os frequentadores do calçadão de Bangu, bem como uma administração junto ao gerente administrativo da filial instalada no calçadão de Bangu Shopping. Destarte, apontamos as contradições que serão expostas entre as repostas obtidas junto a administração do Supermercados Guanabara e os relatos dos ambulantes entrevistados. Soma-se essa contradição que, a presença do supermercado Guanabara, apareceu no relato da maior parte dos entrevistados, seja com citação direta ao estabelecimento, sendo tratado pelo nome, seja indiretamente, quando os entrevistados falaram, por exemplo, “no calçadão tem o mercado”.

De acordo com o gerente administrativo, quando questionado se “A localização desta loja no calçadão é um diferencial para a mesma? Por quê?” O entrevistado respondeu que “Sim, o nosso estabelecimento está bem no centro comercial, ele atende tanto comerciantes como moradores do bairro de Bangu e dos bairros próximos”. Quando questionado sobre “De que forma a instituição vê a disputa com feirantes, localizados na

⁴⁷ As informações sobre o número de vagas e os dias de funcionamento do estabelecimento estão disponíveis em seu site oficial. Disponível em < <https://www.supermercadosguanabara.com.br/lojas>>. Acesso em outubro de 2023.

frente da loja, pela venda de produtos hortifrutigranjeiros?” O gerente respondeu que “Não afeta tanto. Existe concorrência, mas com bom relacionamento com os ambulantes” na sequência, quando questionado sobre se “Em algum momento houve uma solicitação por parte da loja ao poder público para reordenar a distribuição dos feirantes/camelôs no calçadão?” O gerente respondeu que “Não. Nunca houve nenhum tipo de solicitação nesse sentido.”. Neste momento, cabe apontar que ambos os ambulantes entrevistados relataram uma situação divergente do que foi trazido pelo gerente da filial. Patrício, que trabalhou como ambulante no calçadão de Bangu entre os anos de 2014 e 2015, quando questionado sobre eventuais conflitos com a equipe de segurança do supermercado Guanabara, destacou que

Vira e mexe tinha algum desentendimento, sim. Não coisas muito sérias também porque geralmente o Guanabara denuncia e o segurança não era muito de se meter com ninguém. Eles chamavam logo a polícia, a guarda, mas pouca coisa.

Mario Alberto, o outro ambulante entrevistado no âmbito da presente pesquisa apontou que “tinha mais uns anos atrás, agora que deu uma diminuída”. De acordo a Relação de Feiras Livres^{48 49 50}, disponibilizada Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro não há nenhuma feira livre, em nenhum dia da semana, para o logradouro da Avenida Ministro Ary Franco. Tem-se então, uma situação onde do ponto de vista do marco regulatório, os ambulantes estariam em desacordo com a regulação das feiras livres que ocorrem na cidade e oferecendo uma competição mercadológica com o supermercado Guanabara. Assim sendo, a partir das falas dos ambulantes, do marco legal sobre feiras livres na cidade do Rio de Janeiro e também da lei número 1876, de 29 de junho de 1992, que versa sobre a atividade do comércio ambulante na cidade do Rio de Janeiro, nos parece pouco crível que a administração do supermercado Guanabara não tenha realizados reclamações formais junto aos órgãos competentes do Estado, visto o notório prejuízo financeiro que a competição com os ambulantes pode trazer para a instituição.

⁴⁸ De acordo com o site da prefeitura da cidade do Rio de Janeiro as feiras livres foram estabelecidas pelo então prefeito do Distrito Federal Francisco Pereira Passos, através do decreto número 997 do dia 13 de Outubro de 1904. Disponível em < <https://www.rio.rj.gov.br/web/seop/exibeconteudoccu?id=5384715>>. Acesso em 10/10/2023.

⁴⁹ Mascarenhas (2005) corrobora a informação dada pela prefeitura da cidade do Rio de Janeiro e destaca que esta terminologia foi adotada em todo o território nacional, “para designar as feiras semanais de caráter intraurbano (de âmbito praticamente restrito ao bairro).

⁵⁰ Disponível em < <https://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/3017716/DLFE-246771.pdf/1.0>>. Acesso em 10/10/2023.

A gerência do estabelecimento também foi questionada acerca dos regimes de contratação utilizados dentro do supermercado. De acordo com as informações fornecidas, todos os setores que operam dentro do supermercado são de contratação do supermercado, a partir da assinatura da carteira de trabalho, com exceção dos serviços de limpeza, que são prestados por uma empresa terceirizada. Nesse sentido, destacamos os apontamentos feitos por Antunes (2000, p. 42) onde o autor analisa as relações de trabalho no presente período histórico

Há um enorme incremento do novo proletariado, do subproletariado fabril e de serviços, o que tem sido denominado mundialmente de trabalho precarizado. São os “terceirizados”, subcontratados, “part-time”, entre tantas outras formas assemelhadas, que se expandem em inúmeras partes do mundo. Inicialmente, estes postos de trabalho foram preenchidos pelos imigrantes, como os *gastarbeiters* na Alemanha, o *lavoro nero* na Itália, os *chicanos* nos EUA, os *dekaseguis* no Japão etc. Mas hoje, sua expansão atinge também os trabalhadores especializados e remanescentes da era taylorista-fordista; [grifos do autor].

Não se deve perder de vista que atuação do supermercado Guanabara, uma importante rede de supermercados com grande atuação na metrópole carioca, está voltada essencialmente para o lucro. Assim, a precarização do trabalho torna-se uma das muitas práticas adotadas pela empresa para aferir o máximo de lucro em sua operação. Tal fato está em consonância com os argumentos trazidos por Antunes (2000) quando chama a atenção para os processos de desregulamentação trabalhista, flexibilização do trabalho, terceirização ao apresenta-los como uma lógica societal onde o capital é privilegiado em detrimento da força de trabalho, sendo esta somente considerada na medida em que tornasse imprescindível para a reprodução do capital.

Por fim, destacamos a última contribuição dada pela gerência administrativa do supermercado Guanabara acerca do seu público alvo. De acordo com o entrevistado, a estratégia para atrair consumidores está na oferta de preço baixo, voltada para a localidade onde a loja está instalada. Nesse sentido, retomamos os apontamentos feitos ainda na introdução deste trabalho, onde destacamos Bangu como um bairro onde há maior parte da população possui rendimento financeiros que os colocam como baixo ou médio extratos financeiros. A centralidade comercial do bairro, anterior a chegada do supermercado, o elevado número de moradores e o potencial de consumidores em bairros vizinhos foram fatores destacados pela gerência para explicar a operação da rede de supermercados na área. Acrescenta-se ainda a influência que o empreendimento tem na

distribuição do comércio ambulante na área, assunto que será debatido na próxima seção do presente trabalho.

3.1.2 – O Comércio Ambulante no Calçadão de Bangu

A análise acerca do comércio ambulante de rua se deu a partir dos procedimentos metodológicos da observação e também da exposição, demonstrados no primeiro capítulo da presente dissertação. A denominação comércio ambulante será utilizada para se referir aos trabalhadores informais instalados no Calçadão de Bangu. No contexto da metrópole carioca, o comércio ambulante é definido e regulado pelos poderes legislativos e executivos do município. Dentre as atuações do poder público que impactam diretamente a área estudada, destacamos a Lei número 1876, de 29 de junho de 1992, que dispõe sobre o comércio ambulante no município, a Lei número 6272, de 01 de novembro de 2017, que altera e acrescenta dispositivos a lei anteriormente citada e o decreto municipal número 45331, de 7 de novembro de 2018, que cria a Feira de Ambulantes do Calçadão de Bangu.

Ainda que a temática envolvendo a atuação do Estado já tenha sido desenvolvido previamente, julgou-se necessário elucidar neste ponto da dissertação os marcos regulatórios sobre a atuação do comércio ambulante na área de estudo, para melhor compreensão dos debates propostos. Em primeiro lugar, porém, chamamos atenção para o seguinte fato: A presença do comércio ambulante nos logradouros das Avenidas Cônego Vasconcelos e Ministro Ary Franco são anteriores ao decreto nº. 45331, que cria a Feira Ambulante do Calçadão de Bangu, conforme apontado por Oliveira (2014). No citado trabalho, a autora chama atenção para o crescimento no número de ambulantes na área analisada. Ademais, em sua tese de doutorado, Oliveira (2019) analisa as práticas de consumo desenvolvidas por frequentadores das áreas comerciais dos bairros de Bangu e Leblon. Evidentemente, nosso interesse encontra-se no primeiro. Dentre outros fatos, destacamos que a comercialização dos mais diversos produtos, assim como a prestação de serviços, sobretudo o de alimentos, integrou-se a centralidade da área e consequentemente do bairro de Bangu.

A razão do crescimento do trabalho informal na área apoia-se, sobretudo, no cenário de crise econômica que o Brasil enfrentou, sobretudo entre o final de 2014 e meados de 2016, período marcado pela forte redução da atividade econômica do país. A cerca desta crise econômica, chamamos atenção, sobretudo, para o crescimento do

desemprego e para o crescimento da desigualdade social. A metrópole carioca sofreu em maior escala com os efeitos da crise, em virtude da crise fiscal que o Estado Fluminense atravessou, soma-se a esse fato com as quedas no preço do barril de petróleo, que também afetaram negativamente a economia do estado, muito apoiado na cadeia produtiva do petróleo.

Acrescentamos ainda os debates e contribuições teóricas trazidas por Santos (1979). O autor aponta que o circuito inferior é constituído, em sua essência, por formas de fabricação não capitalistas, sem a presença de capital intensivo, pelos serviços não modernos e fornecidos “a varejo” assim como seu o comércio deste circuito, que possui pequenas dimensões. Conforme argumentado anteriormente, o surgimento do circuito inferior da economia urbana se formou e se consolidou em decorrência de sucessivas modernizações capitalistas, mas que diferentemente dos países centrais, auxiliaram a fomentar a desigualdade e a concentração de renda, originando, assim, os circuitos da economia urbana. Cabe reafirmar que o circuito inferior é consumido majoritariamente pelas classes de menor poder econômico, também é nesse circuito que, em geral, estão inseridos como trabalhadores seja na informalidade, no subemprego ou como terceirizado.

Silveira (2004, 2015) atesta que o avanço do processo de globalização e do meio técnico-científico-informacional ao longo do tempo não elimina as formas capitalistas de trabalho, produção e difusão do consumo, pelo contrário, modifica-as. Tais processos também impõem a modernização do circuito inferior da economia urbana, principalmente em virtude da expansão do crédito e das novas formas de pagamento. Outro importante apontamento trazido pela autora diz respeito ao fato, em concordância com o que havia sido anteriormente teorizado por Santos (1979) que as crises econômicas possuem relação direta com a expansão deste seguimento da economia urbana. Em tempos de crise econômica, desemprego e informalidade, as necessidades básicas de consumo das classes de menor poder aquisitivo são sustentadas, igualmente, por agentes de baixa capacidade econômica. Outra importante contribuição acerca do circuito inferior da economia é dada por Montenegro (2016, p. 363) ao analisar o circuito inferior da economia urbana e as variáveis chave da globalização na cidade de São Paulo

A densidade da presença das variáveis do período atual em São Paulo, implica, assim, não somente na reconfiguração das atividades do circuito inferior localizadas nas áreas centrais mais também naquelas localizadas nas áreas periféricas. A concentração da pobreza nestas últimas implica a presença de suas diferentes formas de trabalho, as quais sustentam, a sua vez, no grande

mercado pobre que reside nestas áreas da cidade e na ocupação intensiva de um meio construído precário e desvalorizado. Se desenvolve ali uma enorme diversidade de atividades de uma economia popular que, diferentemente da região central, se completam na escala do bairro e se sustenta na clientela da vizinhança.

Assim, tem-se como ponto de partida a precária situação econômica experimentada no período de realização da pesquisa, com os processos históricos de desenvolvimento da sociedade capitalista nos países localizados na periferia do referido sistema econômico. A sobreposição das diferentes divisões sociais do trabalho, implicam, necessariamente na reorganização das esferas da difusão e do consumo, sobretudo em áreas periféricas, ocupadas majoritariamente por pessoas de baixa renda. Nesse sentido, apontamos ainda a contribuição de Silveira (2004, p.2) ao afirmar que a “cidade é uma totalidade, feita de coisas e pessoas, de objetos e relações, de formas e ações, em um movimento desigual e combinado, em uma dinâmica de cooperação e conflito”. A autora completa ainda dizendo que devemos ver a cidade “como um meio construído (uma determinada materialidade, assim dizendo ponto, linhas e manchas, contíguas ou não) e como um grande mercado (um conjunto de atividades realizadas em certo contexto e setor da população associado a atividade e pelo consumo”. (SILVEIRA, 2004, p.2)

Após este breve, porém conveniente e oportuno, debate sobre o circuito inferior da economia e a expansão da economia pobre no atual contexto da globalização, retomamos a discussão acerca do comércio ambulante no Rio de Janeiro. Inicialmente, apontamos a legislação de nº 1876, de 29 de junho de 1992. A referida legislação, que posteriormente foi modificada pela lei número 6272, de 01 de novembro de 2017, regula a atuação do comércio ambulante. Na referida legislação, o comércio ambulante é definido como “a atividade profissional temporária, exercida por pessoa física em logradouro público na forma e condições definidas nesta Lei.”. Ao longo de seu texto, a referida legislação define o comércio ambulante e diferencia o ambulante de local fixo do ambulante itinerante. O referido texto também é responsável por estabelecer os meios para o exercício da atividade, do pessoal habilitado para exercer o trabalho de ambulante, as autorizações para o exercício da atividade, os produtos que podem ser comercializados, bem como aqueles que não podem, o estabelecimento do comércio e das atividades ambulantes especiais⁵¹. A referida lei também define uma série de infrações e penalidades

⁵¹ De acordo com o Título VIII da referida Lei estão incluídos que versa sobre “comércios e das atividades ambulantes especiais” temos o comércio exercido em *trailers*; a atividade de engraxate; os fotógrafos, das baianas, dos vendedores de Angu, do comércio de flores e plantas ornamentais e frutíferas, dos pintores e

em caso de descumprimento da lei pelos ambulantes instalados na área, bem como tributações a serem recolhidas pelos mesmos. Por fim, como a referida lei estabelece um número limite de ambulante por região administrativa⁵² da cidade, também cria critérios para que os trabalhadores e trabalhadoras possam exercer a atividade ambulante no local desejado.

Outro importante ato normativo realizado pela prefeitura do Rio de Janeiro que influencia diretamente na área do calçadão de Bangu diz respeito ao decreto nº 45331, de 7 de novembro de 2018. Neste ato do poder executivo, foi criada a feira de ambulantes do Calçadão de Bangu. O referido decreto também exclui o item I do anexo do Decreto nº 13810, de 5 de abril de 1995, e também o item I do anexo do artigo 1º do decreto 15052, de 19 de agosto de 1996. Ambos os itens excluídos pelo decreto baixado em 2018 proibiam a atuação do comércio ambulante nos logradouros em tela. Atualmente, de acordo com o marco legal elaborado pela prefeitura municipal do Rio de Janeiro, a feira de ambulantes de Bangu limitada ao trecho do Calçadão de Bangu pode ter, no máximo (180) cento e oitenta ambulantes operando de maneira fixa no local. Nas imagens 3, 4, 5, 6 e 7 vemos a feira de ambulantes de Bangu.

artistas plásticos, dos ambulantes de ponta de feira e das feiras de ambulantes, dentre outros. Chama-se atenção para o fato de que parcela significativa das atividades específicas das atividades citadas encontra-se presente no Calçadão de Bangu. Ademais, recorda-se o fato de que desde 2018 as atividades desenvolvidas pelos ambulantes no Calçadão de Bangu estão devidamente registradas como feira de ambulantes, desde que os mesmos estejam em acordo com o que versa a lei n 1876, de 29 de junho de 1992.

⁵² A XVII Região Administrativa é a região administrativa de Bangu. Além do referido bairro corresponde aos bairros de Deodoro, Vila Militar, Campo dos Afonsos, Sulacap, Magalhães Bastos, Realengo, Padre Miguel e Senador Camará. De acordo com a referida lei, o número máximo de ambulantes permitidos é de 800.

Figura 3 — Comércio ambulante no Calçadão de Bangu



Fonte: trabalho de campo realizado em 10/10/2023.

Figura 4 — Comércio ambulante no Calçadão de Bangu



Fonte: trabalho de campo realizado em 10/10/2023.

Figura 5 — Comércio ambulante no Calçadão de Bangu



Fonte: trabalho de campo realizado em 10/10/2023.

Figura 6 — Comércio ambulante no Calçadão de Bangu



Fonte: trabalho de campo realizado em 10/10/2023.

Figura 7 — Comércio ambulante no Calçadão de Bangu



Fonte: trabalho de campo realizado em 10/10/2023.

As representações^{53 54} 3, 4, 5, 6 e 7 mostram os ambulantes observados em trabalho de campo realizado em setembro de 2023. Nele, podemos observar a elevada concentração de trabalhadores informais, sobretudo em áreas próximas da linha férrea, que divide o Calçadão de Bangu. Ao todo, estima-se⁵⁵ um total de 208 camelôs na área analisada. O total supera o número autorizado pela prefeitura da cidade do Rio de Janeiro. Acrescenta-se o fato de que esta quantificação foi realizada a partir da observação visual do pesquisador, portanto, pode estar sujeito a imprecisões. Ademais, o interessante de se

⁵³ Optamos por produzir mais de uma representação do calçadão para facilitar a visualização por parte do leitor. Caso fosse usada apenas uma representação, teríamos uma perda de qualidade da informação com a diminuição da escala cartográfica utilizada.

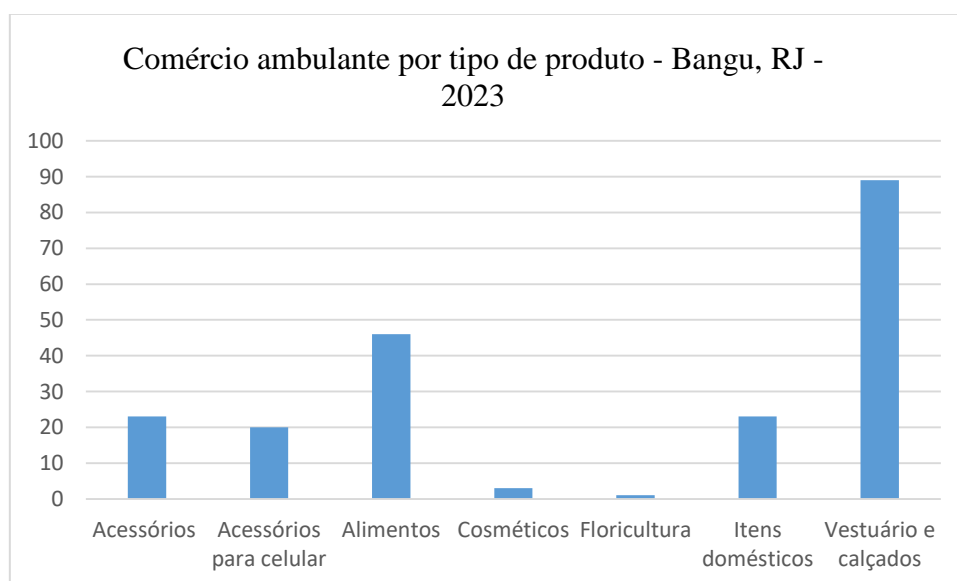
⁵⁴ O setor um corresponde ao comércio ambulante instalados na Avenida Cônego de Vasconcelos, no trecho entre as Ruas Francisco Real e Professor Clemente Ferreira. O setor 2 corresponde ao comércio ambulante instalado entre a Rua Professor Clemente Ferreira e a Avenida Santa Cruz. O setor três corresponde ao trecho do calçadão localizado na Avenida Ministro Ary Franco entre a Avenida Coronel Tamarindo e Rua Sul América.

⁵⁵ Esse número não deve ser tratado como absoluto, uma vez que o comércio ambulante possui uma grande efemeridade. O número de ambulantes instalados pode variar conforme dia e horário, bem como estar sujeito a ações de fiscalização por parte do Estado.

analisar a feira ambulante de Bangu está nos produtos comercializados, na forma como as atividades comerciais se desenvolvem, nas práticas espaciais que se constituem a partir dessa concentração dos trabalhadores informais e novos cenários que estes criam e nas transformações socioespaciais das quais os ambulantes são o agente central. Em suma, a maneira como a presença dos ambulantes transforma aquela área no período em que atuam como elemento marcante daquela área.

No gráfico 4, há uma divisão dos camelôs de acordo com os produtos colocados em destaque. Não foi elaborada uma divisão entre prestadores de serviços e comerciantes em virtude da dificuldade de operacionalização que esta divisão iria proporcionar. Em idas a campo, por exemplo, observou-se frequentemente tanto a comercialização de produtos como a prestação de serviços por um mesmo ambulante. Portanto, as atividades foram agrupadas em alimentos quando eram comercializados alimentos para consumo imediato ou não, como sanduíches e frutas, por exemplo. Acessórios de celular, como películas de tela e capas protetora, itens domésticos como panos de prato, louça, processadores manuais, dentre outros. No item vestuário e calçados estão incluídas todas as categorias de vestuário e calçados. Cosméticos correspondem a produtos voltados para beleza. Por fim, os itens acessórios englobam elementos como bolsas, cintos, pulseiras, e bijuterias, por exemplo. Floricultura é a venda *in natura* de flores.

Gráfico 4 — Tipos de comércio ambulante presentes no calçadão de Bangu, 2023



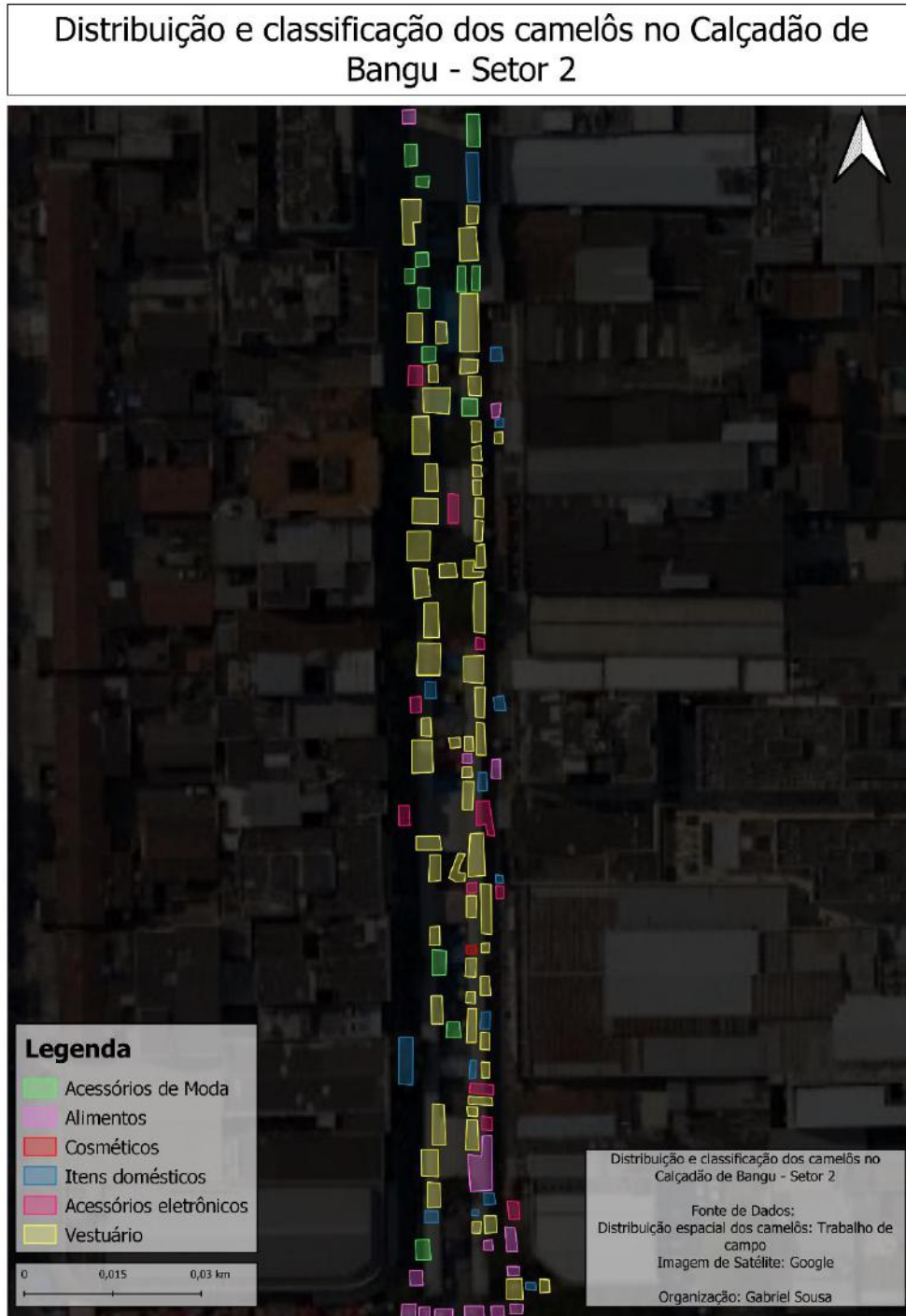
Fonte: trabalho de campo realizado em 01/09/2023.

Mapa 7 — Distribuição e classificação dos camelôs no Calçadão de Bangu, setor 1 – RJ, 2023



Organizado pelo autor.
Produzido por Lins, G. T.

Mapa 8 — Distribuição e classificação dos camelôs no Calçadão de Bangu, setor 2 – RJ, 2023



Organizado pelo autor.
Produzido por Lins, G. T.

Mapa 9 — Distribuição e classificação dos camelôs no Calçadão de Bangu, setor 3 – RJ, 2023



Organizado pelo autor.
Produzido por Lins, G. T.

Para além da elevada concentração de ambulantes nas proximidades da linha férrea, as representações 6, 7 e 8 o gráfico 4 e as imagens 3, 4, 5, 6 e 7 revelam uma importante mudança no padrão de distribuição dos camelôs. Na Avenida Conego Vasconcelos, localizada paralelamente ao Bangu Shopping, vemos maior concentração

de ambulantes comercialização produtos e/ou prestam serviços incluídos nas categorias de vestuário e calçados ou acessórios de celular. Já na Avenida Ministro Ary Franco, onde está localizado o supermercado Guanabara, predomina o comércio ambulante de alimentos. Tal fato, remete-nos as práticas espaciais, especificamente a coesão espacial. Corrêa(1995, p. 56) define e entende este processo “como aquele movimento que leva as atividades a se localizarem juntas. É sinônimo de economias externas de aglomeração”. Ainda sobre o processo de coesão, o autor aponta que

(...) apesar de não manterem ligações entre si, como as lojas varejistas de mesma linha de produtos, formam um conjunto funcional que cria um monopólio espacial, atraindo consumidores que têm assim a possibilidade de escolher entre vários tipos, marcas e preços. As ruas especializadas em móveis, autopeças, lustre e confecções no atacado são exemplos típicos de coesão de firmas de uma mesma linha de produtos. (CORRÊA, 1995, p. 56-57).

A distribuição espacial dos ambulantes permite-nos afirmar que a prática da coesão espacial também se configura no Calçadão de Bangu, visto que há uma flagrante mudança no perfil de produtos comercializados/serviços ofertados em virtude não apenas do lado da linha férrea, mas sobretudo, em virtude da influência exercida por outras duas importantes formas espaciais que exercem grande centralidade: o supermercado Guanabara e o Bangu Shopping. Tal fato e afirmação encontram respaldo teórico em Santos (1979) que, ao debater a organização e funcionamento do circuito inferior da economia, atesta que este sofre grande influência e possui certa dependência, mas não subordinação, em relação ao circuito superior da economia.

Corrêa (2011,1989) ao chamar a atenção para os grupos sociais excluídos, destaca que a sua principal forma de atuação está na produção das favelas. Todavia, a atuação deste agente no calçadão de Bangu parece-nos um caso claro de produção do espaço urbano que merece destaque. A elevada concentração de atividades econômicas, o fato de terem conseguido alterações no marco legal municipal, criando mecanismos para o estabelecimento regular na área, além da diversidade de produtos comercializados chamam a atenção dos milhares de frequentadores que passam pela área diariamente. Para melhor compreensão do impacto dos ambulantes foram entrevistados um homem que atualmente trabalha com o comércio ambulante na área e um ex-ambulante que trabalhou na área.

Patrício, de 26 anos, trabalhou como ambulante no Calçadão de Bangu entre os anos de 2014 e 2015, isto é, em período anterior a criação da Feira de ambulantes de

Bangu. O entrevistado relatou que durante seu período no calçadão “Vendia tudo, mas o que eu trabalhei mais tempo vendendo foi capa de celular, fone de ouvido, acessórios de celular” e acrescentou que “É tudo por época, por exemplo, época de frio vendia meia e vendia a capinha na banca do lado. Época de dia das crianças vendia coisa voltada para a criança, tipo aquele *spinning*, tudo que tá febre do momento, muita gente botava pra vender”. Nesse sentido, torna-se pertinente apontar relacionar a fala do entrevistado com as teorias dos dois circuitos da economia urbana. Santos (1979) e Silveira (2004) tratam das mudanças dos produtos comercializados de acordo com os rumos do mercado, não por estratégia de *marketing*, mas pela necessidade em manter um padrão mínimo de vendas que garante o sustento dos trabalhadores.

Patrício também forneceu importantes contribuições sobre a organização dos ambulantes no Calçadão de Bangu, segundo ele “Aqui, no Calçadão de Bangu, na época que eu trabalhei lá, era local definido. Era organizado o ponto⁵⁶, por exemplo, eram tantos metros ali dividido para cada pessoa. Ponto fixo. Aí, cada pessoa tinha o ponto.”. Ademais, o entrevistado também relata como era a relação com o poder público. Quando questionado se conflitos com o poder público eram frequentes, o entrevistado respondeu

Não muito. Na época que eu trabalhei, não muito. Mas tinha, tinha sim. Às vezes. Varia muito da situação. Por exemplo, muitos camelôs ali, eles abusam do setor. Vai na frente da loja e bota banca. Creio que as próprias lojas denunciam e eles vem e batem tudo, dão um choque de ordem lá. Mas geralmente eles chegavam avisavam primeiro, tipo assim, sinalizavam que eles estavam chegando. Aí o pessoal desmontava e ia embora, quem não tem licença. Poucas pessoas tinham licença, entendeu? Aí desmontavam e iam embora. Mas geralmente, assim, de vez em quando, eles vinham com o choque de ordem mesmo, desmontando tudo e levando mercadoria. Era mais a civil, quando ia atrás do pessoal com pirataria e DVD e a Guarda Municipal quando era pra pegar local irregular ou mercadoria irregular.

A fala do entrevistado está de acordo com o que Montenegro (2016, p. 370) aponta sobre a pirataria urbana (Grifos do autor)

⁵⁶ Na mesma entrevista, Patrício complementou sua informação sobre a organização: “cara, eu não sei a fundo porque o ponto não era meu. Mas a pessoa que tipo, alguém, tipo assim, não sei se era legal ou ilegal, provavelmente era ilegal. Era responsável pelo calçadão. Você pagava tanto por mês pelo seu ponto e o ponto era fixo seu ali naquele setor, naquele pedaço do calçadão”. Em conversas informais realizadas em trabalhos de campo, descobriu-se a existência de um sistema de pagamento ao agente público para determinar esta referida organização, bem como antecipar operações das polícias civil e militar ou da guarda municipal que visasse averiguar qualquer tipo de irregularidade praticada por ambulantes na área.

O fenômeno da pirataria em suas formas populares compreende, a sua forma, uma das manifestações resultantes da apropriação e reinvenção das tecnologias modernas entre os agentes da economia popular (...). Em suas formas mais banais a pirataria pode ser entendida como uma das expressões atuais da ‘flexibilidade tropical’ (SANTOS, 1994), derivada da revalorização da tecnosfera presente hoje e nas cidades e do feito de que ‘as técnicas contemporâneas são mais fáceis de inventar, imitar ou reproduzir que os modos de fazer que a antecederam’ (SANTOS, 2000, p.165).

Outra importante contribuição deixada pelo entrevistado diz respeito as formas de pagamento aceitas pelos ambulantes instalados em Bangu. De acordo com Patrício “Não existia pix na época que eu trabalhava, então era dinheiro e cartão”. Essa frase evidencia as transformações atravessadas pelo circuito inferior da economia ao longo das décadas. Nesse sentido, destacamos as contribuições dadas por Silveira (2008, 2009) onde a autora debate a influência da financeirização da economia sobre o circuito inferior, destacando que a expansão do crédito se expressa também em novas práticas de comercialização e consumo no referido circuito. Montenegro (2016) também destaca que a ampliação das ofertas de crédito e da diversificação de formas de pagamento permitem que classes de baixa renda acessem o circuito superior, contudo, como a própria autora destaca essas formas de pagamento também são rapidamente incorporadas ao circuito inferior da economia urbana.

A segunda entrevista foi realizada com Mario Alberto, de 48 anos, trabalha como ambulante do Calçadão de Bangu há 6 anos – também tendo iniciado sua atividade em período anterior a criação da Feira Ambulante de Bangu. De acordo com o ambulante, ele trabalha vendendo “acessórios para celular” como películas protetoras e capas. Quando questionado sobre a razão de estar atuando como comerciante ambulante em Bangu o entrevistado respondeu que tal fato ocorreu “por falta de oportunidade”. A resposta foi breve e objetiva, porém salta aos olhos que compreende toda a discussão teórica acerca do circuito inferior da economia urbana, desde sua gênese, quando a teoria foi formulada por Milton Santos, em 1979. O referido autor, ao discutir as origens e os processos formativos dos dois circuitos da economia urbana aponta que o desenvolvimento tecnológico experimentado ao longo do século passado ampliou a desigualdade não apenas entre os mais ricos, mas também criou seguimentos de classe média dentro da própria classe operária. Nesse sentido, de acordo com Santos (1979), o modelo de urbanização que acontece nos países subdesenvolvidos, especialmente nas periferias das grandes metrópoles, como é o caso do Rio de Janeiro, está relacionado a uma ampliação do setor terciário, especificamente voltado para abastecer as classes de

menor poder aquisitivo, bem como suprir a necessidade de ganhos financeiros daqueles trabalhadores que não encontram um emprego formalizado.

Outra importante contribuição trazida por Mario Alberto está relacionada as formas de comercialização e obtenção do produto. Os produtos comercializados pelo ambulante em seu “ponto” no Calçadão de Bangu são buscados diariamente. Também destacou que aceita diferentes formas de pagamento, desde as tradicionais, como o papel moeda, até formas modernas de transação, como cartões de débito e crédito, além do próprio pagamento via Pix. Destacam-se nesses fatos, em primeiro lugar, o reforço a descrição de Santos (1979) sobre os processos organizacionais do circuito inferior, apontando a pequena escala de abrangência, a ausência de estoque definido e a necessidade diária de compra da mercadoria que será comercializada. O segundo citado, a respeito das formas de pagamento aceitas pelo comerciante, destacamos que estas encontram-se já analisadas de maneira teórica, conforme exposto por Silveira (2004, 2007) e Montenegro (2016) onde as autoras demonstram o impacto da financeirização da economia no funcionamento e organização do circuito inferior da economia urbana. Também acrescentam que a inserção do microcrédito, como cartões de crédito, se por um lado facilitam o consumo, por outro provocam um empobrecimento da população, bem como agrava o quando de dependência em relação as instituições financeiras⁵⁷.

A relação do comércio ambulante de Bangu com os frequentadores do calçadão também se apresenta de maneira contraditória e ambígua. Tal relação fica evidente nas respostas dos frequentadores acerca das práticas de consumo realizadas no calçadão, quando questionados sobre onde mais realizam suas compras e quais seriam as razões para desmotivações em ir ao calçadão. Em primeiro lugar, destacamos as respostas acerca das motivações para frequentar o calçadão:

Então quando eu vou comprar algo eu já sei mais ou menos aonde eu vou comprar, aí eu acabo dando uma volta ali do lado de fora, na loja específica que eu quero e até mesmo no camelô – porque até o camelô a gente geralmente sim (*sic*). Mas geralmente quando eu compro, eu compro no lugar específico. Se é uma coisa que eu sei que vou comprar no shopping eu já vou direto lá no shopping, compro lá. Se é uma coisa que eu sei que eu vou comprar numa loja ali fora, eu já vou direto na loja ali fora, ou até mesmo no camelô. (Rosane, 47

⁵⁷ De acordo os dados disponibilizados pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) atualmente, o Brasil conta com um total de 79% de famílias endividadas no país. Nesse contexto, dívidas no cartão de crédito respondem por 85,3% do total de dívidas. Fonte < <https://g1.globo.com/economia/noticia/2022/09/08/cartao-de-credito-segue-como-tipo-de-divida-mais-comum-entre-brasileiros-veja-dicas-para-usa-lo-sem-cair-na-inadimplencia.ghtml>>. Acesso em 10/09/2023.

anos, técnica em radiologia, moradora do bairro de Bangu e frequentadora do Calçadão de Bangu).

Calçadão. Geralmente, eu não gosto de comprar muito nos camelôs, mas as vezes compro. A única loja que eu vou é a Citycol porque eu gosto da malha das roupas da loja. (Tatiana, 64 anos, professora particular, moradora e frequentadora do Calçadão de Bangu)

Quando questionados sobre eventuais desmotivações para ir ao calçadão de Bangu, a questão envolvendo a organização dos camelos, bem como o trabalho de fiscalização que é realizado por agentes públicos aparece em maior debate. Destacamos as seguintes respostas

Falta um pouquinho de organização. Não, assim, eu vejo muito a questão do comércio mesmo, dos camelôs mas eu vejo que não tem muita organização de espaço entre eles e o público que anda por lá, eu acho que fica um pouco difícil até a locomoção, mas assim, a parte principal mesmo, que é o começo do calçadão, que é mais assim. Lá pro final, próximo da área Santa Cecília já é mais vazio, então não tem tanto esse problema, mas no começo do calçadão é muito cheio e tem dificuldade de locomoção. (Bruno, designer, 28 anos, morador do bairro e frequentador do calçadão de Bangu).

Sim. Faltar, sempre falta. Falta segurança. Muitos assaltos e furtos a mulheres e adolescentes. A organização. Se tornou um centro comercial ao ar livre. Poderia estar mais limpo, mais organizado, fora que alguns camelôs não são cadastrados legalmente. Eles sabem disso. (Ângelo, 58 anos, motorista de aplicativo, morador do bairro e frequentador do Calçadão de Bangu).

O que me desmotiva a ir no calçadão? Ah... deixa eu ver. Eu acho que a palavra não é nem 'desmotiva' não, eu acho que... o que talvez desmotivaria é o tumulto. Muita gente, aquela confusão, falta de organização dos lojistas. Porque é diferente – eu trabalhei muito tempo na Zona Sul. Então é diferente você andar ali no comércio da Zona Sul, ali no Leblon, na Ataulfo de Paiva onde tá a maior parte do comércio ali do Leblon. E você andar aqui no comércio de Bangu, a loucura. (risos) Sair de lá com dor de cabeça. É muita gritaria, confusão, passa carro, passa isso, passa aquilo. Acho que isso seria o único ponto que me desmotivaria. O resto... não me incomoda não. (Rosane, 47 anos, técnica em radiologia, moradora do bairro de Bangu e frequentadora do Calçadão de Bangu).

Aquelas barracas que ficam lá no meio do calçadão e os ambulantes que, do nada, começam a brigar entre si por causa de mercadoria. Tem que ver essa organização porque é muita bagunça às vezes não tem nem como passar. O calçadão, que deveria ser pra gente passar, a gente tem que passar pelo lado da rua onde que vêm aquelas motos ridículas que vêm a toda e às vezes passa por cima da gente, as vezes eu venho com aquelas bolsas pesadas e tenho que tomar cuidado com elas. (Tatiana, 64 anos, professora particular, moradora e frequentadora do Calçadão de Bangu).

Estes relatos são alguns exemplos do material produzido ao longo do tempo de desenvolvimento da presente pesquisa e atestam que, se por um lado, os frequentadores

compreendem a necessidade do trabalho ambulante, bem como reconhecem sua importância para o bairro e também para eles, frequentadores-consumidores, por outro lado também destacam que a Feira Ambulante de Bangu acarreta em situações negativas, como a sensação de insegurança destacada por Ângelo e a ausência de uma melhor organização do espaço, presente na fala de todos os entrevistados. Nota-se, portanto, que a elevada densidade de ambulantes instalados nas Avenidas Ministro Ary Franco e Cônego, como pode ser aferido no mapa 8 criou novas possibilidades de consumo e também conflitos com os demais agentes sociais que tem presença observada na área. Dessa forma, apontamos, em discordância com Corrêa (1989) que no atual contexto os grupos sociais excluídos encontram novas formas de produção do espaço urbano, como é o caso da Feira Ambulante de Bangu. A partir da atuação dos ambulantes, amplificam-se as relações de consumo bem como ocorre o surgimento de novas demandas por parte daqueles que frequentam, em diferentes escalas de tempo, o calçadão de Bangu.

3.2 O Bangu Shopping

Na presente pesquisa, baseamos a compreensão de *shopping center* a partir das conceituações fornecidas em trabalhos anteriores, dentre as quais destacamos Pintaudi (1992, p. 16, grifo da autora) que define o *shopping center* como:

Shopping center significa um empreendimento imobiliário de iniciativa privada que reúne, em um ou mais edifícios contíguos, lojas alugadas para comércio varejista ou serviços. Distinguem-se uma das outras não somente pelo tipo de mercadoria que vendem (o *tenant mix* planejado pela empresa prevê a presença de várias lojas do mesmo ramo para permitir a compra por comparação), como também por sua natureza distintas (lojas-âncoras e lojas de comércio especializado e serviços – que pode ou não pertencer a redes). A estrutura e o funcionamento do empreendimento são controlados por um setor administrativo, necessário para o funcionamento eficaz do SC⁵⁸, o que significa dizer que é o setor cuja responsabilidade é zela pela reprodução do capital da empresa. Além disso, está a presença de um parque de estacionamento cujo tamanho depende do porte do empreendimento e da sua localização. Historicamente, esse fenômeno é característico (ainda que não necessário) das sociedades capitalistas monopolistas (...).

Capel (2003), ao dissertar sobre as questões que as regiões metropolitanas enfrentam no mundo globalizado, aponta, dentre outras assertivas, propensão ao crescimento da urbanização e constituição de uma cidade difusa; novas lógicas do

⁵⁸ Sigla para *Shopping Center*.

mercado de trabalho e seu impacto na mobilidade e organização urbana; o policentrismo; etc. Nesse sentido, chamamos atenção para a discussão sobre o policentrismo. O autor, ao tratar das transformações do meio físico nas áreas metropolitanas, aponta que, o espraiamento da metrópole e o crescimento demográfico tornam-se impeditivos para o deslocamento até o centro da cidade por meio de automóvel, em virtude do congestionamento e mesmo da distância geométrica. O mesmo acrescenta ainda, que há uma disposição cada vez maior para que atividades terciárias, escritórios e serviços de lazer se localizem nos subúrbios. Dessa forma, para Capel (2003, p.221), esse fenômeno culminou no processo de formação de subcentralidades periféricas, configurando áreas metropolitanas de caráter policêntrico, contudo, sem questionar a hierarquia urbana existente entre as diferentes centralidades componentes dos tecidos urbanos.

ante todo, se han diseminado equipamientos comerciales, superficies comerciales, hipermercados, shopping centers, malls, etc., destinados a servir a una periferia poco equipada y que se hace accesible con las redes de autopistas. Aunque a veces puede uno dudar sobre su rentabilidad, siempre sirven para convertir el suelo rústico en urbano y permiten, con futuras requalificaciones, la continuación del negocio inmobiliario con sus arquitecturas similares en todo el mundo [...] crean un contexto que no está vinculado al lugar concreto en que se levantan y que, en cambio, refleja claramente el proceso de globalización, tanto en lo que se refiere a la arquitectura, la organización del espacio y los hábitos de consumo, como en la vinculación a redes multinacionales de comercialización. Se trata de espacios solo aparente públicos, ya que el acceso puede ser prohibido, y que poseen una clara jerarquización social, desde los situados em áreas de alto nivel de rentas a los que se dirigen a clases medias y incluso populares (...)(CAPEL, 2003, p. 221) [grifos do autor]⁵⁹.

Bartolly (2007, p.37) destaca que para que um empreendimento ser considerado um *shopping center*, é preciso conter alguns elementos centrais, tais como uma administração centralizada, corredores comerciais cobertos e grande quantidade de lojas do mesmo ramo. Ademais, a área onde o empreendimento é construído deve passar por uma minuciosa avaliação de viabilidade. Nas palavras do autor,

⁵⁹ Acima de tudo, tem se disseminado equipamentos comerciais, superfícies comerciais, hipermercados, shopping centers, malls, etc., destinados a servir uma periferia pouco equipada, a qual torna-se acessível com as redes de autoestradas. Ainda que, as vezes, possam duvidar de sua rentabilidade, sempre servem para converter o solo rural em urbano e permitem, com futuras requalificações, a continuação do negócio imobiliário. Com suas arquiteturas similares em todo o mundo [...] criam um contexto que não está vinculado ao local da sua implantação e que, em contrapartida, reflete claramente o processo de globalização, tanto no que se refere à arquitetura, a organização do espaço e dos hábitos de consumo, como, também, na vinculação a redes multinacionais de comercialização. Trata-se de espaços aparentemente públicos, uma vez que o acesso pode ser proibido, e que possuem uma clara hierarquia, desde aqueles situados em áreas de alto nível de renda, aos que se dirigem a classes médias e incluso populares (Tradução nossa).

De forma geral, o shopping poderia ser descrito como um empreendimento composto por uma alameda coberta com lojas de diferentes ramos em ambos os lados, as quais estariam subordinadas a uma administração centralizada pelos empreendedores. Antes mesmo da escolha do local da construção, os incorporadores promovem análises minuciosas sobre as condições locais, populacionais e econômicas da área, buscando garantias mínimas de sucesso para o empreendimento. Aspectos como a acessibilidade e o padrão econômico dos possíveis frequentadores, são determinantes para a escolha do conjunto de lojas e de atividades que farão parte do shopping (BARTOLLY, 2007, p.37).

Ao discutir as mudanças no perfil dos *shopping centers*, Bartolly (2007) aponta que eles mudaram suas apresentações e conteúdos, com intuito de transformar as pessoas em frequentadoras, tornando-as um consumidoras do/no espaço e, assim, gastando mais tempo dentro do estabelecimento. Em seus termos

O “novo” modelo de shopping center não se contentava com um espaço de passagem, de entrada e saída de compradores, a proposta visava criar um ambiente de “parada continuada”, ou seja, fazer com que o comprador passasse mais tempo no shopping, não só ampliando o número de lojas, como também inaugurando outros tipos de atrativos. Havia uma necessidade premente de multiplicar o tempo de permanência no shopping, transformar o comprador em frequentador, operação que por sua vez é fruto de uma equação que foi a chave para o sucesso incontestável dos shoppings: comprador + atrativos (lazer, eventos, serviços, segurança, conforto) = Frequentador. O que não se pode perder de vista, é que desavisadamente poderia se pensar que o shopping estaria se desviando de seu objetivo principal, a venda. Na verdade, o que ocorreu foi exatamente o oposto, houve uma enorme ampliação das vendas através de uma verdadeira publicização do shopping na cidade. Ir ao shopping tornaria-se algo normal, parte do dia-a-dia, um programa em que a compra é um dos afazeres do frequentador, mas não é a única que consome seu dinheiro e seu tempo nos centros de consumo (BARTOLLY, 2007, p. 21).

A publicização dos *shopping centers* apontada por Bartolly (2007), está associada tanto a um declínio do espaço público enquanto área de consumo e sociabilidade quanto às mudanças de estratégias e *marketing* destes empreendimentos. Os *shopping centers* também se tornam um polo capaz de atrair grupos que não necessariamente farão consumo em lojas, mas que passam horas no local, como é o caso dos adolescentes, grupo citado diretamente pelo autor. Outro fator apontado por Bartolly (2007) para explicar a expansão destes empreendimentos pelo tecido urbano das metrópoles é o crescimento da violência urbana, o espetáculo da miséria e a degradação estrutural dos espaços públicos. Ademais, lembra seus leitores que a partir das transformações no modelo de produção dos *shopping centers* experimentou nas últimas décadas, tais empreendimentos tornaram-se, via de regra, referências para o bairro onde estão instalados. Acrescenta, ainda, que eles modificam o trânsito, o volume da circulação de pessoas no entorno, o valor dos

imóveis próximos, o comércio tradicional de rua e a própria imagem da área urbana em que se insere.

Todavia, não se pode ignorar que, ainda que movimentos locais se façam presentes, como a necessidade de se atender um dos maiores mercados consumidores do Rio de Janeiro⁶⁰, as mudanças observadas no bairro de Bangu estão associadas a transformações em diferentes escalas geográficas, que perpassam a escala da cidade do Rio de Janeiro, a do Brasil e mesmo a do mundo. A reestruturação do modo de produção capitalista conforme analisada por Soja (1989) e Harvey (1993) que discutem amplamente as mudanças produtivas e seus impactos em diversas escalas de análise, incluindo a das cidades. Em Bangu, a transição da fábrica para o *shopping center* evidencia essa mudança no espaço urbano. Faz-se mister salientar ainda que esse fenômeno não é recente e já possui ampla bibliografia publicada, tal como o artigo de Pacheco (2007), que trata do processo de reestruturação urbana na cidade do Rio de Janeiro ocorrida nas últimas décadas e também o fenômeno estudado no bairro, muito bem analisado por Oliveira (2014, 2019).

A chegada do *shopping center* redefine a organização do bairro, uma vez que traz um novo tipo de consumo para a localidade, onde, até então, predominava o comércio de ambulantes e o tradicional comércio de rua. A instalação do *shopping center* no local está inserida num contexto mais amplo onde tais equipamentos urbanos passam por um processo de incremento cada vez maior de unidades em grandes metrópoles brasileiras num primeiro momento e, posteriormente, em cidades médias (SILVA, 2017b). Silva (2017a) ao realizar uma síntese sobre as principais influências que os *shopping centers* podem ter sobre a estruturação das cidades nos ajuda a compreender melhor o papel destes empreendimentos no local. Essas influências seriam

- a. ampliam dramaticamente o preço da terra interna e externamente, de tal maneira que influenciam na atração de outros investidores imobiliários, os quais terminam por consolidar uma economia de aglomeração em seus arredores;
- b. passam a competir com outras áreas – inclusive o centro principal – pela concentração de lojas comerciais e de prestação de serviços, ampliando a difusão no tecido urbano e diminuindo a atratividade do centro principal, fortalecendo o processo de descentralização espacial; um dos mais marcantes exemplos se refere às salas de cinema que, na atualidade, se concentram

⁶⁰ De acordo com o Painel Regional: Rio de Janeiro e bairros, publicado pelo Observatório Sebrae/RJ, o bairro de Bangu conta com uma população total de 244.778 habitantes, figurando como segundo mais populoso da cidade do Rio de Janeiro. Disponível em <https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RJ/Anexos/Sebrae_INFREG_2014_CapitalRJ.pdf>. Acesso em 31/10/2023.

basicamente em shopping centers, restando reduzido número de cinemas de rua nas cidades brasileiras. Destaque-se que, em cidades médias, é ainda mais rara, ou mesmo inexistente, a localização de cinemas fora de shopping centers;

c. por serem predominantemente produzidos em áreas de expansão urbana, alteram os vetores dos investimentos e dos fluxos da mobilidade urbana, incluindo os transportes individuais e coletivos; reorientam os fluxos – urbanos e regionais – criando novas possibilidades espaciais para o consumo e maior adequação de estratos socioeconômicos, contribuindo decisivamente para aprofundar a complexidade da divisão territorial do trabalho urbano;

d. tornam-se polos geradores de viagens do transporte urbano e passam a ocupar frequentemente os fóruns oficiais de planejamento urbano, comparecendo, frequentemente, na elaboração de políticas públicas das prefeituras municipais ou como objeto de intervenções urbanísticas;

e. constituem importantes formas simbólicas caracterizadas, em determinado momento, como status de consumo, como marca da vida cotidiana fugidia dos espaços públicos, tornando-se as únicas áreas de consumo de parcela significativa da população urbana, de diferentes estratos sociais;

f. por concentrarem serviços de lazer, alimentação e entretenimento – muitas vezes em grande quantidade e os mais sofisticados da cidade, sobretudo nas médias –, atraem a frequência de pessoas durante o tempo fora do trabalho, tornam-se lugares de encontro e de celebração, como festas, aniversários etc., assumindo a função de espaços públicos, porém, com forte controle de acesso e regras rígidas de condutas estabelecidas pelas administrações. (SILVA, 2017a, p. 205,206).

Ademais, o *shopping center* passa, gradativamente, a se apresentar como importante local de lazer contando com cinema, teatro, parque de diversão e outras atrações esporádicas, como circos e *shows* localizados no estacionamento ou mesmo em praças de alimentação (BARTOLLY, 2007). Ao longo do tempo tais empreendimentos passam por mudanças tanto de ordem administrativa quanto mercadológica. Antes voltados para as classes médias e altas, no início de sua instalação e, atualmente, inserindo-se cada vez mais em locais caracterizados pela presença de extratos sociais com menor poder aquisitivo, ofertando possibilidades de um consumo mais diversificado, alterando também seu público alvo.

Pintaudi (1992, p. 28) aponta que os *shopping centers* “criam microambiente de felicidade, onde parece que não existirem problemas, o que, aliás, é uma das preocupações da administração do empreendimento e que tem garantido o afluxo de pessoas”. As alterações no público alvo, aliados a estratégias de *marketing* e propaganda propiciam a venda deste espaço como local agradável e divertido. Um local propício para encontros e consumo, essa estratégia se intensifica com a já citada incorporação de serviços que antes se localizavam em importantes ruas e avenidas como serviços públicos, bancos, teatros e cinemas. Isso é fundamental para aumentar a capacidade de atração do público para o *shopping center*, como mostra Freitas (1990, p. 67).

(...) um lugar alegre, bonito, colorido e equilibradamente bem montado. Uma área de lazer. Uma mini-cidade de sonhos: cinema, teatros, pistas de patinação, academias de ginástica, piscina e opções para o público infantil; enfim, muito humor. As áreas de lazer dos shopping centers desenvolvem um código humorístico de apelos publicitários de fácil projeção e identificação; apela-se ao estereótipo, aos cultos e aos mitos cômicos e utiliza-se o cotidiano como argumento (...) a pluralidade e a diversidade das atividades de lazer no shopping center são tão expressivas que por si só, poderiam constar como o leque principal de atrações.

Após a discussão entorno do conceito de *shopping center*, a importância do empreendimento para o tecido urbano, o impacto provocado por estes e sua relação com as novas formas de reprodução do capital no espaço urbano, analisaremos o Bangu Shopping e sua importância para a área de estudo. Cabe ressaltar, contudo, que Oliveira (2014) realizou importante descrição acerca do processo de transformação da antiga Fábrica Bangu no atual Bangu Shopping. Em virtude deste fato, faremos apenas uma breve introdução sobre aspectos importantes relacionados a história do empreendimento, bem como algumas, mas necessárias, atualizações acerca de aspectos administrativos e mercadológicos do *shopping center*.

A arquitetura do prédio é tombada pelo poder público do Rio de Janeiro⁶¹. A refuncionalização do espaço da fábrica e sua reconfiguração em espaço comercial foi realizada pela incorporadora e construtora João Fortes Engenharia, em parceria com a firma BSC Shopping Center S/A, sendo esta subsidiária da empresa Aliansce *Shopping Centers*^{62 63}. De acordo com Oliveira (2014), em 31 de março de 2004, a empresa BSC Shopping Center S/A assumiu a dívida existente entre a empresa Bangu Empreendimentos S.A. e o Banco do Brasil em razão da compra do terreno onde atualmente está instalado o Bangu Shopping. A autora também expõe que foram realizados volumosos investimentos financeiros por parte da empresa administradora de *shopping centers*. Os investimentos evidenciam uma relação já verificada por Silva (2017.a) e Villaça (2001), na qual os autores mostram que tais empreendimentos

⁶¹ De acordo com Oliveira (2014, p.111), parte dos prédios que pertenciam a Companhia de Progresso Industrial do Brasil – Fábrica Bangu foram tombados segundo determinação da Lei nº3086, de agosto de 2000, devido ao seu “valor arquitetônico, cultural e histórico”. (Fonte: <http://www.camara.rio/>).

⁶² Em 06/07/2019 a Aliansce Shopping Centers e a Sonae Sierra Brasil anunciaram um acordo de fusão resultando na empresa Aliansce Sonae Shopping Centers S/A, resultando na maior empresa de *shopping centers* do país. Fonte: <https://www.infomoney.com.br/mercados/aliansce-e-sonae-sierra-anunciam-fusao-e-criam-maior-empresa-de-shopping-centers-do-brasil/>. Acesso em 15/10/2023.

⁶³ Em 06/01/2023 a Aliansce Sonae Shopping Centers S/A concretizou sua fusão com a incorporadora e administradora de Shopping Centers, BrMalls, formando a Allos, que é a atual responsável pela administração do Bangu Shopping. Fonte: <https://valorinveste.globo.com/mercados/renda-variavel/empresas/noticia/2023/08/14/aliansce-sonae-e-br-malls-apresentam-allos-novo-nome-da-companhia-apos-fusao.ghtml>. Acesso em 15/10/2023.

comerciais são, na verdade, investimentos imobiliários, cujo o principal objetivo é lucrar a partir do aluguel de *boxes* de lojas, eventos de entretenimento e prestação de serviços.

Os processos atravessados desde a aquisição dos prédios da antiga fábrica de Bangu, sua refuncionalização de espaço fabril em espaço comercial, bem como o valor extraído a partir dos usos dados aquela área nos remetem ao que Bahiana (1978), Harvey (1973) e Corrêa (1989) teorizaram sobre os agentes produtores do espaço urbano. Objetivamente a Allos – à época Alliance – tornou-se proprietária fundiária e promotora imobiliária do empreendimento, a partir do momento em que adquiriu 100% das ações do Bangu Shopping, tornou-se sua proprietária e administradora. Ademais, ao acionar a João Fortes Engenharia para realizar as obras necessária no local, reafirma o que Bahiana (1978) teorizou: as indústrias de construção civil, assim chamados por Corrêa (1989) de promotores imobiliários, frequentemente atuam em parceria com as indústrias imobiliárias, que direcionam os usos da terra urbana.

Inaugurado em 2007, o Bangu Shopping consolida e amplia a centralidade comercial do bairro da zona oeste carioca. A chegada do moderno empreendimento incrementa a presença do setor terciário da economia no bairro, permitindo a instalação de uma gama ainda maior de redes e franquias. Todavia, as transformações provocadas pelo Bangu Shopping vão além. Bartolly (2007) em seu debate sobre o conceito de lugar e não-lugar, mostra como empreendimentos recentes, como é o caso do Bangu Shopping, buscam aproximar-se do seu frequentador, fazendo como este sinta-se pertencente a dinâmica do estabelecimento. Nesse sentido, a refuncionalização de um espaço anteriormente industrial em comercial e de importante valor simbólico⁶⁴ para o bairro foi essencial nesse processo de conquista e fidelização do consumidor. Assim, o Bangu Shopping insere-se no tecido urbano não apenas como mais um espaço de consumo, voltado para a comercialização de produtos, mas a própria manutenção da arquitetura da fábrica. A colocação de uma estátua em homenagem a Thomas Donhoe⁶⁵ propõe que o empreendimento se integre junto aos moradores do bairro, fortalecendo laços afetivos e criando novas possibilidades para a atração de frequentadores.

⁶⁴ A fábrica Bangu teve sua estrutura tombada pelo decreto municipal nº 138883, de 10/05/1995, com publicação no Diário Oficial do Município (DOM), em 11/05/1995.

⁶⁵ O operário escocês é frequentemente citado como um dos pioneiros do futebol no Brasil. Fonte: <<https://piaui.folha.uol.com.br/materia/o-pioneiro-de-bangu/>>. Acesso em 15/10/2023.

Figura 8 — Estátua em homenagem a Thomas Donohoe localizada no Bangu Shopping, 2021



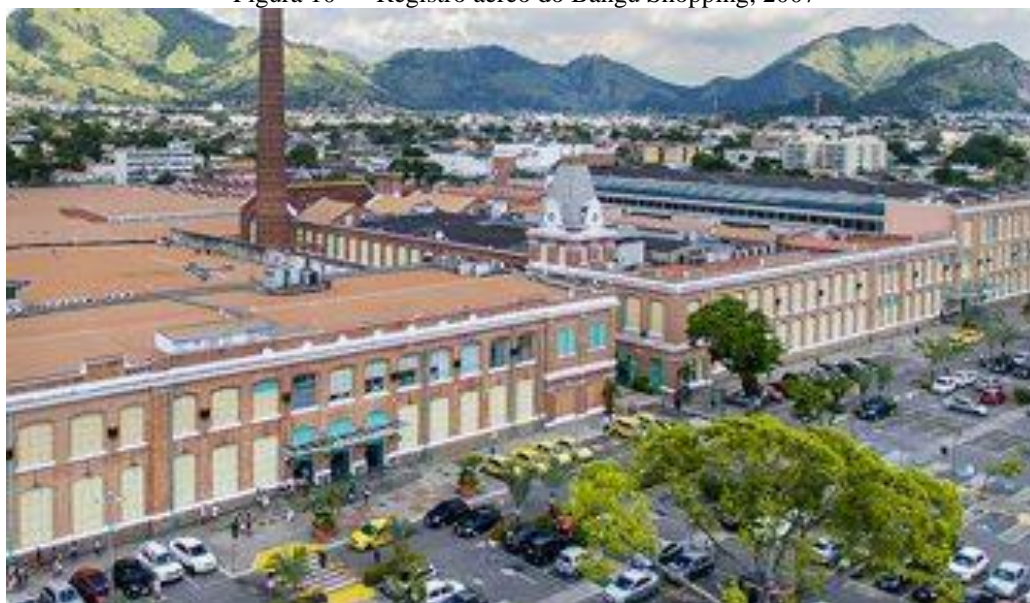
Fonte: Acervo do Grêmio Literário José Mauro de Vasconcelos. Acesso em 31/10/2023.

Figura 9 — fachada do Bangu Shopping, 2021.



Fonte: Fonte: Acervo do Grêmio Literário José Mauro de Vasconcelos. Acesso em 31/10/2023.

Figura 10 — Registro aéreo do Bangu Shopping, 2007



Fonte: Acervo do Grêmio Literário José Mauro de Vasconcelos. Acesso em 31/10/2023.

O Bangu Shopping conta com de uma área construída de setenta e três mil quatrocentos e vinte e cinco metros quadrados (73425 m²), o empreendimento conta com uma Área Bruta Locável (ABL) de cinquenta e sete mil novecentos e oitenta dois metros quadrados (57982m²) onde, de acordo com o site oficial, são encontradas duzentas (200)

lojas, sendo dez destas classificadas como Lojas Âncora⁶⁶ e cinco megalojas⁶⁷. O estabelecimento também conta com a presença de seis (6) salas de cinema, duas mil e quinhentas (2500) vagas de estacionamento e uma média de um milhão e oitocentos mil (1.800.000) consumidores no mês. Ainda de acordo com seu site oficial, o Bangu Shopping⁶⁸ está organizado em três pisos. Sua organização pode ser conferida nas imagens 11, 12 e 13. No primeiro deles, observamos a maior parte dos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços do *shopping center*, em área externa à construção principal, observa-se a presença de um estacionamento, da loja Leroy Merlin, da papelaria Kalunga e do Teatro Bangu. No segundo piso, observa-se a presença de uma segunda praça de alimentação e estabelecimentos voltados para a prestação de serviços, com destaque para o DETRAN e os serviços de saúde, como a Medsul e o Laboratório Sérgio Franco. No terceiro piso nota-se o Centro Universitário Augusto Motta (UNISUAM) campus Bangu. A seguir é possível conferir o mapeamento dos três pisos do *shopping center*⁶⁹. No gráfico 5 é possível observar a classificação atividades econômicas do Bangu Shopping. No gráfico 6 vê-se os modelos de organização identificados no interior do *shopping center*.

⁶⁶ De acordo com a ABRASCE (2017, p.) “O enquadramento de uma operação nessa categoria se deve à área locada (normalmente mais de 1.000 m, podendo variar de acordo com o perfil do empreendimento) e à relevância ou ao fluxo de pessoas que ela atrai para o Shopping Center. Podem ser operações varejistas dos seguintes segmentos: Moda, Supermercado/hipermercado, Artigos Esportivo/Praia, Construção e Decoração, Eletrodomésticos, Eletroeletrônicos, Magazines e/ou Utensílios para o Lar/Variedades, Material de Escritório/Papelaria/Informática, Brinquedos, Livrarias, Pet Centers, Serviços, outros”.

⁶⁷ De acordo com a ABRASCE (2017): “Podem ser consideradas lojas deste gênero aquelas especializadas em determinada linha de mercadoria, em grande escala, com ampla variedade de produtos, usando superfície de loja entre 250 e 499 m².” Podem ser operações varejistas dos seguintes seguimentos: Moda, Supermercado/hipermercado, Artigos Esportivo/Praia, Construção e Decoração, Eletrodomésticos, Eletroeletrônicos, Magazines e/ou Utensílios para o Lar/Variedades, Material de Escritório/Papelaria/Informática, Brinquedos, Livrarias, Pet Centers, Serviços, outros.

⁶⁸ Informações disponíveis em < <https://bangushopping.com/>>. Acesso em 01/09/2023.

⁶⁹ A planta dos três pisos do Bangu Shopping está disponível no site do empreendimento. Disponível em < <https://bangushopping.com/o-shopping/mapa-interno.htm>>. Acesso em 01/10/2023.

Figura 11 — Planta do primeiro piso do Bangu Shopping, 2023.



Fonte: <https://bangushopping.com/o-shopping/mapa-interno.htm>.
Acesso em: 01/10/2023.

Figura 12 — Planta do segundo piso do Bangu Shopping.



Fonte: <https://bangushopping.com/o-shopping/mapa-interno.htm>.
Acesso em: 01/10/2023.

Figura 13 — Planta do terceiro piso do Bangu Shopping, 2023.



Fonte: <https://bangushopping.com/o-shopping/mapa-interno.htm>.
Acesso em: 01/10/2023.

Gráfico 5 — Atividades econômicas do Bangu Shopping, 2023⁷⁰

Fonte: Mariz, H. – relatório de pesquisa, 2023; Lojas do Bangu Shopping;

⁷⁰ A partir da CNAE, elaborada pelo IBGE, Sousa (2018) elaborou uma classificação de atividades econômicas. A classificação criada pelo autor foi reajustada de acordo com as atividades identificadas no Bangu Shopping. Os itens estão organizados na seguinte disposição: Vestuário, calçados e artigos de viagem corresponde aos itens das classificações da CNAE “Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios” (Códigos da CNAE – 47.81-4) e “Comércio varejista de calçados e artigos de viagem” (Códigos da CNAE – 47.82-2); Serviços de alimentação que corresponde a atividade econômica “Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas” (Código da CNAE – 56,11-2); Eletrônicos, eletrodomésticos e móveis compreende os itens “Comércio varejista especializado de eletrodomésticos e equipamentos de áudio e vídeo” (Códigos da CNAE – G. 4753-9); Comércio varejista especializado de equipamentos de telefonia e comunicação (Códigos da CNAE – G. 4752-1); Comércio varejista especializado de móveis, colchoaria e artigos de iluminação (Códigos da CNAE – G. 4754-7); Comércio varejista especializado de tecidos e artigos de cama, mesa e banho (Códigos da CNAE – G. 4755-5); Serviços de saúde que refere-se a “Atividades de atenção ambulatorial executadas por médicos e odontólogos (Códigos da CNAE – Q. 8630-5); Atividades de profissionais da área de saúde, exceto médicos e odontólogos (Códigos da CNAE – Q. 8650-0); Atividades de serviços de complementação diagnóstica e terapêutica (Código da CNAE – Q. 8640-2); Bancos e serviços financeiros que atende pelas atividades econômicas de Sociedades de crédito, financiamento e investimento – financeiras (Código da CNAE – K. 6436-1); Administração de consórcios para aquisição de bens e direitos (Código da CNAE – K. 6493-0); Farmacêuticos e cosméticos trata do “Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal” (Código da CNAE – G. 4772-5); O item VII Óticas trata do “Comércio varejista de artigos de óptica” (Código da CNAE – G. 4774-1); Supermercados – corresponde ao “Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios – hipermercados e supermercados” (Código da CNAE – G. 4711-3); Loja de produtos alimentícios trata do “Comércio varejista de produtos de padaria, laticínio, doces, balas e semelhantes” (Código da CNAE – G. 4721-1); “Comércio varejista de bebidas” (Código da CNAE – G. 4723-7); Joalherias e relógios trata do “Comércio varejista de joias e relógios” (Código da CNAE – G. 4783-1); Serviços públicos diz respeito a “Regulação das atividades de saúde, educação, serviços culturais e outros serviços sociais” (Código da CNAE – O. 8412-4); Serviços estéticos corresponde a “Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza” (Código da CNAE – S. 9602-5); Serviços de entretenimento insere as categorias “Parques de diversão e parques temáticos” (Código da CNAE – R. 9321-2); “Atividades de exibição cinematográfica” (Código da CNAE – J. 5914-6)

Ao analisarmos o quantitativo de atividades econômicas presentes no Bangu Shopping, vemos uma pequena involução em relação ao total de atividades observada por Oliveira (2014). Naquele ano, a autora observou 212 estabelecimentos operando no Bangu Shopping. A presente pesquisa, por sua vez, identificou 204. Essa pequena redução no número de atividades em operação dentro do estabelecimento possivelmente está relacionada à crise econômica provocada pela pandemia da Covid-19, ocorrida entre março de 2020 e maio de 2023. A pandemia causou intensa redução da atividade econômica mundial. No Brasil, observamos uma contração no Produto Interno Bruto (PIB) na ordem de 3,3% em relação ao ano anterior⁷¹. O IBGE também chama atenção para a queda no setor de serviços, na ordem de 3,7%, e no consumo das famílias, registrando redução de 4,5%, todos em relação ao ano interior. Este cenário nos ajuda a entender essa redução no número de estabelecimentos. Outro fato que não pode ser ignorado na presente análise e também já mencionado na presente pesquisa é que o bairro de Bangu foi um dos mais atingidos pela pandemia, tanto proporcionalmente quanto em números absolutos (SOUSA, 2021).

O gráfico revela que 27% das lojas do Bangu Shopping trabalham com a comercialização de roupas, calçados, acessórios (bolsas, cintos e bonés, por exemplo), além de artigos de viagem, como malas e mochilas. Em segundo lugar, vemos os serviços

e “Gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas” (Código da CNAE – R. 9003-5); Serviços de educação engloba a “atividade Educação superior – graduação e pós-graduação” (Código da CNAE – P. 8533-3) e “Atividades de ensino não especificadas anteriormente”⁷⁰ (Código da CNAE – P. 8599-6); Loja de produtos veterinários engloba as atividades de “Comércio varejista de produtos farmacêuticos para uso humano e veterinário” (Código da CNAE – G. 4771-7); O item academia faz referência “atividades de condicionamento físico” (Código da CNAE – R. 9313-1); Papelarias e livrarias inclui “Comércio varejista de livros, jornais, revistas e papelaria” (Código da CNAE – G. 4761-0); o item Artigos esportivos faz referência a categoria “Comércio varejista de artigos recreativos e esportivos” (Código da CNAE – G. 4763-6); o item Outros tipos de comércio⁷⁰ corresponde as categorias “Comércio varejista de produtos alimentícios em geral ou especializado em produtos alimentícios não especificados anteriormente; produtos do fumo”⁷⁰ (Código da CNAE – G. 4729-6) e “Comércio varejista de ferragens, madeira e materiais de construção” (Código da CNAE – G. 4744-0), por fim, o item Outros serviços⁷⁰ trata das “atividades Reparação e manutenção de objetos e equipamentos pessoais e domésticos não especificados anteriormente”⁷⁰ (Código da CNAE – S. 9529-1), “Locação de automóveis sem condutor” (Código da CNAE – N. 7711-0) e “Atividades de serviços pessoais não especificadas anteriormente”⁷⁰ (Código da CNAE – S. 9609-2).

⁷¹ O PIB é a soma de todas as riquezas produzidas no país no intervalo de um ano. O levantamento é realizado pelo IBGE. Os valores citados na presente dissertação tiveram como fonte o próprio canal de comunicação do instituto disponível em [https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/35349-com-servicos-afetados-pela-pandemia-pib-de-2020-cai-3-3#:~:text=O%20Produto%20Interno%20Bruto%20\(PIB,fam%C3%ADlias%20caiu%204%2C5%25.>](https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/35349-com-servicos-afetados-pela-pandemia-pib-de-2020-cai-3-3#:~:text=O%20Produto%20Interno%20Bruto%20(PIB,fam%C3%ADlias%20caiu%204%2C5%25.>). Acesso em 01/11/2023.

de alimentação, 19%. Nesta categoria estão inclusos restaurantes com ou sem serviços⁷², redes e franquias de *fast-foods*⁷³ e cafeterias. Em terceiro lugar, respondendo por 12% das atividades instaladas no *shopping center*, vemos o grupo de “eletrodomésticos, eletroeletrônicos e móveis”, além dos itens diretamente citados, também estão agrupados acessórios para celular. Em menor proporção aparecem o comércio de produtos farmacêuticos e cosméticos com 5%, serviços de entretenimento com 4%, artigos esportivos, serviços de estéticos e serviços de saúde todos com 3%. Os itens óticas e comércio de produtos alimentícios aparecem com 2% cada. Os demais itens mostrados no gráfico respondem por 1% cada (ou menos) das atividades comerciais presentes no Bangu Shopping.

Assim, ainda que tenha apresentado leve redução em relação ao total de estabelecimentos comerciais instalados no *shopping center* tem-se que o Bangu Shopping continua a apresentar um *mix* comercial diversificado, não apresentando um setor com ampla preponderância em relação ao demais. Villaça (2001) já relatava que o *mix* comercial dos *shopping centers* está relacionado a diversas pesquisas sobre a viabilidades das atividades comerciais no espaço onde o empreendimento encontra-se instalado. O referido autor também destaca a capacidade de imposição de padrões de consumo e prestação de serviços por parte dos promotores do estabelecimento. Ainda de acordo com Villaça (2001) os *shopping centers* organizam-se a partir de “economias de aglomeração e na variedade de produtos que se complementam (em oposição e especialização). Isso, aliás, todos os tipos de empreendimento têm em comum com as áreas comerciais diversificadas tradicionais – os subcentros.” (VILLAÇA, 2001, p. 303).

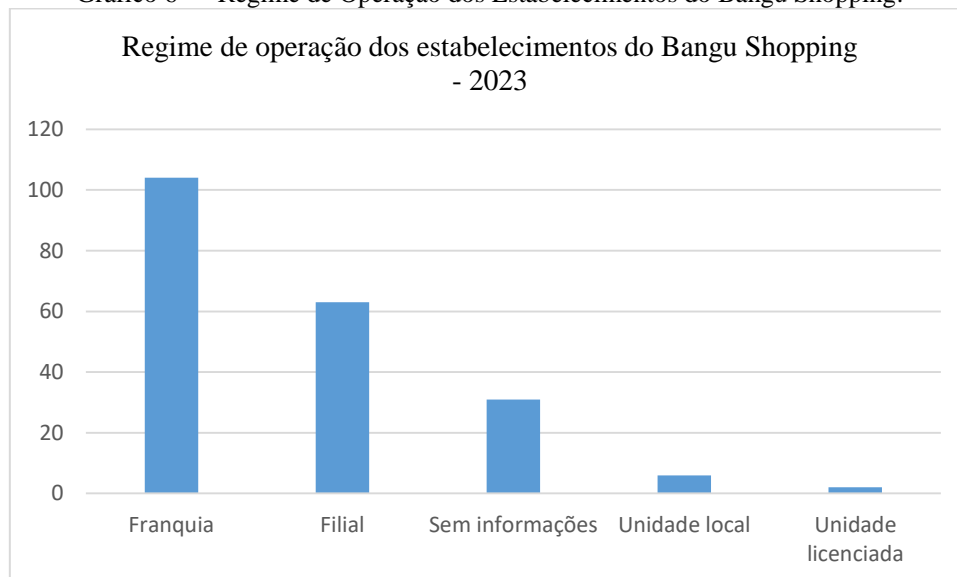
A distribuição espacial das atividades econômicas presentes no Bangu Shopping, bem como a presença de diversos tipos de comércio e prestação de serviços, atestam o que Bartolly (2007, p. 21) já havia destacado sobre a capacidade do *shopping center* em incorporar novas funções atualizar-se com o passar tempo. O autor destaca ainda que

⁷² De acordo com a ABRASCE (2009, p.13) restaurantes com ou sem serviços “são restaurantes com mesas dentro da sua área locada que oferecem serviços à la carte com garçom, toalha de mesa, além de louça e talheres não descartáveis. O pagamento é feito ao final da refeição.” Quanto aos restaurantes sem serviços “são restaurantes com mesas dentro de sua área locada, em que a escolha da refeição é feita no balcão, servida sobre uma bandeja com pratos, talheres e guardanapos descartáveis e com pagamento antecipado.

⁷³ Conforme a ABRASCE (2009, p.13) fast-food são operações típicas de lojas de pequeno porte, em que os consumidores se servem num balcão, de modo semelhante aos restaurantes sem serviços, porém “sentam-se em mesas de uso comum a todos os operadores da praça de alimentação. São normalmente especializados em um tipo de seguimento, como batatas, sanduíches naturais, doces e salgados, comida árabe, comida oriental, crepes, pizzas, etc”.

O shopping agregou inclusive outras áreas do setor terciário, que passaram a perceber que também poderiam ampliar seus negócios, participando da vida nos shoppings. Bancos, agências de viagens e instituições de ensino são só alguns dos vários exemplos que podem ser citados.

Gráfico 6 — Regime de Operação dos Estabelecimentos do Bangu Shopping.



Fonte: Mariz, H. Relatório de Pesquisa, 2023.

Ao observarmos os estabelecimentos comerciais instalados no interior do Bangu Shopping vemos a predominância de franquias e filiais de lojas. Em menor escala, também foram identificadas unidades locais e unidades licenciadas. Olhando especificamente o regime de franquias, vemos que ele responde por cerca de 51% dos estabelecimentos comerciais e prestadoras de serviços instalados no *shopping center*. Tal fato está em acordo com o exposto por Barata Salgueiro (1996, p. 121, grifo da autora)

(...) as lojas em *franchising* representam uma percentagem importante da oferta comercial e de restauração nos centros comerciais de maiores dimensões, mas aparecem também nas principais zonas comerciais das aglomerações, contribuindo decisivamente para a modernização do aparelho comercial de muitos centros urbanos.

A predominância de operação de franquias e filiais está diretamente relacionada ao fato de estabelecimentos como os *shopping centers* estarem associados ao que Santos (1979) definiu como circuito superior da economia urbana. Nestes estabelecimentos, observamos as mais modernas técnicas e tecnologias de pagamento, organização, comercialização e prestação de serviços. Silveira (2016, p. 15) ao analisar o Circuito Superior da economia urbana aponta que

Constituído de poderosos oligopólios ora associados al Estado, ora assumiendo algunos de sus papeles, el circuito superior aumenta su grado de organización y se distancia de las demás formas de trabajar en el período de la globalización. Paralelamente, se desarrolla una porción marginal en esa economía superior que crece y se vuelve más compleja, gracias al aumento de la división del trabajo y a las tareas que le son confiadas por el circuito superior puro.⁷⁴

Olhando especificamente para os regimes de franquia, vemos que os valores de investimento mínimo variam de acordo com o tipo de franquia. Ademais, também se observa elevado grau de diversificação quanto os ramos de atuação das franquias instaladas no Bangu Shopping. Na tabela 3 estão disponibilizadas as franquias presentes no estabelecimento bem como o valor mínimo de investimento para a operação.

Quadro 3 — Franquias instaladas no Bangu Shopping e o investimento mínimo de capital, 2023.

Franquias	Investimento mínimo de capital
Acium, Cacau Show, Colchões Ortobom, Elite Air Soft, Espaço Make, Esporte Fino, Fluminense FC, Gigante da Colina, Ice Cream Roll, Outback Steakhouse, Peahi, Polo Wear, Touti, Unhas Express, Vivenda do Camarão,	Até 100 mil reais.
Alphabeto, Amávia, Arranjos Express, Barbearia Dom Hélio, Casa da Empada, Cellaris, Cheirin Bão, Chilli Beans, Chocolates Brasil Cacau, Clube Melissa, Cosechas, Dream House, Enzo Toscani, Espaço Facial, Fini, First Class, Havainas, Hering, Hot n' Tender, Kekala Picolé, Kopenhagen, Lecadô, Le Pestiche, Lupo, Mapa da Mina, Microlins, Milon, Movida, Píticas XP, Puket, Sobancelhas O Boticário, Megamatte, Via Mia, Werner Coiffeur	100 a 300 mil reais
Bagaggio, Bodylaser, Bio Mundo, Chiquinho Sorvetes, Constance, Di Santinni, Gigante Nordeste, Mrs. Cat, Óticas Carol, Rei do Matte, Reserva, Sonho dos Pés, Subway, Usaflex, Taco, World Tennis	300 a 500 mil reais

⁷⁴ Constituído de poderosos oligopólios, ora associados ao Estado, ora assumindo alguns de seus papéis, o circuito superior aumenta seu grau de organização e se distancia das demais formas de trabalhar no período da globalização. Paralelamente, se desenvolve uma porção marginal nessa economia superior que cresce e torna-se mais complexa, graças ao aumento da divisão do trabalho e das tarefas que lhe são confiadas pelo circuito superior puro. (Tradução nossa).

Koni Store, Pandora, Parmê, Spoleto	500 a 750 mil reais
Bob's, Boteco do Manolo, Burger King, Espaço Laser, Giraffa's KFC, MC Donald's, Melissa Mini, Petz, Ri Happy, Smart Fit,	Acima de 750.000

Fonte: <https://www.portaldofranchising.com.br/>.

Organizado pelo autor.

Gráfico 7 — Franquias do Bangu Shopping de acordo com a atividade econômica desempenhada.



Fonte: Mariz, H. Relatório de Pesquisa, 2023.

Organizado pelo autor.

O gráfico 7 mostra que as franquias que atuam no comércio varejista de vestuário, calçados e artigos de viagem, com 32% do total de franquias, e serviços de alimentação com 29%, são as principais atividades atuando sobre o regime de franquias. Em menor escala, aparecem os serviços estéticos sendo responsável por 9% das franquias que atuam no Bangu Shopping. Óticas e o comércio varejista de produtos alimentícios respondem por 6%. Eletrodomésticos, eletroeletrônicos e móveis, assim como o comércio varejista de produtos farmacêuticos e cosméticos respondem por 5%. Joalherias e relógios correspondem a 4% das franquias do estabelecimento. Representando 2% cada das franquias, estão os artigos esportivos e outros serviços. Já os itens de academia, serviços de educação e produtos veterinários correspondem a 1% cada das franquias.

A escala de abrangência das franquias também é possível ser aferida e auxilia na compreensão acerca do funcionamento e da importância do Bangu Shopping enquanto valioso equipamento comercial do bairro de Bangu. No gráfico 7 vemos que das 104 franquias atuantes no Bangu shopping 65 delas possuem abrangência nacional, o que

representa um total de aproximadamente 63% das franquias instaladas no Bangu Shopping. Em segundo lugar, vemos que 22% das franquias do *shopping center* são internacionais, respondendo por um total de 23 franquias. Por fim, as franquias de abrangência local e regional correspondem a 7% e 4%, respectivamente, representando um percentual pouco relevante no contexto geral. Em 4% das franquias, não foi possível identificar a escala de abrangência.

Gráfico 8 — Abrangência de atuação das franquias instaladas no Bangu Shopping, 2023.



Fonte: Mariz, H. Relatório de Pesquisa, 2023.

Nas filiais instaladas no Bangu Shopping, vemos que este regime de operação responde por aproximadamente 31% das atividades comerciais instaladas shopping. A partir da análise empírica e da coleta de dados disponíveis estabelecimento, é possível atestar que as filiais destas lojas tem atuação em diferentes escalas espaciais desde local, passando pela regional e também filiais nacionais. A escala de abrangência pode ser conferida no gráfico 9.

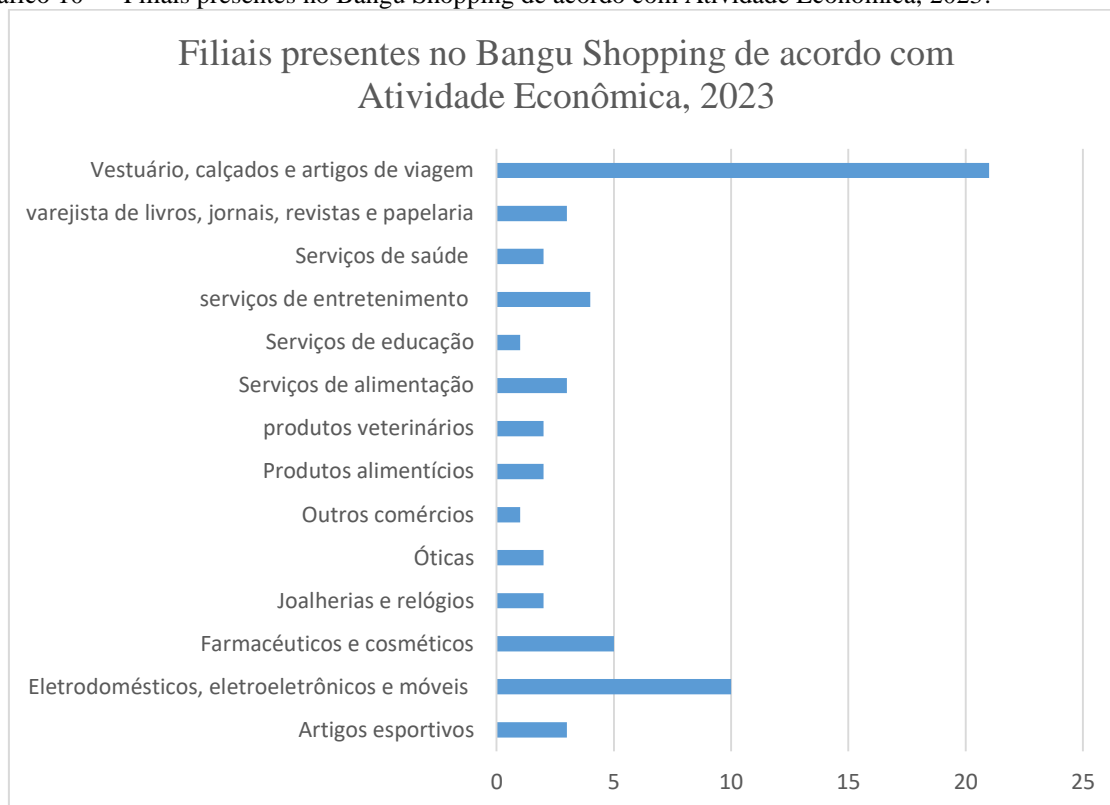
Gráfico 9 — Filiais de redes de lojas instaladas no Bangu shopping e escala de atuação, 2023.



FONTE: MARIZ, H. Relatório de pesquisa, 2023.

Ademais, seguindo o mesmo modelo de classificação das atividades econômicas, no gráfico 10 é possível observar uma predominância do comércio varejista de vestuário, calçados e artigos de viagem, com 21 estabelecimentos voltados para esse setor, o que representa um total de 33% das filiais do *shopping center*. Em segundo lugar, vemos o comércio de eletrodomésticos, eletroeletrônicos e móveis, com 10, respondendo por 16% das filiais presentes no Bangu Shopping. Já o setor de produtos farmacêuticos e cosméticos é responsável por um total de 5 estabelecimentos no *shopping center*, correspondendo a 9% das atividades instaladas no Bangu Shopping. Os demais setores, como visto no gráfico, representam parcela menor das filiais instaladas.

Gráfico 10 — Filiais presentes no Bangu Shopping de acordo com Atividade Econômica, 2023.



Fonte: Bangu Shopping.

Oliveira (2019, p. 256) aponta que o “Bangu Shopping revela-se como um exemplo, ou seja, mostra-se como um local de compra de produtos, de realização de serviços e, também, apresenta-se como um *lôcus* de lazer e entretenimento para Bangu e, também, para os bairros circunvizinhos.” A inauguração do *shopping center* incrementou o leque de importantes áreas comerciais de Bangu, que cresce constantemente. No cenário atual, Bangu encontra-se como um dos principais subcentros da cidade. Por fim acrescenta-se a contribuição de Oliveira (2019, p. 289) acerca da centralidade de Bangu

Atualmente, o centro de atividades de Bangu (comércio varejista de rua e Bangu Shopping) revela-se diverso quanto à oferta de produtos e serviços, atingindo todas as classes sociais. Portanto, o desenvolvimento de comércio e serviços modernos em Bangu ocorreu independentemente da renda dos moradores do bairro, pois o consumo frequente de indivíduos com melhores rendimentos que residem e consomem em Bangu, somado ao contingente populacional com escassos rendimentos que residem e consomem em Bangu, mesmo que esporadicamente no comércio moderno, viabilizam a implementação e permanência de comércio e serviços modernos no centro de atividades de Bangu.

A existência destes estabelecimentos revela a presença do circuito superior da economia urbana, conforme proposto por Santos (1979) e que já havia sido atestado por Oliveira (2019, 2014). A expansão de crédito e microcrédito ofertada por bancos, operadoras de cartões de crédito e empresas ampliou o acesso ao consumo do circuito superior da economia urbana. Esse crescimento permitiu que o circuito superior alcançasse nichos de mercado que anteriormente, predominava o circuito inferior da economia. Sobre isso Silveira (2009, p. 68) aponta que

A capilaridade da técnica, da informação e das finanças permite uma expansão social e territorial dos mercados do circuito superior jamais vista, que contribui para evitar tanto a superprodução quanto à capacidade ociosa da indústria, ou ainda o excesso de estoques no comércio, incluindo o problema da obsolescência de certas mercadorias. Mesmo quando algumas firmas se desinteressam por certas parcelas da cidade ou do território, dir-se-ia que o circuito superior não despreza nenhum mercado, ainda mais quando nele pode introduzir sofisticados instrumentos financeiros. A venda de bens de consumo banal, como roupas, materiais de construção, móveis e eletrodomésticos a crédito, mas também de seguros pessoais, residenciais e odontológicos, assim como a concessão de empréstimo pessoal, se orientam a satisfazer – e a criar – uma demanda das classes sociais que antes se vinculava, pela produção ou pelo consumo, ao circuito inferior (...) tal mercado pode ser caracterizado como uma constelação de indivíduos e famílias de baixa renda que buscam satisfazer necessidades consuntivas e produtivas, em centralidades de alta densidade e que, gralhas ao seu importante número tornam-se um volume total significativo.

A gama de ofertas do setor terciário instalada no Bangu Shopping influência também nos hábitos de consumo dos frequentadores entrevistados na presente pesquisa. Quando questionados se “Quando quer comprar algo, você prefere o calçadão ou o *shopping center*?” e “Quando vai ao *shopping center*, em geral, qual a finalidade?” parte dos entrevistados citou o *mix* de lojas do *shopping center*, como o Felipe

Depende. Normalmente o calçadão. Eu vou mais ao calçadão. O shopping é mais em condições específicas, tipo, a roupa que eu quero encontrar é numa loja que só tem no shopping. Mas num geral, eu tenho mais acesso, eu frequento mais o calçadão (Felipe, estudante de economia)

Para a segunda pergunta, o entrevistado respondeu

Cinema, muitas vezes. Tem os shows que é algo mais específico dali. Eventualmente, algumas lojas que não têm no calçadão, alguma coisa mais específica. Vestuário é mais dividido com alimentação. Ah, tem a praça de alimentação pra alimentação. (Felipe, 25 anos, estudante de economia).

A frequentadora Rosane, de 47 anos, faz destaque semelhante ao comentar sobre as finalidades que a motivam para ir ao *shopping center*. De acordo com a frequentadora, sua presença no Bangu Shopping, “geralmente quando eu compro, eu compro no lugar específico. Se é uma coisa que eu sei que vou comprar no shopping eu já vou direto lá no shopping, compro lá.”. Ou seja, a grande oferta comercial presente no interior do Bangu Shopping apresenta-se como um importante elemento de atração para o local. Lívia, de 25 anos, que trabalhou no Bangu Shopping entre agosto de 2021 e maio de 2022, destacou a importância do comércio instalado no local

Compras. Não é nem a praça de alimentação porque eu acredito que dependendo da situação e do que a pessoa for lá fazer, se ela só pretende fazer uma compra, com o tempo ela acaba indo pra praça de alimentação. Agora, quando ela vai focada em alguma coisa, tipo “ah, eu preciso de um look pra ir em uma festa” ela somente vai pra isso. A não ser que ela passe muito tempo no shopping (Lívia, ex-funcionária de uma filial que opera dentro do Bangu Shopping).

Júlia, que trabalhou em uma filial que funciona dentro do Bangu Shopping entre dezembro de 2019 e dezembro de 2021, por sua vez, aponta que apesar do *shopping center* possuir uma grande relevância comercial, as lojas instaladas nele possuem grande rotatividade

Olha... Olha... tem coisas que são boas lá e tem coisas que não precisaria aqui. O Bangu Shopping é bom, atende a tudo. Então assim, tudo que você precisa tem um pouco lá dentro, mas as vezes falta alguma coisa. Por que assim, toda hora vai uma loja, depois vai uma outra e sei lá, uma loja fica pouco tempo e aí faz sucesso e do nada vai decaindo. Eu não sei se é o marketing dela. Mas muitas das vezes eu vi que o Bangu Shopping fazia um marketing de cada loja pra poder a pessoa chegar e olhar “nossa que marketing legal, vou naquela loja” então assim, muda. Não só o ambiente daquela loja como do shopping pra poder ter aquele ciclo de produtividade e chamar a atenção do cliente (Júlia, ex-funcionária de uma filial que opera dentro do Bangu Shopping).

Para além do destaque sobre o consumo realizado nos estabelecimentos comerciais instalados dentro do Bangu Shopping, frequentadores e antigas trabalhadoras do local também destacaram a importância da praça de alimentação como área com grande capacidade de atração de consumidores.

Ressalta-se, entretanto, que apesar da presença de modernas formas de organização de trabalho, como grandes filiais e franquias, ao entrevistarmos antigas trabalhadoras de estabelecimentos localizados no Bangu Shopping, o que se observou foi a presença de diversas formas de exploração e violências de ordem psicológica e emocional. Ainda que todas estivessem vinculadas ao regime de trabalho da Consolidação

das Leis Trabalhistas (CLT), essas situações não foram evitadas. Quando questionadas sobre “Como que você avalia essas condições de trabalho? Trabalhar numa loja dentro de um shopping center: como que foi para você isso? Foi bom ou ruim? Era estressante? ” As entrevistadas Lívia, Júlia e Elisa disseram

Eu não indico, não é vida pra ninguém. É muito estressante, você não tem vida, você só trabalha, trabalha mesmo porque shopping não fecha. É de domingo a domingo. Feriado continua aberto também, realmente, shopping é bem estressante, bem puxado. Você não tem vida (Lívia, ex-funcionária de uma filial que opera dentro do Bangu Shopping).

Elisa, ao responder sobre o cotidiano de trabalho e as condições de trabalho, respondeu

Puxado. Não vou mentir, trabalhar em shopping é complicado, você lida com clientes e nem todos os clientes entendem certos tipos de situações e você é sugado, né? Cansativo, não se tem hora certa. Você trabalha (...) eu trabalhei, no caso, 9 dias diretos para conseguir uma folga. (...). Então, em loja, eu avalio como péssimas condições. Sempre prometeram bonificação, prêmio, sempre prometeram alguma coisa e nunca deram para a gente. Sempre iludiam. Fora as condições de trabalho: ficar em pé, sem descanso, a gente só tinha uma hora de almoço, não tinha aqueles quinze minutinhos de direito, a gente não podia sentar, não podia fazer nada, a gente só podia ficar em pé. Se você não batesse a meta, era pressão psicológica demais. Se não batesse a meta, sendo que você não ganhava por isso, era risco de ser mandado embora.

Júlia, por sua vez, não falou diretamente sobre a situação de trabalho, porém, comentou sobre a organização de períodos de trabalho, revelando que as jornadas eram de cerca de nove horas diárias.

Agora no CLT no caso, comecei no turno da noite que era de 14:10 até 22:30 e depois, eu fui pro período intermediário, falavam que era de 11:00 até as 20:00 ou 20:30, alguma coisa assim. Depois, eu fiquei só de manhã, mas o período de noite que eu fiquei foi de um ano. De dezembro de 2020 pra janeiro 2021 porque teve uma mudança de funcionários. Eles sempre faziam uma rotatividade de funcionários. Na verdade, funcionárias, porque só tinha mulher. Era um monte de mulher. Uma irmandade por assim dizer.

Antunes (2000, 2011) diz que o avanço da ideologia neoliberal sobre o mundo do trabalho mostra que as formas de precarização da forma de trabalho multiplicam-se num contexto de novas formas de organização empresarial, que impacta diretamente nas formas como o trabalho é percebido pelos trabalhadores. Ademais, ao debater sobre o adoecimento da classe trabalhadora, Antunes (2015) destaca que, no contexto do atual mundo do trabalho, doenças de ordem psicológica são cada vez mais corriqueiras nos diferentes ambientes de trabalho, cada vez mais estimulado pela competição entre funcionário pelo cumprimento de metas. A precarização do trabalho também é atestada

quando as entrevistas relatam não terem mais vontade de frequentar *shopping centers* em geral, mas especialmente o Bangu Shopping, local onde trabalharam.

Ao ser questionada sobre “A sua visão mudou depois de ter sido funcionária de uma loja que opera no shopping? Ao ir ao shopping, a ter essa experiência?” Livia respondeu

Sim. Hoje em dia é muito difícil eu ir ao shopping center. No caso, no shopping Bangu. Se for em outro shopping, eu vou. Mas por conta de ter trabalhado ali todos os dias, é... um dos meus motivos de eu ter tido ansiedade atacada foi ter trabalhado em shopping. Eu cheguei numa época da minha vida que eu precisei fazer tratamento psicológico porque estava cansativo, estava... tentando dar conta de tudo. E entrar no shopping hoje é só por extrema necessidade, no shopping Bangu porque eu acredito que lá, não foi um lugar que me fez bem.

Ademais, quando questionada se enquanto trabalhadora “sente como alguém que foi precarizada ainda que você tivesse uma CLT e os direitos trabalhistas? Você entende dessa forma?” A entrevistada responde “Sim, eu entendo. Eu não tinha direito de nada lá.”.

Elisa, que trabalhou numa filial que opera dentro do Bangu Shopping entre dezembro de 2018 e novembro de 2022, relatou total desmotivação de frequentar o *shopping center* e nos afirmou que “Não sei definir muito bem. Uma coisa que eu não quero mais é ir pro shopping. Perdi a vontade de tanto trabalhar em shopping. Não quero mais ver shopping. Para trabalhar nunca mais em shopping, esse é meu ponto de vista.”.

Por fim, quando questionadas sobre “como você define o perfil dos frequentadores do Bangu Shopping? Como você faria o perfil da pessoa que frequenta do Bangu Shopping?”. As entrevistadas responderam

Em Bangu, eu acredito que a maioria seja de classe média pra baixo. Não tem classe alta. Lá, a maioria do perfil era feminino, ainda mais que a loja que eu trabalhei era feminina, então eu via muito esse lado. Acredito que seja feminino e a faixa etária, vamos botar de 18 ano a 30 (Livia, ex-funcionária de uma filial presente no Bangu Shopping).

Julia, por sua vez destacou a presença feminina no estabelecimento em que trabalhou

Olha, na Aquamar, tudo era mulher, de todas as faixas etárias. Agora, no Bangu Shopping todo sempre teve todas as classes, nunca teve discriminação não. Tinha de tudo.”. Já Elisa apontou que o público da loja em que trabalhou era “Era baixa e média renda” e que o público do *shopping center* “Era o mesmo também.

Desta forma, observa-se o Bangu Shopping como uma materialização no espaço urbano de Bangu da atual fase do capitalismo. O empreendimento opera com a presença massiva de grandes redes e franquias, por onde circula o capital nacional e internacional. Também está em consonância com o exposto por Harvey (1996) ao tratar da força do capital imobiliário em se reproduzir no espaço. Outro fato que atesta essa afirmação é a superexploração de funcionários das lojas que operam dentro do *shopping center* e a terceirização de serviços que são ofertados pela administração do empreendimento, como os serviços de limpeza, manutenção e segurança. Conforme apontado por Antunes (2011, 2004) a terceirização é uma das principais características da atual fase do capitalismo, voltada para a flexibilização do trabalhador e das relações de trabalho. Ademais, também foi possível observar que mesmo no caso de contratos formais de trabalho, isso não foi suficiente para proteger as trabalhadoras entrevistadas de abusos cometidos pela gerência dos estabelecimentos das lojas em que trabalhavam.

4.0 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo da presente pesquisa, objetivamos analisar a já conhecida centralidade do bairro de Bangu, localizado na zona Oeste da metrópole carioca, a partir da sua atuação de agentes produtores do espaço urbano localizados nas duas principais áreas centrais do bairro, a saber: o Calçadão de Bangu e o Bangu Shopping. Os referidos agentes já haviam sido previamente identificados e, ao longo da pesquisa, foi possível identificar sua atuação, seu grau de importância para a área e a percepção dos frequentadores destes espaços sobre a atuação dos mesmos nas áreas analisadas.

No Calçadão de Bangu identificou-se a atuação do comércio tradicional de rua, do comércio ambulante, do supermercado Guanabara e do Estado. Começando por este último, houve uma confirmação das teses que a extensa bibliografia analisada ao longo da presente pesquisa defende: a atuação do aparato estatal não é neutra, mas voltada para atender os interesses das classes dominantes, especialmente agentes econômicos que possuem grande capacidade de pressionar o estado tanto na esfera política quanto na esfera econômica. No presente trabalho, destaca-se inicialmente, a atuação do Estado em duas reformas urbanísticas de caráter pontual, o Projeto de Estruturação Urbana (PEU-BANGU) e o Projeto Rio-Cidade II. Ambos os projetos modificaram estruturas do calçadão de Bangu, sendo o segundo o responsável pela inauguração oficial do Calçadão de Bangu no desenho atual de sua estrutura.

O Estado também foi responsável por reduzir a circulação de pessoas no calçadão de Bangu, bem como a atuação do comércio ambulante na pandemia, além da própria regulação de funcionamento do mesmo. Acerca do funcionamento do comércio ambulante na região, cabe destacar que a lei que regula e define o comércio ambulante na cidade do Rio de Janeiro, produzida em 1992 e modificada em 2017, traz uma série de restrições e obrigações que, por vezes, tornam inviável a legalização do comerciante. Essa inviabilização está relacionada, sobretudo, as dificuldades de cumprir todas as exigências feitas pelo aparato legal, que regula nos mínimos detalhes, a atuação do comércio ambulante. Nesse ponto, relembramos a citação de Mario Alberto, ambulante entrevistado no contexto da presente pesquisa: quando questionado porque atuava como ambulante em Bangu, respondeu de maneira sucinta: por falta de oportunidade. A fala do entrevistado, remete-nos a toda a produção teórico-conceitual sobre o funcionamento e organização do circuito inferior da economia urbana (SANTOS, 1979, MONTENEGRO, 2016). O ambulante, um trabalhador precarizado, que possui uma série

de dificuldades para obter ganhos suficientes que garantam seu bem-estar, tem sua prática dificultada pela atuação estatal, que objetiva o beneficiamento dos grandes grupos econômicos, em detrimento da classe trabalhadora.

O comércio tradicional de rua mostrou-se como o principal agente produtor do espaço no contexto do calçadão. Chama-se atenção, em especial, para o trecho localizado na Avenida Cônego de Vasconcelos, entre a Avenida Santa Cruz e a Rua Professor Clemente Ferreira, onde há maior concentração de atividades econômicas. O setor terciário encontra ampla variedade ao longo do Calçadão de Bangu, como visto no levantamento estatístico realizado pela presente pesquisa. A grande incidência de profissionais liberais nos prédios comerciais e galerias, a concentração de grandes redes e franquias nas áreas compõem a centralidade comercial do bairro, bem como atestam a relação de *continuum* que marca a presença do circuito superior da economia urbana com o circuito inferior (SANTOS, 1979). Ambos estão fortemente presentes em um bairro periférico da metrópole carioca em virtude das características particulares ao desenvolvimento socioespacial do bairro de Bangu. As entrevistas realizadas com os frequentadores demonstraram a centralidade da área que, mesmo após a chegada e consolidação do *shopping center* no bairro, manteve seu elevado grau de relevância, sendo apontado por diversos entrevistados como o local onde preferem fazer compras.

Já a atuação do supermercado Guanabara revelou uma característica muito particular, visto que influencia no padrão de distribuição do comércio ambulante que se localiza em frente ao estabelecimento. Destaca-se pelo elevado grau de consumidores que atrai, em virtude de ser uma das maiores marcas no setor de supermercados que atuam na metrópole carioca. A atuação da empresa alinha-se aos processos de precarização do trabalho observados a partir da década de 1970. Nesse sentido, reverberamos as discussões realizadas por Antunes (2000) ao debater a terceirização de diversas atividades como forma de ampliar os lucros e retirar direitos da classe trabalhadora.

A atuação do Bangu Shopping mostrou-se alinhada ao que as descrições e percepções de Bartolly (2007): nas últimas décadas, os *shopping centers* tornaram-se locais de consumo, mas que não objetiva a atração de consumidores e sim de frequentadores. A mudança de estratégia inclui a ampliação de serviços de lazer e entretenimento, a aproximação com a público alvo que frequenta o empreendimento, além da tradicional oferta do ambiente climatizado e bem iluminado, uma paisagem artificial criada para despertar uma sensação de bem-estar em cada um dos frequentadores. Tais estratégias, entretanto, não perdem o foco do principal objetivo da

administração do local: a máxima extração de lucro. A oferta da referida gama de serviços de lazer e entretenimento, por vezes gratuita, tem como objetivo estimular a ida ao local para que lá o frequentador torne-se consumidor, em virtude de já estar presente no empreendimento. A precarização do trabalho também se faz presente no interior do *shopping center*. De maneira evidente, nas equipes de limpeza, serviços gerais e segurança, todas empresas terceirizadas que prestam serviço para o Bangu Shopping, mas também no funcionamento das lojas. Como visto nos relatos das trabalhadoras entrevistadas, situações de assédio e pressão psicológica dão a tônica do trabalho em *shopping center*, além do total desrespeito às normas trabalhistas. Por fim, aponta-se ainda que a mudança no padrão USO do Bangu Shopping também pode ser percebida a partir da fala dos entrevistados, que frequentemente apontaram o um dos principais usos Bangu Shopping o lazer, especialmente os eventos que ocorrem na praça de alimentação, localizada no segundo piso do *shopping center* e também no estacionamento.

Assim, conclui-se que a centralidade das duas áreas comerciais analisadas, organizam-se e possuem estratégias diferentes para garantir a atração de fluxos, ainda que o objetivo dos diversos agentes seja o mesmo: obtenção de lucro – com exceção do Estado, que, embora não atue de maneira neutra, tem suas práticas pensadas de acordo com os grupos que exercem o controle do poder estatal no momento analisado, porém, também busca a centralidade para a localização de suas atividades funcionais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRASCE. **Associação Brasileira de Shopping Centers**. Disponível em < www.abrasce.com.br>. Acesso em 06/09/2019.
- ABREU, Maurício de Almeida. **O papel do Estado na evolução da estrutura urbana**. Colóquio Franco-Brasileiro, UGI, p. 1-13, Rio de Janeiro, 1979.
- ABREU, M. **Evolução Urbana da Cidade do Rio de Janeiro**. IPLANRIO/J.ZAHAR, 1988.
- ACIRB - **Associação Comercial e Industrial da Região de Bangu**. Monsenhor Miguel de Santa Maria Mochon. Rio de Janeiro, p. 1-19, 1996.
- ALIANSCCE. Apresenta informações gerais sobre a Aliansce Shopping Centers, a qual atua desde a fase de planejamento (estudo de viabilidade do empreendimento), desenvolvimento do projeto, lançamento, até o gerenciamento da estrutura e gestão financeira, comercial, jurídica e operacional. Disponível em < <https://allos.co/pt/a-companhia/quem-e-a-aliansce>>. Acesso em 20/09/2023.
- _____. Apresenta informações gerais sobre formas de investimento no empreendimento. Disponível em: < <http://ri.aliانسce.com.br/aliانسce/web/arquivos/IAN%202008.pdf>>. Acesso em 20/09/2023.
- ANTUNES, R.; PRAUN, L. D.. **A sociedade dos adoecimentos no trabalho**. Serviço Social & Sociedade, v. 1, p. 407-427, 2015.
- ANTUNES, R.. **Os modos de ser da informalidade: rumo a uma nova era da precarização estrutural do trabalho?** Serviço Social & Sociedade, v. 1, p. 405-419, 2011.
- ANTUNES, R. **As mutações do mundo do trabalho na era da mundialização do capital**. Educação e Sociedade, São Paulo, v. 25, p. 335-351, 2004.
- ANTUNES, R. Trabalho e precarização numa ordem neoliberal. In: Pablo Gentil; Gaudêncio Frigotto. (Org.). **A Cidadania Negada - Políticas de Exclusão na Educação e no Trabalho**. Buenos Aires: Coleção Grupos de Trabalho - CLACSO, 2000, v. 1, p. 35-48.
- BAHIANA, L.C. – **Agentes Modeladores e Uso do Solo Urbano**. Anais da Associação dos Geógrafos Brasileiros, XIX, 1978.
- BANGU SHOPPING.

- BAIROS CARIOCAS. **Instituto Pereira Passos**. Disponível em <
<http://pcrj.maps.arcgis.com/apps/MapJournal/index.html?appid=7fe1b0d463e34b3b9ca2fafd50c3df76>>. Acesso em 06/09/2018.
- BANGU SHOPPING. **BANGU SHOPPING** Disponível em <
<https://bangushopping.com/>>. Acesso em 10/06/2019.
- BARATA SALGUEIRO, T. CACHINHO, H. As relações cidade-comércio. Dinâmicas de evolução e modelos interpretativos. In: CARRERAS, C; PACHECO, S. M. (Org.). **Cidade e Comércio: a rua comercial na perspectiva internacional**. Rio de Janeiro: Armazem das Letras, 2009, p. 9-39.
- BEAUJEU-GARNIER, Jacqueline. **O comércio na cidade**. In: Geografia Urbana. Tradução de Raquel Soeiro de Brito. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1980. p.203-364.
- BENKO, G. B.. **Economia, espaço e globalização: na aurora do século XXI**. Tradução: Antonio de Pádua Danesi. 3ª edição. São Paulo: Hucitec: Annablume, 1999.
- BERNARDES, L. M. C. A faixa suburbana. In: BERNARDES, L. M. C; SOARES, M. T de S. (Org.). Rio de Janeiro: Cidade e Região. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, Departamento Geral de Documentação e Informação Cultural, Biblioteca Carioca, 1990, p. 147- 159.
- BONI, V; QUARESMA, S.J. **Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais**. Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC Vol. 2 nº 1 (3), janeiro-julho/2005, p. 68-80.
- BRAIDA, F. Passagens em rede: a dinâmica das galerias comerciais e dos calçadões de Juiz de Fora e Buenos Aires. Juiz de Fora: UFJF, 2011. CAPEL, H. – Agentes y Estrategias en la Producción Del Espacio Urbano Español. **Revista de Geografia**, 8, 1974.
- BRASIL. **Decreto nº7914 de 3 de agosto de 1988**. Estabelece condições de uso e ocupação do solo para a 50ª.Unidade Especial de Planejamento (UEP), que corresponde aos bairros de BANGU, PADRE MIGUEL E SENADOR CAMARÁ, e dá outras providências. 1988. Disponível em <
<https://mail.camara.rj.gov.br/APL/Legislativos/contlei.nsf/LeiOrdInt?OpenForm>>. Acesso em 01/09/2023.
- BRASIL, IBGE. **Censo Demográfico**, 2010.
- BRASIL, IBGE. **Classificação Nacional de Endereços para Fins Estatísticos**, 2010.

- BRASIL. **LEI Nº 8.955, DE 15 DE DEZEMBRO DE 1994.** Regulamenta o contrato de franquia empresarial (franchising). Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18955.html
- BRASIL. Ministério da Economia. **Medidas econômicas voltadas para a redução dos impactos da Covid-19 (Coronavírus)** — linha do tempo. Visto em 01/07/2021.
- CACHINHO, H. **O Comércio Retalhista Português na (Pós-) modernidade: sociedade, consumidores e espaço.** 1999. Tese (Doutorado em Geografia Humana) – Faculdade de Letras, Universidade de Lisboa, Portugal (Lisboa), 1999.
- CARRERAS, C; PACHECO, S. M. M. Teorizando sobre la ciudad y el comercio, a propósito de unas reflexiones sobre la calle comercial. In: CARRERAS, C; PACHECO, S. M. (Org.). **Cidade e Comércio: a rua comercial na perspectiva internacional.** Rio de Janeiro: Armazem das Letras, 2009, p. 9-39.
- CAPEL, Horácio, Agentes y estrategias en la producción del espacio urbano español. **Revista de Geografía, Barcelona**, 8 (1 e 2): 19-55, janeiro-dezembro, 1974.
- CASTELLS, Manuel. A Intervenção administrativa nos grandes centros urbanos. **Espaço & Debates.** São Paulo, NERU e Cortez, 6:64-75, 1982.
- CAVALCANTE, J. R.; ABREU, A. J. L. COVID-19 no município do Rio de Janeiro: análise espacial da ocorrência dos primeiros casos e óbitos confirmados. **Epidemiologia e Serviços de Saúde**, v. 29, n. 3, p. 01-10, 2020
- COLBY, C. **Centrifugal and centripetal forces in urban geography.** Annals of the Association of American Geographers. Vol. 23, nº 1, p. 1 – 20, 1933.
- CORDEIRO, H. K. **Centro da metrópole paulistana: expansão recente.** In: Centro da metrópole paulistana: expansão recente. 1980. pp. 35-80;
- CORRÊA, R. L. – Sobre Agentes Sociais, Escala e Produção do Espaço Urbano. Org. A.F.A. Carlos, M.J.L. Souza e M.E.B. Spósito. In: **Produção do Espaço Urbano.** São Paulo, Contexto, 2011.
- CORRÊA, R. L. **O espaço urbano.** São Paulo: Editora ática, 1989, 94p. CORREA, R. L. Espaço: um conceito-chave da Geografia. In: CASTRO, I. E. de; GOMES, P. C. da e CORRÊA, R. L. **Geografia: Conceitos e temas.** 15º ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. P. 15 – 48.
- DI NUCCI, J. I. División del trabajo y segmentación de la economía urbana em Buenos Aires: bebidas gaseosas y aguas saborizadas. In: SILVEIRA, M. L. (Org) **Circuitos de la economía urbana: Ensayos sobre Buenos Aires y São Paulo.** Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Café de las Ciudades, 2016, p. 153-186.

- DUARTE, Haidene da Silva Barros. A cidade do Rio de Janeiro: descentralização das atividades terciárias. Os centros funcionais. **Revista Brasileira de Geografia**, v. 36, n. 1, p. 53-76
- FERREIRA, A. A cidade, a desigualdade e a pandemia. **Geo-PUC – Revista da PósGraduação em Geografia da PUC-Rio**, v. 13, n. 24, p. 12-24, 2020.
- FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- FORM, William. The Place of Social Structure on The Determination of Land Use: some implications for a theory of urban ecology. In: BUERNE, L. S. **Internal Structure of The Cities**. London-Oxford: 1975. pp. 180-188.
- FREITAS, R. F. **Consumo e modernidade: o espetáculo dos shopping centers**. 1990. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1990.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.
- GOMES, P. C. C **O lugar do olhar: elementos para uma geografia da visibilidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.
- HARVEY, D. **A condição pós-moderna**. Tradução de Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. 6. ed. São Paulo: Loyola, 1996.
- HARVEY, D. **A produção capitalista do espaço**. Trad.: Carlos Szlak. São Paulo: Annablume, 2005.
- HOYT, H. Classification and Significant Characteristics of Shopping Centers. In: MAYER, Harold M.; KOHN, Clyde, F. (Ed.). **Readings in Urban Geography**. Chicago: The University of Chicago Press, 1959 [1958]
- IPLANRIO. **Rio Cidade: o urbanismo de volta as ruas**. Rio de Janeiro: Mauad, 1996.
- JACOBS, J. **Morte e vida das grandes cidades**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- LÉFÈBVRE, Henri. **A Revolução Urbana**. Belo Horizonte: EDUFMG, 2004.
- LEFEBVRE, Henri. **O Direito à Cidade**. Tradução de Rubens Eduardo Frias. São Paulo: Moraes, 1991.
- LIPIETZ, A. (1986), “New Tendencies in the International Division of Labor: Regimes of Accumulation and Modes of Regulation”, in **Scott e Storper** (orgs.), p. 16-40.
- MASCARENHAS, G, Ordenando o espaço público: a criação das feiras livres na cidade do Rio de Janeiro. **Scripta Nova**, v. IX, n. 194, ago 2005. Disponível em: <<https://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-194-62.htm>>. Acesso em 20/09/2023.
- MONTENEGRO, M. R. La economía pobre de São Paul em sus relaciones com la técnica, la información, el consumo y las finanzas. In: SILVEIRA, M. L. (Org.)

Circuitos de la economia urbana: Ensayos sobre Buenos Aires y São Paulo. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Café de las Ciudades, 2016, p. 357-388.

MUMFORD, L. **A cidade na história.** Belo Horizonte, 1965.

O DIA. **Calçadão de Bangu: Prefeitura Estabelece regras para ambulantes.** O Dia, Rio de Janeiro, 27/11/2018. Disponível em < <https://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2018/11/5596855-calcao-de-bangu-prefeitura-estabelece-regraspara-ambulantes.html>>. Acesso em 10/06/2019.

NASCIMENTO, B. P.; PATRÍCIO, J. V. S. . Espriamento da COVID-19 pelo município do Rio de Janeiro e suas desiguais manifestações espaciais. **Espaço Aberto**, PPGG - UFRJ, v. 11, p. 135-151, 2021.

OLIVEIRA, M. P. de. **Bangu: de Fábrica-Fazenda e Cidade-Fábrica a mais uma Fábrica da Cidade.** 1991. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Geociências - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1991.

OLIVEIRA, M. R. **Centro e centralidade urbana: o exemplo do calçadão de Bangu** (Rio de Janeiro). In: XI SEUR ? V Colóquio Internacional sobre Comércio e Consumo Urbano, 2015, Pelotas. Centro e centralidade urbana: o exemplo do calçadão de Bangu (Rio de Janeiro), 2015. p. 136-150

OLIVEIRA, M. R. **Comércio, consumo e desigualdade no Rio de Janeiro: um estudo comparativo entre os espaços terciários de Bangu e Leblon.** Tese (Doutorado) – Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

OLIVEIRA, M. R. de. **Análise da dinâmica do comércio e dos serviços na zona oeste carioca: o exemplo do bairro de Bangu (RJ).** 2014. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Geografia - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014

PACHECO, S. M. M . **Dinâmica da Terciarização e Reestruturação Urbana no Rio de Janeiro.** In: 9º Encuentro Internacional de Geógrafos, 2003, Mérida. 9º Encuentro Internacional de Geógrafos, 2003.

PACHECO, S. M. M. **Resiliência Urbana e Comercial em Áreas Centrais.** Geo UERJ (2007), v. 2, p. 303-852, 2012.

PINTAUDI, S. M. **O Templo da Mercadoria: estudo sobre shopping centers do Estado de São Paulo.** São Paulo: DEGEO-USP, 1989.

PINTAUDI, S. M. Anotações sobre o espaço do comércio e do consumo. In: CARRERAS, C; PACHECO, S. M. (Org.). **Cidade e Comércio: a rua comercial na perspectiva internacional**. Rio de Janeiro: Armazem das Letras, 2009, p. 9-39.

RIO DE JANEIRO. **Decreto número 13810, de 5 de abril de 1995**. Dispõe sobre a ocupação dos logradouros públicos na área da XVII Região Administrativa – Bangu, pelo comércio ambulante. Disponível em < <https://leismunicipais.com.br/a/rj/r/rio-de-janeiro/decreto/1995/1381/13810/decreto-n-13810-1995-dispoe-sobre-a-ocupacao-dos-logradouros-publicos-na-area-da-xvii-regiao-administrativa-bangu-pelo-comercio-ambulante>>.

RIO DE JANEIRO. **Decreto número 15052, de 19 de agosto de 1996**. Determina a desocupação de logradouros públicos da XVII Região Administrativa (BANGU) por comércio ambulante. Disponível em <https://leismunicipais.com.br/a/rj/r/rio-de-janeiro/decreto/1996/1506/15052/decreto-n-15052-1996-determina-a-desocupacao-de-logradouros-publicos-da-xvii-regiao-administrativa-bangu-por-comercio-ambulante>>.

RIO DE JANEIRO. **Decreto número 45331, de 7 de novembro de 2018**. Cria a Feira de Ambulantes do Calçadão de Bangu, sito nas Avenidas Cônego de Vasconcelos e Ministro Ary Franco, e dá outras providências. Disponível em < <https://leismunicipais.com.br/a/rj/r/rio-de-janeiro/decreto/2018/4534/45331/decreto-n-45331-2018-cria-a-feira-de-ambulantes-do-calçadao-de-bangu-sito-nas-avenidas-conego-de-vasconcelos-e-mininistro-ary-franco-e-da-outras-providencias>>.

RIO DE JANEIRO. **Lei número 1876, de 29 de junho de 1992**. Dispõe sobre o comércio ambulante no município e dá outras providências. Disponível em < <https://leismunicipais.com.br/a/rj/r/rio-de-janeiro/lei-ordinaria/1992/188/1876/lei-ordinaria-n-1876-1992-dispoe-sobre-o-comercio-ambulante-no-municipio-e-da-outras-providencias>>.

RIO DE JANEIRO. **Lei número 6272, de 01 de novembro de 2017**. Altera e acrescenta dispositivos da Lei número 1876, de 29 de Junho de 1992, que dispõe sobre o comércio ambulante no município e dá outras providências. Disponível em < <https://leismunicipais.com.br/a/rj/r/rio-de-janeiro/lei-ordinaria/2017/628/6272/lei-ordinaria-n-6272-2017-altera-e-acrescenta-dispositivos-da-lei-n-1876-1992-que-dispoe-sobre-o-comercio-ambulante-do-municipio-e-da-outras-providencias>>.

RIO DE JANEIRO. Procuradoria Geral do Estado. **Decretos do município do Rio de Janeiro no combate ao coronavírus**. Disponível em < <https://pge.rj.gov.br/covid19/municipal/decretos> >. Acesso 01/07/2021.

RIO DE JANEIRO. Procuradoria Geral do Estado. **Decretos Estaduais no combate ao coronavírus**. Disponível em < <https://pge.rj.gov.br/covid19/estadual/decretos>>. Acesso em 01/07/2021

SANTOS, M. **O espaço dividido**: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1978.

SANTOS, M. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: EDUSP, 1996.

SANTOS, M. **Por uma economia política da cidade**. In: SANTOS, M. Por uma Economia Política da Cidade. São Paulo: HUCITEC, 1994, p. 115-145

SANTOS, M.; SILVEIRA, M. L. **O Brasil**: Território e sociedade no início do século XXI. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007

SILVA, A. L. **O Bairro de Campo Grande: representações, impasses, perspectivas e particularidades de “um” processo de reestruturação urbana**. 2009. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Geografia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009

SILVA, G. A. de A. **Bangu: A fábrica e o bairro: um estudo histórico (1889 - 1930)**. 1985. Dissertação (Mestrado em História Social) – Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1985.

SILVA, W. R. **Centro e Centralidade. Uma discussão conceitual**. Formação (Presidente Prudente), Presidente Prudente, v. 1, n.8, p. 107-116, 2001.

SILVA, W. R.; SPOSITO, M. E. B. **Padrões socioeconômicos e centralidade urbana: Catuaí Shopping Center e Zona Norte de Londrina**. Formação (Presidente Prudente), Presidente Prudente, v. 2, n.10, p. 197-222, 2003.

SILVA, W. R. **A Formação do Centro Principal de Londrina e o estudo da centralidade urbana**. Geografia (Londrina), Londrina, v. 12, n.2, p. 20-46, 2004.

SILVA, W. R. Centralidade, shopping centers e reestruturação das cidades médias. In: Doralice Sátyro Maia; William Ribeiro da Silva; Arthur Magon Withacker. (Org.). **Centro e Centralidade em Cidades Médias**. 1ed. São Paulo: UNESP - Cultura Acadêmica, 2017a, v. 1, p. 199-226.

SILVA, W. R. Centralidade, shopping centers e reestruturação das cidades médias. In: Doralice Sátyro Maia; William Ribeiro da Silva; Arthur Magon Withacker. (Org.).

- Centro e Centralidade em Cidades Médias.** 1ed. São Paulo: UNESP - Cultura Acadêmica, 2017a, v. 1, p. 226-285.
- SILVEIRA, M. L. Buenos Aires em clave de modernidad y pobreza. In: SILVEIRA, M. L. (Org) **Circuitos de la economía urbana: Ensayos sobre Buenos Aires y São Paulo.** Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Café de las Ciudades, 2016, p. 29-69.
- SILVEIRA, M. L. Finanças, consumo e circuitos da economia urbana na cidade de São Paulo. **Caderno CRH (UFBA)**, v. 22, p. 65-76, 2009.
- SILVEIRA, M. L. Región y división territorial del trabajo: desafíos en el período de la globalización. **Investigación y Desarrollo (Barranquilla)**, v. 17, p. 434-455, 2009.
- SILVEIRA, M. L. Metrópolis brasileiras: un análisis de los circuitos de la economía urbana. **EURE (Santiago)**, v. XXXIII, p. 149-164, 2007. L. Globalización y circuitos de la economía urbana en ciudades brasileiras. **Cuadernos del CENDES**, Caracas, v. 3, n.57, p. 1-21, 2004.
- SILVEIRA, M. L. Urbanización latinoamericana y circuitos de la economía urbana. **Revista Geografica de America Central (online)**, v. 2, p. 1-17, 2011.
- SINGER, Paul. Uso do solo na economia capitalista, Chão, **Revista de Arquitetura**, (3): 4-9, Rio de Janeiro, 1978.
- SINGER, P. **Economia política da urbanização.** São Paulo: Ed. Brasiliense, 1998.
- SILVEIRA, M. L. Modernização contemporânea e nova constituição dos circuitos da economia urbana. **GEOUSP: espaço e tempo**, v. 19, p. 245-261, 2015.
- SILVEIRA, M. L. Da pobreza estrutural à resistência: pensando os circuitos da economia urbana. **Ciência Geográfica**, v. XVII, p. 63-70, 2013.
- SOJA, E.W. **Geografias Pós-modernas: a reafirmação do espaço na teoria social crítica.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993
- SOUSA, G. M. C. **Mensuração de áreas centrais e shopping centers: testes metodológicos para análise de centralidade em cidades médias, um estudo de caso sobre Resende-RJ.** In: XIX Encontro Nacional dos Geógrafos, 2018, João Pessoa. Anais XIX Encontro Nacional dos Geógrafos, 2018.
- SOUSA, G. M. C. **Bangu: do bairro operário à centralidade comercial. Uma análise sobre conflitos e cooperações entre agentes produtores do espaço urbano no bairro.** In: XIII Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia, 2019, São Paulo. Anais eletrônicos, 2019.
- SOUSA, G. M. C. **A pandemia de Covid-19 e a subcentralidade de Bangu: uma análise das políticas governamentais em um subcentro carioca.** In: Encontro

Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia, 2021. Anais XIV Encontro Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia.

SPOSITO, M.E.B. Segregação Sócio-Espacial e centralidade urbana.

IN VASCONCELOS, P de A. CÔRREA, R. L & PINTAULDI, S. M. **A cidade contemporânea: segregação espacial**. São Paulo. Contexto, 2013. P. 61-94;

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Centro e as formas de expressão da centralidade urbana. **Revista de Geografia**. Universidade Estadual Paulista/UNESP. São Paulo, 1991. v.10.

Sposito, M.E.B. (2001), "**As cidades médias e os contextos econômicos contemporâneos**", in Sposito, M.E.B. (org.), **Urbanização e cidades: perspectivas geográficas**, Presidente Prudente, s.n., pp. 609-643

VILLAÇA, F. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel, 1998.